

**ANALISIS BIAYA PENETAPAN HARGA MARGINAL  
UNIT RUMAH PADA PERUMAHAN  
PT. PUQALFA JAYA MANDIRI**

**SKRIPSI**

**AQMAL KUKUH FAUZI**

**NIM : 15622251**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN  
TANJUNGPINANG**

**2020**

**ANALISIS BIAYA PENETAPAN HARGA MARGINAL  
UNIT RUMAH PADA PERUMAHAN  
PT. PUQALFA JAYA MANDIRI**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Syarat-Syarat guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi

Oleh

**AQMAL KUKUH FAUZI**

**NIM : 15622251**

**PROGRAM STUDI S1-AKUNTANSI**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN  
TANJUNGPINANG  
2020**

**TANDA PERSETUJUAN / PENGESAHAN SKRIPSI**  
**ANALISIS BIAYA PENETAPAN HARGA MARGINAL**  
**UNIT RUMAH PADA PERUMAHAN**  
**PT. PUQALFA JAYA MANDIRI**

Diajukan Kepada :

Panitia Komisi Ujian  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan  
Tanjungpinang

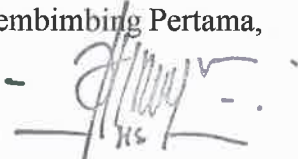
Oleh

Nama : Aqmal Kukuh Fauzi


NIM : 15622251

Menyetujui :

Pembimbing Pertama,



  
Hendy Satria, S.E., M.Ak  
NIDN. 1015069101 / Lektor

Pembimbing Kedua,

  
Afriyadi, S.T., M.E  
NIDN. 1003057101 / Asisten Ahli

Mengetahui,

Blt. Ketua Program Studi

  
  
Hendy Satria, S.E., M.Ak  
NIDN. 1015069101 / Lektor

**Skripsi Berjudul**

**ANALISIS BIAYA PENETAPAN HARGA MARGINAL  
UNIT RUMAH PADA PERUMAHAN  
PT. PUQALFA JAYA MANDIRI**

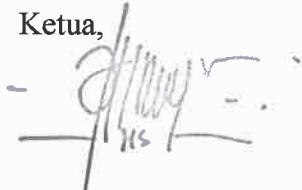
Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

Nama : Aqmal Kukuh Fauzi  
NIM : 15622251

Telah dipertahankan di depan Panitia Komisi Ujian Pada Tanggal  
Dua Puluh Tiga Bulan Juni Tahun Dua Ribu Dua Puluh  
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima

**Panitia Komisi Ujian**

Ketua,



Hendy Satria, S.E., M.Ak  
NIDN. 1015069101 / Lektor

Sekretaris,



Maryati, S.P., M.M  
NIDN. 1021039101/ Asisten Ahli

Anggota,



Nurfitri Zulaika, S.E., M.Ak., Ak., CA  
NIDN. 1011088902/ Asisten Ahli

Tanjungpinang, 09 Juli 2020  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan  
Tanjungpinang

Ketua,



Charly Marlinda, S.E., M.Ak., Ak., CA  
NIDN. 1029127801/ Lektor

## PERNYATAAN

Nama : Aqmal Kukuh Fauzi  
NIM : 15622251  
Tahun Angkatan : 2015  
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,38  
Program Studi / Jenjang : Akuntansi / Strata 1 (Satu)  
Judul Skripsi : Analisis Biaya Penetapan Harga Marginal Unit  
Rumah Pada Perumahan PT. Puqalfa Jaya Mandiri

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa seluruh isi dan materi dari skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan bukan rekayasa maupun karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan apabila ternyata di kemudian hari saya membuat pernyataan palsu, maka saya siap diproses sesuai peraturan berlaku.

Tanjungpinang, 15 Juni 2020

Penyusun



Aqmal Kukuh Fauzi

NIM : 15622251

## HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ ،  
وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ

Bersyukur kepada Allah SWT atas segala rahmat serta hidayah dan juga kesempatan dalam takdirmu telah kau jadikan aku manusia yang senantiasa berpikir ,berilmu,beriman dan bersabar dalam menjalani kehidupan ini.Serta Shalawat beriring salam selalu terlimpahan kepada suri tauladan umat islam Rasulullah Muhammad SAW. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagiku untuk meraih cita-cita besarku.

Sebagai tanda hormat, terima kasih serta bakti yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada orangtuaku

**Bapak ( Sujadi )**

**dan**

**Ibu ( Surati Lestari)**

yang sudah memberikan cinta kasih sayang , serta dukungan , ridho dan keikhlasan yang tiada henti yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas ini yang bertuliskan kata persembahan.Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibu dan Bapak bahagia karena kusadar , selama ini belum bisa membuat lebih bahagia.Untuk Ibu dan Bapak yang selalu membuatku termotivasi dan bersemangat untuk sampai ke karya kecil ini serta selalu menyirami dengan kasih sayang dengan tulus hati.

Semoga ini menjadi langkah awal anak pertamamu ini dalam mewujudkan cita - cita serta harapan Ibu dan Bapak mendapat kesuksesan dan menjadi kebanggaan bagi keluarga dan bisa berkumpul kembali bersama- sama di surganya Allah SWT.

Dan juga dengan bangga ku persembahkan skripsi ini kepada almamaterku

**Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Tanjungpinang**

## MOTTO

يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ (سورة المجادلة : 11)

**“... Niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat...”**

**(Q.S. Al-Mujadilah : 11)**

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ ، أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ :  
مَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَلْتَمِسُ فِيهِ عِلْمًا سَهَّلَ اللَّهُ لَهُ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ . رَوَاهُ مُسْلِمٌ

**Abu Hurairah ra. berkata, Rasulullah saw bersabda,  
“Barangsiapa menempuh jalan untuk menuntut ilmu, maka Allah akan memudahkan jalannya ke surga.”(H.R. Muslim).**

**“Ya Allah ! Ampunilah dosaku , luaskanlah rumahku , berilah  
berkah dalam rezekiku!”**

**(H.R. An Nasa’i dari Ibnu Sunny).**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah bersyukur atas kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi saya yang berjudul **“ANALISIS BIAYA PENETAPAN HARGA MARGINAL UNIT RUMAH PADA PERUMAHAN PT.PUQALFA JAYA MANDIRI ”** dengan baik dan lancar.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini, yaitu :

1. Ibu Charly Marlinda, S.E., M.Ak., Ak., CA., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
2. Ibu Ranti Utami, S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Wakil Ketua I Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan.
3. Ibu Sri Kurnia S.E., Ak.,M.Si., CA., selaku Wakil Ketua II Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
4. Bapak Imran Ilyas, M.M., Selaku Wakil Ketua III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
5. Bapak Hendy Satria, S.E., M.Ak., selaku Plt Ketua Program Studi S1 Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang Sekaligus Dosen Pembimbing I peneliti yang telah banyak meluangkan waktunya, memberikan motivasi ,ilmunya serta saran dan masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.



6. Bapak Afriyadi S.T,M.E selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktunya, memberikan motivasi dan saran serta masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Seluruh Dosen dan Staff STIE Pembangunan Tanjungpinang yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan kegiatan akademik.
8. Untuk kedua orang tua tercinta dan adinda yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan kuliah ini.
9. Kepada Pimpinan SDIT AL-MADINAH selaku Kepala Sekolah Ustad Harjanto,S.Pd.I serta Wakasis , Wakakur, serta Koor Al-Qur'an serta seluruh guru dan tata usaha ustadz-ustadzah yang ada di SDIT Al-Madinah Tanjungpinang yang telah banyak membantu dalam proses memberikan waktu saat bimbingan pada penelitian ini.
10. Keluarga besar Yayasan Pendidikan Al-Madinah Kepulauan Riau yang telah memberi dukungan selama ini.
11. Kepada Direktur dan Staff PT.Puqalfa Jaya Mandiri yang telah membantu dan turut andil dalam proses pengumpulan data pada penelitian ini.
12. Sahabat-sahabatku,Arjuna Alamsyah, La Ode Amiruddin, Andri, Romi Rahman, Egho Basna ,Budi, M.Hendra Gunawan, M.Dzukwanul Hakim, Benny Setyawan, Baharudin yang telah memberi semangat, motivasi, dan bantuan selama ini.
13. Teman-teman seperjuangan, angkatan 2015 khususnya kelas Akuntansi Malam 3.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penyusunan laporan ini sangat penulis harapkan. Namun, dalam menyusun skripsi ini penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikannya. Akhir kata waminkum, semoga skripsi yang telah disusun ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Tanjungpinang, 15 Juni 2020

Aqmal Kukuh Fauzi

## DAFTAR ISI

	Hal
<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN BIMBINGAN</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN KOMISI UJIAN</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b>	
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b>	
<b>HALAMAN MOTTO</b>	
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Pembatasan Masalah .....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5.1 Kegunaan Ilmiah .....	9
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Tinjauan Teori .....	12
2.1.1 Perumahan dan Permukiman .....	12
2.1.1.1 Fungsi Rumah.....	13
2.1.1.2 Persyaratan Pengembangan Kawasan Perumahan .....	14

2.1.1.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Perumahan .....	16
2.1.1.4	Pembiayaan Pembangunan Perumahan .....	19
2.1.2	Biaya .....	21
2.1.2.1	Pengertian Biaya .....	22
2.1.2.2	Pengolongan Biaya .....	23
2.1.3	Harga.....	27
2.1.3.1	Pengertian Harga.....	28
2.1.3.2	Tujuan Penetapan Harga.....	30
2.1.3.3	Faktor Pertimbangan Dalam Penetapan Harga.....	36
2.1.3.4	Penentuan Harga Jual Yang Berorientasi Pada Biaya .....	41
2.1.3.5	Metode Dasar Penentuan Harga.....	44
2.2	Kerangka Pemikiran .....	46
2.3	Penelitian Terdahulu.....	47

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Jenis Penelitian .....	50
3.2	Jenis Data.....	51
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	51
3.4	Teknik Pengolahan Data.....	53
3.5	Teknik Analisis Data .....	54
3.6	Penetapan Kurva Biaya .....	55
3.6.1	Penetapan Kurva Harga Marginal .....	55
3.6.2	Margin Of Safety.....	58

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1	Profil Perusahaan.....	59
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	59
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan .....	60
4.1.3	Struktur Organisasi Perusahaan.....	60

4.2 Analisis dan Pembahasan.....	62
4.2.1 Biaya Tetap Pelaksanaan Pembangunan Perumahan ...	62
4.2.2 Biaya Variabel Pelaksanaan Pembangunan Perumahan	63
4.2.3 Total Biaya Pembangunan Perumahan.....	67
4.2.4 Penetapan Harga Berdasarkan Pendekatan Marginal.	69

## **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan .....	76
5.2 Saran.....	76

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **CURRICULUM VITAE**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Data Penjualan Rumah Komersil PT. Puqalfa Jaya Mandiri, 2019 .....	6
Tabel 2.1.	Perbedaan Mendasar Biaya Tetap dan Biaya Variabel .....	25
Tabel 4.1.	Rekapitulasi Biaya Tetap PT. Puqalfa Jaya Mandiri .....	59
Tabel 4.2.	Biaya Variabel Pembangunan Rumah Tipe 45/120.....	60
Tabel 4.3.	Biaya Variabel Pembangunan Rumah Tipe 77/120.....	62
Tabel 4.4.	Total Biaya Pembangunan Rumah Tipe 45/120 Per Unit.....	64
Tabel 4.5.	Total Biaya Pembangunan Rumah Tipe 77/120 Per Unit.....	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Perkembangan Jumlah Penduduk Kota Tanjungpinang, Tahun 2012 - Tahun 2017 .....	2
Gambar 2.1.	Perbedaan Biaya Tetap ( <i>Fixed Cost</i> ) dan Biaya Variabel....	26
Gambar 2.2.	Kerangka Pemikiran.....	45
Gambar 3.1.	Grafik <i>Marginal Cost</i> dan <i>Marginal Revenue</i> ( $MC = MR$ ).	54
Gambar 4.1.	Stuktur Organisasi Perusahaan PT. Puqalfa Jaya Mandiri...	56
Gambar 4.2.	Biaya Total Rumah Tipe 45/120 .....	64
Gambar 4.3.	Biaya Total Rumah Tipe 77/120 .....	65

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Laporan Laba Rugi
Lampiran 2	Biaya Pembangunan Perumahan Konstruksi Tipe 45/120
Lampiran 3	Biaya Pembangunan Perumahan Konstruksi Tipe 77/120
Lampiran 4	Surat Keterangan Telah Selesai Melaksanakan Penelitian
Lampiran 5	Hasil Penilaian Survey Pasar
Lampiran 6	Rekapitulasi Biaya Tetap
Lampiran 7	Plagiarism Checker
Lampiran 8	<i>Curriculum Vitae</i> Penelitian



## ABSTRAK

### ANALISIS BIAYA PENETAPAN HARGA MARGINAL UNIT RUMAH PADA

#### PERUMAHAN PT PUQALFA JAYA MANDIRI

**Aqmal Kukuh Fauzi. 15622251. Akuntansi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang. aqmalkukuhfauzi123@gmail.com.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penetapan harga satuan unit rumah, serta mengetahui penetapan harga marginal pada perumahan pada rumah tipe 45/120 dan 77/120 di Pt.Puqalfa Jaya Mandiri Tanjungpinang

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif..Jenis data yang di gunakan yaitu data primer dan data sekunder.Teknik analisis data dilakukan melalui observasi,wawancara,dokumentasi dan studi pustaka serta metode penetapan harga marginal melalui kurva biaya dan kurva harga marginal.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, di peroleh di dapatkan hasil persamaan kurva biaya untuk tipe 45/120 yaitu  $P = 87.558.875 Q + 2.512.579.411,76$  dan untuk tipe 77/120 yaitu  $P = 142.633.195 Q + 335.010.588,24$  sedangkan data permintaan pasar untuk tipe 45/120 di peroleh yaitu  $P = -7.692.307,69 Q + 338.461.538,46$  sedangkan untuk tipe 77/120 yaitu  $P = -32.142.857,14Q + 481.428.571,43$ .Biaya marginal unit rumah untuk tipe 45/120 sebesar Rp. 215.384.615,42 untuk 16 unit dan untuk unit rumah tipe 77/120 sebesar Rp. 320.714.285,65 untuk 5 unit.

Kesimpulan dari penelitian melalui penetapan harga bangunan rumah komercil dengan biaya marginal untuk rumah tipe 45/120 agar memenuhi keuntungan maksimum penjualan harus tercapai sebanyak 16 unit sedangkan biaya marginal untuk rumah tipe 77/120 agar memenuhi keuntungan maksimum penjualan harus tercapai sebanyak 5 unit.

