

Analisis Penetapan Harga Jual Produk dan Volume Penjualan: Studi Kasus pada Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo

Nur'azizah Bungalo, Sahmin Noholo, Mulyani Mahmud

Universitas Negeri Gorontalo

bungaloazizah@gmail.com, sahmin.noholo@ung.ac.id, mulyani@ung.ac.id

ABSTRACT

This research aims to determine the selling price of products at the Raja Ayam Restaurant in Gorontalo City and to determine the sales volume of products at the Raja Ayam Restaurant in Gorontalo City. The research method uses a survey method. The primary data source in this research is the owner of Raja Ayam Restaurant, Gorontalo City. The data obtained will be presented in tabular form and analyzed descriptively. The results of the research show that the product selling price at the Raja Ayam Restaurant in Gorontalo City is determined by calculating all costs which consist of fixed costs and variable costs. Raja Ayam Restaurant in Gorontalo City uses a selling price method that involves a mark-up of 30% of the total production costs. Thus, the selling price of the product is calculated by adding 30% of the total production costs. This strategy provides clarity in determining prices and includes the desired profit elements. In the main menu of Rumah Makan Raja Ayam, the price of each package or size of chicken is determined by applying a certain mark-up above the purchase price. By using the Mark-Up Pricing Method, these prices cover the profits desired by business actors and provide an overview of the pricing strategy used in the Raja Ayam business in Gorontalo City. The average sales volume of Rumah Makan Raja Ayam reaches around 1,229 packages of chicken every month, with sales of around 40 packages per day. The net income earned every month reaches Rp. Rp. 29,388,093.18, and daily net income is Rp. 979,603.11. Stable sales volume and good income reflect the positive performance and operational success of Rumah Makan Raja Ayam in Gorontalo City.

Keywords: *Selling Price Determination, Sales Volume*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penetapan harga jual produk pada Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo dan untuk mengetahui volume penjualan produk pada Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo. Metode penelitian menggunakan metode *survey*. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah *Owner* Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo. Data yang diperoleh akan disajikan dalam bentuk tabel dan dianalisis secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penetapan Harga Jual Produk pada Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo dengan menghitung biaya seluruh yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo menggunakan metode penetapan harga jual yang melibatkan mark-up sebesar 30% dari biaya total produksi. Dengan demikian, harga jual produk dihitung dengan menambahkan 30% dari biaya total produksi. Strategi ini memberikan kejelasan dalam menentukan harga dan memasukkan elemen keuntungan yang diinginkan, harga setiap paket atau ukuran ayam ditentukan dengan menerapkan mark-up tertentu di atas harga beli. Dengan menggunakan *Mark-Up Pricing Method*, harga-harga ini mencakup keuntungan yang diinginkan oleh pelaku usaha. Volume penjualan rata-rata Rumah Makan Raja Ayam mencapai sekitar 1,229 paket ayam setiap

bulannya, dengan penjualan sekitar 40 paket per harinya. Pendapatan bersih yang diperoleh setiap bulan mencapai Rp. Rp. 29,388,093.18, dan pendapatan bersih harian adalah Rp. 979,603.11. Volume penjualan yang stabil dan pendapatan yang baik mencerminkan performa positif dan keberhasilan operasional Rumah Makan Raja Ayam di Kota Gorontalo.

Kata Kunci: Penetapan Harga Jual, Volume Penjualan

PENDAHULUAN

Aktivitas bisnis bertujuan untuk mencari laba serta mengumpulkan dana untuk keperluan bisnis itu sendiri. Dalam mendapatkan laba tersebut para pelaku bisnis akan melakukan berbagai strategi untuk mengembangkan usahanya. Salah satu strategi yang dilakukan dalam berbisnis yaitu strategi penetapan harga, dimana harga itu memiliki peran penting dalam pemasaran suatu produk. Para pengambil keputusan dalam berbisnis sering menghadapi persaingan harga dengan pebisnis lain.

Globalisasi bisnis, meningkatnya persaingan, dan teknologi baru telah memaksa banyak perusahaan untuk mengevaluasi kembali bisnis mereka. Revaluasi ini mengarah pada kemampuan perusahaan untuk bersaing di tengah ketatnya persaingan global yang menelurkan konsep “keunggulan bersaing” (I). Tidaklah mudah untuk melahirkan sebuah produk yang manfaatnya lebih dari produk pesaing lain dengan kualitas yang sangat baik dengan biaya lebih murah. Disini, akuntansi biaya menyediakan informasi yang dibutuhkan manajemen untuk mengontrol dan merencanakan masa depan. Manajemen menggunakan informasi ini untuk memutuskan bagaimana menyalurkan sumber daya ke yang paling efisien. Guna menyediakan informasi yang diperlukan manajemen, akuntan mulai mendesain kembali (Hidayat,2022)

