

# **ANALISIS PENENTUAN HARGA PENJUALAN PRODUK PADA USAHA KECIL YUNI PRODUCTION**

**HARRIS VICTOR FORNERY, BAGUS NURCAHYO, SE, MM**

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2004

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : penentuan harga

Abstraksi :

Harga adalah faktor penentu jumlah keuntungan dan kemampuan perusahaan untuk bersaing. Harga mempunyai peranan yang sangat penting dalam menentukan hasil penjualan yang akan diperoleh pada suatu produk. Cara penentuan harga ini juga harus memperhatikan kondisi pasar, jika harga ditentukan terlalu tinggi, maka produk tersebut akan jarang dibeli konsumen. Tetapi jika harga ditentukan terlalu rendah, maka perusahaan akan mengalami kerugian. Faktor pertimbangan didalam menentukan harga dikelompokkan menjadi dua golongan, yaitu faktor ekstern perusahaan dan faktor intern perusahaan. Pada faktor ekstern perusahaan meliputi status perusahaan di pasar, harga produk saingan, faktor psikologis, elastisitas permintaan produk dan faktor ekstern yang lain. Sedangkan untuk faktor intern perusahaan meliputi sasaran strategi pemasaran terpadu, sasaran strategi harga jangka pendek dan menengah yang ingin dicapai perusahaan, biaya pengadaan produk dan ciri-ciri khusus produk yang dipasarkan. Dalam Penulisan Ilmiah ini, digunakan metode cost-plus pricing dengan pendekatan full costing. Diketahui bahwa perhitungan harga penjualan produk pada Yuni Production dengan metode harga jual normal untuk produk jaket eceran sebesar Rp. 36.934 dibulatkan menjadi Rp. 37.000, dengan laba bersih Rp. 11.081.200 per tahun. Untuk penggunaan metode cost-plus pricing dengan pendekatan full costing didapatkan harga jual per unit Rp. 37.441 dibulatkan Rp. 38.000, dengan laba bersih Rp. 11.993.800, dan laba per unit Rp. 6.663,22.