

# EVALUASI STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL PADA PT. CIPTA KARYA BUANA DALAM MERESPON KEBIJAKAN KENAIKAN PPN PASCA UU NO.7 TAHUN 2021

Oleh:

Puspita Suryahayuningtyas

Akhmad Mulyadi

Progam Studi Akuntansi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Mei, 2024

# Pendahuluan

Pemerintah menetapkan kebijakan tentang kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) yang awalnya 10% sekarang naik sebesar 1% yang dimana menjadi 11% per tanggal 1 April 2022 kemarin hal ini disebutkan di dalam Undang – Undang No.7 tahun 2021 yang dimana isi dari undang-undang tersebut tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan atau lebih dikenal dengan UU HPP Bab IV pasal 7 ayat (1) tentang PPN . Menteri Keuangan Sri Mulyani menjelaskan bahwa alasan utama dinaikannya tarif PPN 11 persen yaitu menambah pemasukan penerimaan negara guna memperbaiki kondisi Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) yang secara berturut-turut mengalami defisit selama pandemi. Banyak yang mengecewakan dengan keputusan pemerintah ini pasalnya di tahun lalu merupakan tahun dimana Indonesia baru memulai pemulihan setelah krisis akibat pandemi Covid – 19 yang melanda

# Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian selain yang sudah penulis sampaikan perihal hal diatas yang sebelumnya telah dilakukan oleh beberapa orang sebagai berikut :

1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Septianti, 2019), ditemukan bahwa terdapat pengaruh variabel tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) secara parsial terhadap variabel Pendapatan.
2. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Putri & Subandoro, 2022) dengan judul "Analisis Pengaruh Kenaikan Tarif PPN 11% Terhadap Penjualan Pada PT X" juga menunjukkan hasil yang serupa, yaitu perubahan Tarif PPN menjadi 11% berpengaruh signifikan terhadap penjualan.
3. penelitian yang dilakukan oleh (Farina, Candra, & Irawan, 2021) menemukan bahwa Pajak Pertambahan Nilai (PPN) berpengaruh terhadap daya beli konsumen berdasarkan data validitas yang diperoleh

Namun ada juga penelitian yang memiliki kesimpulan yang berbeda dimana berdasarkan hasil wawancara dan juga didukung dengan data penjualan tahun 2022, pada bulan April – Mei mengalami penurunan dikarenakan adanya permintaan barang yang meningkat pada bulan Maret 2022, maka dapat dikatakan kenaikan tarif menjadi 11% ini tidak terlalu berpengaruh terhadap permintaan barang karena berdasarkan data penjualan di tahun 2022 tepatnya pada bulan Juni-Desember permintaan barang tetap stabil. Kenaikan tarif PPN menjadi 11% tidak selalu berdampak negatif, buktinya perusahaan tidak mengalami kerugian atau penurunan omset yang terlalu signifikan, justru malah mengalami kenaikan omset perusahaan

# Metode

- **Jenis penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah Kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, dimana dalam penelitian ini akan menganalisis tentang pernyataan peneliti dan informan

- **Fokus Penelitian**

fokus penelitian ini berfokus untuk mendapatkan informasi dan menggali serta menganalisis mengenai apa saja strategi yang diambil oleh para pengusaha kena pajak dalam mengambil keputusan mengenai kebijakan pemerintah dalam menaikkan PPN menjadi 11% khususnya dalam menentukan harga jual untuk produk usaha mereka.

- **Lokasi Penelitian**

Dalam hal ini penulis memilih Objek perusahaan yang akan dijadikan penulis sebagai bahan penelitian diantaranya yaitu : PT.Cipta Karya Buana yang merupakan perusahaan PKP yang berada di wilayah Sidoarjo.

# Metode

- **Jenis dan Sumber Data**

- Data primer, Data primer dikumpulkan oleh penulis yang membutuhkan data atau informasi dari sumber pertama, biasanya kita sebut dengan responden. Adapun perwakilan informan dari perusahaan PT. Cipta Karya Buana tersebut adalah Bagian Marketing yang nantinya data wawancara akan diobservasi dengan lanjut.
- Data sekunder, data yang digunakan sebagai penunjang dari sumber data primer. Data sekunder diperoleh dari sumber yang sudah ada sebelumnya, seperti buku literatur, penelitian sebelumnya, jurnal ilmiah, pedoman pelaporan.