Dalam dunia bisnis persaingan merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Persaingan yang semakin ketat akibat perkembangan yang pesat dalam bidang teknologi serta adanya pergeseran demografi dan kondisi ekonomi yang tidak menentu memicu terjadinya perubahan di lingkungan bisnis ke arah ketidakpastian dan kompleks. Adanya daya saing merupakan sebuah dasar keunggulan di tentukan oleh kemampuan untuk berkembang dan memahami perubahan pada pelaku organisasi yang melibatkan kombinasi pemikiran, proses serta pemanfaatan secara efektif teknologi dan manusia guna menghasilkan sesuatu yang berbeda atau bahkan lebih baik dibandingkan dengan pihak lain (pesaing). Oleh karena itu dalam menghadapi persaingan sangat di perlukan kemampuan dalam mengatur strategi untuk mengidentifikasi lingkungan (internal dan eksternal), perumusan, implementasi, serta pemantauan dari situasi-situasi yang harus ditangani secara kreatif dan inovatif (Hardina & Istikhoroh, 2022).

Raja Ayam merupakan salah satu tempat makan yang ada di Kota Gorontalo yang menyediakan ayam bakar/goreng dengan berbagai pilihan sambal. Raja ayam beralamat di Jln. Raja Eyato, *Owner* dari raja ayam yaitu bapak Oman Said. Raja ayam telah didirikan dari tahun 2012 sampai dengan sekarang, dan memiliki 3 karyawan satu diantaranya adalah kasir dan dua karyawan adalah pelayan. Paket menu pada

raja ayam ada dua yaitu paket raja ayam besar dan paket raja ayam medium dan tentunya memiliki harga yang berbeda, untuk paket raja ayam besar Rp. 45.000 dan untuk paket raja ayam medium Rp. 40.000 selain itu konsumen juga di tawarkan pembelian ayam to, untuk ayam *size* besar Rp. 35.000 dan untuk ayam *size* medium Rp. 30.000. untuk menu paket lengkap sudah termasuk nasi, ayam bakar/goreng, air gelas, buah dan pilihan sambal. Untuk pilihan sambalnya ada 6 yaitu rica bawang, iloni, bakar balanga, kecap pedas, kecap tidak pedas dan garo rica. Para konsumen atau pembeli juga dapat memesan secara *online* melalui akun Instagram @rajaayam. Mereka buka dari hari Senin-Sabtu pada jam 11 siang sampai 22.00 malam. Selain itu raja ayam hanya menyediakan ayam kampung.

Harga yang ditetapkan akan memengaruhi sejumlah aspek, termasuk daya tarik produk, profitabilitas, dan volume penjualan. Dalam kondisi persaingan yang ketat, rumah makan Raja Ayam perlu menjalankan strategi penetapan harga yang cerdas untuk tetap bersaing dan menghasilkan keuntungan yang maksimal. Pada saat yang sama, volume penjualan adalah indikator utama kinerja bisnis rumah makan. Volume penjualan yang tinggi dapat menghasilkan pendapatan yang besar, sementara volume penjualan yang rendah dapat mengancam kelangsungan usaha. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang hubungan antara harga jual dan volume penjualan sangat penting bagi pemilik dan pengelola.

Meskipun penting, studi yang menggali secara khusus dengan fokus pada Raja Ayam di Kota Gorontalo masih terbatas. maka penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis mendalam terkait penetapan harga jual dan volume penjualan pada Raja Ayam Kota Gorontalo sebagai studi kasus, dengan harapan memberikan wawasan yang lebih baik tentang strategi penetapan harga yang efektif dalam meningkatkan volume penjualan dan profitabilitas. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang penetapan harga dan volume penjualan, pemilik dan pengelola rumah makan, serta pelaku industri sejenis lainnya, dapat mengambil keputusan yang lebih cerdas dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif.

TINJAUAN LITERATUR

Harga

Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga adalah unsur program pemasaran yang paling mudah disesuaikan, ciri-ciri produk, saluran bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan perusahaan tersebut kepada pasar tentang produk atau mereknya. Sebagai produk yang dirancang dan dipasarkan dengan baik, dapat menentukan premium harga dan mendapatkan laba besar. (Muslimin, Zainab & Jafar, 2020)

Harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. (Susanti & Gunawan, 2019)

Harga secara umum merupakan suatu strategi bagi *marketing* manajer dalam rangka meningkatkan penjualan. Kebijakan strategi dalam menetapkan harga merupakan langkah yang sangat penting, Karena kebijakan harga sangat

menentukan kenaikan dan penurunan daya beli konsumen. (Zulkarnaen & Amin, 2018)

Biaya Produksi

Biaya produksi yaitu suatu nilai, jumlah atau nominal yang di gunakan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa dalam proses dan untuk ke depannya bagi suatu organisasi ataupun masyarakat. Prayoga, Wulandari, Kharisma & Ernitawati, 2019)

Biaya produksi adalah biaya - biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual (Casmadi, & Azis, 2019).