**Kata kunci** : Perumahan ,Harga jual , Kurva Biaya , Biaya Marginal.

Referensi : 51 ( 25 Buku + 26 Jurnal ) (2009-2017 )

Dosen Pembimbing I : Hendy Satria, S.E., M.Ak.

Dosen Pembimbing II : Afriyadi, S.T,M.E.

## **ABSTRACT**

### ***COST ANALYSIS OF HOUSING UNIT AT MARGINAL PRICE HOUSING OF PT PUQALFA JAYA MANDIRI***

**Aqmal Kukuh Fauzi. 15622251. Akuntansi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang. aqmalukuhfauzi123@gmail.com.**

*This study aims to determine the determination of the unit price of housing units, as well as determine the marginal pricing of housing in housing types 45/120 and 77/120 in Pt. Puqalfa Jaya Mandiri Tanjung Pinang*

*This study uses quantitative descriptive methods. Types of data used are primary data and secondary data. Data analysis techniques are carried out through observation, interviews, documentation and literature studies as well as marginal pricing methods through cost curves and marginal price curves.*

*Based on the analysis that has been done, it is obtained the results of the cost curve for type 45/120 namely  $P = 87,558,875 Q + 2,512,579,411.76$  and for type 77/120 that is  $P = 142,633,195 Q + 335,010,588, 24$  while the market demand data for type 45/120 obtained  $P = -7,692,307.69 Q + 338,461,538.46$  while for type 77/120  $P = -32.142.857.14Q + 481.428.571.43$ . The marginal cost of housing units for type 45/120 is Rp. 215,384,615.42 for 16 units and for housing units of type 77/120 in the amount of Rp. 320,714,285.65 for 5 units.*

*The conclusion of the research through the determination of the price of commercial house building with marginal costs for housing types 45/120 in order to meet the maximum profit sales must be reached as many as 16 units while the marginal cost for housing types 77/120 in order to meet the maximum sales profit must be achieved as many as 5 units.*

**Keywords** : ***Housing, selling price, cost curves, marginal costs.***

**Reference** : 51 (25 books + 26 journals)  
(2009-2017)

**Supervisor I** : ***Hendy Satria, S.E., M.Ak.***

**Supervisor II** : ***Afriyadi, S.T, M.E.***

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Rumah adalah merupakan sebuah kebutuhan yang sangat penting setelah kebutuhan pokok lainnya serta sangat berguna sebagai tempat tinggal dari gangguan alam serta makhluk lainnya juga strategis sebagai tempat pendidikan keluarga, persemaian budaya dan meningkatkan kualitas generasi di masa datang serta perwujudan jati diri. Selain itu, sebuah perumahan dan permukiman dapat juga berfungsi sebagai salah satu lokomotif perekonomian dan penciptaan lapangan kerja di dalam siklus penciptaan produktivitas manusia.

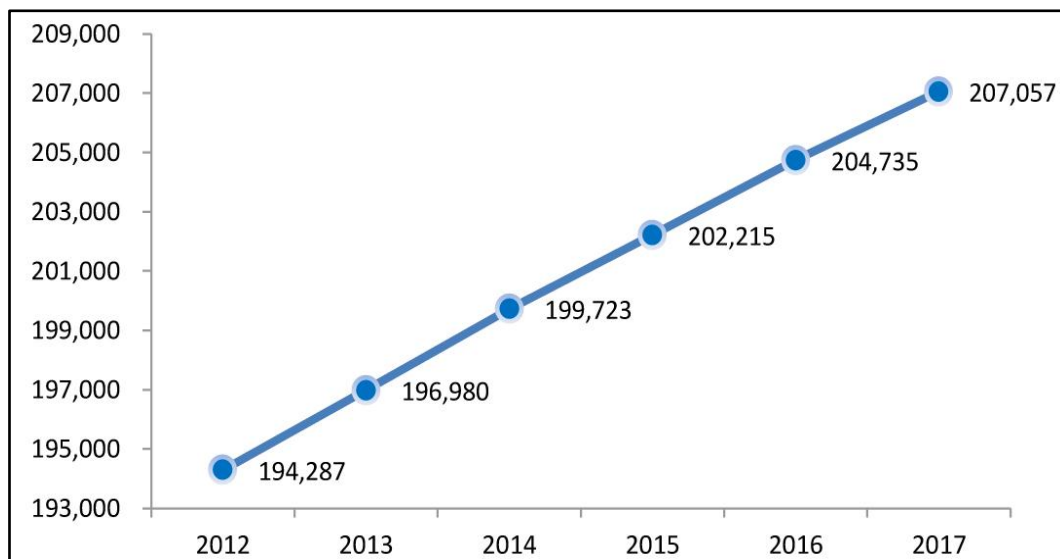
Sebuah mendirikan sebuah perumahan sangat tepat dalam memajukan sebagai kegiatan industri ,sehingga sangat produktif dalam mendorong serta mengerjakan sebuah kegiatan dalam menciptakan sebuah lapangan kerja yang efisien, kebanyakan masyarakat yang golongan menengah kebawah, rumah merupakan barang modal, karena dengan mempunyai sebuah rumah mereka dapat melakukan sebuah kegiatan ekonomi.

Selain itu, perumahan dan permukiman menjadi salah satu kebutuhan yang harus di miliki sebuah manusia, sebagaimana tertulis dalam Undang-Undang Dasar (UUD) 1945 Pasal 28, yang menyatakan bahwa rumah adalah salah satu hak dasar rakyat dan oleh karena itu setiap Warga Negara berhak untuk bertempat tinggal dan mendapat lingkungan hidup yang baik dan sehat. Selain itu perumahan dan permukiman merupakan kebutuhan dasar manusia untuk meningkatkan harkat ,mutu kehidupan dan sumber penghidupan ,juga sebagai pencerminan diri pribadi

untuk meningkatkan taraf dalam kehidupan,serta pembentuk sifat , karakter dan kepribadian didalam negara.

Sebagai pusat pemerintahan Provinsi Kepri, Kota Tanjungpinang telah mengalami pertumbuhan yang cukup pesat hal ini terlihat tidak hanya dari perkembangan fisik wilayahnya tetapi juga peningkatan dalam jumlah penduduknya.Hingga tahun 2017, jumlah penduduk Kota Tanjungpinang mencapai 207.057 jiwa, atau mengalami peningkatan jumlah penduduk mencapai 12.770 jiwa dari tahun 2012 (194.287 Jiwa).

**Gambar 1.1**  
**Perkembangan Jumlah Penduduk Kota Tanjungpinang**  
**Tahun 2012 - Tahun 2017**



Sumber : RPJMD Kota Tanjungpinang, Tahun 2018-2023 (Perda No. 1 Tahun 2019)

Pertambahan penduduk, secara langsung akan mengakibatkan meningkatnya kebutuhan akan penyediaan perumahan bagi penduduk Kota Tanjungpinang. Data dari BPS Kota Tanjungpinang 2018, tercatat sebanyak 67,80% penduduk Kota Tanjungpinang menempati bangunan hunian dan hanya sebanyak 32,20% memiliki rumah sendiri.

Banyak developer untuk mengembangkan sebuah kesempatan untuk berinvestasi di bidang property untuk membangun sebuah perumahan. Dengan demikian terbuka kesempatan sebuah developer yang ingin membuka investasi di bidang tersebut. Karena tingginya persaingan tersebut, maka dibutuhkan penentuan harga yang tepat agar dapat bersaing dengan investor - investor yang lain serta harus mampu bersaing dengan variasi sebuah harga yang di ajukan oleh pengembang perumahan serupa di kota Tanjungpinang. Karena dengan adanya banyak pesaing di bidang properti semakin banyak peminat ke pembeli.

Dalam penentuan harga jual sebuah rumah pihak developer mempunyai peranan yang sangat vital. Sebelum menentukan harga jual unit rumah, pihak developer untuk mengkalkulasi dengan teliti agar semua unit rumah di dalam perumahan laku terjual. Selain itu, harga jual unit rumah yang ditentukan dapat diterima oleh developer meliputi biaya-biaya yang dikeluarkan dan harga yang sesuai dan di dapat diterima kepada pembeli. Selain itu, harga jual adalah sebuah faktor penting yang harus diperhatikan oleh pihak developer karena harga jual rumah merupakan acuan pertimbangan untuk rumah oleh pembeli, di samping berbagai fasilitas yang ditawarkan.

Kebijakan penentuan harga merupakan salah satu keputusan penting yang harus diambil oleh seorang manajer dalam mempertahankan eksistensi perusahaan dan untuk mendapatkan laba yang maksimum atas biaya-biaya yang telah dikorbankan terhadap produk yang di hasilkan sebuah perusahaan. Harga dan biaya merupakan satu kebijakan yang tidak dapat dipisahkan, dimana penentuan harga akan dipengaruhi oleh pembebanan biaya-biaya yang telah dikeluarkan perusahaan.

Perhitungan dan pembebanan biaya-biaya pada suatu produk properti haruslah setepat mungkin, karena hal ini akan mempengaruhi harga jual yang akan ditawarkan pada konsumen. Untuk menghasilkan produk yang bermutu dengan harga yang standar sehingga dapat bertahan dan bersaing di pasar maka perusahaan harus berpedoman pada prinsip bahwa konsumen hanya akan dibebani dengan biaya-biaya yang berkaitan dengan aktivitas penambah nilai. Jadi hubungan antara pembebanan biaya dengan perhitungan harga pokok dan harga jual adalah berbanding lurus dimana pembebanan biaya yang tinggi akan mempengaruhi besarnya perhitungan harga pokok dan pada akhirnya berpengaruh pada menetapkan harga jual yang tinggi. Kesalahan-kesalahan dalam pembebanan biaya akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan diantaranya:

1. Pembebanan yang terlalu tinggi akan menyebabkan harga pokok produk properti juga akan dihitung terlalu tinggi dan mengakibatkan harga jual produk terlalu tinggi pula dan pada akhirnya menyebabkan konsumen enggan membeli rumah, sehingga volume penjualan akan menurun.
2. Pembebanan biaya yang terlalu rendah akan mengakibatkan perhitungan harga pokok yang rendah pula dan pada akhirnya harga jual akan rendah menyebabkan tidak tertutupnya semua biaya-biaya yang dikeluarkan.

Selain itu, penentuan harga jual memiliki hubungan yang erat dengan permintaan masyarakat, karena harga jual merupakan pertimbangan utama konsumen dalam memutuskan membeli rumah. Suherman, (2011) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang erat antara harga dan permintaan dan pada

akhirnya akan menunjukkan keterkaitan yang erat yang ada antara harga dengan jumlah barang yang diminta.

Dalam penyediaan bangunan perumahan, pihak developer seringkali menyediakan perumahan yang terdiri dari berbagai type dengan harga berbeda. Kondisi ini mengakibatkan adanya biaya marginal dalam penentuan harganya. Lebih lanjut Suherman, (2011) menyatakan bahwa dalam menentukan harga marginal didalam perumahan perlu menganalisis melalui survei atas produk pasar yang ditawarkan dengan variasi tingkat harga yang berbeda melalui kurva permintaan, yang merupakan wujud dari permintaan masyarakat terhadap bangunan rumah.

Selain itu, Sukirno, (2016) menyatakan bahwa kurva biaya perlu dibuat untuk mengetahui bagaimana variasi harga pada tingkat produksi yang berbeda. Kurva biaya sebuah perbandingan antara jumlah produksi dengan total biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan sebuah produk. Dengan kurva biaya, dapat diketahui biaya tetap dan biaya variabel yang ada, guna menetralsir peningkatan biaya pada setiap tahunnya. Lebih lanjut dinyatakan bahwa pendekatan biaya marginal akan dipengaruhi oleh dua pendekatan antara kurva biaya dimana *marginal cost* harus sama *marginal revenue* untuk memaksimalkan laba di perumahan tersebut dan bisa menentukan harga jual unit yang akan di produksi dimasa akan datang.

Mengamatu permintaan masyarakat terhadap perumahan yang berbagai ragam, pihak deplover membangun sebuah rumah dengan sesuai tipe dan harga sesuai dengan kebutuhan oleh masyarakat.PT. Puqalfa Jaya Mandiri, dalam

pelaksanaan pembangunan perumahan, khusus pada perumahan komersil, pengembang menyediakan 2 (dua) tipe bangunan rumah, yaitu : tipe 45/120 dan tipe 77/120, dengan harga jual yang berbeda. Perumahan dibangun tahun 2017 hingga 2018 dengan jumlah unit keseluruhannya sebanyak 68 unit terdiri dari 60 unit tipe 45/120 dan tipe 77/120 sebanyak 8 unit. Hingga tahun 2019 baru terjual sebanyak 17 unit, tersisa sebanyak 51 unit rumah. Berikut ini disajikan data penjualan rumah yang dibangun oleh PT. Puqalfa Jaya Mandiri, berlokasi di Tanjungpinang.

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Rumah Komersil PT. Puqalfa Jaya Mandiri, 2019**

<b>Uraian</b>	<b>Tipe Rumah</b>	<b>Harga Jual (Rp)</b>	<b>Jumlah Bangunan (Unit)</b>	<b>Jumlah Terjual (Unit)</b>
Bangunan Rumah	45/120	250.000.000	60	13
	77/120	360.000.000	8	4
<b>Sisa Bangunan</b>	<b>45/120</b>		<b>47</b>	
	<b>77/120</b>		<b>4</b>	

Sumber : PT. Puqalfa Jaya Mandiri, 2019

Tabel 1.1, menunjukkan bahwa harga rumah pada tahun 2018 hingga tahun 2019 tidak mengalami penurunan harga, namun dari sisi permintaan masyarakat mengalami penurunan. Kecilnya minat masyarakat untuk membeli rumah pada kawasan perumahan ini lebih disebabkan oleh tingkat harga yang relative lebih tinggi dibandingkan dengan kawasan perumahan lainnya yang terdapat di Kota Tanjungpinang. Tingginya nilai harga jual rumah yang ditetapkan oleh PT. Puqalfa Jaya Mandiri lebih dikarenakan faktor letak geografis



kawasan perumahan yang strategis, terletak dekat dengan berbagai fasilitas umum, seperti : Pasar Bintang Center, RSUD Provinsi Kepulauan Riau, SD/SMP IT AS Sakinah dan Sekolah Juwita. Sementara itu, harga jual yang ditetapkan oleh pengembang (PT. Puqalfa Jaya Mandiri) belum sepenuhnya mampu diterima oleh konsumen. Kondisi ini terlihat dari sedikitnya minat konsumen untuk memiliki rumah yang dibangun oleh pengembang.