- **Teknik Pengumpulan Data**

- Dokumentasi, yang dimana merupakan kumpulan data – data yang dibutuhkan dan telah dikumpulkan dan dianalisa sehingga dapat menjadi bukti dan pendukung yang akurat dalam penulisan penelitian ini. Dokumentasi didapat dari hasil gambar dan video wawancara peneliti dengan informan.
- Observasi, dimana dengan pengumpulan data atas dokumentasi sebelumnya yang selanjutnya diamati dan diteliti lagi dan kemudian di olah sebagai alat ukur penelitian.

# PEMBAHASAN

## Gambaran Umum Perusahaan

PT. Cipta Karya Buana merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang industri sepatu di Sidoarjo, Jawa Timur. PT. Cipta Karya Buana sebagai produsen sepatu dengan tujuan export ke luar negeri terutama wilayah Eropa. Namun, PT. Cipta Karya Buana juga bekerja sama dengan beberapa distributor-distributor di Indonesia dalam memproduksi dan memasarkan produk lokalnya. PT. Cipta Karya Buana menghasilkan beberapa macam produk sepatu salah satu diantaranya seperti sepatu Jetpro, Stars, dan juga Delmora. Produk sepatu yang dihasilkan PT. Cipta Karya Buana ini rata-rata jenis sepatu olahraga dan juga bisa digunakan untuk kegiatan sehari - hari.

# Tujuan Penetapan Harga Jual

Harga jual ditentukan berdasarkan total biaya produksi, biaya non produksi, serta laba yang diharapkan. Kenaikan PPN menyebabkan peningkatan biaya yang harus diperhitungkan dalam penetapan harga jual, sehingga perusahaan perlu melakukan penyesuaian agar laba tetap tercapai. Secara umum ada faktor yang perlu diperhatikan dalam penetapan harga yaitu faktor internal perusahaan dan faktor lingkungan eksternal. PT. Cipta Karya Buana memiliki 3 Tujuan Eksternal dalam penetapan harga jual pada produknya dan mengelompokkan produk sepatu yang sesuai dengan tujuan strategis penentuan harga jual tersebut :

## 1. Tujuan yang berorientasi pada laba – *Pendekatan Cost Plus*

Perusahaan menetapkan harga jual untuk kelompok produk ini dengan tujuan untuk memaksimalkan laba. Kebijakan strategis ini diambil karena jenis produk ini memiliki daya saing dan sedang digemari oleh para konsumen, untuk itu metode yang digunakan adalah pendekatan *Cost Plus*.

Dan yang termasuk dalam kelompok ini adalah jenis sepatu Jet Pro, Queen V2, dan Stars

## 2. Tujuan stabilisasi harga

Tujuan stabilisasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dengan harga pemimpin industri. Dalam tujuan ini harga didasarkan pada strategi menghadapi atau memenuhi tuntutan persaingan. Jenis pendekatan untuk mencapai tujuan ini ialah pendekatan *Competitor – Based Pricing Method* yang dimana produk yang menggunakan metode ini jenis produk dari Delmora.

## 3. Tujuan yang berorientasi pada volume (*Volume Pricing Objectives*)

Dalam tujuan ini harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target penjualan, nilai penjualan atau pasar. Tujuan ini biasanya dilandaskan strategi mengalahkan atau mengatasi persaingan. Kebijakan ini digunakan pada sepatu yang memang kurang di minati oleh konsumen sehingga perusahaan menggunakan pendekatan *Bundle Pricing* untuk menarik minat konsumen. Contoh yang sepatu yang menggunakan metode ini ialah jenis produk Delmora.

Berikut adalah faktor internal dalam menentukan harga jual:

### 1. Tujuan Pemasaran Perusahaan

Faktor ini merupakan faktor utama dalam penetapan harga. Tujuan ini meliputi maksimalisasi laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam kualitas, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab sosial dan lain-lain.

### 2. Strategi Bauran Pemasaran

Harga harus dikoordinasikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran yang lain yaitu produk, distribusi dan promosi.

