

PENENTUAN HARGA JUAL PADA SEBUAH DESAIN

Putu Astri Lestari

AMIK New Media
astrilestari@std-bali.ac.id

ABSTRACT

Determining the selling price in a product or service is very important in a company because it is the basis in determining the level of expected profit. Design is one example of service products. Determining the selling price of a service is certainly not as easy as determining the selling price of an item. This difficulty is related to how to appreciate a work of creativity? Which in turn is also related to how to keep customers in order to establish long term relationship. What argument can a designer give in determining the price of a design? From some freelance designers experience, in pricing there is a price per package, there are based on the number of pages, there are determines the flat-price, there is also a determining based on the rate per-hour or per-day. How to determine the selling price of the design is not an absolute thing. One thing is certain, this formula also will not guarantee the acquisition of a design project. It should be distinguished between determining the design price by getting a design project. The deal of a design work depends on many other factors such as relationships, client type, budget, design quality, etc.

Keywords: selling price, services, design.

ABSTRAK

Penentuan harga jual dalam sebuah produk atau jasa merupakan hal yang sangat penting dalam suatu perusahaan karena merupakan dasar dalam menentukan tingkat keuntungan yang diharapkan. Desain merupakan salah satu contoh produk jasa. Menentukan harga jual sebuah jasa tentunya tidak semudah menentukan harga jual sebuah barang. Kesulitan ini terkait dengan bagaimana harus menghargai sebuah karya kerja kreativitas? Yang pada akhirnya juga terkait pada bagaimana mempertahankan pelanggan agar dapat terjalin long term relationship. Argumen apakah yang bisa diberikan seorang desainer dalam menentukan harga sebuah desain? Dari beberapa pengalaman freelance desainer, dalam penentuan harga ada yang memberikan harga per-paket, ada yang berdasarkan jumlah halaman, ada yang menentukan flat-price, ada pula yang menentukan berdasarkan rate per-jam atau per-hari. Cara penentuan harga jual desain bukanlah sebuah hal mutlak. Satu hal yang pasti, formula ini juga tidak akan menjamin diperolehnya sebuah pekerjaan/proyek desain. Harus dibedakan antara menentukan harga desain dengan mendapatkan proyek desain. Kesepakatan sebuah pekerjaan desain bergantung dari banyak faktor lain seperti relasi, jenis klien, budget, kualitas desain, dsb.

Kata Kunci: harga jual, jasa, desain,

PENDAHULUAN

Perusahaan adalah tempat terjadinya kegiatan produksi dan berkumpulnya semua faktor produksi yaitu sumber daya yang digunakan dalam sebuah proses produksi barang dan jasa seperti tenaga kerja (*labor*), modal (*capital*), sumber daya fisik (*physical resources*), kewirausahaan (*entrepreneurship*), dan sumber daya informasi (*information resources*). Jenis perusahaan berdasarkan lapangan usahanya dibagi menjadi lima yaitu Perusahaan ekstraktif, perusahaan agraris,

perusahaan industri, perusahaan perdagangan dan perusahaan jasa. Perusahaan ekstraktif adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pengambilan kekayaan alam. Perusahaan agraris adalah perusahaan yang bekerja dengan cara mengolah lahan/ladang. Perusahaan industri adalah perusahaan yang menghasilkan barang mentah dan setengah jadi menjadi barang jadi atau meningkatkan nilai gunanya. Perusahaan perdagangan adalah perusahaan yang bergerak dalam hal perdagangan. Perusahaan jasa adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa.

Penentuan harga jual dalam sebuah produk atau jasa merupakan hal yang sangat penting dalam suatu perusahaan karena merupakan dasar dalam menentukan tingkat keuntungan yang diharapkan. Penentuan harga jual juga akan mempengaruhi operasional perusahaan. Penentuan harga jual yang terlalu tinggi akan menyebabkan pelanggan beralih pada perusahaan pesaing sejenis yang menawarkan harga lebih murah dengan kualitas barang atau jasa yang relatif sama. Hal tersebut menyebabkan perusahaan memperoleh kerugian jangka panjang yaitu kehilangan pelanggan yang secara otomatis akan berdampak pada berkurangnya perolehan laba perusahaan. Sedangkan jika penentuan harga jual terlalu rendah akan mengakibatkan perusahaan mengalami kerugian. Hal ini disebabkan karena harga jual barang atau jasa tidak bisa menutupi seluruh biaya produksi barang dan jasa tersebut.