Biaya produksi adalah biaya yang melekat pada produk, meliputi semua biaya, baik secara langsung maupun tidak langsung dapat diidentifikasi dengan kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi (Harnanto, 2017).

Biaya Penjualan

Biaya penjualan (pemasaran) adalah biaya yang diperlukan untuk memasarkan, melayani dan mendistribusikan barang dan jasa atau sering disebut biaya mendapatkan pesanan (*order getting cost*) dan biaya memenuhi pesanan (*order filling cost*). (Ferliyanti, 2019)

Biaya penjualan merupakan biaya yang berhubungan dengan kegiatan penjualan antara lain biaya promosi dan biaya distribusi. (Satar, 2020)

Biaya penjualan adalah seluruh biaya yang diperlukan untuk memperoleh pesanan pelanggan dan menyampaikan produk ke tangan pelanggan (pembeli). (Candra, 2017)

Penetapan Harga Jual

Penentuan harga jual merupakan salah satu keputusan manajemen. Hidup matinya perusahaan dalam jangka panjang bergantung pada keputusan *pricing* ini (Sodikin, 2015: 158). Adapun Sudaryono (2016:216) menyatakan harga adalah suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu. Harga di kenakan sesuai dengan harga produk sejenis yang terdapat pada pasar sehingga masyarakat dapat menerimanya serta akhirnya akan memberi dukungan untuk upaya meningkatkan pendapatan laba bersih usaha. Dalam kehidupan, terjadinya harga jual di tentukan oleh penjual atau pemilik usaha dan pembeli. Semakin tinggi daya beli konsumen, maka semakin besar kemungkinan bagi pemilik usaha untuk menetapkan tingkat harga yang lebih tinggi. Dengan demikian, pemilik usaha memiliki harapan untuk mendapatkan keuntungan maksimum sesuai dengan kondisi yang ada, melalui penetapan harga.

Metode Penetapan Harga

Sujarweni (2019:75-77), menyatakan Ada 3 metode yang dapat digunakan untuk penentuan harga jual yaitu metode penentuan harga jual berdasarkan biaya, metode penentuan harga jual berdasarkan harga pesaing/kompetitor dan metode penentuan harga jual berdasarkan permintaan.

Volume Penjualan

Volume penjualan dapat digunakan untuk mengevaluasi kesuksesan perusahaan khususnya para pimpinan pasar, memasarkan atau penjualan produknya, dimana peningkatan volume juga dapat diartikan bahwa permintaan terhadap produk tersebut semakin meningkat.

Menurut Schiffan (2019:48) "Volume penjualan yang Jumlah unit yang terjual oleh perusahaan selama periode waktu tertentu (unit, total, rupiah). Pengertian volume penjualan menurut John Downes dan Jordan Elliot Goodman yang diterjemahkan oleh Budidharmo (2018:646), yaitu : "Volume penjualan adalah total penjualan yang didapat dari komoditas yang diperdagangkan dalam suatu masa tertentu". Selain itu menurut Alamiyah dan Padji (2019:126), bahwa : "Volume penjualan yang berhasil dicapai atau ingin dicapai oleh suatu perusahaan pada periode tertentu". Rumus volume penjualan sebagai berikut

Volume penjualan= Kuantitas atau Total penjualan.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang dijadikan sebagai obyek penelitian adalah Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo. Penelitian ini akan dilaksanakan selama ± 2 bulan dari bulan Oktober 2023 sampai dengan bulan November 2023.

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *survey*. Data yang dikumpulkan adalah data primer data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik berdasarkan instrumen, sedangkan data sekunder diperoleh dari catatan biaya dan penjualan Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo.

Data dan Sumber Data

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah *Owner* Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo. Peneliti menggunakan sumber data tersebut untuk mendapatkan informasi langsung mengenai penetapan harga jual dan volume penjualan.

Jenis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data kualitatif, yaitu data yang diperoleh dari hasil perusahaan baik dalam bentuk informasi secara lisan maupun secara tertulis.
- b. Data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dari perusahaan yang diteliti dalam bentuk angka-angka dan dapat digunakan untuk pembahasan lebih lanjut.

Sumber Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh dengan jalan mengadakan pengamatan serta wawancara secara langsung dengan *Owner* Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo dan sejumlah personil karyawan sehubungan dengan data yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini.

- b. Data sekunder, adalah data yang diperoleh dengan jalan mengumpulkan dokumen-dokumen serta sumber lainnya berupa informasi lainnya terutama mengenai catatan biaya dan penjualan Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo.

Definisi Operasional Variabel

Untuk mengetahui data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka terlebih dahulu peneliti perlu mengoperasikan variabel-variabel seperti yang telah diinventarisasi dari latar belakang dan rumusan masalah dengan maksud untuk pengukuran variabel yang meliputi:

Biaya yang akan dikeluarkan (Rp).