### 3. Biaya

Biaya merupakan faktor utama yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan perusahaan agar tidak mengalami kerugian. Setiap perusahaan selalu menaruh perhatian besar pada aspek struktur biaya (tetap dan variabel) dan jenis-jenis biaya yang lain. Berkaitan dengan permasalahan biaya

# Temuan Penting Penelitian

Data Produksi dan Biaya Produksi Maret 2022

JENIS	WARNA	QTY	BIAYA BAHAN BAKU	BIAYA TENAGA KERJA	BIAYA OVERHEAD PABRIK	BIAYA PEMASARAN DAN ADMIN	JUMLAH
JET PRO	PUTIH	804 Psg	56.965.791	29.813.549	13.194.018	14.497.999	114.471.358
JET PRO	BIU TUA / EMAS	240 Psg	16.963.290	8.741.782	3.641.639	4.799.190	34.145.900
JET PRO	MERAH / HITAM	240 Psg	18.064.064	8.795.730	3.441.484	3.849.899	34.151.177
QUEEN V2.0	ALL WHITE	912 Psg	43.894.965	26.548.117	11.688.179	25.741.922	107.873.184
STARS W	BLACK / WHITE / CHALK PINK	540 Psg	29.041.429	15.387.349	8.902.604	8.580.904	61.912.285
STARS	NAVY / WHITE / TOFU	912 Psg	44.307.614	26.058.472	11.553.492	21.845.329	103.764.906
STARS	WHITE / NAVY / RED	912 Psg	42.379.443	26.883.471	11.645.806	22.978.065	103.886.785
STARS W	WHITE / PASTEL / LILAC / PINK ICING	540 Psg	29.859.611	15.372.810	8.389.335	8.307.407	61.929.163
DELMORA EXODUS	ALL BLACK	660 Psg	45.894.622	35.259.844	21.256.487	18.452.315	120.863.268
DELMORA RAID	BLACK / WHITE	250 Psg	15.755.350	8.968.785	7.468.955	7.789.580	39.982.670
DELMORA BOLT MAN	BLACK / NEON / WHITE	115 Psg	10.455.789	6.485.788	2.589.755	2.485.796	22.017.128
DELMORA VILANO	LT GREY & DK GREY	480 Psg	22.159.844	13.498.502	10.785.655	9.854.705	56.298.706
DELMORA ELSA	LT BLUE & DK BLUE	420 Psg	12.568.790	10.445.805	9.899.784	9.004.587	41.918.966
<b>TOTAL</b>		<b>7025</b>	<b>388.310.603</b>	<b>232.260.003</b>	<b>124.457.193</b>	<b>158.187.697</b>	<b>903.215.496</b>

Data Produksi dan Biaya Produksi April 2022

JENIS	WARNA	QTY	BIAYA BAHAN BAKU	BIAYA TENAGA KERJA	BIAYA OVERHEAD PABRIK	BIAYA PEMASARAN DAN ADMIN	JUMLAH
JET PRO	PUTIH	1.008 Psg	71.419.798	37.378.181	16.541.754	18.176.596	143.516.329
JET PRO	BIRU TUA / EMAS	1.200 Psg	84.816.451	43.708.908	18.208.195	23.995.948	170.729.502
JET PRO	MERAH / HITAM	804 Psg	60.514.616	29.465.695	11.528.970	12.897.163	114.406.444
QUEEN V2.0	ALL WHITE	288 Psg	13.861.568	8.383.616	3.691.004	8.129.028	34.065.216
STARS W	BLACK / WHITE / CHALK PINK	660 Psg	35.495.080	18.806.760	10.880.960	10.487.771	75.670.571
STARS	NAVY / WHITE / TOFU	288 Psg	13.991.878	8.228.991	3.648.471	6.898.525	32.767.865
STARS	WHITE / NAVY / RED	288 Psg	13.382.982	8.489.517	3.677.623	7.256.231	32.806.353
STARS W	WHITE / PASTEL / LILAC / PINK ICING	660 Psg	36.495.080	18.788.990	10.253.632	10.153.497	75.691.199
<b>TOTAL</b>		<b>5196 Psg</b>	<b>329.977.453</b>	<b>173.250.658</b>	<b>78.430.609</b>	<b>97.994.759</b>	<b>679.653.479</b>