PENGERTIAN PERUSAHAAN JASA

Perusahaan jasa merupakan suatu unit usaha yang kegiatannya memproduksi produk yang tidak berwujud "jasa" dengan tujuan untuk mendapatkan laba atau keuntungan. Perusahaan jasa dapat diartikan juga sebagai suatu perusahaan yang menjual jasa yang diproduksinya, bertujuan untuk memenuhi kebutuhan para konsumen dan mendapatkan keuntungan.

Karakteristik Dari Jasa

Jasa memiliki beberapa karakteristik yang diantaranya sebagai berikut ini:

1. Tidak memiliki wujud "sifatnya abstrak dan tidak bisa dilihat".
2. Produk yang dihasilkannya tidak standar atau bervariasi "heterogenitas".
3. Tidak dapat dipisahkan "produk dihasilkan dan dikonsumsi secara bersama-sama".
4. Tidak dapat disimpan karena tidak memiliki wujud.

Ciri - Ciri Perusahaan Jasa

Perusahaan jasa merupakan perusahaan yang memiliki kegiatan memproduksi dan menyediakan berbagai macam pelayanan misalnya seperti keamanan, kemudahan dan lain-lain kepada konsumen yang membutuhkannya, maka perusahaan jasa memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Pendapatan berasal dari penjualan jasa.
- b. Dalam proses memproduksi jasa bisa atau tidak memerlukan bantuan dari produk fisik.
- c. Jasa yang diberikan tidak sama, jadi masing-masing konsumen dapat memperoleh jenis pelayanan yang berbeda dengan konsumen lainnya.
- d. Tidak memiliki persediaan produk dalam bentuk fisik karena produk yang dijual merupakan produk yang tidak berwujud "jasa" jadi produk yang dihasilkan tidak dapat dilihat akan tetapi manfaatnya dapat dirasakan.

- e. Biasanya tingkatan harganya memiliki sifat yang tidak mutlak sebab murah atau mahal nya harga yang ditetapkan oleh perusahaan tergantung tingkat kebutuhan konsumen.
- f. Jasa yang dihasilkan tidak bisa disimpan, jadi sekali dibeli maka penggunaannya akan langsung habis.

PENGERTIAN HARGA JUAL

Menurut Hansen dan Mowen (2001:633) "Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan". Mulyadi (2012:78) menyatakan "Pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah mark-up", sedangkan R. A. Supriyono mendefinisikan (1991:332) "Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan". Berdasarkan pendapat para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh produsen kepada konsumen atas barang dan atau jasa yang diperolehnya senilai biaya produksi ditambah dengan laba yang wajar yang diharapkan oleh produsen.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Jual

Beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam menentukan harga jual dari suatu barang atau jasa yang di produksi, yaitu :

- *Faktor biaya,*
Sebagai dasar dalam menentukan harga jual produk atau jasa. Biaya dapat langsung diidentifikasi kepada produk atau jasa yang dihasilkan karena merupakan faktor yang berasal dari dalam perusahaan. Biaya dapat memberikan informasi batas bawah suatu harga yang harus ditentukan oleh perusahaan atas suatu produk atau jasa. Batas bawah harga tersebut haruslah harga yang dapat menutupi seluruh biaya produksi walaupun dengan perolehan laba yang minimal.
- *Faktor bukan biaya,*
Faktor yang berasal dari luar perusahaan yang dapat mempengaruhi keputusan manajemen dalam menentukan harga jual produk atau jasa. Faktor ini tidak sepenuhnya dapat dikendalikan oleh perusahaan karena faktor tersebut merupakan kegiatan yang bersifat timbal balik antara perusahaan dengan pasar. Misalnya keadaan perekonomian, Permintaan dan penawaran pasar, Elastisitas permintaan, Tipe pasar, Pengawasan pemerintah Citra atau kesan masyarakat, Tanggung jawab sosial perusahaan, Tujuan non laba (nirlaba),

METODE PENETAPAN HARGA JUAL

Menurut Herman (2006:175) ada beberapa metode penetapan harga (*methods of price determination*) yang dapat dilakukan budgeter dalam perusahaan, yaitu:

- ***Metode taksiran (judgemental method),***
metode ini biasa digunakan oleh perusahaan yang baru saja berdiri karena dilakukan dengan menggunakan prediksi tanpa menggunakan data statistik. Oleh karena itu kekurangan dari metode ini adalah tingkat keakuratan prediksi sangat rendah.