- a. Biaya sarana produksi
- b. Biaya tenaga kerja .
- c. Produksi (kg)
- d. Pajak (Rp)
- e. Bunga modal (Rp)

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian semua laporan penjualan dari Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo selama periode 3 tahun terakhir yaitu tahun 2021-2023. Sampel dalam hal ini informan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposif (*purposive*). Teknik *purposive* merupakan teknik pengambilan informan dengan tujuan tertentu sesuai dengan tema dan objek penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah *owner* Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo dan karyawan yang bekerja pada Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo itu sendiri. Ciri-ciri informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Owner* atau pemilik toko roti Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo yang beralamat di Jln. Raja Eyato, Kota Gorontalo
2. Karyawan tetap yang bekerja pada toko roti Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo

Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data adalah metode atau proses yang digunakan untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini tentang analisis penetapan harga jual dan volume penjualan pada Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo, ada beberapa teknik pengumpulan data yang dapat yaitu:

- Observasi

Melakukan observasi langsung dengan mengamati aktivitas di Rumah Makan Raja Ayam secara langsung, termasuk bagaimana produk ditempatkan, dan bagaimana harga diterapkan.

- Wawancara

Wawancara dengan Pemilik Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo dengan melakukan wawancara dengan pemilik atau pengelola Toko Roti Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo untuk mendapatkan wawasan langsung tentang strategi penetapan harga, tantangan, dan kebijakan penjualan.

- Analisis Dokumen

Dengan menganalisis laporan penjualan Toko Roti Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo selama periode tiga tahun terakhir untuk memahami tren penjualan, variasi harga, serta data lain yang relevan.

Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh akan disajikan dalam bentuk tabel dan dianalisis secara deskriptif.

a. Analisis Penetapan Harga

1) *Cost-Plus Pricing Method*

Menurut Swasta (2012) penjual atau produsen menetapkan harga jual untuk satu unit barang yang besarnya sama dengan jumlah biaya per unit ditambah dengan suatu jumlah untuk menutup laba yang diinginkan (disebut margin) pada unit tersebut. Adapun formula dari metode *cost-plus pricing method* adalah sebagai berikut:

$$\text{HARGA JUAL} = \text{BIAYA TOTAL} + \text{MARJIN}$$

2) *Mark-Up Pricing Method*

Menurut Swasta (2012) menentukan harga jualnya setelah menambah harga beli dengan sejumlah mark-up (lihat formula berikut ini)

$$\text{HARGA JUAL} = \text{HARGA BELI} + \text{MARK-UP}$$

b. Analisis Volume Penjualan

Menurut Schiffan (2019:48) "Volume penjualan yang Jumlah unit yang terjual oleh perusahaan selama periode waktu tertentu (unit, total, rupiah).

$$\text{Volume Penjualan (V)} = \text{Jumlah Produk Terjual (JPT)} \times \text{Harga Jual (HJ)}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian

Identifikasi Penetapan harga jual produk pada Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo

Harga merupakan salah satu unsur pemasaran yang sangat penting bagi perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari sebuah ketepatan dalam penetapan harga atas sebuah barang atau jasa yang dapat menghasilkan keuntungan. Penetapan harga yang baik tidak hanya menghasilkan keuntungan bagi penjual tetapi juga memberikan keuntungan bagi pembeli. Begitu juga sebaliknya, jika penetapan harga yang kurang tepat dapat berakibat buruk pada penjual. Penetapan harga yang terlalu tinggi bisa

berpengaruh terhadap naik turunnya penjualan. Penetapan harga yang rendah juga bisa berdampak terhadap pandangan konsumen mengenai produk yang dijual.

1. *Stock* bahan baku

Stock bahan baku merupakan kegiatan awal yang dilakukan oleh perusahaan Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo sebelum melakukan kegiatan produksi dan melakukan penjualan. Dalam kegiatan ini Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo harus mengerti bahan apa saja yang harus dibeli terutama bahan yang dibutuhkan dalam pembuatan paket makanan yang berupa Ayam kampung. Dalam pembelian dan pembelanjaan, usaha Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo memperhatikan bahan baku yang akan dibeli berdasarkan kualitasnya. Adapun *stock* bahan baku setiap bulannya disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Biaya Bahan Baku Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo

Nama Stock bahan baku	Jumlah	Harga	Total
Ayam Kampung	14 ekor	Rp. 65.500	Rp. 910.000
Minyak kelapa	200 kg	Rp. 15.000	Rp. 3.000.000
Bawang	16 kg	Rp. 21.000	Rp. 336.000
Sayur	60 ikat	Rp. 2.000	Rp. 120.000
Rempah Kering	10 nampan	Rp. 10.000	Rp. 100.000
Rempah Daun	17 ikat	Rp. 2.000	Rp. 34.000
Beras	6 karung (@500kg)	Rp. 750.000	Rp. 4.500.000
Total			Rp. 9.000.000

Sumber: Wawancara denga Pemilik Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo
(2023)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa rata-rata biaya untuk *stock* bahan baku setiap bulannya Rp. 9.000.000. Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo menggunakan produk dengan kualitas yang sangat baik yang digunakan sebagai bahan makanan ayam kampung yang enak

2. Persediaan

Tahap selanjutnya setelah pembelian/pembelanjaan yang dilakukan oleh usaha Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo adalah mengumpulkan barang atau bahan yang sudah dibeli dan selanjutnya untuk dilakukan kegiatan produksi. Dalam kegiatan ini banyak hal yang dilakukan oleh usaha Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo karena sesudah barang atau bahan dibeli dan sebelum barang diproduksi banyak hal yang harus dilakukan dan diperhitungkan dalam pengecekan persediaan barang/bahan di dapur.

3. Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh pelaku usaha Raja Ayam Gorontalo dalam satu bulan perhitungan. Biaya produksi terbagi atas dua yaitu biaya tetap (*fixed cost*) dan variabel (*variabel cost*).

Tabel 2. Biaya Tetap Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo, 2023.

No	Jenis Biaya Tetap	Jumlah Biaya	Nilai Rata-Rata Biaya/Hari (Rp)
1.	Pajak	2,500,000	83,333
2.	Biaya tenaga kerja/6 orang	7,800,000	260,000
3.	Listrik	1,200,000	40,000
Total Biaya		11,500,000	383,333

Sumber : Data Olahan 2023

Tabel 2 menunjukkan total dari biaya pelaku usaha Raja Ayam Kota Gorontalo dalam satu bulan perhitungan berjumlah Rp. 11,500,000 Adapun dalam perhitungan setiap harinya mengeluarkan biaya tetap sebesar Rp. 383,333. Berdasarkan tabel tersebut, nilai biaya paling besar dalam biaya tetap adalah biaya tenaga kerja yang terdiri pramusaji 2 karyawan *kitchen*/chef 3 karyawan dan kasir 1 karyawan sebesar Rp. 7,800,000 setiap bulannya. Adapun pajak sebesar Rp. 2,500,000. Pajak usaha rumah makan raja ayam kota Gorontalo yang dibayarkan setiap bulannya kepada pemerintah daerah Kota Gorontalo yaitu sebesar Rp. 2.500.000 hal ini merupakan akumulasi total dari pajak 10% restoran yang diterapkan.

Biaya listrik sebesar Rp. 1.200.000 dengan daya 2.200 VA, nilai tersebut merupakan nilai rata-rata yang dikeluarkan setiap bulannya berdasarkan informasi dari pemilik rumah makan raja ayam Gorontalo. Walaupun angkanya berubah setiap bulannya namun masuk pada biaya tetap karena tidak mengalami perubahan yang signifikan dari segi pembayaran walaupun rumah makan dalam keadaan sunyi pengunjung.

Tabel 3. Biaya Variabel Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo, 2023.

No	Jenis Biaya Variabel	Nilai Biaya / Bulan (Rp)	Nilai Biaya / Hari (Rp)
1.	Biaya Bahan Baku	9,000,000	300,000
2.	Biaya Air	340,000	11,333
3.	Biaya Gas	850,000	28,333
4.	Biaya Tisyu	250,000	8.333
5.	Biaya air mineral/air minum kemasan	450,000	15,000
6.	Biaya Pengemasan	300,000	10,000
7.	Biaya perbaikan peralatan	350,000	11,667
Total Biaya		11,540,000	376,341

Sumber : Data Olahan 2023

Dari tabel 3 menunjukkan total biaya keseluruhan untuk variabel dalam satu masa bulan adalah sebesar Rp. 11,540,000. Bahan baku merupakan hal yang penting bagi pelaku usaha raja ayam Gorontalo, setiap minggunya pemasok langganan mengirimkan Ayam kampung dengan kualitas terbaik sebanyak 14 ekor kepada pemilik usaha, disisi lain biaya lainnya setiap harinya harus membelanjakan *stock* dapur sehingga total biaya bahan baku mengeluarkan biaya Rp. 9,000,000.

Biaya bahan baku Rp. 9.000.000 merupakan biaya yang rata-rata yang dikeluarkan setiap bulannya oleh rumah makan raja ayam, walaupun angka tersebut sering berubah dengan persediaan *stock* yang ada. Namun rata-rata setiap bulannya mengeluarkan biaya tersebut, biaya ini diperoleh dari informasi wawancara dengan pemilik usaha rumah makan raja ayam. Menurut Kasmir (2016:88) contoh biaya variabel yang pertama adalah biaya bahan baku produksi, mulai dari intrinsik barang sampai pengemasan

Tabel 4. Biaya Total usaha raja ayam Kota Gorontalo, 2023.