# DATA PENJUALAN SEPATU

MARET								
NAMA COSTUMER	MODEL	WARNA	TOTAL PSG	HARGA /PSG	TOTAL	DPP	PPN	TOTAL (DPP + PPN)
PT.GF INDONESIA	JET PRO	PUTIH	804Psg	168.000	135.072.000,00	135.072.000	13.507.200	Rp148.579.200,00
PT.GF INDONESIA	JET PRO	BIRU TUA/EMAS	240Psg	168.000	40.320.000,00	40.320.000	4.032.000	Rp44.352.000,00
PT.GF INDONESIA	JET PRO	MERAH/HITAM	240Psg	168.000	40.320.000,00	40.320.000	4.032.000	Rp44.352.000,00
PT. POLYFILATEX	QUEEN V2.0	ALL WHITE	912Psg	136.000	124.032.000,00	124.032.000	12.403.200	Rp136.435.200,00
PT. POLYFILATEX	STARS W	BLACK/WHITE/CHALK PINK	540Psg	132.000	71.280.000,00	71.280.000	7.128.000	Rp78.408.000,00
PT. POLYFILATEX	STARS	NAVY/WHITE/TOFU	912Psg	131.000	119.472.000,00	119.472.000	11.947.200	Rp131.419.200,00
PT. POLYFILATEX	STARS	WHITE/NAVY/RED	912Psg	131.000	119.472.000,00	119.472.000	11.947.200	Rp131.419.200,00
PT. POLYFILATEX	STARS W	WHITE/PASTEL LILAC/PINK ICING	540Psg	132.000	71.280.000,00	71.280.000	7.128.000	Rp78.408.000,00

APRIL								
NAMA COSTUMER	MODEL	WARNA	TOTAL PSG	HARGA /PSG	TOTAL	DPP	PPN	TOTAL (DPP + PPN)
PT.GF INDONESIA	JET PRO	PUTIH	1.008Psg	168.000	169.344.000,00	169.344.000	18.627.840	Rp187.971.840,00
PT.GF INDONESIA	JET PRO	BIRU TUA/EMAS	1.200Psg	168.000	201.600.000,00	201.600.000	22.176.000	Rp223.776.000,00
PT.GF INDONESIA	JET PRO	MERAH/HITAM	804Psg	168.000	135.072.000,00	135.072.000	14.857.920	Rp149.929.920,00
PT. POLYFILATEX	QUEEN V2.0	ALL WHITE	288Psg	136.000	39.168.000,00	39.168.000	4.308.480	Rp43.476.480,00
PT. POLYFILATEX	STARS W	BLACK/WHITE/CHALK PINK	660Psg	132.000	87.120.000,00	87.120.000	9.583.200	Rp96.703.200,00
PT. POLYFILATEX	STARS	NAVY/WHITE/TOFU	288Psg	131.000	37.728.000,00	37.728.000	4.150.080	Rp41.878.080,00
PT. POLYFILATEX	STARS	WHITE/NAVY/RED	288Psg	131.000	37.728.000,00	37.728.000	4.150.080	Rp41.878.080,00
PT. POLYFILATEX	STARS W	WHITE/PASTEL LILAC/PINK ICING	660Psg	132.000	87.120.000,00	87.120.000	9.583.200	Rp96.703.200,00

# METODE COST BASED PRICE

*Cost Based Price Method* adalah metode penetapan harga jual produk dengan cara menambahkan biaya total produksi, beban pemasaran, beban administrasi dan umum serta besar laba yang diinginkan (*desired profit*). Sesuai dengan tujuan strategis penentuan harga jual yaitu untuk meningkatkan profit pada jenis produk JET Pro. Maka dalam analisis ini peneliti menggunakan konsep biaya total (*total cost*). Metode penentuan harga jual yang berbasis biaya bertujuan untuk menjamin bahwa seluruh biaya dan laba yang diharapkan dapat tertutup oleh harga jual. Dalam konteks kenaikan PPN, perusahaan memasukkan PPN sebagai komponen tambahan dalam perhitungan harga jual.

Berikut adalah tabel laba rugi keseluruhan milik PT. Cipta Karya Buana Bulan Maret 2022 dan April 2022

Keterangan	s/d Maret 2022	April 2022
Penjualan	21.906.994.440	4.825.248.260
Beban Pokok Penjualan	21.310.202.721	3.686.112.882
Laba kotor	596.791.718	1.139.135.377
Beban Usaha	1.889.677.946	1.107.949.770
Laba Usaha	(1.292.886.227)	31.185.606
Pendapatan Lain lain	(253.832.232)	(10.011.441)
Laba sebelum Pajak	(1.546.718.459)	21.174.165

Berikut contoh cara perhitungan dalam menetapkan harga Jual produk Jet Pro :

Nilai Penjualan atas seluruh produk PT. Cipta Karya Buana.Rp. 4.825.248.260( 100%)

Nilai Penjualan produk Jet Pro:

Jet Pro Putih	= Rp.187. 971.840
Jet Pro Biru Tua / Emas	= Rp.223.776.000
Jet Pro Merah / Hitam	= <u>Rp.149.929.920 (+)</u>
Total Penjualan Produk Jet Pro	<u>Rp. 561.677.760 (-)</u> (11,64%)
Selisih	Rp. 4.263.579.500 (88.36%)

Jadi presentase nilai penjualan produk Jet Pro terhadap total penjualan seluruh produk hasil produksi PT. Cipta Karya Buana sebesar 11, 64%. Sehingga nilai Beban Usaha yang bisa diakui sebesar: Rp. 1.107.949.770 x 11,64 % adalah Rp. 128.965.353,21.

