

ANALISA STRATEGI *FORWARD CONTRACT* UNTUK PENETAPAN HARGA YANG EFISIEN DALAM PERSAINGAN PADA PT LABELINDO PERKASA

Charles Widjaya Sutanto dan Widjojo Suprpto
 Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Univeritas Kristen Petra
 Jl. Siwalankerto121-131, Surabaya
 Email: Charlesjudas88@gmail.com ; joe.suprpto@gmail.com

Abstrak- Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi strategi *forward contract* dari *Hedging Strategy* dalam penetapan harga produk karena tidak tersedianya bahan baku yang dibutuhkan di Indonesia dimana transaksi menggunakan mata uang asing serta untuk membantu mengefektifkan dan mengoptimalkan pengelolaan produksi agar dapat mampu berkompetisi dalam persaingan pada PT Labelindo Perkasa. Penggunaan mata uang asing untuk transaksi bahan baku dan penggunaan mata uang lokal untuk penjualan hasil produksi PT Labelindo Perkasa menyebabkan *profit margin* perusahaan tidak menentu. Dengan menggunakan strategi *forward contract* untuk menahan nilai suatu mata uang dapat menjadikan permasalahan fluktuasi kurs mata uang menjadi lebih stabil dan lebih efisien serta dapat memaksimalkan operasional produksi dengan adanya jangka waktu selama sebelum perjanjian kontrak untuk mengevaluasi produksi agar memiliki kompetensi dalam persaingan bisnis.

Kata kunci- *Forward Contract*, Strategi Penetapan Harga, Efisiensi Produksi, Strategi Keuangan

I PENDAHULUAN

Perkembangan perusahaan manufaktur di Indonesia dewasa ini semakin lama semakin pesat terutama ketika pada memasuki era globalisasi. Setiap perusahaan memproduksi barang-barang berkualitas atau barang-barang berharga murah demi mempertahankan bisnis dalam persaingan. Dengan berjalannya waktu yang semakin hari semakin berubah, perusahaan melihat adanya celah-celah peluang usaha dengan memilah-milah ke berbagai segmentasi ekonomi masyarakat.

Pengaruh semakin ketatnya persaingan dalam suatu industri sangat berpengaruh baik bagi lingkungan internal perusahaan maupun pihak-pihak di luar perusahaan baik yang berkaitan maupun yang tidak berkaitan dengan suatu perusahaan tersebut. Dalam pencapaian suatu tujuan perusahaan agar mendapatkan keuntungan maka strategi dalam penetapan harga kepada konsumen penting untuk menetapkan strategi dalam penetapan harga agar tepat terhadap target segmentasi pasar yang dituju serta dapat bertahan, bertumbuh dan berkembang dalam situasi persaingan bisnis dalam suatu industri.

Berdasarkan fenomena yang terjadi di Indonesia saat ini, banyak perusahaan di Indonesia tidak lepas dari pengaruh nilai tukar mata uang asing terutama US Dollar yang berdampak terhadap kekuatan dari nilai mata uang rupiah. Hal ini disebabkan karena tidak setiap bahan baku (*raw material*) atau sumber daya untuk memproduksi suatu produk dapat diperoleh di Indonesia. Selain itu harga minyak dunia juga mempengaruhi terutama kepada perusahaan manufaktur yang menggunakan bahan baku yang berkaitan dengan minyak, cairan kimia, dan produk

sejenisnya. Dari situlah maka suatu perusahaan terkadang mengalami kesulitan dalam menetapkan harga pokok produksi karena pendapatan untuk perusahaan tidak dapat stabil akibat seingnya mengikuti kurs mata uang asing dan harga minyak dunia sebagai patokan pembelian bahan baku.

Harga minyak dunia yang sedang anjlok menyebabkan keuntungan bagi perusahaan manufaktur karena perolehan harga bahan baku semakin murah. Akan tetapi, pasar Indonesia tidak dapat menikmati hal tersebut karena nilai tukar mata uang rupiah sedang jatuh.

PT Labelindo Perkasa memerlukan bahan baku yang harus di datangkan dari negara Cina karena tidak tersedianya bahan baku yang diperlukan untuk proses produksi di Indonesia.

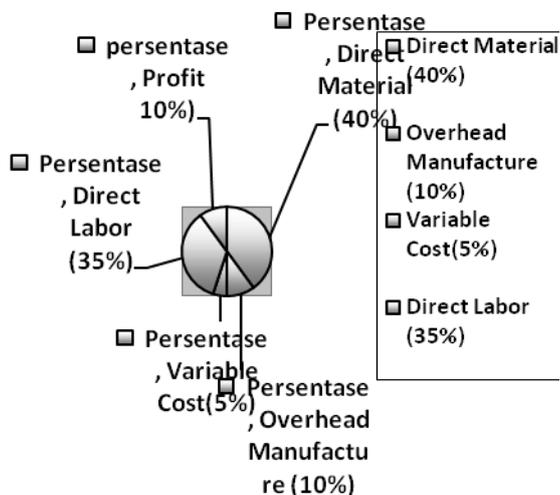
Transaksi pembelian bahan baku pada PT Labelindo Perkasa menggunakan mata uang asing. Biaya pengiriman juga bergantung pada fluktuasi harga minyak dunia. Sedangkan transaksi penjualan menggunakan mata uang rupiah karena PT Labelindo Perkasa menjual hasil produknya kepada perusahaan-perusahaan di Indonesia.