Sebelum menentukan harga jual unit rumah, pihak deployer untuk menghitung dengan teliti agar semua unit rumah yang di hasilkan pada perumahan laku terjual. Selain itu, harga jual unit rumah yang ditetapkan oleh deployer tersebut juga dapat diterima oleh pihak pembeli. Oleh karena itu, harga jual adalah faktor penting yang harus diperhatikan oleh deployer karena harga jual rumah merupakan acuan pertimbangan pemilihan rumah oleh pembeli, disamping berbagai fasilitas yang ditawarkan. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap penetapan harga jual unit rumah dengan melakukan penelitian “**Analisis Biaya Penetapan Harga Marginal Unit Rumah Pada Perumahan PT.Puqalfa Jaya Mandiri**”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana penetapan harga satuan unit rumah pada perumahan PT.Puqalfa Jaya Mandiri ?

2. Bagaimana penetapan harga marginal unit rumah pada perumahan PT.Puqalfa Jaya Mandiri ?

### **1.3. Pembatasan Masalah**

Untuk menghindari penyimpangan yang cukup luas pada penelitian ini, diperlukan pembatasan masalah. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pada penelitian ini, peneliti hanya melakukan penelitian pada jenis perumahan komersil yang dibangun oleh PT.Puqalfa Jaya Mandiri, terdiri dari rumah tipe 45/120 dan rumah tipe 77/120.
2. Periode penelitian yang dilakukan adalah selama kurun waktu tahun 2018 hingga tahun 2019.

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui penetapan harga satuan rumah pada rumah tipe 45/120 dan rumah tipe 77/120 yang dibangun oleh pengembang PT.Puqalfa Jaya Mandiri.
2. Untuk mengetahui penetapan harga marginal pada rumah tipe 45/120 dan rumah tipe 77/120 yang dibangun oleh pengembang PT.Puqalfa Jaya Mandiri.

## **1.5. Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara ilmiah maupun praktis terutama dalam mengetahui penetapan harga satuan rumah dan harga marginal pada bangunan rumah tipe 45/120 dan rumah tipe 77/120 yang dibangun oleh pengembang PT.Puqalfa Jaya Mandiri.

### **1.5.1. Kegunaan Ilmiah**

Bagi pembaca atau penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan serta berguna sebagai salah satu referensi pada penelitian dimasa yang akan datang. Terutama yang berkaitan dengan penetapan harga satuan rumah dan harga marginal pada setiap unit rumah yang dibangun oleh pengembang.

### **1.5.2. Kegunaan Praktis**

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat memiliki kemanfaatan sebagai berikut:

- a. Bagi Perusahaan, sebagai bahan masukan untuk lebih mengetahui pentingnya penetapan harga jual dan penetapan harga marginal pada setiap bangunan unit rumah dalam mencapai tujuan perusahaan.
- b. Bagi Peneliti, sebagai sarana untuk menerapkan dan mengaplikasikan metode-metode maupun teori – teori yang telah diperoleh selama masa studi serta dapat memperluas wawasan ilmiah di bidang akuntansi khususnya

didalam penetapan harga jual rumah yang tidak hanya mempertimbangkan aspek keuntungan semata tetapi juga memperhatikan kemampuan masyarakat dalam membeli rumah.

- c. Bahan acuan dan referensi bagi peneliti lanjutan dilingkungan civitas akademika dalam upaya mencari dan mengembangkan formulasi yang tepat dalam menetapkan harga jual unit rumah yang mampu mempertimbangkan seluruh aspek (lokasi, biaya produksi dan biaya marginal).

## **1.6. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini terdiri dari lima Bab di mana pada masing-masing Bab mempunyai keterkaitan antar satu dengan yang lainnya dan mampu memberikan gambaran secara sistematis mengenai penelitian ini. Di bawah ini akan diuraikan sistematika penulisan skripsi adalah sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini akan menggambarkan mengenai fenomena yang akan dibahas dalam penelitian ini meliputi latar belakang, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang landasan teori yang memiliki relevansi dan digunakan pada penelitian ini serta teori-teori yang berkaitan dengan

penelitian. Selain itu juga dijelaskan mengenai kerangka pemikiran dan beberapa penelitian terdahulu.

### BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang jenis penelitian, jenis data yang digunakan, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, serta teknik analisis data yang digunakan.

### BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan data-data yang dihasilkan dari lapangan yang selanjutnya dilakukan analisis sesuai metode penelitian yang telah ditentukan sebelumnya dan kemudian dilakukan pembahasan. Bab ini merupakan inti dari penelitian dengan menguraikan data-data yang telah diolah sehingga terlihat hasil akhir dari penelitian ini.

### BAB V : PENUTUP

Merupakan Bab akhir yang berisikan kesimpulan dan saran berhubungan dengan hasil akhir penelitian yang dapat dijadikan dasar pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.

## **BAB II**

### **TINJUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Tinjauan Teori**

Untuk memberi kejelasan pada penelitian ini, penulis mengemukakan beberapa kerangka teori yang berkaitan dengan penelitian. Berikut teori dasar yang digunakan pada penulisan skripsi ini.

##### **2.1.1. Perumahan dan Permukiman**

Perumahan dan permukiman merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia dalam meningkatkan dan pemerataan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan UU No. 23/2014 tentang Pemerintah Daerah, pembangunan perumahan dan permukiman adalah salah satu urusan wajib yang harus dilakukan melalui pemerintah dalam hal ini pemerintah Provinsi dan Kota/Kabupaten.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2011 tentang Perumahan dan Pemukiman, dinyatakan bahwa perumahan adalah perkumpulan rumah yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau lingkungan hunian yang difasilitasi dengan sarana dan prasarana lingkungan.

Perumahan adalah salah satu bentuk sarana hunian yang mempunyai kaitan yang sangat erat dengan masyarakatnya. Hal ini berarti perumahan di suatu lokasi sedikit banyak mencerminkan karakteristik masyarakat yang tinggal di perumahan tersebut, (Soetomo, 2012). Selanjutnya dinyatakan sebuah perumahan dapat diartikan sebagai suatu cerminan oleh diri pribadi manusia, baik secara perorangan maupun dalam suatu kesatuan dan kebersamaan dengan lingkungan

alamnya dan dapat juga mencerminkan taraf hidup, kesejahteraan, kepribadian, dan peradaban manusia penghuninya, masyarakat ataupun suatu bangsa.

#### **2.1.1.1. Fungsi Rumah**

Menurut Sudarwanto (2017), terdapat tiga fungsi yang terkandung dalam rumah, yaitu :

1. Rumah sebagai pendukung identitas keluarga, yang dinyatakan dalam kualitas hunian atau perlindungan yang diberikan rumah. Kebutuhan tempat tinggal dimaksudkan agar penghuni mempunyai tempat tinggal atau berteduh cukup untuk melindungi keluarga dari cuaca yang ada setempat.
2. Rumah sebagai pendukung kesempatan keluarga untuk berbenteng dalam kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi atau fungsi pengembangan keluarga. Fungsi ini terwujud dalam lokasi tempat rumah yang akan didirikan. Kebutuhan berupa jangkauan ini diartikan untuk memenuhi kebutuhan sosial dan memudahkan ke tempat bekerja untuk mendapatkan tempat penghasilan.
3. Rumah sebagai pendukung rasa tenang dalam arti terjaminnya kehidupan keluarga di masa depan setelah mendapatkan sebuah rumah, jaminan keamanan lingkungan perumahan yang ditinggali serta jaminan keamanan berupa kepemilikan rumah dan lahan.

Rumah sebagai kebutuhan dasar manusia, perwujudannya bervariasi menurut siapa penghuni atau pemiliknya. Berdasarkan *hierarchy of need* (Maslow, dalam Sudarwanto, 2017), kebutuhan akan rumah dapat didekati sebagai:

1. *Physiological needs* (kebutuhan akan makan dan minum), adalah kebutuhan biologis yang nyaris serupa tujuan tiap manusia, yang juga menjadikan kebutuhan penting daripada tempat tinggal, pakaian, dan makanan juga tergolong masuk bagian ini.
2. *Safety or security needs*, adalah ruang bersembunyi bagi penghuni oleh halangan manusia serta daerah yang tidak diinginkan.
3. *Social or affiliation needs* (kebutuhan berinteraksi), semacam tempat untuk berhubungan beserta keluarga dan teman.
4. *Self actualization needs* (kebutuhan akan ekspresi diri), rumah bukan hanya sebagai ruang tinggal, tetapi dipilih ruang untuk mengaktualisasi diri.

#### **2.1.1.2. Persyaratan Pengembangan Kawasan Perumahan**

Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2016 Tentang Penyelenggaraan Perumahan Dan Kawasan Permukiman, menyatakan bahwa dalam pengembangan kawasan perumahan, wajib menjalankan ukuran-ukuran sebagai berikut :

1. Disediakan tanah yang memenuhi bagi pembangunan kawasan dan dilengkapi beserta fasilitas lingkungan, manfaat umum dan kemudahan dengan masyarakat.
2. Tidak terhalang oleh mencemari air, mencemari udara dan kegemparan, adapun yang bermula dari sumber daya buatan atau dari sumber daya.
3. Ditanggung tercapainya berkualitas wilayah kehidupan yang sehat bagi pembaruan seseorang dan masyarakat penghuni.
4. Keadaan tanahnya tidak banjir dan mempunyai kemiringan tanah 0-15 %, sehingga mampu dikerjakan sistem mengalirkan air hujan (drainase) yang



berguna dan mempunyai daya dukungan yang menjadikan untuk mendirikan sebuah perumahan.

5. Adanya ketetapan hukum bagi sejumlah penghuni terhadap tanah dan bangunan di atasnya yang bergantung sesuai ketentuan undang-undang yang berjalan, yaitu :

- Tempatnya mesti strategis dan tidak terhalang dari aktivitas lainnya.
- Memiliki akses terhadap pemusatan pelayanan, seperti pelayanan kesehatan, perniagaan, dan pendidikan.
- Memiliki sarana drainase, yang mampu menyalurkan turun hujan dalam waktu singkat dan tidak tercapai mengakibatkan genangan air.
- Memiliki sarana proses air bersih, berupa sistem penyaluran yang bersedia untuk diarahkan ke masing-masing rumah.
- Dilengkapi oleh sarana pembuangan air tidak bersih, yang dapat dilakukan dengan sistem perseorangan yaitu tangki septik dan tempat rembesan, ataupun tangki septik komunal.
- Perumahan wajib dilayani oleh sarana pembuangan sampah secara baik supaya kawasan permukiman selalu nyaman.
- Dilengkapi dengan sarana umum, seakan-akan tempat bermain untuk anak, tempat atau taman, tempat menjalankan ibadah, pendidikan dan kesehatan sesuai beserta garis besarnya permukiman tersebut.
- Dilayani oleh system daya listrik dan telepon.

### **2.1.1.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Perumahan**

Keberadaan suatu perumahan mampu mempengaruhi bertambahnya suatu daerah, dan kebalikannya aktivitas pembangunan dalam suatu daerah dapat mempengaruhi bertambahnya perumahan. Permukiman berkaitan secara berlanjut serta keadaan dan derajat hidup masyarakat, faktor-faktor yang mempengaruhi berkembangnya daerah permukiman sudah besar, antara lain keadaan geografis, keadaan penduduk, keadaan kelembagaan, keadaan keswadayaan dan peran turut masyarakat, keadaan terjangkau kemampuan pembeli, keadaan kepemilikan tanah, keadaan perekonomian dan moneter. Faktor-faktor beda akan pengaruh terhadap proses pembuatan perumahan adalah disebabkan oleh perubahan nilai-nilai budaya masyarakat (Damayanti, 2014).

Sedangkan menurut Agustina (2013), ada banyak keadaan yang mampu mempengaruhi berkembangnya permukiman untuk dapat melihat mulai 9 tanda, antara lain: tempat geografis, kependudukan, sarana dan prasaranaperekonomian dan keadaan kekuatan membeli, sosial budaya, ilmu pengetahuan dan metode ilmiah, kelembagaan, dan peran demi sejumlah masyarakat.

1. Keadaan Geografis ; Keadaan geografis suatu permukiman sungguh memastikan keberhasilan membangun suatu tempat tinggal. Permukiman yang keadaannya tersendiri serta susah dijangkau seakan sungguh perlahan-lahan untuk menjadi banyak. Pemetaan suatu tempat tinggal mempunyai pengaruh, jika pemetaan tempat tinggal dikatakan tidak datar maka akan tetapi susah suatu tempat dikatakan untuk menjadi banyak. Lingkungan

kehidupan mampu mempengaruhi keadaan permukiman, sehingga menjadikan keadaan nyaman orang yang mendiami permukiman.

2. Keadaan Kependudukan; Berkembangnya penduduk yang panjang, menjadikan masalah yang menyerahkan dampak yang sungguh banyak terhadap pembuatan permukiman. Banyaknya masyarakat yang banyak menjadikan asal kemampuan dan kekuatan sebagian pembangunan, jika mampu ditujukan berubah masyarakat pembangunan yang berhasil dan maksimal. Tetapi kebalikannya, banyaknya penduduk yang banyak itu seakan membentuk berat dan mampu mengeluarkan permasalahan apabila tiada ditujukan dengan bagus. Disisi lain, penyebaran penduduk secara demografis yang tidak seimbang, menjadikan masalah lain berpengaruh terhadap proses pembangunan perumahan.
3. Keadaan Kelembagaan; Keadaan beda yang berpengaruh terhadap pembuatan perumahan termasuk perlengkapan kelembagaan yang berguna menjadi memegang kebijaksanaan, pembaruan, dan proses baik lingkungan pemerintah serta lingkungan swasta, baik di pusat serta di daerah.
4. Keadaan Swadaya dan Peran Turut Masyarakat; Dalam rencana menolong kelompok masyarakat yang berpendapatan bawah, tengah, tidak tetap, harus dikembangkan pembuatan perumahan sebagai kekuatan masyarakat yang dilakukan oleh berbagai kelompok non-pemerintah. Dalam kejadian ini mampu dibuktikan bahwa masyarakat yang berpendapatan tidak tetap begitu terlalu bawah dan tidak berkemampuan dikatakan berada mendirikan rumahnya sendiri beserta rangkaian berjenjang, yaitu awal-awal dengan

barang bangunan sudah pernah dipakai ataupun sederhana, setelah itu perlahan-lahan diperbaiki beserta bangunan tetap bahkan mempunyai jumlah rumah yang telah bertambah tinggi. Keadaan kekuatan dan peran ikut masyarakat atau tanda sosial terkemuka selalu mencakup keadaan sosial masyarakat, keadaan bertetangga, bersama-sama dan pekerjaan serentak lainnya.