No	Jenis Biaya	Nilai Biaya (Rp)
1	Biaya Tetap	11,500,000
2	Biaya Variabel	11,540,000
Total Biaya		23,040,000

Sumber : Data Olahan 2023

Dari tabel 3 di atas menunjukkan biaya tetap yang dikeluarkan oleh pelaku usaha raja ayam Kota Gorontalo adalah Rp. 11,500,000 yang terdiri dari biaya pajak, listrik, dan tenaga kerja dan biaya variabel pelaku usaha raja ayam Kota Gorontalo mengeluarkan biaya sebesar Rp. 11,540,000 yang terdiri biaya bahan baku sampai dengan pengemasan. Jadi diperoleh biaya total yang dikeluarkan oleh pelaku usaha raja ayam Kota Gorontalo Rp. 23,040,000 setiap bulan.

Analisis Penetapan Harga Jual Pada Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo

Tabel 5. Laba Kotor usaha raja ayam Kota Gorontalo, 2023

No	Bulan	Paket Terjual	Penerimaan
1	Januari	1,112	46,148,000
2	Februari	1,232	54,373,088
3	Maret	1,152	48,627,072
4	April	1,282	54,242,702
5	Mei	1,182	52,475,024
6	Juni	1,482	62,853,102
7	Juli	1,321	56,184,772
8	Agustus	1,191	50,404,311
9	September	1,161	49,263,552

10	Oktober	1,222	51,986,324
11	November	1,182	50,151,078
Jumlah		13,519	576,709,025
Rata - Rata		1,229.00	52,428,093.18
Perhari (/30 Hari)		40.97	1,747,603.11

Dalam menentukan harga jual usaha raja ayam Kota Gorontalo yang dihitung (Lampiran 4) dengan penentuan sebagai berikut:

1. Cost-Plus Pricing Method

Cost-plus pricing method adalah metode penetapan harga jual produk dengan cara menambahkan biaya total produksi dengan nilai marginnya. Adapun perhitungan di bawah ini diambil nilai rata-rata selama 11 bulan berdasarkan laporan pendapatan dari Bulan Januari sampai dengan November tahun 2023 sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{HARGA JUAL} &= \text{BIAYA TOTAL} + \text{MARGIN} \\ &= 23,040,000 + (30\% \cdot \text{Biaya total}) \\ &= 23,040,000 + 6,912,000.00 \\ &= \text{Rp. } 26,935.25\end{aligned}$$

Untuk menentukan harga jual secara umum dari seluruh menu utama yang ada. Dengan demikian, masing-masing menu akan dijual seharga Rp. 26,935.25 (diperoleh dari harga rata-rata keseluruhan), maka ada kemungkinan laba akan naik bila mengikuti harga tersebut. Margin 30% merupakan persentase keuntungan yang diinginkan rumah makan raja ayam.

2. Mark-Up Pricing Method

Mark-up ini merupakan kelebihan harga jual di atas harga belinya. Keuntungan bisa diperoleh dari sebagian *mark-up* tersebut. Selain itu, pelaku usaha tersebut juga harus mengeluarkan sejumlah biaya yang juga diambilkan dari sebagian *mark-up*.

$$\begin{aligned}\text{HARGA JUAL} &= \text{HARGA BELI} + \text{MARK-UP} \\ &= 20,000 + 25,000 \\ &= 45,000.00\end{aligned}$$

Harga ini diperoleh dari harga beli dengan *mark-up* yang diinginkan oleh pelaku usaha raja ayam Kota Gorontalo dengan jumlah *Mark-up* Rp. 25,000. Pelaku usaha raja ayam Kota Gorontalo menggunakan *mark-up pricing method* dalam penentuan harga jual. Hal ini terlihat dalam menu utama Rumah makan Raja Ayam Gorontalo sebagai berikut:

1. Paket Raja Ayam Besar : Rp. 45.000
2. Paket Raja Ayam Medium : Rp. 40.000
3. Ayam *size* Besar : Rp. 35.000
4. Ayam *Size* Medium : Rp. 30.000

Volume Penjualan produk pada Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo

Volume penjualan sangat penting bagi keberlangsungan usaha rumah makan raja Ayam Kota Gorontalo. Sepanjang tahun 2023 terjadi perubahan harga dari harga jual Rp. 30,000 menjadi Rp. 45,000 yang merupakan menu utama yaitu paket Ayam besar di rumah makan raja Ayam Kota Gorontalo. Adapun setiap harinya rata-rata terjual 40 paket Ayam. Untuk lebih jelasnya pada tabel berikut ini volume penjualan sepanjang tahun 2023.

Tabel 6. Penjualan usaha raja ayam Kota Gorontalo, 2023

No	Bulan	Paket Terjual	Penerimaan (Rp)	Pendapatan Bersih (Rp)
1	Januari	1,112	46,148,000	23,108,000
2	Februari	1,232	54,373,088	31,333,088
3	Maret	1,152	48,627,072	25,587,072
4	April	1,282	54,242,702	31,202,702
5	Mei	1,182	52,475,024	29,435,024
6	Juni	1,482	62,853,102	39,813,102
7	Juli	1,321	56,184,772	33,144,772
8	Agustus	1,191	50,404,311	27,364,311
9	September	1,161	49,263,552	26,223,552
10	Oktober	1,222	51,986,324	28,946,324
11	November	1,182	50,151,078	27,111,078
Jumlah		13,519	576,709,025	323,269,025
Rata - Rata		1,229.00	52,428,093.18	29,388,093.18
Perhari (/30 Hari)		40.97	1,747,603.11	979,603.11

Sumber: Data Sekunder di Olah.