- **Metode berbasis pasar (market-based pricing)**

Harga pasar saat ini (current market price), metode ini dipakai apabila perusahaan mengeluarkan produk baru, yaitu hasil modifikasi dari produk yang lama. Perusahaan akan menetapkan produk baru tersebut seharga dengan produk yang lama. Penggunaan metode ini murah dan cepat. Akan tetapi pangsa pasar yang didapat pada tahun pertama relatif kecil karena konsumen belum mengetahui profil produk baru perusahaan tersebut.

Harga pesaing (competitor price), metode ini menetapkan harga produknya dengan mereplikasi langsung harga produk perusahaan saingannya untuk produk yang sama atau berkaitan. Dengan metode perusahaan berpotensi mengalami kehilangan pangsa pasar karena dianggap sebagai pemalsu. Ini dapat terjadi apabila produk perusahaan tidak mampu menyaingi produk pesaing.

Harga pasar yang disesuaikan (adjusted current market price), penyesuaian dapat dilakukan berdasarkan pada faktor eksternal dan internal. Dengan metode ini, perusahaan mengidentifikasi harga pasar yang berlaku pada saat penyiapan anggaran dengan melakukan survey pasar atau memperoleh data sekunder. Harga yang berlaku tersebut dikalikan dengan penyesuaian (*price adjustment*) setelah mempertimbangkan faktor internal dan eksternal yang ditetapkan dalam angka indeks (persentase). Indeks 87 berarti 87/100.

- **Metode berbasis biaya (cost-based pricing)**

Biaya penuh plus tambahan tertentu (*full cost plus mark-up*), dalam metode ini budgeter harus mengetahui berapa proyeksi *full cost* untuk produk tertentu. *Full cost* adalah seluruh biaya yang dikeluarkan dan atau dibebankan sejak bahan baku mulai diproses sampai produk jadi siap untuk dijual. Hasil penjumlahan antara *full cost* dengan tingkat keuntungan yang diharapkan (*required profit margin*) yang ditentukan oleh direktur pemasaran atau personalia yang diberikan wewenang dalam penetapan harga, akan membentuk proyeksi harga untuk produk itu pada tahun anggaran mendatang. *Required profit margin* dapat juga ditetapkan dalam persentase. Untuk menetapkan profit, budgeter harus mengalikan *full cost* dengan persentase *required profit margin*. Penjumlahan antara profit dengan *full cost* akan menghasilkan proyeksi harga.

- **Biaya variabel plus tambahan tertentu (variable cost plus mark-up)**

Dengan metode ini budgeter menggunakan basis variabel cost. Proyeksi harga diperoleh dengan menambahkan *mark-up* laba yang diinginkan. *Mark-up* yang diinginkan pada metode ini lebih tinggi dari *mark-up* dengan basis *full cost*. Hal ini disebabkan biaya variabel selalu lebih rendah daripada *full cost*

PENGERTIAN DESAIN

Pengertian desain adalah aktivitas kreatif dan inovatif yang menciptakan suatu produk baru yang imajinatif atau maya dari suatu keadaan fakta untuk memenuhi tuntutan kebutuhan nyata guna menuju ke kemungkinan yang ingin dicapai pada waktu yang akan datang

Dalam sebuah kalimat, kata "desain" bisa digunakan, baik sebagai kata benda maupun kata kerja. Sebagai kata kerja, "desain" memiliki arti "proses untuk membuat dan menciptakan obyek baru". Sebagai kata benda, "desain" digunakan

untuk menyebut hasil akhir dari sebuah proses kreatif, baik itu berwujud sebuah rencana, proposal, atau berbentuk benda nyata. Desain biasa diterjemahkan sebagai seni terapan, arsitektur, dan berbagai pencapaian kreatif lainnya..

Proses desain pada umumnya memperhitungkan aspek fungsi, estetika, dan berbagai macam aspek lainnya dengan sumber data yang didapatkan dari riset, pemikiran, *brainstorming*, maupun dari desain yang sudah ada sebelumnya

Seorang perancang atau orang yang mendesain sesuatu disebut desainer, namun desainer lebih lekat kaitannya dengan profesional yang bekerja dilingkup desain yang bekerja untuk merancang sesuatu yang menggabungkan atau bereksplorasi dalam hal estetika dan teknologi.