5. Sosial dan Budaya; Keadaan sosial budaya menjadikan suasana menyangkut serta berpengaruh berkembangnya permukiman. Perbuatan dan pengetahuan seorang terhadap rumahnya, adat istiadat suatu bagian, keadaan bertetangga, dan rangkaian pergeseran adalah faktor-faktor sosial budaya. Rumah tidak cuma seharusnya ruang berlindung dan bersembunyi terhadap bahaya dari luar, tetapi besar dibuat upaya yang mampu memperlihatkan gambar dan keadaan penghuninya.
6. Ekonomi dan Keterjangkauan Daya Beli; Tanda ekonomi mencakup yang bersangkutan atas tempat pekerjaan. Tinggi rendah perekonomian suatu wilayah akan maju mampu memajukan berkembang permukiman. Tanda perekonomian untuk mempengaruhi tingkat hasil kerja seseorang. Kian bertambah penghasilan seseorang, maka makin bertambah pula kemampuan orang tersebut dalam mempunyai rumah. Kejadian ini untuk mengangkat berkembang permukiman di suatu wilayah. Keterjangkauan keadaan pembeli masyarakat terhadap suatu rumah akan mempengaruhi berkembang permukiman. Semakin rendah harga suatu rumah, semakin besar jumlah

masyarakat yang membeli rumah, maka semakin berkembanglah permukiman yang ada.

7. Sarana dan Prasarana; Kelengkapan sarana dan prasarana dari suatu perumahan dan permukiman mampu mempengaruhi berkembangnya permukiman di suatu daerah. Dengan adanya sarana dan prasarana yang memenuhi mampu menjadikan penduduknya sudah melakukan kegiatan sehari-hari. Semakin lengkap sarana dan prasarana yang tersedia maka semakin besar pula orang akan mempunyai keinginan bertempat di kawasan tersebut.
8. Pertanahan; Penambahan nilai tanah menjadi keadaan perbuatan kelangkaan tanah untuk permukiman, memberikan timbulnya *slum* dan *squatter*.
9. Ilmu Pengetahuan dan Teknologi; Perkembangan ilmu tentang pengetahuan dan teknologi dapat memajukan kemajuan perumahan dan permukiman. Dengan diciptakannya teknologi-teknologi inovasi dalam bagian pelayanan konstruksi dan bahan konstruksi maka pembangunan suatu rumah akan semakin secepat mungkin dan dapat menghemat waktu. Sehingga semakin beramai-ramai pula orang-orang yang ingin membikin rumahnya.

#### **2.1.1.4. Pembiayaan Pembangunan Perumahan**

Pembiayaan sering dianggap sebagai permasalahan yang paling penting dalam keseluruhan proses pembangunan perumahan karena menyangkut alokasi sumber dana. Secara mikro, hal ini disebabkan oleh kapasitas cermat masyarakat untuk mencapai nilai rumah yang memadai bagi mereka selama benar bersusah

payah, akibat sebagian banyak masyarakat merupakan masyarakat dengan tingkat perekonomian menengah kebawah, padahal secara makro hal ini selalu tidak terhindar sejak kekuatan kehidupan nasional untuk membantu proses masalah perumahan dengan cara merata. Hal beda yang sama menjadikan salah satu gambaran persoalan pembiayaan ini adalah keadaan kecondongan meningkatnya biaya membangun, terhitung biaya menyediakan tanah yang tiada seimbang oleh peningkatan tanda pendapatan masyarakat, sehingga ukuran untuk mencukupi keperluan mengenai tempat tinggal menjelma semakin maju/tinggi (Alwi, 2012).

Lebih lanjut Alwi (2012) menyatakan bahwa pembiayaan perumahan dapat dilakukan secara formal maupun swadaya. Pembiayaan perumahan formal adalah segala sesuatu yang terkait dengan perumahan akan berbentuk pembiayaan yang menjadikan pemerintah dan bank-bank tertentu dengan menyangkut komponen-komponen, antara lain biaya pembebasan lahan, pematangan lahan, perijinan, proses sarana dan prasarana serta biaya konstruksi. Sedangkan pembiayaan swadaya merupakan pembiayaan yang diusahakan sendiri oleh masyarakat atau pengembang secara langsung.

Menurut Aprinasari et al. (2013), dalam pembangunan perumahan dengan skema pembiayaan swadaya, minimal harus memuat item-item pembiayaan sebagai berikut :

1. Biaya pembuatan lahan yang sudah memadai suatu pembangunan lingkungan dan dilengkapi beserta prasarana lingkungan, manfaat umum dan kemudahan sosial.
2. Biaya pematangan lahan.

3. Biaya perijinan.
4. Biaya konstruksi bangunan.
5. Biaya penyediaan sarana umum dan kemudahan sosial, yang terdiri oleh :
  - Pembangunan jalan lingkungan.
  - Pembangunan sistem saluran air.
  - Pembangunan sarana air bersih, berbentuk sistem penyakuran yang bersedia untuk disalurkan ke tiap-tiap rumah.
  - Pembangunan fasilitas air limbah, yang mampu melakukan memakai sistem individual yaitu tempat septik dan bidang rembesan, ataupun tanki septik komunal.
  - Pembangunan fasilitas pembuangan sampah.
  - Pembangunan fasilitas umum, seperti tempat bermain untuk anak, lapangan atau taman, tempat menunaikan ibadah, dan lain-lain.

### **2.1.2. Biaya**

Biaya merupakan sebuah sumber dalam ekonomi untuk menentukan dalam suatu transaksi, dan menjadi tolak ukur dalam suatu pembelian barang, baik yang telah di prediksi maupun yang terjadi saat ini. Biaya juga merupakan sebuah pengorbanan untuk memperoleh tujuan yang sudah di tentukan dari awal dan sudah di rancang secara matang dalam menentukan sebuah pengeluaran atau pemasukan (Indra, 2018).

Keberhasilan dalam merancang dan mengendalikan biaya tergantung pemahaman yang merata dari hubungan antara biaya dan kegiatan bisnis studi

yang sangat hati-hati atas dampak yang diterima dalam menghasilkan klasifikasi setiap pengeluaran biaya tetap dan biaya variabel. Serta di dalam pembuatan produk seperti perumahan harus di perhatikan penyajian biaya-biaya pembuatan dan penjualan sebuah produk dengan cara tertentu untuk menafsirkan hasilnya setelah penjualan serta sebagai dasar pertimbangan untuk pengambilan keputusan untuk pembuatan produk dimasa yang akan datang (Sofia, 2013).

#### **2.1.2.1. Pengertian Biaya**

Biaya adalah pengorbanan berasal ekonomi akan diukur dalam standar uang, yang sudah berjalan maupun kemungkinan akan berlangsung bagi tujuan tertentu (Mulyadi, 2016). Sedangkan menurut Supriono (2011: 16) menyatakan bahwa biaya merupakan nilai pendapatan yang dikorbankan ataupun digunakan dalam berhubungan mencapai penghasilan (*revenues*) dan bakal dipakai menjadi pengurang penghasilan.

Pengertian biaya yang lain menurut Hansen dan Mowen (2014: 40) adalah kas atau nilai *ekuivalen* kas yang dikorbankan untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan menunjukkan fungsi saat ini atau dimasa yang akan berasal suatu organisasi. Selain itu, biaya menjadi seperti kas dan sejajar kas yang dikorbankan untuk menghasilkan ataupun mencapai barang atau jasa yang diharapkan untuk mendapatkan kegunaan atau keuntungan di waktu yang akan datang. Biaya termasuk dalam katagori harta, misalnya suatu perusahaan membeli peralatan bisnis (gedung pabrik, mesin-mesin, gedung kantor, peralatan kantor dsb), maka peralatan bisnis tersebut masuk katagori harta tetap dan bila suatu perusahaan



menjalankan proses bisnis, maka barang atau jasa itu masuk dalam katagori harta (Purwanti, 2013).

Berdasarkan pendapat dari para ahli tersebut penulis menyimpulkan bahwa biaya merupakan pengorbanan yang diukur secara finansial yang telah dikeluarkan untuk mencapai tujuan tertentu dari perusahaan baik untuk tujuan jangka panjang maupun tujuan jangka pendek.

#### **2.1.2.2. Pengolongan Biaya**

Menurut Mulyadi (2016), biaya dapat digolongkan berdasarkan 5 (lima) hal yaitu:

1. Penggolongan biaya berdasarkan obyek pengeluaran

Dalam cara penggolongan ini, nama obyek pengeluaran menjadikan dasar penggolongan biaya. Contohnya dalam perusahaan kertas obyek biayanya contohnya; biaya merang, biaya jerami, biaya gaji dan upah, biaya soda, biaya depresiasi mesin, biaya asuransi, biaya bunga, dan biaya zat warna.

2. Penggolongan biaya seimbang beserta kegunaan pokok oleh kegiatan atau aktivitas oleh perusahaan.

Biaya digolongkan berdasarkan fungsi pokok dari kegiatan- kegiatan perusahaan yaitu; fungsi produksi, fungsi pemasaran, fungsi administrasi dan umum. Karena dalam perusahaan terdapat 3 fungsi utama di atas, maka biaya dalam hubungan dengan fungsi–fungsi tersebut dibagi menjadi 3 golongan biaya yaitu;

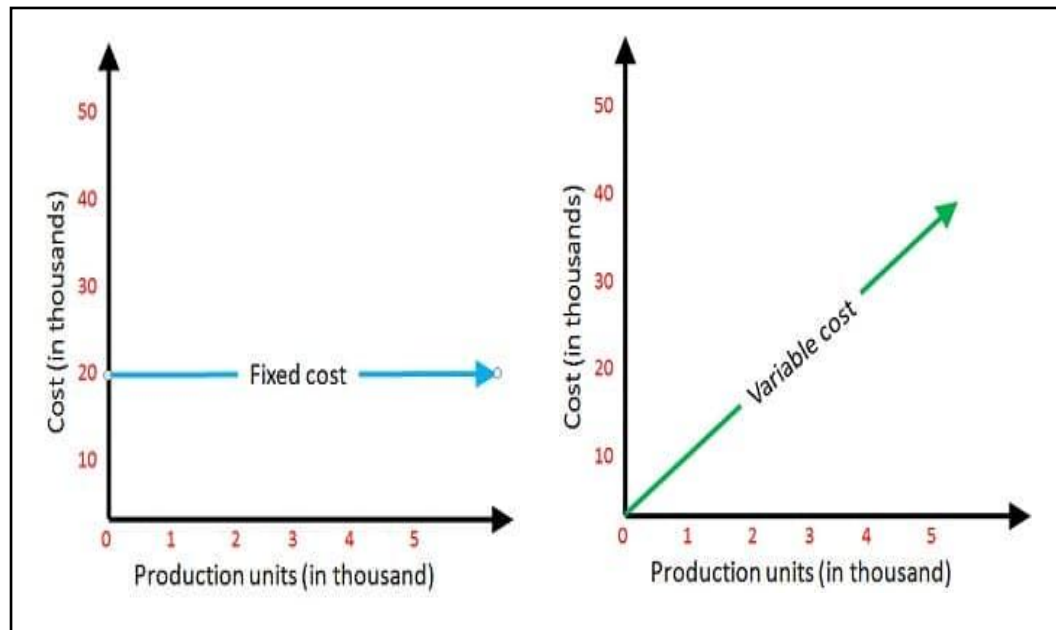
- a) Biaya Produksi, yaitu segala biaya yang bersangkutan atas kegunaan produksi atau aktivitas proses bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Biaya produksi secara umum mampu digolongkan kedalam biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.
  - b) Biaya pemasaran, menjadikan biaya-biaya yang terjadi untuk melakukan aktivitas pemasaran produk.
  - c) Biaya administrasi dan umum, membentuk biaya-biaya untuk mengkoordinasi aktivitas produksi dan pemasaran produk.
3. Penggolongan biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya.
- Penggolongan biaya berdasarkan jangka waktu manfaatnya dapat digolongkan menjadi 2 yaitu:
- a) Pengeluaran Modal yaitu pengeluaran yang akan menyerahkan manfaat pada periode akuntansi yang akan datang.
  - b) Pengeluaran Pendapatan yaitu pengeluaran yang akan menyerahkan manfaat hanya pada periode akuntansi dimana pengeluaran terjadi.
4. Penggolongan biaya menurut perilakunya dalam hubungannya dengan banyaknya kegiatan

Dalam hubungannya dengan perubahan banyaknya kegiatan biaya dapat digolongkan menjadi 4 (empat) yaitu:

- a) Biaya Tetap (*Fixed Cost*); Biaya tetap adalah biaya yang banyak totalnya tetap konstan tidak dipengaruhi oleh perubahan banyaknya kegiatan hingga dengan tingkat tertentu.
  - b) Biaya *Semifixed*; Biaya *Semifixed* adalah biaya tetap untuk tingkat banyaknya kegiatan sudah tetap dan berganti dengan banyaknya yang konstan pada banyaknya produk tertentu.
  - c) Biaya Variabel (*Variabel Cost*); Biaya variabel adalah biaya yang banyaknya totalnya akan berganti secara seimbang (proporsional) beserta pertukaran banyaknya kegiatan.
  - d) Biaya Semi Variabel; Biaya semi variabel merupakan biaya yang berganti tidak seimbang beserta keadaan banyaknya kegiatan.
5. Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai
- Penggolongan biaya berdasarkan atas obyek atau pusat yang dibiayai dapat digolongkan menjadi 2 (dua) yaitu;
- a) Biaya langsung (*direct cost*), adalah biaya yang menyebabkan satu-satunya adalah karena keadaan sesuatu yang dibiayai.
  - b) Biaya tidak langsung (*indirect cost*), yaitu biaya yang terjadi tidak cuma disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai.

Lebih lanjut dinyatakan, terdapat perbedaan yang mendasar antara biaya tetap dengan biaya variabel, sebagaimana terlihat pada tabel dan gambar berikut.