Berdasarkan tabel di atas bahwa secara umum setiap bulannya volume penjualan berkisar rata-rata 1,229 paket ayam yang terjual 40 paket setiap harinya. Adapun pendapatan bersih Rp. 29,388,093.18 setiap bulannya dan setiap hari pelaku usaha raja Ayam Gorontalo mendapatkan pendapatan bersih Rp, 979,603.11.

Penetapan Harga Jual Produk dan Volume Penjualan Produk Pada Rumah Makan Raja Ayam Gorontalo

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penetapan Harga Jual Produk pada Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo dengan menghitung biaya seluruh yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo

menggunakan metode penetapan harga jual yang melibatkan *mark-up* sebesar 30% dari biaya total produksi. Dengan demikian, harga jual produk dihitung dengan menambahkan 30% dari biaya total produksi. Strategi ini memberikan kejelasan dalam menentukan harga dan memasukkan elemen keuntungan yang diinginkan. Dalam menu utama Rumah Makan Raja Ayam, harga setiap paket atau ukuran ayam ditentukan dengan menerapkan *mark-up* tertentu di atas harga beli. Dengan menggunakan *Mark-Up Pricing Method*, harga-harga ini mencakup keuntungan yang diinginkan oleh pelaku usaha dan memberikan gambaran tentang strategi penetapan harga yang digunakan dalam bisnis Raja Ayam di Kota Gorontalo. Volume penjualan rata-rata Rumah Makan Raja Ayam mencapai sekitar 1,229 paket ayam setiap bulannya, dengan penjualan sekitar 40 paket per harinya. Pendapatan bersih yang diperoleh setiap bulan mencapai Rp. Rp. 29,388,093.18, dan pendapatan bersih harian adalah Rp. 979,603.11. Volume penjualan yang stabil dan pendapatan yang baik mencerminkan performa positif dan keberhasilan operasional Rumah Makan Raja Ayam di Kota Gorontalo.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa Penetapan Harga Jual Produk pada Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo dengan menghitung biaya seluruh yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Rumah Makan Raja Ayam Kota Gorontalo menggunakan metode penetapan harga jual yang melibatkan *mark-up* sebesar 30% dari biaya total produksi. Dengan demikian, harga jual produk dihitung dengan menambahkan 30% dari biaya total produksi. Strategi ini memberikan kejelasan dalam menentukan harga dan memasukkan elemen keuntungan yang diinginkan. Dalam menu utama Rumah Makan Raja Ayam, harga setiap paket atau ukuran ayam ditentukan dengan menerapkan *mark-up* tertentu di atas harga beli. Dengan menggunakan *Mark-Up Pricing Method*, harga-harga ini mencakup keuntungan yang diinginkan oleh pelaku usaha dan memberikan gambaran tentang strategi penetapan harga yang digunakan dalam bisnis Raja Ayam di Kota Gorontalo.

Volume penjualan rata-rata Rumah Makan Raja Ayam mencapai sekitar 1,229 paket ayam setiap bulannya, dengan penjualan sekitar 40 paket per harinya. Pendapatan bersih yang diperoleh setiap bulan mencapai Rp. Rp. 29,388,093.18, dan pendapatan bersih harian adalah Rp. 979,603.11. Volume penjualan yang stabil dan pendapatan yang baik mencerminkan performa positif dan keberhasilan operasional Rumah Makan Raja Ayam di Kota Gorontalo.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Perlu dilakukan analisis lebih lanjut terhadap strategi penetapan harga yang digunakan. Evaluasi terhadap respons pelanggan, perbandingan dengan

pesaing, dan penyesuaian harga jika diperlukan dapat membantu memaksimalkan keuntungan.