Mendesain merupakan sebuah pola perancangan yang melalui berbagai proses dan pertimbangan estetika, fungsi, masalah, survei dan banyak aspek lain, sehingga seorang yang memilih berprofesi sebagai desainer membutuhkan keahlian, penelitian, pemikiran, model dan pengalaman tertentu dalam orientasinya meng-out-put sebuah karya desain.

MENENTUKAN HARGA SEBUAH DESAIN

Desain merupakan salah satu contoh produk jasa. Menentukan harga jual sebuah jasa tentunya tidak semudah menentukan harga jual sebuah barang. Kesulitan ini terkait dengan bagaimana harus menghargai sebuah karya kerja kreativitas? Yang pada akhirnya juga terkait pada bagaimana mempertahankan pelanggan agar dapat terjalin *long term relationship*. Argumen apakah yang bisa diberikan seorang desainer dalam menentukan harga sebuah desain?

Dari beberapa pengalaman freelance desainer, dalam penentuan harga ada yang memberikan harga per-paket, ada yang berdasarkan jumlah halaman, ada yang menentukan flat-price, ada pula yang menentukan berdasarkan rate per-jam atau per-hari. Di bawah ini merupakan beberapa cara menentukan harga desain yang mungkin bisa diterapkan,

$$HP = HT - (d \times HT)$$

$$\text{dimana: } HT = [R \times W] + K + M$$

HP = Harga Penawaran

HT = Harga Total

R = Rate /hari atau /jam dari seorang desainer (1 hari = 8 jam kerja)

W = Waktu pengerjaan

K = Konsep Desain

M = Material Desain.

d = Discount

1. R = Rate /hari atau /jam (1 hari = 8 jam kerja)

Rate adalah harga perjam atau perhari yang ditentukan pada kemampuan seorang desainer dalam mengerjakan pekerjaan desain. Besarnya bergantung pada skill yang dikuasai, pemahaman konsep desain, pengalaman, portfolio, kredibilitas klien yang pernah ditangani, dsb. Jadi besarnya R bergantung pada pengalaman dan jam terbang seorang desainer.

Rate bisa dihitung perhari ataupun perjam. Beberapa desainer menentukan rate/hari (1hari=8 jam kerja) dengan alasan kemudahan perhitungan. Desainer lain menerapkan rate/jam dengan alasan agar lebih gampang menghitung waktu untuk revisi.

Harga R bisa bersifat tetap (fixed) atau fleksibel. Beberapa desainer menggunakan harga rate tetap dengan alasan bahwa harga tersebut adalah standar

profesionalisme mereka. Desainer dengan harga R tinggi harus bisa bekerja dalam waktu yang lebih singkat dibandingkan desainer dengan harga R yang lebih rendah untuk sebuah hasil yang kualitasnya sama. Artinya klien yang menyewa desainer dengan R tinggi akan diuntungkan dengan waktu pengerjaan (W) yang lebih singkat/cepat bila dibandingkan dengan mempekerjakan desainer dengan harga R yang lebih rendah.

Di sisi lain ada desainer yang lebih fleksibel dengan harga R yaitu dengan menentukan nilai R sesuai dengan kredibilitas ataupun skala perusahaan klien. Sebagai ilustrasi, desainer seperti ini memberikan nilai R yang tinggi kepada sebuah perusahaan multi-nasional yang memiliki aset milyaran dan memberi rate yang lebih rendah kepada perusahaan kecil berbudget rendah.

2. W = Waktu Pengerjaan

Harga W bersifat fleksibel bergantung dari skala proyek desain yang dikerjakan. Waktu Pengerjaan adalah jumlah waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan sebuah desain/proyek desain. Bisa dihitung dalam satuan hari ataupun jam. Desainer dituntut untuk melakukan perhitungan yang masuk akal dan tidak mengada-ada. Dalam penggunaan satuan hari, variabel H tidak harus bulat, ia bisa bernilai 0.5 (setengah hari = 4 jam) hari atau 0.25 (seperempat hari = 2 jam).

Untuk menentukan waktu pengerjaannya, seorang desainer harus membuat rincian jenis pekerjaan yang biasanya dilakukan saat sebelum dan dalam proses pengerjaan proyek desain hingga selesai. Setelah merinci jenis pekerjaan, tentukan lama jenis pekerjaan tersebut (dalam satuan jam), ini berdasarkan pengalaman tiap desainer masing-masing. Tidak ada yang sama dalam menentukan lamanya proses sebuah proses.

