

PENETAPAN KRITERIA HARGA BIAYA ANGKUT TRANSPORTASI BAHAN BAKAR SOLAR SEBAGAI DASAR PENGAMBILAN KEPUTUSAN UNTUK MENINGKATKAN PROFITABILITAS PERUSAHAAN

Siti Sopiah *, Narto, Fuad Achmadi

Program Studi Magister Teknik Industri,
Fakultas Teknik Industri, Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya
Jl. Arief Rachman Hakim 100, Surabaya 60117.
*e-mail: sofiyah.es.syarief1987@gmail.com

Abstrak

Penetapan harga merupakan faktor penting dalam mencapai keuntungan perusahaan dan memberikan kepuasan konsumen terkait dengan pelayanan transportasi. Penetapan harga biaya angkut transportasi yang ditetapkan perusahaan merupakan salah satu pengambilan keputusan untuk mengukur profitabilitas perusahaan. Perusahaan dalam menetapkan harga harus mempertimbangkan biaya-biaya antara lain tenaga kerja, energi, utilities, biaya variabel dan sebagainya karena dengan semakin ketatnya persaingan maka margin keuntungan tidak boleh terlalu besar untuk menghindari pelanggan berpindah ke pesaing. Kriteria penetapan harga disusun dengan menggunakan metode Delphi melalui kuisisioner terbuka yang dibagikan kepada beberapa pelanggan besar dan muncul kriteria jarak, kuantiti, harga, dan pesaing. Sedangkan penentuan pembobotan dalam kriteria-kriteria tersebut menggunakan Analytical Hierarchy Process (AHP). Kriteria penetapan harga dari sudut pandang internal perusahaan kriteria empat terbesar adalah harga (57,3%), pesaing (30,9%), jarak (7,3%) dan kuantiti (4,5%). Sedangkan kriteria penetapan harga dari sudut pandang eksternal perusahaan kriteria empat terbesar adalah harga (62,9%), kuantiti (26,1%), jarak (7,1%) dan pesaing (3,9%). Hasil akhir dari penelitian ini adalah penetapan harga dengan mempertimbangkan kombinasi dari nilai kriteria-kriteria tersebut. Dimana untuk mempertimbangkan harga yang murah diperlukan kombinasi antara kriteria tertinggi dengan kriteria berbobot rendah, dimana masing-masing kriteria memiliki nilai indeks yang menjadi parameter harga. Dengan demikian konsumen bisa memilih dan menyesuaikan dengan kemampuan finansialnya.

Kata Kunci : harga, kriteria, profitabilitas, Delphi, AHP.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dari tahun ke tahun semakin pesat. Dimana teknologi sudah menjadi kebutuhan sehari-hari, dimulai dari kegiatan rumah tangga, pendidikan, bahkan kegiatan bisnis di berbagai sektor juga tidak dapat lepas dari peran serta teknologi. Kegiatan tersebut ikut berkembang secara cepat mengikuti arus teknologi yang ada. Situasi ekonomi ini juga diwarnai dengan intensitas persaingan yang semakin tinggi antara perusahaan di negara sendiri dengan perusahaan asing dan multinasional tidak terkecuali perusahaan yang bergerak di bidang bahan bakar minyak. Kemajuan teknologi dan informasi juga ikut serta dalam menunjang kemajuan bisnis tersebut, karena dengan adanya kemajuan teknologi dan informasi tersebut komunikasi di seluruh belahan dunia dapat terjadi dengan mudahnya. Hal ini pula yang menyebabkan perkembangan pasar barang dan jasa semakin pesat dan semakin inovatif.

Seiring dengan perkembangan fenomena tersebut, maka perkembangan dalam bisnis retailpun semakin penting adanya bagi masyarakat. Hal ini disebabkan selain karena adanya perubahan pola berbelanja masyarakat yang semakin selektif, juga dikarenakan oleh perbedaan sudut pandang konsumen terhadap bisnis retail. Persaingan yang semakin hari semakin kompetitif antara pengusaha domestik dan pengusaha asing telah menjadi motivasi tersendiri bagi pengusaha pengusaha yang bergerak di bidang retail dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan.