**Gambar 2.1**  
**Perbedaan Biaya Tetap (*Fixed Cost*) dan Biaya Variabel**



Sumber : Mulyadi (2016)

**Tabel 2.1**  
**Perbedaan Mendasar Biaya Tetap dan Biaya Variabel**

Dasar Untuk Perbandingan	Biaya Tetap	Biaya Variabel
Pengertian	Biaya yang tetap sama, terlepas dari volume yang dihasilkan.	Biaya ikut berubah sejalan dengan perubahan dalam output.
Penilaian	Waktu terkait	Volume terkait
Waktu Terjadi	Biaya ini adalah pasti, biaya ini terjadi terlepas dari adanya unit yang diproduksi atau tidak.	Biaya variabel hanya terjadi ketika unit diproduksi.

Dasar Untuk Perbandingan	Biaya Tetap	Biaya Variabel
Biaya Satuan	Biaya ini merubah harga satuan setiap unit. Jika unit yang diproduksi meningkat, biaya tetap per-unit menurun begitupun sebaliknya. Sehingga biaya tetap per-unit berbanding terbalik dengan jumlah output yang dihasilkan.	Biaya variabel tetap sama dalam produksi per unit.
Perilaku	Tetap konstan untuk jangka waktu tertentu.	Berubah dengan perubahan tingkat output.
Kombinasi	Overhead produksi tetap, biaya administrasi tetap, biaya penjualan tetap dan distribusi overhead.	Bahan langsung, tenaga kerja langsung, beban langsung, variabel produksi overhead, variabel penjualan dan distribusi overhead.
Contoh	Penyusutan, sewa, gaji, asuransi, pajak dll.	Bahan baku, upah, komisi penjualan, biaya pengepakan, dll.

Sumber : Mulyadi (2016)

### 2.1.3. Harga

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya. Harga dapat dinyatakan sebagai satu-satu elemen bauran proses yang menjadikan pendapatan segala elemen lainnya. Harga merupakan salah satu elemen yang paling mudah oleh bauran proses tidak serupa sifat-sifat produk dan tanggung jawab jalur pembagian. Harga dapat berubah-ubah dengan cepat pada waktu yang serupa penetapan harga dan persaingan harga merupakan persoalan terpenting yang dihadapi banyak eksekutif pemasaran.

Harga berubah ukuran bagi konsumen dimana ia menjalani kesukaran dalam menentukan ukuran produk yang kompleks yang ditawarkan untuk mencukupi kebutuhan dan keinginan kalau barang yang diinginkan konsumen merupakan barang serta kualitas atau ukuran yang baik maka pasti harga disebutkan mahal kebalikannya bila yang diinginkan konsumen merupakan dengan kualitas biasa-biasa saja atau tidak melampaui baik maka harganya tidak melampaui mahal.

Kesalahan dalam memastikan harga mampu mengakibatkan mempunyai konsekuensi dan dampak, tindakan penentuan harga yang menyalahi etika mampu menimbulkan pelaku usaha tidak disenangi pembeli. Bahkan para pembeli dapat melaksanakan suatu kegiatan yang dapat menyebabkan nama baik penjual, jika kekuasaan harga tidak berada pada pelaku usaha hanya berada ada pekerjaan pemerintah, maka penetapan harga yang tidak diinginkan oleh pembeli bisa menimbulkan suatu reaksi menolak oleh banyak orang atau bagian kalangan, reaksi penolakan itu bisa diekspresikan dalam bermacam-macam perbuatan yang kadang-kadang menuju pada perbuatan yang menyalahi norma hukum.

#### **2.1.3.1. Pengertian Harga**

Harga merupakan sebanyak uang yang dibebankan atas suatu produk atau banyaknya dari nilai yang ditukar konsumen dengan manfaat – manfaat disebabkan mempunyai atau memakai produk tersebut (Christiono, 2017). Di sisi lain harga sangat diperhatikan untuk membeli sebuah produk misalnya perumahan serta kualitas produk yang dijual apakah sudah layak apa belum itu sangat di perhatikan oleh calon pembeli untuk membeli sebuah produk yang akan di beli,

jadi sangat di perhatikan untuk menentukan harga serta melihat biaya-biaya yang di keluarkan agar pantas dan sesuai sehingga calon pembeli puas setelah melakukan transaksi barang yang disediakan. Harga juga mampu didefinisikan secara sempit sebagai banyaknya uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa atau mampu didefinisikan secara besar harga sebagai banyaknya nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan mempunyai dan menggunakan produk atau jasa yang menyebabkan perusahaan memperoleh keuntungan yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pembeli yang diciptakannya (Kotler & Armstrong 2012).

Selain itu Buchari (2011), mengatakan bahwa harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Harga mempunyai dua bagian terpenting dalam proses proses ketetapan para pembeli, yaitu bagian penentuan dan bagian pemberitahuan. Selain itu harga juga menjadikan satu-satunya bagian bauran pemasaran yang menyerahkan pemasukkan atau pendapatan oleh perusahaan (Tjiptono, 2011).

Selanjutnya Swastha (2011), mengatakan bahwa harga merupakan banyaknya uang yang diperlukan untuk memperoleh beberapa gabungan dari barang bersama pelayanannya. Menurut Effendi (2010) harga merupakan banyaknya uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang berganti para pelanggan untuk mendapat manfaat dari pembeliannya. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menyerahkan pendapatan atau pemasukan bagi perusahaan serta bersifat fleksibel. Selain itu, menurut Kotler sebagaimana yang dikutip oleh Bilson (2011) bahwa harga merupakan nilai

yang berganti manfaat atas pengkonsumsian, penggunaan, atau kepemilikan barang atau jasa.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Sebagai jumlah uang harga dapat ditagihkan untuk suatu produk dan jasa, sebagai jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan memakai produk atau jasa yang menyerahkan pendapatan atau pemasukan bagi perusahaan yang bersifat fleksibel.

#### **2.1.3.2. Tujuan Penetapan Harga**

Menetapkan tujuan menurut harga adalah suatu yang fleksibel, mampu diubah dengan cepat sejajar dengan keadaan pasar, tergolong persoalan persaingan harga. Secara umum, penetapan harga bertujuan untuk mendapatkan keuntungan agar perusahaan mampu bergerak akan tetapi dalam keadaan persaingan yang semakin ketat arah mendapatkan keuntungan maksimal dalam praktisnya akan sulit dicapai. Oleh karena itu, manajemen memerlukan tujuan-tujuan. Menurut Kotler & Keller (2016), terdapat beberapa tujuan penetapan harga, antara lain :

1. Kemampuan Bertahan (*Survival*)

Perusahaan berusaha kesanggupan tetap sebagai tujuan utama mereka jika mereka menjalankan keadaan ruang yang tersedia, persaingan ketat dan diinginkan konsumen yang berganti. Semasa harga mencukupi biaya variabel dan beberapa variabel tetap, maka perusahaan selalu berada dalam bisnis. Kemampuan bertahan adalah tujuan jangka pendek. Dalam jangka panjang,



perusahaan wajib mendalami cara menjadikan nilai atau menjelangi kemusnahan.

2. Laba Maksimum Saat ini (*Maximum Current Profit*)

Banyak perusahaan berusaha menjadikan harga yang akan memaksimalkan laba saat ini. Perusahaan menduga permintaan dan biaya yang berasosiasi dengan harga alternatif dan menunjuk harga yang menjadikan laba saat ini, arus kas, atau tingkat pemulihan atas investasi yang paling tinggi. Strategi ini memperkirakan bahwa perusahaan memiliki segala sesuatu dari kegunaan permintaan dan biayanya. Pada kenyataannya, fungsi ini susah diperkirakan. Dalam menekankan kinerja saat ini, perusahaan mungkin mengorbankan kinerja jangka panjang dengan mengabaikan pengaruh variabel bauran pemasaran lain, reaksi pesaing dan batasan hukum pada harga.

2. Pangsa Pasar Maksimum (*Maximum Market Share*)

Beberapa perusahaan ingin menjadikan pangsa pasar mereka. Perusahaan yakin bahwa semakin tinggi volume penjualan, biaya unit akan semakin rendah dan laba jangka panjang semakin tinggi. Perusahaan menjadikan harga terendah memperhitungkan pasar sensitif terhadap harga. Strategi penetapan harga penerobosan pasar dapat diterapkan dalam keadaan: Pasar sungguh sensitif terhadap harga dan harga yang rendah membangkitkan perkembangan pasar; Biaya proses dan distribusi menurun bersamaan terakumulasinya pengalaman produksi dan harga rendah mendesak persaingan aktual dan potensial.

3. Pemerahan Pasar Maksimum (*Maximum Market Skimming*)

Perusahaan mengemukakan teknologi baru yang menjadikan harga tinggi untuk memaksimalkan pemerah pasar. Pada mulanya harga ditetapkan dengan tinggi dan pelan-pelan turun seiring waktu. Meskipun demikian, strategi ini bisa menjadi fatal jika ada pesaing besar yang memutuskan menurunkan harga. Pemerah pasar akan masuk akal dalam keadaan berikut :  
Diperoleh memenuhi banyak pembeli yang permintaan saat ini yang tinggi;  
Biaya satuan menghasilkan volume kecil tidak terlalu tinggi sampai melenyapkan keuntungan dari memakai harga maksimum yang berada diserap pasar;  
Harga awal tinggi menarik lebih banyak pesaing kepasar dan Harga tinggi mengkomunikasikan citra produk yang lebih tinggi.

4. Kepemimpinan Kualitas Produk (*Product- Quality Leadership*).

Banyak merek berusaha menjadi “kemewahan terjangkau” produk atau jasa yang ditentukan karakternya oleh tingkat kualitas pandangan, kesukaan dan kedudukan yang tinggi dengan harga yang cukup tinggi agar tidak berada diluar jangkauan konsumen.

5. Tujuan-tujuan Lainnya (*Other Obejectives*).

Organisasi nirlaba dan masyarakat mungkin mempunyai tujuan penetapan harga lain. Namun apapun tujuan khususnya, bisnis yang memakai harga sebagai alat strategis akan menjadikan lebih banyak laba dibandingkan bisnis yang hanya membiarkan biaya atau pasar memastikan penetapan harga mereka.

Menurut Machfoedz (2013), tujuan dari penetapan suatu harga merupakan untuk memperoleh sasaran perusahaan, memperoleh keuntungan dari penjualan, menaikkan serta menjadikan produksi produk, serta menambah target pemasaran. Penetapan harga suatu produk atau jasa berhubungan dari tujuan perusahaan atau penjual yang menjual produk tersebut. Menurut Harini (2018), penetapan harga memiliki tujuan yaitu:

1. Mencapai Penghasilan atas Investasi

Biasanya besar keuntungan dari suatu investasi telah ditetapkan persentasenya dan untuk memperoleh diperlukan penetapan harga tetap dari barang yang dihasilkannya.

2. Kestabilan Harga

Hal ini biasanya dilakukan untuk perusahaan yang tepat mempunyai kendali dari harga. Usaha pengendalian harga bertujuan paling utama untuk menahan terjadinya perang harga, khususnya bila bertemu permintaan yang masih menurun.

3. Mempertahankan atau Meningkatkan Bagian dalam Pasar

Apabila perusahaan telah memperoleh pangsa pasar yang luas, mereka wajib melakukan mempertahankannya atau justru mengembangkannya. Untuk itu kebijaksanaan dalam penetapan harga tidak boleh sampai merugikan bisnis.

4. Menghadapi atau Mencegah Persaingan.

Apabila perusahaan baru mengerjakan mengikuti pasar dengan arah menngenal pada harga berapa mereka akan memastikan penjualan. Ini

artinya, perusahaan masih mempunyai tujuan dalam menentukan harga coba-coba tersebut.

#### 5. Penetapan Harga untuk Memaksimalkan Laba

Tujuan ini berubah menjadi acuan setiap bisnis untuk mempertahankan hidup, karena setiap bisnis membutuhkan laba.

Menurut Indriyo (2011), penetapan harga merupakan produk yang ditetapkan oleh perusahaan berdasarkan tiga dasar pandangan yang meliputi:

1. Biaya; Penetapan harga yang dilandaskan dengan dasar biaya adalah harga jual produk atas dasar biaya produksinya dan sesudah ditambah dengan margin keuntungan yang diinginkan.
2. Konsumen; Penetapan harga yang dilandaskan dengan dasar konsumen yaitu harga ditetapkan dengan dasar kemauan konsumen. Apabila kemauan konsumen atau permintaan konsumen menginginkan rendah sebaiknya harga.
3. Persaingan; Penetapan harga yang lain adalah dengan dasar persaingan, dalam hal ini kita menentukan harga sesuai keperluan perusahaan yaitu menurut persaingannya dengan perusahaan lain yang serupa dan menjadi pesaing-pesaingnya. Dalam keadaan tertentu, kerap berlaku perusahaan yang mesti menentukan harga jualnya jauh dibawah harga produksinya. Hal ini dilakukan karena pertimbangan untuk menjadikan pesaing.

Sedangkan tujuan penetapan harga menurut Tjiptono (2011), terdapat tujuan-tujuan sebagai berikut :

- (1) Tujuan berorientasi pada laba; Asumsi teori ekonomi klasik mengatakan bahwa setiap perusahaan sering menentukan harga yang mampu membuat laba paling tinggi, tujuan ini dikenal dengan istilah maksimalkan laba.
- (2) Tujuan berorientasi pada volume; Selain arah berorientasi pada laba, ada pula perusahaan yang menetapkan harganya menurut tujuan yang berorientasi pada volume tetap atau yang sering dikenal dengan sebutan *volume pricing objectives*.
- (3) Tujuan berorientasi pada citra; Citra (*image*) suatu perusahaan dapat dibentuk menempuh rencana penetapan harga. Perusahaan mampu menetapkan harga tinggi untuk menjadikan atau melindungi citra prestisius.
- (4) Tujuan stabilisasi harga; Pada pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya wajib menurunkan harga mereka.
- (5) Tujuan-tujuan lainnya; Harga mampu pula ditetapkan oleh tujuan menahan masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas konsumen, mendukung penjualan ulang, atau menjauhi maencampuri pemerintah.

Selanjutnya tujuan penetapan harga menurut Rahman (2010), terbagi menjadi tiga orientasi, yaitu:

1. Pendapatan; Hampir sebagian besar bisnis berorientasi pada pendapatan, cuma perusahaan nirlaba atau melayani jasa publik yang biasanya berpusat pada titik impas.

2. Kapasitas; Beberapa sektor bisnis biasanya menyesuaikan antara permintaan dan penawaran dan menjadikan kapasitas produksi maksimal.
3. Pelanggan; Biasanya penetapan harga yang diberikan cukup representatif beserta mengakomodasi seluruh tipe pelanggan, segmen pasar, dan perbedaan daya beli. Bisa dengan memakai sistem diskon, bonus, dan lain-lain.