Tentukan juga berapa banyak desain yang akan dikerjakan. Misalkan saat membuat desain logo, desainer menawarkan kepada klien 3 konsep logo yang bisa dipilih oleh klien, pastikan 3 konsep logo ini masuk kedalam hitungan pekerjaan desainer. Nanti variabel ini sangat berguna untuk fleksibilitas harga, saat klien ingin melakukan negosiasi harga.

Tentukan jumlah maksimal revisi yang akan diberikan pada setiap project yang diterima. Misalnya dalam sebuah project pembuatan logo, diberikan maksimal 5 kali revisi dari satu konsep yang sudah dipilih oleh klien (Revisi tanpa mengubah core shape yang sudah dibuat).

3. K = Konsep Desain

Harga konsep (K) bersifat fleksibel. Perbedaannya terletak pada cara menentukan harga tersebut. Dalam menentukan harga konsep, seorang desainer harus bisa menguraikan konsep desain yang ditawarkan. Bukan hanya terbatas pada ide dan tampilan visual semata, tapi juga mencakup hal-hal lain seperti '*look and feel*', tata letak yang baik dsb. Harga K kadang ditentukan dari berapa lama seorang desainer melakukan eksplorasi untuk mendapatkan ide dan menguraikannya menjadi sebuah konsep desain.

$$K = R_k \times W_k$$

K = Konsep Desain R_k= Rate desainer W_k=Waktu eksplorasi

4. d = Discount

Harga d bersifat fleksibel. Biasanya harga discount = 0, akan tetapi discount ini perlu dipertimbangkan bila seorang desainer menghadapi calon klien yang

merupakan sebuah perusahaan besar dan menurut perkiraan memungkinkan terbentuknya *long term relationship* dan kontinuitas proyek.

5. M = Material Desain

Harga material desain adalah total harga pengadaan material untuk pekerjaan desain yang mencakup harga session fotografi, pembelian *stock image*, pembelian lisensi *additional software, fee copywriting*, dan lain-lain. Harga M bersifat fleksibel karena bergantung dari harga pihak ketiga yang menyediakan material desain

KESIMPULAN

Cara penentuan harga jual di atas bukanlah sebuah hal mutlak. Ini hanyalah salah satu cara dan penerapannya juga kembali kepada desainer yang bersangkutan. Satu hal yang pasti, formula ini juga tidak akan menjamin diperolehnya sebuah pekerjaan/proyek desain. Harus dibedakan antara menentukan harga desain dengan mendapatkan proyek desain. Kesepakatan sebuah pekerjaan desain bergantung dari banyak faktor lain seperti relasi, jenis klien, budget, kualitas desain, dsb. Tidak ada jaminan bahwa dengan menerapkan formula ini sebuah proyek desain pasti akan diperoleh. Akan tetapi, minimal seorang desainer memiliki dasar untuk menentukan harga sebuah desain, bukan dengan mengada-ada.

REFERENSI ARTIKEL

- _____.2013. *Pengertian Harga Jual dan Metode Menentukan Harga Jual*, [online] <https://jalurbaru.blogspot.com/2013/07/pengertian-harga-jual-dan-metode.html> (diakses tanggal 20 Januari 2018)
- _____.2018. *Faktor Produksi*, [online], http://id.m.wikipedia.org/wiki/Faktor_produksi (diakses tanggal 25 Januari 2018)
- _____.2018, *Perusahaan*, [online], http://id.m.wikipedia.org/wiki/Faktor_produksi (diakses tanggal 25 Januari 2018)
- Asyraaf, 2010, *Pengertian Desain*, [online], <https://asyraafahmadi.com/2010/06/07/pengertian-desain/> (diakses tanggal 25 Januari 2018)
- Eric, 2011, *Menentukan Harga Desain*, [online], <http://www.ericdesign-jogja.com/berita-94-menentukan-harga-disain.html> (diakses tanggal 25 Januari 2018)
- Hansen, D.R. dan Mowen, M.M. (2009). *Akuntansi Manajerial*. Buku Satu. Diterjemahkan Deny Arnos Kwary. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Mulyadi. 2012. *Akuntansi Biaya*, Edisi 5. Yogyakarta : UPP STIM YPKN
- Supriyono, R.A. (2011). *Akuntansi Biaya*. BPFE. Yogyakarta