Pada banyak perusahaan, laba yang diharapkan seringkali tidak dapat dicapai sesuai yang ditargetkan. Sedangkan ukuran yang sering dipakai untuk menilai sukses tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah laba yang diperoleh. Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh pihak perusahaan atau manajemen dalam mencapai tujuan perusahaan adalah melalui strategi penetapan harga. Di dalam penentuan harga, perusahaan harus mengetahui terlebih dahulu bentuk umum dari fungsi permintaannya. Hal ini berarti perusahaan harus memperkirakan unit produk yang diharapkan dapat terjual pada harga tertentu. Masalah prosedur penetapan harga tidak semua perusahaan menggunakan prosedur yang sama. Prosedur penetapan harga ini meliputi 5 tahapan, yakni (Swastha, 2008) : (1) mengestimasi permintaan untuk barang tersebut, (2) mengetahui lebih dahulu reaksi dalam saingan, (3) menentukan merket share yang dapat diharapkan, (3) memilih strategi harga untuk mencapai target pasar, dan (4) mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan.

Pada penelitian terdahulu seperti yang di tulis oleh Setiyaningsih, Endra (2014) dengan judul Analisis penerapan metode *full costing* dalam perhitungan harga pokok produksi untuk penetapan harga jual menunjukkan bahwa penetapan harga jual dengan metode *full costing* ini dapat menganalisa biaya dengan lebih akurat. Hal ini memberikan informasi yang lebih jelas dalam hal pendapatan dan laba dari suatu perusahaan.

Hal yang sama yang dilakukan oleh perusahaan PT. XYZ, sebuah perusahaan yang bergerak dibidang trading bahan bakar minyak. Strategi yang diambil adalah dengan menetapkan harga dengan menggolongkan harga kedalam beberapa jenis harga. Hal ini dikarenakan adanya ketidaktepatan dalam memilih biaya angkut transportasi, perusahaan memiliki banyak penurunan setiap tahunnya dalam pendapatannya.