2. Dalam menghadapi volume penjualan yang tinggi, penting untuk memastikan pengelolaan persediaan yang efisien dan produksi yang optimal. Memantau dan merencanakan persediaan dengan baik dapat membantu mencegah kekurangan atau kelebihan stok.
3. Melakukan evaluasi mendalam terhadap strategi pemasaran, terutama promosi melalui media sosial seperti Instagram. Menganalisis efektivitas kampanye promosi dan keberlanjutan dalam menarik pelanggan penting untuk mempertahankan daya tarik restoran.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Thamrin, Tantri Francis, (2014). Manajemen Pemasaran, Edisi Kesatu, Cetakan Ketiga, Jakarta.
- Adeinat, H., Pazhani, S., Mendoza, A., & Ventura, J. A. (2022). Coordination Of Pricing And Inventory Replenishment Decisions In A Supply Chain With Multiple Geographically Dispersed Retailers. *International Journal Of Production Economics*, 248, 108461.
- Afif, M. N., & Rismawati, R. (2019). Analisis Harga Pokoduksi Untuk Menentukan Harga Jual Produk Garment. *Jurnal Akunida*, 5(1).
- Agustyawati, Dwi. (2018). Penetapan Metode Harga Pokok Proses Dalam Penentuan Harga Jual Produksi Kasur. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen Volume 1 Nomor 2 – November 2018*, 35-43.
- Alfabet Beutari, Dian, Rini & Laelisneni. (2017). Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Perencanaan Laba Pada Home Industri Tempe Setia Budi Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi. Volume 06*;52-60).
- Amanah, Siti. (2017). Analisis Pengaruh Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja Langsung, Dan Biaya Overhead Pabrik Terhadap Penjualan Produk Di Cv. Surya Pustaka. *Simki-Economic, Universitas Nusantara Pgri, Kediri. Vol. 01 No. 02 Thn 2017*.
- Amin T. (2011). *Dasar-Dasar Akuntansi Biaya Dan Manajemen*. Jakarta: Harvarindo.
- Arikunto, S. (2016) *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bontor Sihite, L. (2012). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Pada Perusahaan Garam Beryodium (Studi Kasus Pada Ud. Empat Mutiara). *Diponegoro Journal Of Accounting*, 1(2).
- Candra, P. (2017). Pengaruh Asset Intensity Dan Employee Intensity Terhadap Sticky Cost Pada Biaya Penjualan, Administrasi Dan Umum Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei. *Fin-Acc (Finance Accounting)*, 2(2).

- Casmadi, Y., & Azis, I. (2019). Pengaruh Biaya Produksi & Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Pt. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk. *Jurnal Akuntansi*, 11(1), 41-51.
- Ferliyanti, H. (2019). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional, Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 4(1), 52-62.
- Gaur, J., Amini, M., & Rao, A. K. (2017). Closed-Loop Supply Chain Configuration For New And Reconditioned Products: An Integrated Optimization Model. *Omega*, 66, 212-223.
- Hardina, N. T., & Istikhoroh, S. (2022). Analisis Penetapan Harga Jual Untuk Optimalisasi Laba Sepatu Sandal Hilmi Fashion. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 3(4), 104-109.
- Harnanto, (2017). *Akuntansi Biaya Konsep & Metodologi Penggolongan Biaya, Elemen Biaya Produksi Dan Perhitungan Harga Pokok Produksi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hidayat, R. T., & Priani, R. (2022). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Job Order Costing Untuk Optimalisasi Penentuan Harga (Studi Kasus Cv Globalindo Perkasa Engineering). *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi Dan Manajemen Tri Bisnis*, 4(1), 146-164.
- Ishak, K. (2017). Penetapan Harga Ditinjau Dalam Persepektif Islam. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 6(1), 35-49.
- Kholidah, A. D. (2017). Analisis Penetapan Harga Jual Berbasis Target Costing Dalam Pengembangan Produk Pada PT Duta Palladium Development Gresik (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya
- Mulyadi. (2015). *Akuntansi Biaya*. Edisi Kelima. Cetakan Ketigabelas. Upp Stim Ykpn, Yogyakarta.
- Muslimin, S., Zainab, Z., & Jafar, W. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal Of Islamic Economics*, 2(1), 1-11.
- Novietta, L., Nurmadi, R., & Minan, K. (2022). Analisis Pentingnya Perhitungan Harga Pokok Produksi Dan Harga Pokok Penjualan Untuk Optimalisasi Harga Jual Produk UMKM. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Digital*, 56-63.
- Patra, Ketut, I Dan Salim, Agus. (2014). Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Meningkatkan Laba Pada Rumah Makan Ulu Bete Laut Di Masamba Kabupaten Luwu Utara. *Jurnal Ekonomipembangunan* volume 01;17-27).
- Prayoga, A., Wulandari, H. K., Kharisma, A. S., & Ernitawati, Y. (2019). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Penjualan Dalam Meningkatkan Laba Bersih. *Journal Of Accounting And Finance (Jacfin)*, 1(2), 17-24.

- Putra, R. D. (2018). Analisis Penetapan Harga Dan Diskon Pada Kasus Dual Channel Supply Chain Produk Hijab (Doctoral Dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Rahmawati, & Surya, F. (2014). Analisis Perhitungan Biaya Pesanan Dalam Menetapkan Harga Jual Pada Usaha Las Palandan Di Desa Palandan Kecamatan Baebunta Kabupaten Luwu Utara. *Manajemen*, 01(02).
- Satar, M. (2020). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Pt. Sunson Textile Manufacture. *Akurat Jurnal Ilmiah Akuntansi Fe Unibba*, 11(1), 31-42.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang.
- Zulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(1), 106-128.