Tujuan-tujuan penetapan harga di atas mempunyai implikasi utama terhadap strategi bersaing perusahaan. Tujuan yang ditetapkan mesti konsisten dengan cara yang ditempuh perusahaan dalam memberikan posisi relatifnya dalam persaingan. Misalnya, pemilihan tujuan berorientasi pada laba mengandung arti bahwa perusahaan akan membiarkan harga para pesaing. Pilihan ini cocok ditetapkan dalam tiga kondisi menurut Tjiptono (2011), yaitu diantaranya perusahaan tidak mempunyai pesaing, perusahaan berorientasi pada kapasitas produksi maksimum, dan bagi perusahaan yang berorientasi pada laba beranggapan bahwa harga bukanlah atribut yang penting bagi pembeli.

#### **2.1.3.3. Faktor Pertimbangan Dalam Penetapan Harga**

Untuk mencapai tujuan penetapan harga tersebut ada beberapa faktor penentu yang perlu dipertimbangkan perusahaan dalam menetapkan harga produknya (Tjiptono, 2011), yaitu :

- a. Mengenal permintaan produk dan persaingan. Besarnya permintaan produk dan banyaknya pesaing juga mempengaruhi harga jual, jadi tidak boleh hanya memastikan harga semata-mata didasarkan pada biaya produksi, distribusi dan promosi saja.

- b. Target pasar yang hendak dilayani atau diraih. Semakin menentukan sasaran yang tinggi maka penetapan harga patut lebih hati-hati.
- c. *Marketing mix* sebagai strategi. Produk baru, jika itu produk baru maka bias ditetapkan harga yang tinggi ataupun rendah, tetapi kedua strategi ini mempunyai kelebihan dan kelemahan masing masing. Penetapan harga yang tinggi dapat menutup biaya riset, tetapi juga dapat menyebabkan produk tidak mampu bersaing di pasar. Sedangkan dengan harga yang rendah jika terjadi kesalahan peramalan pasae, pasar akan terlalu rendah dari yang diharapkan. Maka biaya-biaya tidak dapat tertutup sehingga perusahaan mungkin menderita kerugian.
- d. Reaksi pesaing, dalam pasar yang semakin kompetitif maka reaksi pesaing harus selalu dipantau, sehingga perusahaan dapat menentukan harga yang dapat diterima pasar dengan mendatangkan keuntungan.
- e. Biaya produk dan perilaku biaya.
- f. Kebijakan atau peraturan yang ditentukan oleh pemerintah dan lingkungan.

Dalam kenyataan, tingkat harga yang terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Dharmesta & Irawan (2012), dikemukakan sebagai berikut :

- i. Keadaan Perekonomian; Keadaan perekonomian sungguh mempengaruhi tingkat harga yang masih berjalan. Pada periode resesi contohnya, merupakan suatu periode dimana harga ada pada suatu tingkat yang lebih rendah dan ketika ada ketetapan pemerintah perihal nilai tukar rupiah dengan mata uang asing maka akan muncul reaksi-reaksi dari lingkungan masyarakat, khususnya masyarakat bisnis, reaksi spontan adalah dengan kenaikan harga.

- ii. Penawaran dan Permintaan; Pada umumnya tingkat harga yang lebih rendah akan menimbulkan jumlah yang diminta lebih besar padahal harga yang lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan lebih besar.
- iii. Elastisitas Permintaan; Faktor lain yang mampu mempengaruhi penetapan harga merupakan sifat permintaan pasar. Sesungguhnya sifat permintaan pasar ini tidak cuma mempengaruhi penetapan harganya tetapi juga mempengaruhi volume yang dijual.
- iv. Persaingan; Harga jual beberapa macam barang kerap dipengaruhi oleh situasi persaingan yang ada. Banyaknya penjual dan pembeli ini akan mempersulit penjual secara pribadi untuk menjual memakai harga lebih tinggi kepada pembeli yang beda.
- v. Biaya; Biaya adalah bagian dalam penetapan harga, karena suatu tingkat harga yang tidak mampu mencukupi biaya akan menimbulkan kerugian.
- vi. Tujuan Perusahaan; Penetapan harga suatu barang kerap dikaitkan dengan tujuan-tujuan yang akan dicapai. Setiap perusahaan tidak sering memiliki tujuan yang serupa oleh perusahaan lainnya.
- vii. Pengawasan Pemerintah; Pengawasan pemerintah juga adalah faktor utama dalam penetapan harga. Pengawasan pemerintah tersebut mampu diwujudkan dalam bentuk: penetapan harga maksimum dan minimum, diskriminasi harga, serta praktek-praktek lain yang menganjurkan atau menahan kegiatan-kegiatan tujuan monopoli.

Menurut Kotler & Armstrong (2012), didalam variabel harga ada beberapa unsur kegiatan utama harga yang meliputi daftar harga, diskon,



potongan harga, dan periode pembayaran. Ada empat pertimbangan dalam penetapan harga, yaitu: Keterjangkauan harga; Kesesuaian harga dengan kualitas produk; Daya saing harga serta Kesesuaian harga dengan manfaat. Selain itu menurut McCarthy (2016), penetapan harga harus mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut:

1. Tingkat harga; Pada umumnya harga ditetapkan perusahaan disesuaikan dengan strategi perusahaan secara keseluruhan dalam menjumpai keadaan dan kondisi yang berganti dan diarahkan untuk memperoleh tujuan dan sasaran yang telah ditentukan untuk tahun atau waktu tertentu. Hal ini dilakukan disebabkan penetapan harga jual berbenturan langsung terhadap besarnya laba perusahaan. Disamping itu untuk mampu memperoleh usaha perusahaan maka harga yang ditetapkan haruslah didasarkan atas pertimbangan faktor yang diluar jangkauan pengendalian pimpinan perusahaan, seperti kebijakan pemerintah, keberadaan persaingan, perubahan selera dan keperluan konsumen, kelas sosial politik dan budaya masyarakat serta perkembangan teknologi. Oleh karena itu tingkat harga tidak selalu sama dan dapat berubah dari waktu ke waktu.
2. Potongan harga; Potongan harga atau diskon kerap digunakan oleh perusahaan untuk menaikkan jumlah penjualan dan hasil penerimaan penjualan serta share pasar perusahaan, perusahaan mampu menyerahkan potongan harga kepada pembeli yang membeli dalam jumlah besar atau kepada pembeli yang memberikan dengan tunai. Potongan harga (*discount*) menurut Swastha (2011), adalah pengurangan dari harga yang ada.

Pengurangan ini mampu berbentuk tunai atau berupa konsesi yang lain.

Bentuk-bentuk potongan yang banyak dipakai antara lain:

- a. Potongan kuantitas adalah potongan harga yang ditawarkan oleh penjual agar penjual bersedia membeli dalam jumlah yang lebih besar, atau bersedia mengarahkan pembeliannya pada penjual tersebut.
  - b. Potongan dagang, juga disebut potongan fungsional (fungsional *discount*) adalah potongan harga yang ditawarkan pada pembeli atas pembayaran untuk fungsi-fungsi pemasaran yang mereka lakukan. Jadi, potongan dagang ini cuma diberikan kepada pembeli yang turut memasarkan barangnya (penyalur).
  - c. Potongan tunai adalah potongan yang diberikan kepada pembeli atas pembayaran rekeningnya pada suatu periode, dan mereka melaksanakan pembayarannya tepat pada waktunya.
  - d. Potongan musiman, adalah potongan yang diberikan kepada pembeli yang melaksanakan pembelian di luar musim tertentu.
3. Waktu pembayaran; Waktu pembayaran dilakukan secara tunai jika konsumen untuk umum harus membayar waktu pembelian pada saat itu dan waktu pembayaran untuk kredit dilakukan.
  4. Syarat pembayaran; Syarat-syarat pembayaran adalah salah satu strategi harga karena tergolong dalam pertimbangan tingkat pengorbanan yang mesti dihitung para pembeli atau langganan. Syarat pembayaran yang ditetapkan dapat bervariasi, disesuaikan dengan situasi dan kondisi pasar serta sifat dan perilaku langganan atau pembeli.

Suatu perusahaan berupaya agar harga berada pada tingkatan yang umum ditetapkan dalam penetapan harga, faktor pertimbangan dalam penetapan harga (Indriyo, 2011), yaitu sebagai berikut: (1) Faktor-faktor internal yang terdiri dari: pertimbangan organisasi, sasaran pemasaran, biaya dan strategi bauran pemasaran; dan (2) Faktor-faktor eksternal terdiri dari: situasi dan permintaan pasar, persaingan, harapan perantara dan faktor-faktor lingkungan seperti kondisi social ekonomi, budaya dan politik.

#### **2.1.3.4. Penentuan Harga Jual Yang Berorientasi Pada Biaya**

Mulyadi (2016), menyatakan bahwa terdapat 5 (lima) metode yang dapat digunakan dalam penentuan harga jual, yaitu:

1. Penentuan harga jual normal (*Normal Pricing*); Penentuan harga jual normal ini seringkali disebut dengan istilah *cost-plus pricing*, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan satu persentase *markup* (tambahan diatas jumlah biaya) yang dihitung dengan formula tertentu. Harga jual berdasarkan *cost-plus pricing* memperhitungkan 2 unsur taksiran yaitu taksiran biaya penuh dan laba yang diharapkan. Taksiran biaya penuh dapat dihitung dengan menggunakan 2 pendekatan yaitu:

- 1) *Full Costing*, memuat unsur–unsur sebagai berikut:

Biaya Bahan Baku	Rp xxx
------------------	--------

Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp xxx
-----------------------------	--------

Biaya Overhead Pabrik	
-----------------------	--

(Variabel + Tetap)	Rp xxx
<b>Taksiran Total Biaya Produksi</b>	<b>Rp xxx</b>
Biaya Administrasi dan Umum	Rp xxx
Biaya Pemasaran	Rp xxx
<b>Taksiran Total Biaya Komersial</b>	<b>Rp xxx</b>
<b>Taksiran Biaya Penuh</b>	<b>Rp xxx</b>

2) *Variable Costing*, memuat unsur–unsur sebagai berikut:

**Biaya Variabel**

Biaya Bahan Baku	Rp xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp xxx
Biaya Overhead Pabrik (Variabel)	Rp xxx
<b>Taksiran Total Biaya Produksi Variabel</b>	<b>Rp xxx</b>
Biaya Administrasi dan Umum Variabel	Rp xxx
Biaya Pemasaran Variabel	Rp xxx
<b>Taksiran Total Biaya Variabel</b>	<b>Rp xxx</b>

**Biaya Tetap**

Biaya Overhead Pabrik Tetap	Rp xxx
Biaya Administrasi dan Umum Tetap	Rp xxx
Biaya Pemasaran Tetap	Rp xxx
<b>Taksiran Total Biaya Tetap</b>	<b>Rp xxx</b>
<b>Taksiran Biaya Penuh</b>	<b>Rp xxx</b>

Lebih lanjut Mulyadi (2016) menyatakan bahwa biaya penuh dapat dibagi menjadi 2 (dua), yaitu : (1) Biaya yang dipengaruhi secara

langsung oleh volume produk. Biaya ini dipakai sebagai dasar penentuan harga jual; (2) Biaya yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produksi. Biaya ini ditambahkan pada laba yang diharapkan untuk kepentingan persentase *MarkUp*.

Biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk (per unit) merupakan biaya produksi per unit yang terdiri atas biaya bahan baku per unit, biaya tenaga kerja langsung per unit, biaya overhead pabrik per unit. Biaya yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produk merupakan biaya nonproduksi yang terdiri atas biaya administrasi dan umum serta biaya pemasaran.

Biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk merupakan biaya produksi yang terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik.

2. Penentuan Harga Jual waktu dan Bahan (*Time And Material*).

Penentuan harga jual waktu dan bahan ditentukan sebesar biaya penuh ditambah dengan laba yang diharapkan. Metode penentuan harga jual ini digunakan oleh perusahaan bengkel mobil, dok kapal, dan perusahaan lain yang menjual jasa referasi dan bahan baku suku cadang sebagai pelengkap penjual jasa.

3. Penentuan harga jual dalam *Cost-type Contract*.

*Cost -Type Contract* adalah kontrak pembuat produk atau jasa yang pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan

pada total biaya yang dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya sebenarnya tersebut.

4. Penentuan harga jual pesanan khusus.

Pesanan khusus adalah pesanan yang diterima perusahaan diluar pesanan regular. Dalam mempertimbangkan penerimaan khusus, informasi akuntansi diferensial adalah dasar yang dipakai dalam menentukan harga jual.

5. Penentuan harga jual produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang diatur dengan peraturan pemerintah.

Produk atau jasa yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat luas diatur dengan peraturan pemerintah. Dalam penentuan harga jual yang diatur pemerintah biaya penuh masa yang akan datang yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual tersebut dihitung dengan memakai pendekatan *Full Costing* saja karena pendekatan *Variabel Costing* tidak diterima sebagai prinsip akuntansi yang lazim (Mulyadi, 2016).

#### **2.1.3.5. Metode Dasar Penentuan Harga**

Basu Swasta (2012), menyatakan bahwa terdapat 4 (empat) metode dasar yang digunakan dalam penentuan harga yaitu:

1. Harga Yang Didasarkan Pada Biaya

Metode penetapan harga yang didasarkan pada biaya dalam bentuk yang paling sederhana adalah (1) *Cost –Plus Pricing Method* dan (2) *Mark-Up Pricing Method*.

2. Harga Yang Didasarkan Pada Pendekatan *Break-Even*

Pendekatan *Break-Even* merupakan sebuah penetapan harga yang didasarkan pada permintaan pasar dan masih mempertimbangkan biaya.

### 3. Harga Yang Didasarkan Pada Pendekatan Marjinal

Tingkat Harga yang ditawarkan oleh penjual sangat dipengaruhi faktor persaingan, sehingga perlu untuk mengetahui struktur persaingan dipasar. Untuk itu perlu mengetahui tentang pendapatan rata-rata dan pendapatan marjinal juga biaya rata-rata dan biaya marjinal. Pendapatan rata-rata merupakan pembagian dari total pendapatan dengan produk yang dijual. Sedangkan pendapatan marjinal merupakan penghasilan yang berasal dari penjualan unit produk yang terakhir.