Tabel 1. Data Penjualan Tahun 2011-2015

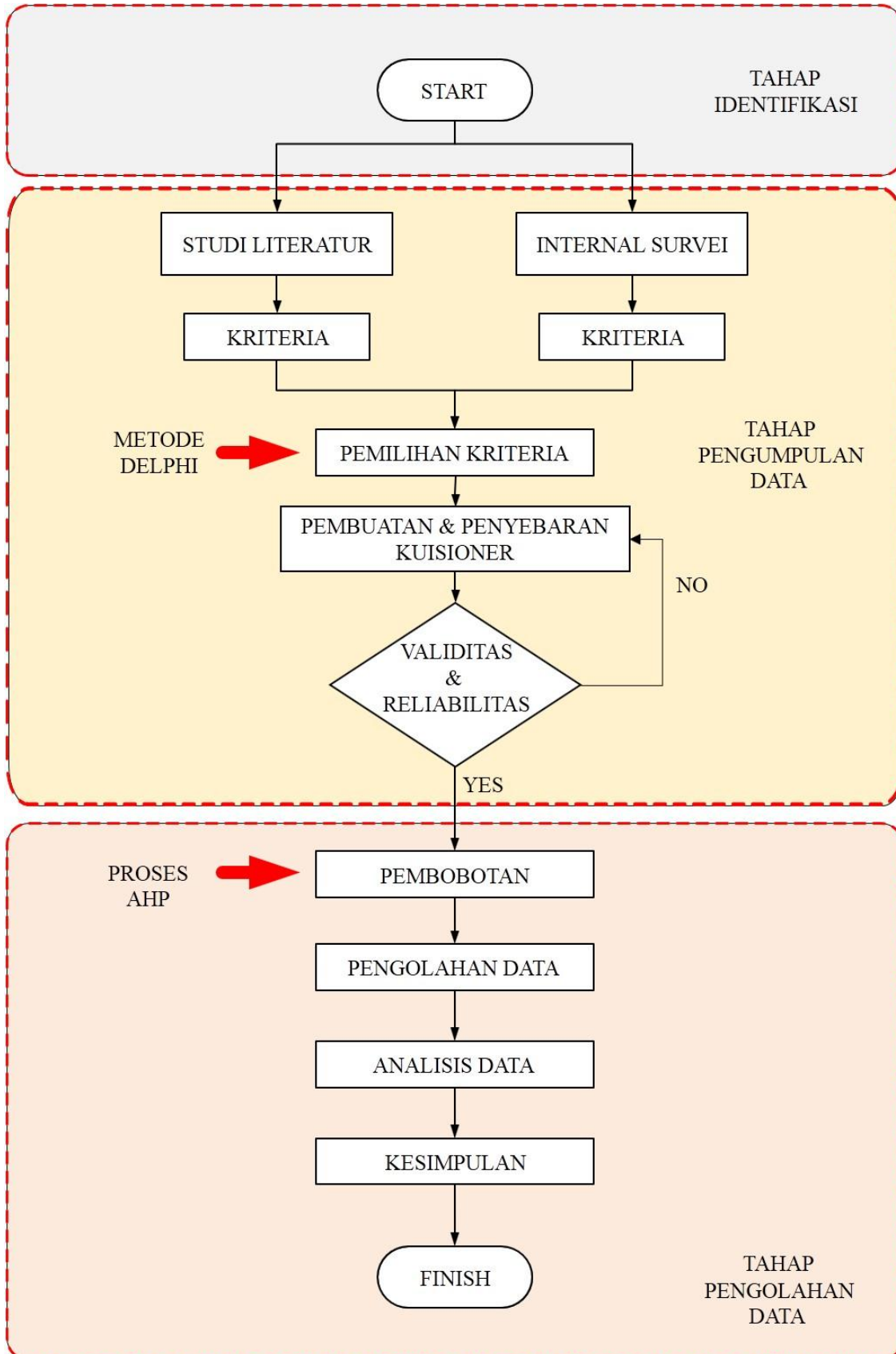
Tahun	Quantity Penjualan
2011	67.000 KL
2012	66.725 KL
2013	62.980 KL
2014	59.800 KL
2015	55.999 KL

Sumber : Data intern perusahaan

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan hirarki model penetapan harga biaya angkut transportasi bahan bakar solar melalui pendekatan *Analytical Hierarchi Process* (AHP). Prinsip kerja AHP adalah menyederhanakan suatu persoalan kompleks yang tidak terstruktur menjadi unsur-unsurnya serta menata dalam hierarki (Marimin, 2004).

2. METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan berkembang yakni PT. XYZ. Adapun data alur dalam penelitian ini dapat digambarkan seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Metode Penelitian

2.1 Metode Delphi

Metode Delphi adalah teknik yang menggunakan suatu prosedur yang sistematis untuk mendapatkan suatu konsensus pendapat-pendapat dari suatu kelompok ahli. Hasil dari penilaian dengan metode Delphi dapat digunakan sebagai acuan penentuan kriteria pada tahap AHP (*Analytic Hierarchy Process*) karena dengan metode Delphi kriteria yang didapatkan merupakan hasil keputusan dari pihak manajemen perusahaan dan dapat digunakan sebagai acuan penilaian karena dianggap sebagai perwakilan visi dan misi perusahaan.

Dengan menggunakan metode Delphi diharapkan kriteria yang menjadi prioritas dan acuan berdasarkan visi dan misi perusahaan terdeteksi dengan baik sehingga dalam proses AHP (*Analytic Hierarchy Process*) didapatkan satu alur penetapan biaya angkut transportasi yang jelas dalam pembobotan dan prioritas kriteria dalam AHP (*Analytic Hierarchy Process*) karena dengan metode Delphi solusi/ hasil yang didapatkan merupakan perwujudan dari keinginan perusahaan.