Beban Usaha	<u>Rp. 128.965.353+</u>
Laba bersih sebelum Pajak	Rp. 3.999.182

Dengan demikian perhitungan laba rugi tampak disajikan sebagai berikut :

Penjualan	:		Rp. 561.677.760
Beban Pokok Penjualan :			
Jet Pro Putih	:	1.008 Pasang @ Rp.142.437 = Rp. 143.576.437	
Jet Pro Biru Tua	:	1.200 Pasang @ Rp.142.275 = Rp. 170.730.000	
Jet Pro Merah/Emas	:	804 Pasang @ Rp.142.297 = Rp. 114.406.788	
Total Beban Pokok Penjualan	:		<u>Rp. 428.713.225 +</u>
		Laba Kotor	Rp. 132.964.535

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Cipta Karya Buana telah tepat menerapkan pendekatan ini dan memberikan kepastian terhadap pengendalian biaya, namun kurang mempertimbangkan kondisi pasar dan persepsi konsumen secara langsung.

# Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan di PT. Cipta Karya Buana penulis dapat menyimpulkan bahwa PT. Cipta Karya Buana dalam menetapkan harga jual yaitu strategi Cost Based Price yang memang memiliki kelebihan yaitu kesederhanaan dalam menetapkan harga, yang dimana perhitungan yang diambil ialah harga minimum yang akan menutupi semua biaya dan memastikan keuntungan atau laba yang diinginkan. Selain itu strategi Cost Based Price yang di terapkan PT. Cipta Karya Buana memiliki kelemahan dimana mengabaikan kondisi pasar dan persepsi konsumen di pasaran sehingga akan dapat menyebabkan situasi dimana harga terlalu rendah yang akan mengakibatkan kerugian atau penurunan profitabilitas jika terus dilakukan. Dari strategi cost based pricing yang di terapkan PT. Cipta Karya Buana memang sudah tepat walaupun belum optimal dalam pengambilan labanya disaat adanya kebijakan kenaikan PPN saat ini, namun hal ini pula tidak menghasilkan efek buruk yang terlalu signifikan bagi PT. Cipta Karya Buana sejauh ini

# Referensi

- I. Indah and D. Dumadi, “PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN HARGA JUAL TERHADAP OMZET PENJUALAN (Studi Kasus PT. Sandana Istana Multigas),” *J. Ilm. EDUNOMIKA*, vol. 6, no. 2, 2022, doi: 10.29040/jie.v6i2.5265.
- S. Hermawan and Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. 2016.
- A. F. Nasution, *METODE PENELITIAN KUALITATIF*, Edisi Pert. Bandung: CV. Harfa Creative, 2023.
- Memenuhi, U., Persyaratan, S., Gelar, M., Ahli, P., & Pemasaran, M. (n.d.). *STRATEGI PENETAPAN HARGA PADA PT MADUBARU BANTUL TUGAS AKHIR Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Asrori, I., Oevang Oeray No, J. Y., & Barat, K. (n.d.). *STRATEGI PENENTUAN HARGA PADA RUMAH MAKAN*.
- Halimah, M. A., & Yanti, R. D. (2020). PENGARUH STRATEGI PENETAPAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK KILAT KHUSUS MITRA KORPORAT KANTOR POS PURWOKERTO. *Jurnal Ecoment Global*, 5(1), 70–79.  
<https://doi.org/10.35908/jeg.v5i1.916>
- Secapramana, V. H. (2000). 3 0 3 0 3 0 3 0 3 0 MODEL DALAM STRATEGI PENETAPAN HARGA. In *Unitas* (Vol. 9, Issue 1).
- Diyah Ikawati, A. (n.d.). *PENETAPAN HARGA JUAL DENGAN METODE COST PLUS PRICING PADA WARUNG SEDERHANA 2 JETIS KULON SURABAYA*.