Setiap bertambahnya satu unit output akan menghasilkan tambahan penerimaan (MR) yang lebih besar dibandingkan tambahan biaya (MC) untuk memproduksinya, sehingga perusahaan miah bisa memproduksi satu unit output tersebut supaya perusahaan mencapai laba yang maksimal. Ada kalanya satu unit output yang diproduksi membutuhkan tambhan biaya (MC) yang lebih besar dibandingkan tambahan penerimaan (MR) yang dihasilkan, sehingga perusahaan harus memotong produksi satu unit output tersebut supaya perusahaan mencapai laba maksimal (Sukirno, 2016)

Pendekatan Marginal menurut Suherman, (2011) merupakan Turunann pertama fungsi *Total Revenue* (TR) terhadap output adalah penerimaan marginal atau *Marginal Revenue* (MR) bahwa secara matematis salah satu makna turunan pertama adalah menunjukkan kemiringan kurva TR adalah

MR. Sehingga kurva TR dan garis singgung kurva TC itu sejajar, ini berarti  $MR=MC$ .

Satu-satunya yang dapat membuat perusahaan berada pada laba maksimal adalah ketika setiap bertambahnya satu unit output menghasilkan tambahan penerimaan sama dengan biaya untuk memproduksinya .

#### 4. Penetapan Harga Dalam Hubungannya Dengan Pasar

Penetapan harga dalam hubungannya dengan pasar tidak didasarkan pada biaya, tetapi justru harga yang menentukan biaya dari perusahaan.

Ada 3 (tiga) cara yang dapat dilakukan yaitu:

- 1) Penetapan harga yang sama dengan harga saingan
- 2) Penetapan harga dibawah harga saingan
- 3) Penetapan harga diatas harga saingan.

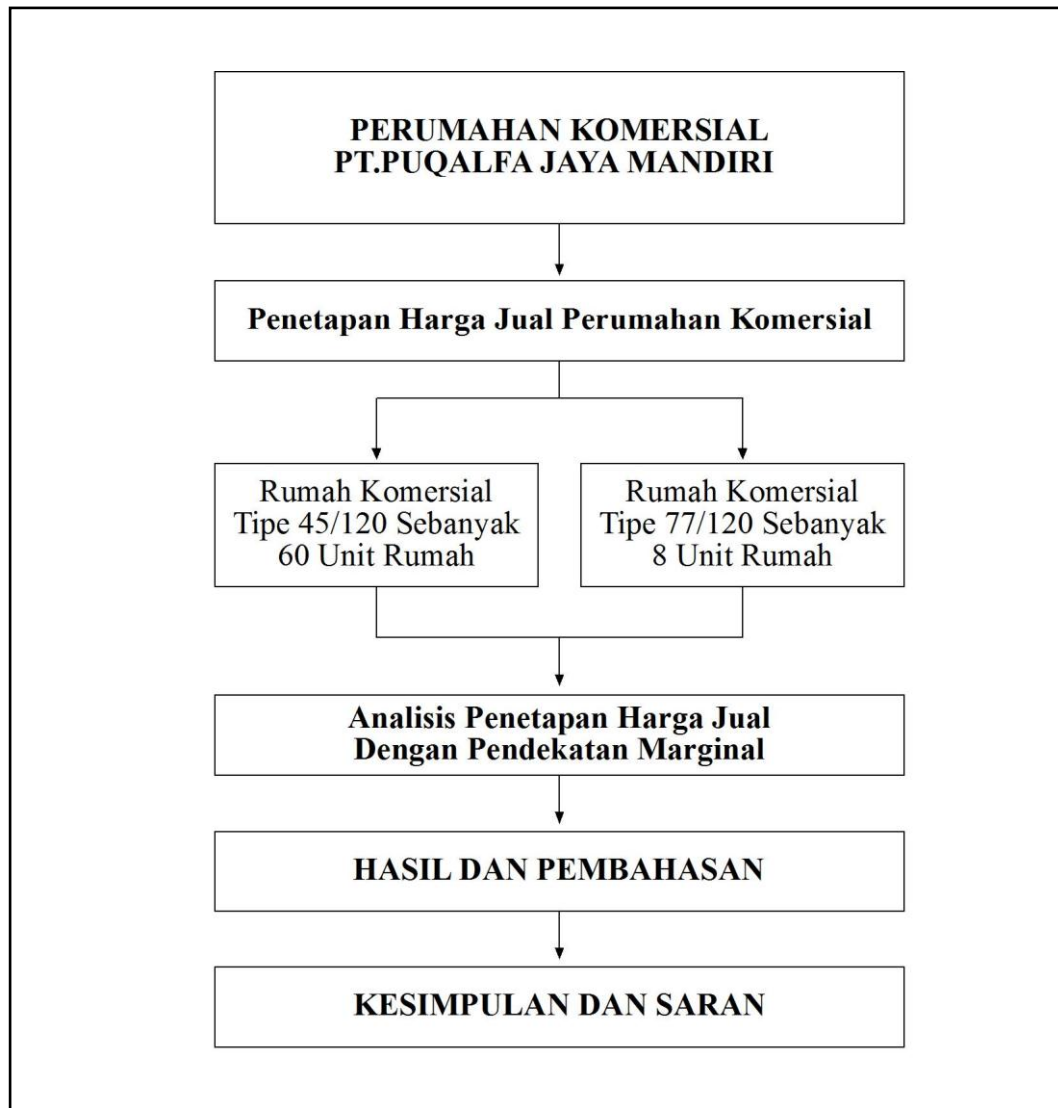
Khususnya pada metode dasar penentuan harga, peneliti menggunakan metode penentuan harga yang didasarkan pada pendekatan marjinal.

## 2.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka Pemikiran merupakan sintesis atau ekstrapolasi dari tinjauan teori yang mencerminkan keterkaitan antara variabel dan merupakan tuntunan untuk memecahkan masalah penelitian. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan melalui bagan alir berikut ini.



**Gambar 2.2**  
**Kerangka Pemikiran**



Sumber : Penulis, 2019

### 2.3. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini merupakan penelitian lanjutan dari penelitian sebelumnya.

Hal ini dimaksudkan untuk acuan dan referensi bagi penulis:

1. Rahman (2017), meneliti tentang analisis biaya dan permintaan dalam menetapkan harga pokok penjualan Apartemen Puncak Darma Husada, Surabaya Timur. Penelitian terhadap harga pokok penjualan menggunakan metode pendekatan harga marginal. Metode pendekatan harga marginal untuk setiap unit apartemen dilakukan dengan mempertemukan kurva biaya dan kurva permintaan. Pada kurva biaya diperoleh melalui analisa biaya tetap dan biaya variabel melalui biaya sekunder ,sedangkan kurva permintaan dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada konsumen melalui data primer.
2. Muhammad Faridz (2014) meneliti tentang analisa biaya penetapan harga jual unit rumah di Perumahan Griya Agung Permata, Lamongan. Penelitian terhadap harga pokok penjualan menggunakan metode pendekatan harga marginal. Metode pendekatan harga marginal untuk setiap unit rumah dilakukan dengan mempertemukan kurva biaya dan kurva permintaan. Pada kurva biaya diperoleh melalui analisa biaya tetap dan biaya variabel. Penelitian ini menggunakan data primer, dengan membagikan kuesioner kepada konsumen.
3. Agung (2014) Meneliti Tentang Analisa Penetapan Harga Jual Unit Rumah Pada Proyek Perumahan Griya Suci Permai Baru, Gresik. Dalam menetapkan harga jual rumah digunakan metode titik impas dengan mempertemukan kurva biaya dan kurva penapatan untuk mendapatkan harga. Pada penelitian ini Kurva pendapatan didapatkan melalui kurva permintaan. Berdasarkan metode ini diketahui harga jual di terima oleh pengembang dari konsumen.

4. Jones & Jones (2018), melakukan penelitian terhadap harga rumah, dimana rumah itu sendiri memiliki banyak atribut berbeda yang dapat mempengaruhi seberapa baik kinerjanya saat itu terdaftar untuk di jual di pasar. Penelitian ini meneliti bagaimana karakteristik fisik tertentu sebuah rumah mempengaruhi harga listing, waktu di pasar, dan harga jual tertinggi. Karakteristik fisik dalam penelitian ini meliputi umur rumah, ukuran rumah, jumlah kamar mandi, kehadiran perapian, sejumlah cerita. Data di kumpulkan dari analisis regresi di lakukan temuan menunjukkan ada rumah semua memiliki dampak signifikan pada daftar harga dan harga jual.
5. Basavachari (2013), melakukan penelitian terhadap biaya, harga, dan keuntungan dari pembangunan blok bangunan dari proses penetapan harga dan penetapan harga. Jadi berbagai teknik penetapan biaya telah dirancang dan diadopsi untuk aplikasi industri. Analisis biaya-volume-laba melibatkan studi tentang pendapatan perusahaan dan biaya yang terkait dengan volume penjualannya. Demikian juga, perusahaan mengembangkan pemahaman tentang biaya-volume-harga-singkatan disingkat sebagai “Analisis CVPP” dengan dimensi tambahan berupa harga. Analisis ini terutama berkaitan dengan hubungan biaya-output. Perhitungan biaya mendahului penetapan harga dan didasarkan pada komposisi dan layanan biaya produk. Pengusaha tertarik pada biaya yang akan dikeluarkan dalam memproduksi suatu produk.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian suatu proses penemuan solusi secara sistematis, logis, dan objektif terhadap suatu masalah spesifik berdasarkan data yang dikumpulkan. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Narbuko & Achmadi (2016), penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha untuk mengukur pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data, menyajikan data, menganalisis, dan menginterpretasi.

Selanjutnya Sudjana dan Ibrahim (2017) mengatakan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang melakukan mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa dan kejadian yang terjadi pada saat sekarang dimana peneliti berusaha memotret peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian untuk kemudian digambarkan sebagaimana adanya. Sedangkan yang dimaksud dengan pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang digunakan dalam penelitian dengan cara menilai indikator-indikator penelitian sehingga diperoleh bayangan diantara variabel-variabel tersebut. Tujuan dari pendekatan kuantitatif adalah untuk mengukur dimensi yang hendak diteliti.

Penggunaan metode deskriptif kuantitatif ini diserasikan dengan tujuan penelitian yang mengarahkan pada masalah-masalah aktual dan fenomena yang masih terjadi pada saat sekarang dengan bentuk hasil penelitian berupa angka-angka mempunyai makna. Sebagaimana dikemukakan oleh Sudjana (2017) bahwa

metode penelitian deskriptif dengan pendekatan secara kuantitatif digunakan apabila bertujuan untuk mendeskripsikan atau menerangkan peristiwa atau suatu kejadian yang terjadi pada saat sekarang dalam bentuk angka-angka yang bermakna.

### **3.2. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara, jajak pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi dari suatu obyek, kejadian atau hasil pengujian (benda). Sedangkan data sekunder merupakan suatu data yang diperoleh dari sumber data yang tidak langsung melalui perantara atau data yang bersumber dari catatan yang ada pada perusahaan (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini data yang digunakan adalah data primer dan sekunder yang diperoleh dari pengembang PT.Puqalfa Jaya Mandiri.

### **3.3. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data merupakan kegiatan yang memakai metode sistematis dan standar untuk mencapai data yang dibutuhkan. Data yang digunakan untuk eksploratif, menguji hipotesis, dan bahan dasar kesimpulan hasil penelitian (Rumengan, 2015).

Pengumpulan data merupakan aktivitas yang menggunakan prosedur sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Data yang

digunakan untuk eksploratif, menguji hipotesis dan bahan dasar kesimpulan hasil penelitian. Pada penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode sebagai berikut:

1. Observasi;

Observasi atau pengamatan, merupakan dasar semua ilmu pengetahuan. Observasi dapat dilakukan secara langsung dengan mata tanpa alat bantu, atau dengan menggunakan alat bantu yang sederhana sampai dengan yang canggih. Observasi merupakan proses aktivitas yang dipengaruhi oleh ekspresi pribadi, pengalaman, pengetahuan, perasaan, nilai-nilai, harapan, dan tujuan observer.

2. Wawancara;

Menurut Lubis, (2017) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data jika peneliti akan melakukan studi pendahuluan untuk mendapatkan permasalahan yang mesti diteliti, dan juga peneliti hendak mengetahui hal-hal dari subjek penelitian yang lebih mendalam dengan jumlah respondennya sedikit/kecil. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini dengan membawa pertanyaan-pertanyaan terstruktur karena peneliti menggunakan pedoman wawancara yang disusun secara sistematis dan lengkap untuk menyatukan data yang ditemukan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data atau informasi resmi yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Dokumentasi ini dilakukan oleh peneliti dengan menghimpun data seperti data tentang jumlah pegawai, struktur

organisasi, gambaran keadaan sekolah, catatan – catatan serta dokumen – dokumen yang di perlukan pada setiap peneliti guna untuk memperoleh hasil yang akurat serta memadai dalam melakukan penelitian serta hal yang diperlukan dalam penelitian yang akan di peroleh.

#### 4. Studi Pustaka;

Studi pustaka adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan melihat buku-buku, literature, jurnal-jurnal, referensi yang bersangkutan dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu yang bersangkutan dengan penelitian penulis.

### **3.4. Teknik Pengolahan Data**

Menurut Sunyoto (2011:140), dalam penelitian ini, tahap pengolahan data yang digunakan yaitu data yang dilakukan setelah data penelitian tersebut diolah baik secara manual maupun komputer. Dengan kata lain deskriptif kuantitatif berkaitan langsung dengan bilangan angka diantaranya :

#### 1. Reduksi Data

Menurut Djunaidi dan Fauzan Alhanshur (2012: 308), reduksi data adalah suatu proses pemilihan, pemusatan, perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan trasformasi data “kasar” yang timbul dari tempat penelitian.Reduksi data berlanjut secara terus menerus selama aktivitas penelitian yang berorientasi kualitatif berlangsung.Proses reduksi data diawali ketika proses pengerahan data telah sudah dilaksanakan.Data yang telah terkumpul selanjutnya dilakukan pemilahan terhadap data data yang

diperlukan dalam proses penelitian. Data mentah yang diperoleh kemudian dirangkum dan disusun dengan baik.

## 2. Display/Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Mengamati adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Mengamati terhadap penyajian data, penelitian akan dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang dilakukan berdasarkan atas pemahaman yang didapat peneliti dari penyajian tersebut. Hal ini sejalan dengan pendapat Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2013: 341) mengungkapkan yang paling sering digunakan untuk menyajikan data penelitian adalah dengan teks yang bersifat naratif maupun tabulasi data.