2.2 Metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*)

Dalam proses penetapan biaya angkut transportasi di PT. XYZ maka metode yang dapat digunakan dalam menerapkan alternative berdasarkan beberapa kriteria yang ada adalah metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*). Pada penetapan biaya angkut transportasi maka proses yang bisa diringkas sebagai berikut:

1. Menentukan kriteria-kriteria pemilihan
2. Menentukan bobot masing masing kriteria
3. Mengidentifikasi alternatif yang telah diidentifikasi
4. Mengevaluasi masing masing alternatif dengan kriteria-kriteria yang ditentukan pada langkah pertama
5. Menilai bobot masing masing kriteria
6. Mengurutkan kriteria berdasar tingkat bobot

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Survei terbuka ini merupakan survei tahap pertama yang bertujuan untuk mengetahui kriteria dan faktor apa saja yang paling mempengaruhi dalam penetapan harga biaya angkut transportasi. Dalam survei Tahap I ini harapannya akan menjadi acuan pada tahap selanjutnya. Responden pada survei tahap pertama ini sebanyak 4 orang (staf ahli) berasal dari internal perusahaan dan 1 pelanggan yang diwakili oleh 4 orang (staf ahli).

Tabel 2. Rekapitulasi data Survei Tahap I Delphi

No.	KRITERIA	SUB KRITERIA
1	HARGA	HARGA FLEKSIBEL DISKON
2	KUANTITI	JUMLAH PENGIRIMAN > 3000 L JUMLAH PENGIRIMAN < 3000 L
3	JARAK/RUTE	AKSES SULIT DILALUI JAUH DEKATNYA JARAK YANG DITEMPUH PENGAMBILAN MENGGUNAKAN LANGSIR
4	PESAING	KUALITAS PRODUK PESAING TINGKAT FLEKSIBILITAS PESAING

Data hasil dari metode *Delphi* diatas nantinya akan menjadi dasar untuk kuisioner selanjutnya yakni kuisioner tertutup yang dibagikan kepada delapan perusahaan masing – masing diwakili oleh 4 orang staff ahli di bidangnya. Perusahaan yang ditunjuk merupakan customer yang dianggap representatif oleh perusahaan PT. XYZ. Selanjutnya data tersebut akan diuji melalui uji validitas dan uji reabilitas dengan menggunakan bantuan software SPSS. Setelah melalui uji

validitas dan uji reabilitas, baru dilakukan pembobotan dengan menggunakan metode AHP (*Analytic Hierarchy Process*). Pengolahan data dengan metode AHP (*Analytic Hierarchy Process*) dilakukan dengan bantuan software *Expert Choice*. Hasil dari pengolahan data dengan metode AHP (*Analytic Hierarchy Process*) yang menggunakan bantuan software *Expert Choice* dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

Tabel. 3. Perbandingan Prioritas Kepentingan (Bobot)

KRITERIA	INTERNAL	EKSTERNAL
	% BOBOT	% BOBOT
HARGA	57,3%	62,9%
KUANTITI	4,5%	26,1%
JARAK	7,3%	7,1%
PESAING	30,9%	3,9%

Dari perhitungan bobot kriteria dari sudut pandang internal pada tabel 3 diatas, didapatkan nilai pembobotan dengan menggunakan software *Expert Choice* sebesar 0,573 untuk kriteria harga, 0,045 untuk kriteria Kuantiti, 0,073 untuk kriteria Jarak/ Rute dan 0,309 untuk kriteria Pesaing. Jika diurutkan dengan melihat prioritas, maka dapat dipastikan kriteria Harga memiliki prioritas pertama, kemudian kriteria pesaing memiliki prioritas kedua, kriteria jarak memiliki prioritas ketiga dan yang terakhir adalah kriteria Kuantiti. Artinya, jika dilihat dari sisi perusahaan, maka untuk kriteria penetapan harga ini, perusahaan lebih mengutamakan harga, dan memperhatikan posisi pesaing, kemudian jarak dan kuantiti sebagai bahan pertimbangan terakhir.

Dari perhitungan bobot kriteria dari sudut pandang eksternal pada tabel 3 diatas, didapatkan nilai pembobotan dengan menggunakan *Software Expert Choice* sebesar 0,629 untuk kriteria harga, 0,261 untuk kriteria Kuantiti, 0,071 untuk kriteria Jarak/ Rute dan 0,039 untuk kriteria Pesaing.

4. KESIMPULAN

Dari hasil pengolahan dan analisa data pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa

1. Penilaian terkait kriteria penetapan harga biaya angkut transportasi konsumen mengharapkan dari kriteria harga bahwa harga bisa fleksibel artinya dapat dilakukan negosiasi terkait dengan harga, sedangkan pihak internal perusahaan menginginkan bahwa harga diberlakukan diskon dengan harapan tidak akan terjadi negosiasi terkait harga. Peneliti melihat bahwa kepentingan bobot yang sangat kuat akan kriteria harga. Artinya, ada persyaratan requirement tertentu yang disyaratkan perusahaan terhadap pihak eksternal untuk melakukan negosiasi harga atau negosiasi dapat dilakukan jika pemesanan sudah diatas 50 KL. Untuk kriteria kuantiti, jarak dan pesaing pihak internal dan pihak eksternal terjadi kesesuaian nilai, maka dapat dipastikan bahwa perusahaan dan pelanggan tidak memiliki masalah dalam hal kuantiti.
2. Faktor-faktor yang menjadi dasar pengambilan keputusan untuk mengukur profit perusahaan adalah
 - Profitabilitas dapat dimaksimalkan dengan memberikan diskon.
 - Dilakukan pengiriman diatas 3000 L
 - Perusahaan menerima pengiriman dalam Rute / akses yang sulit dilalui.
 - Pelanggan lebih memilih produk lokal daripada pesaing yang menggunakan pengiriman minyak non pertamina.
3. Pengaruh penetapan harga biaya angkut transportasi bagi profitabilitas perusahaan dapat dilakukan dengan memperhatikan aspek eksternal. Dapat dipastikan kriteria Harga memiliki prioritas pertama, kemudian kriteria Kuantiti memiliki prioritas kedua, kriteria jarak memiliki prioritas ketiga dan yang terakhir adalah kriteria pesaing. Artinya, jika dilihat dari sisi pelanggan, maka untuk kriteria penetapan harga ini, pelanggan lebih mengutamakan harga, dan memperhatikan kemampuan perusahaan dalam pemenuhan pemesanan dalam hal ini kuantiti, kemudian jarak dan Pesaing sebagai bahan pertimbangan terakhir.

4. Kriteria tertinggi dari sudut pandang internal adalah harga dengan bobot 57,3% sedangkan kriteria terendah adalah kuantiti dengan bobot 4,5%. Sedangkan kriteria tertinggi dari sudut pandang eksternal adalah harga dengan bobot 62,9% sedangkan kriteria terendah adalah pesaing dengan bobot 3,9%.

DAFTAR PUSTAKA

- Marimin, 2004, *Teknik dan Aplikasi Pengambilan keputusan Kriteria Majemuk*, Retrieved juli 5, 2015, from <http://books.google.co.id/books.htm>
- Setiyaningsih, Endra, 2014, Analisis Penerapan Metode Full Costing Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi Untuk Penetapan Harga Jual (Studi Kasus Pada Pabrik Tahu Lestari), *Jurnal Publikasi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro.
- Swastha,B., 2008, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Liberty, Yogyakarta.