### 3.5. Teknik Analisis Data

Setelah data-data yang dibutuhkan telah terkumpul, maka dilakukan proses selanjutnya yaitu analisa data. Dalam penelitian ini akan dilakukan beberapa analisa data, yaitu analisa data untuk mencari penetapan kurva biaya dalam penetapan kurva harga marginal. Analisis marginal yang memakai konsep *marginal revenue* dan *marginal cost* yang menjadi prinsip utama dalam pengambilan keputusan finansial atau investasi. Analisis ini memperlihatkan bahwa keputusan finansial atau investasi harus dibuat dan aktivitas dilaksanakan hanya bila *marginal revenue* sama dengan *marginal cost*. Jika kondisi ini berlaku, keputusan yang diambil akan memaksimalkan laba perusahaan.



### 3.5.1. Penetapan Kurva Biaya

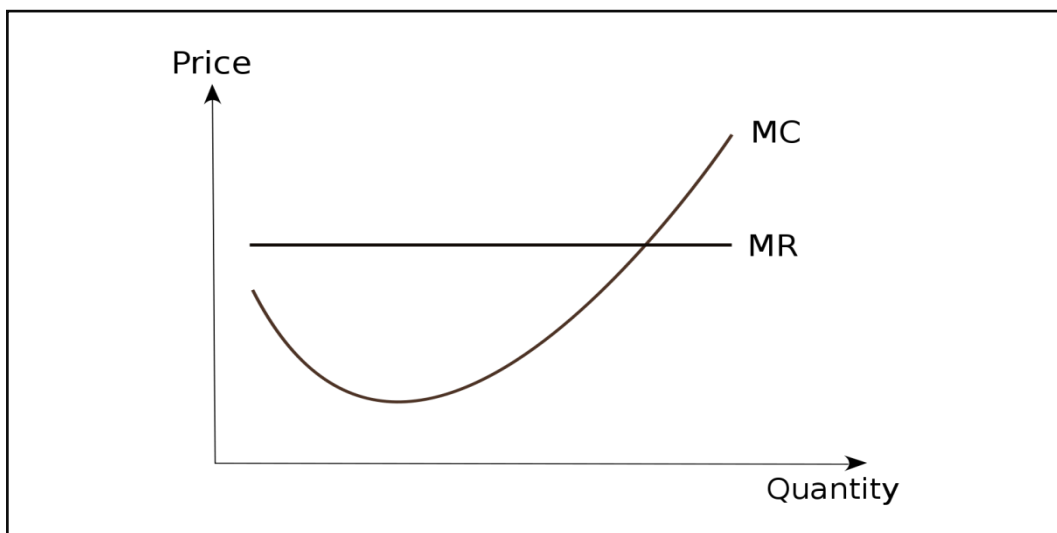
Pada penetapan kurva biaya dilakukan dengan mengidentifikasi biaya-biaya yang diperlukan dalam proyek pembangunan perumahan oleh pengembang PT. Puqalfa Jaya Mandiri yang meliputi biaya investasi dari proyek pembangunan rumah tersebut kemudian menganalisis biaya yang termasuk ke dalam biaya tetap atau biaya variabel yang bertujuan untuk mendapatkan biaya total yang dibutuhkan dalam pembangunan rumah proyek. Biaya total adalah penjumlahan dari biaya tetap dan biaya variabel yang kemudian disajikan dalam kurva biaya total. Dari total biaya di cari besarnya nilai biaya marginal untuk analisis selanjutnya.

### 3.5.2. Penetapan Kurva Harga Marginal

Analisis pendekatan marginal merupakan sebuah metode untuk memperoleh kondisi dimana biaya marginal sama dengan penerimaan marginal. Biaya marginal (*marginal cost*) merupakan penurunan dari *total cost* terhadap unit output dan penerimaan marginal (*marginal revenue*) merupakan penurunan dari *total revenue* terhadap unit output. *Total cost* diketahui dari analisis pendekatan biaya, dan *total revenue* merupakan hasil dari unit output rumah komersil dikalikan dengan besarnya nilai harga (P) didapatkan dari analisis pendekatan nilai permintaan.

Kondisi yang diharapkan perusahaan adalah ketika setiap bertambahnya satu unit output menghasilkan tambahan penerimaan sama dengan biaya untuk memproduksinya. Sehingga dicari titik perpotongan persamaan garis MC dan

**Gambar 3.1**  
**Grafik *Marginal Cost* dan *Marginal Revenue* (MC = MR)**



Sumber : (Christiono, 2017)

Berdasarkan kurva harga marginal di atas kondisi yang diharapkan perusahaan adalah ketika setiap bertambahnya satu unit output menghasilkan tambahan penerimaan sama dengan biaya untuk memproduksinya. Sehingga dicari titik perpotongan persamaan garis MC dan MR. Setelah titik perpotongan antara persamaan MC dengan MR ditemukan, maka harga bisa dicari dengan menempatkan nilai perpotongan tersebut ke dalam persamaan permintaan (Christiono, 2017). MC merupakan perubahan dalam biaya variabel total (*total variabel cost*) bersangkutan dengan berubahnya satu unit output, karena biaya total berubah meski biaya tetap total tidak berubah. Sedangkan MR dapat juga dipandang sebagai tingkat perubahan (*rate of change*) dalam *total revenue* seiring dengan perubahan kuantitas output dan sebenarnya adalah turunan pertama dari fungsi *total revenue* (TR).

Penetapan kurva harga marginal, dilakukan melalui langkah-langkah perhitungan, sebagai berikut (Damayanti, 2014) :

1. Melakukan perhitungan terhadap harga jual, yang diperoleh dari kurva biaya berdasarkan harga jual rumah sesuai dengan tipe yang dibangun oleh pengembang PT.Puqalfa Jaya Mandiri.
2. Melakukan perhitungan terhadap total pendapatan (*Total Revenue*), yang diperoleh dari hasil perkalian antara persamaan harga jual (P) dan Q. Total pendapatan adalah Harga rumah pada setiap tipe dikalikan dengan jumlah bangunan pada setiap tipe.
3. Melakukan perhitungan terhadap pendapatan marginal (*Marginal Revenue*), yang diperoleh dengan mengetahui perubahan pendapatan untuk perubahan satu unit yang terjual, merupakan hasil dari turunan TR (*Total Revenue*).
4. Melakukan perhitungan terhadap biaya total (*Total Cost*). Perhitungan dilakukan dengan menghitung biaya tetap dan biaya variabel yang dibutuhkan dalam pelaksanaan pembangunan/pembuatan perumahan komersil. Secara matematis dinyatakan sebagai berikut :  $TC = FC + VC (Q)$
5. Melakukan perhitungan terhadap biaya marginal (*Marginal Cost*). Perhitungan dilakukan dengan menghitung perubahan biaya yang disebabkan oleh perubahan satu unit rumah yang terjual, merupakan hasil dari turunan TC.
6. Melakukan perhitungan terhadap keuntungan maksimal ( $MC = MR$ ). Laba atau keuntungan tercapai pada saat kondisi  $MC=MR$ . Perhitungan dilakukan

untuk mendapatkan Q yang optimal. Setelah mendapatkan Q maka Q dimasukkan ke dalam persamaan harga jual yang dari kurva biaya untuk mendapatkan harga jual rumah yang sesuai.

### 3.5.3. Tingkat Keamanan (Margin of Safety)

Menurut (Jumingan, 2011) Margin of Safety ini dinyatakan dalam presentase atau rasio dari selisih antara penjualan yang anggarkan dan penjualan pada titik impas dengan penjualan yang di anggarkan. MOS ini bermanfaat selama memeberikan informasi tentang seberapa jauh penurunan penjualan baik dalam rupiah maupun dalam kuantiti sehingga perusahaan masih dalam posisi aman atau masih ber laba.

Menurut (Munawir, 2012) menghitung presentase batas keamanan penjualan dengan rumus suatu produk yaitu sebagai berikut:

$$\text{MOS} = \frac{\text{Penjualan per budget} - \text{Penjualan Per break even point}}{\text{Penjualan per budget}} \times 100 \%$$

Dalam penelitian ini menggunakan rumus di atas yaitu penjualan mos dimana penjualan per budget di kurang penjualan bereak even point di bagi penjualan per budget di kali 100% ,maka akan diketahui tingkat kemanan (MOS) penjualan perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aprinasari F, Anggun dan Asnawi. (2013). *Kapasitas Kelembagaan Lokal Dan Efektivitas Kegiatan Penataan Lingkungan Permukiman Berbasis Komunitas (PLPBK) Studi kasus: Kelurahan Kebondalem Kabupaten Kendal dan Kelurahan Podosugih Kota Pekalongan*. Tesis. Uviversitas Diponegoro.
- Aprilia, W. I. (2014). *Analisis Penetapan Harga Jual Unit Apartemen Bale Hinggil di Surabaya*, 3. Jurnal Penelitian
- Agung, G. (2014). *Analisa Penetapan Harga Jual Unit Rumah*, 3(2), 57–61. Jurnal Penelitian
- Agustina, Ina H. (2013), *Kajian tentang Konsep Keberlanjutan pada Beberapa Kota Baru dan Permukiman Berskala Besar*, Jurnal PWK Unisba, 2013.
- Alwi, Muhammad. (2011), *Evaluasi Pemasaran Produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah dengan Akad Murabahah*. Fakultas Syariah dan Hukum. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Basavachari, V. (2013). *Cost and Costing Techniques in Managerial Economics*, 1, 19–27. Jurnal Penelitian Internasional.
- Basu Swastha. (2012), *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Keempat. Cetakan Kesepuluh. Jakarta: Penerbit Liberty
- Bilson, Simamora. (2011), *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Christiono, U. (2017). *Penetapan Harga Pokok Penjualan Berdasarkan Alokasi Biaya Terhadap Posisi Rumah Pada Perumahan Green Park Residence Sampang*. Jurnal Teknik POMITS Vol. 3, No. 2, (2014) ISSN: 2337-3539 (2301-9271).
- Damayanti, RR dan Christiono Utomo. (2014). *Analisa Biaya dan Permintaan pada Penetapan Harga Marginal Unit Rumah di Perumahan Royal Regency, Lumajang*. Jurnal Teknik ITS Vol. 3 No. 1 Hal. D36-D40.
- Gumanti, T. A. (2011). *Manajemen Investasi-Konsep, Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Guntur, E. M. (2010). *Transformasi Manajemen Pemasaran + Membangun Citra Negara*. Jakarta: Sagung Seto.

- Harini. (2013). *Penetapan Harga, Pengantar Makro Ekonomi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hansen & Mowen. (2014), *Manajemen Biaya*, Edisi Bahasa Indonesia. Buku Keempat. Jakarta: Salemba Empat
- Indra, P. (2018). *Akuntansi Biaya*. (Sony Adams, Ed.) (1st ed.). Yogyakarta: Quadrant.
- Indriantoro, D. N. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Irawan, B. S. D. &. (2013). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Jumingan. (2011). *Analisis Laporan Keuangan* . Jakarta: PT.Bumi Aksara.
- Kuncoro, M. (2009). *Metode Riset untuk Bisnis Dan Ekonomi*. (wibi hardani, Ed.) (3rd ed.). Ciracas ,Jakarta: PenerbitErlangga.
- Kotler, P. & G. A. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & K. L. K. (2016). *Marketing Management*. Inc: Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Muhammad Faridz. (2014). *Analisa Penetapan Harga Jual Unit Rumah Di perumahan Griya Agung Permata*, 3.
- Mulyadi. (2016). *Akuntansi Biaya* (5th ed.). Unit Penerbit Dan Percetakan.
- Munawir, S. (2012). *Analisis Informasi Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Purhantara, W. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Purwanti, A. (2013). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media. Retrieved from <http://www.mitrawacanamedia.com>
- Rahman, M. (2017). Mauli. *Analisis Biaya Dan Permintaan Dalammenentukan Harga Pokok Penjualan Apartemen Puncak Darmahusada ,Surabaya Timur*, 1–22.
- Rakyat, D. (2013). *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi*. Jakarta: PT. Dian Rakyat.

- Rumengan, J. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Medan: Perdana Publishing.
- Soetomo, S. (2012), *Dari Urbanisasi ke Morfologi Kota, Mencari Konsep Pembangunan Tata Ruang Kota yang Beragam*, Cetakan I, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 123p.
- Sofia Prima Dewi. (2013). *Akuntansi Biaya*. In Media.
- Subiakto, N. H. (2017). No Title. *Analisis Penetapan Harga Jual Unit Rumah Pada Proyek Perumahan Prabanata Village ,Semarang*, 1–16.
- Sudarwanto, Budi. (2017), *Pencapaian Pembangunan Perumahan Yang Berkelanjutan*, SMERU Research Institute. Dari MDGs ke SDGs: Memetik Pelajaran an Menyiapkan Langkah Konkret. Buletin SMERU Nomor 2/2017. Jakarta. 2017.
- Sudjana, Nana. dan Ibrahim. (2017), *Metodologi Penelitian dan Riset*, Bandung: Sinar Baru Algensindo
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian*. Bandung: Penerbit Alfabeta Bandung. Retrieved from [www.cvalfabetabdg@yahoo.com](http://www.cvalfabetabdg@yahoo.com)
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suherman, R. (2011). *Pengantar Teori Ekonomi*. (R. Pers, Ed.) (9th ed.). jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukirno, S. (2016). *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Depok: PT Rajagrafindo Persada. Retrieved from [www.rajagrafindo.co.id](http://www.rajagrafindo.co.id)
- Sunyoto, D. (2011). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Yogyakarta: CAPS.
- Sunyoto, D. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Supriyono. (2011), *Akuntansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*, Buku 1 Edisi 2. Yogyakarta: BPFE.
- Utut Oryza Septiantoro. (2015). *Analisa Penetapan Harga Jual Unit Rumah Pada Proyek Perumahan Griya Suci Permai Baru*, 4.
- Winardi, J. (2005). *Manajemen Perubahan (The Management of Change)*. Jakarta: Prenada Media.

Yendrawati, R. (2013). *Akuntansi Keuangan Lanjutan 1*. Yogyakarta: Ekonisia.



## CURRICULUM VITAE



Nama Lengkap : Aqmal Kukuh Fauzi  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Tempat / Tanggal Lahir : Semarang , 24 September 1996  
Status : Belum Menikah  
Agama : Islam  
Email : aqmalkukuhfauzi123@gmail.com  
Alamat : Kp. Purwosari Rt/Rw 014/004  
Kelurahan Toapaya Selatan, Kecamatan Toapaya  
Kabupaten Bintan Provinsi Kepulauan Riau

Riwayat Pendidikan Formal : - SD Negeri 01 Asinan Bawen  
- SMP Negeri 2 Masaran  
- SMK Sukawati Sragen  
- STIE Pembangunan Tanjungpinang