Perbedaan nilai tukar mata uang asing dan mata uang lokal sangatlah berpengaruh terhadap pembelian bahan baku dan penjualan barang hasil produksi. Pengaruh perbedaan tersebut sangatlah tampak terhadap pendapatan serta arus kas (*cash flow*) PT Labelindo Perkasa. Permasalahan yang dihadapi oleh PT Labelindo Perkasa saat ini adalah pelemahan nilai tukar mata uang Rupiah Indonesia terhadap mata uang US Dollar. Penjualan produk PT Labelindo Perkasa memakai mata uang Rupiah sedangkan pembelian bahan baku memakai mata uang US Dollar. Satu fenomena unik lainnya, perusahaan ini melakukan produksi berdasarkan pesanan order saja dari perusahaan lain (*by order*). Selama ini, strategi yang digunakan oleh PT Labelindo Perkasa yang tidak terlalu memperhitungkan nilai tukar Rupiah dan pengaruh harga minyak karena penetapan harga suatu produk pada perusahaan ini hanya menggunakan patokan-patokan harga pasar saja.

Akibat dari fluktuasi nilai tukar suatu mata uang membuat perusahaan-perusahaan di Indonesia menggunakan strategi-strategi untuk menanggulangi hal tersebut. Salah satu contohnya adalah *Hedging Strategy* yaitu *forward contract* yang merupakan perjanjian kontrak dengan pihak tertentu yang bertujuan untuk menjaga suatu nilai tukar mata uang guna mengantisipasi fluktuasi suatu mata uang.

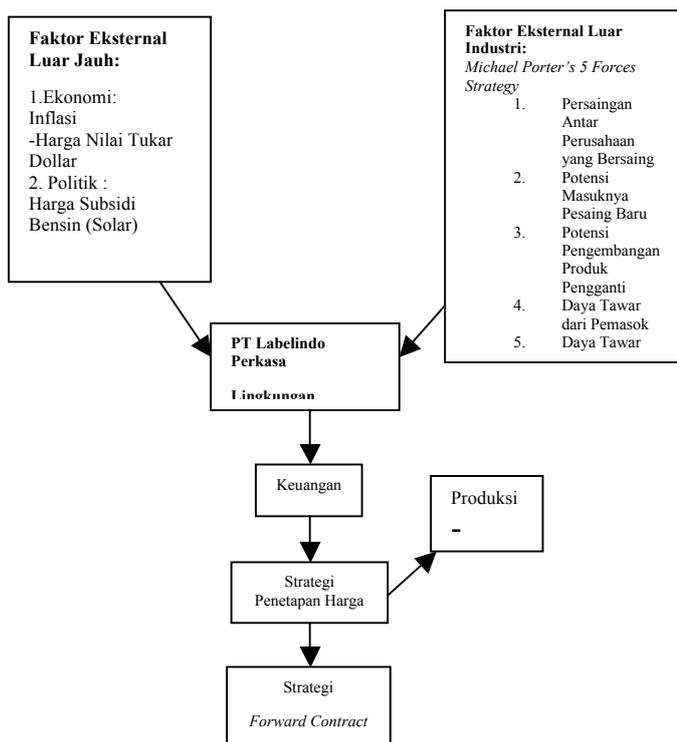
Faktor penentu harga jual pokok (HPP) produk PT Labelindo Perkasa dapat di pecah menjadi beberapa komponen yang tertera pada Gambar 1 di bawah ini:

Prosentase biaya bahan baku atas perusahaan berperan sangat besar dalam menentukan harga pokok penjualan. Apabila harga bahan baku dapat distabilkan, maka *profit margin* perusahaan dapat dipertahankan.



Gambar 1. Diagram Persentase Proporsional Keuangan pada PT Labelindo Perkasa.

Kerangka Berpikir



Sumber : di olah Peneliti

II METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif eksploratif. Pendekatan pengukuran relatif yang terstruktur dimana yang memungkinkan berbagai macam tanggapan yang mungkin terjadi. Penggunaan jenis penelitian kualitatif eksploratif untuk mengumpulkan informasi awal yang akan membantu mendefinisikan masalah dan menyarankan hipotesis. Peneliti menggunakan jenis metode penelitian ini karena

peneliti membutuhkan informasi awal untuk mendefinisikan permasalahan dari perusahaan dan memberikan saran hipotesis.

Penelitian ini secara konseptual membahas tentang strategi dalam penetapan harga yang efektif dalam persaingan pada PT Labelindo Perkasa. Penelitian ini menggunakan konsep lingkungan Internal, lingkungan eksternal luar jauh, lingkungan eksternal industri. Formulasi strategi merupakan strategi yang sesuai dan tepat bagi perusahaan untuk mencapai tujuan dan target jangka pendek dan jangka panjang serta dalam menyelesaikan permasalahan dalam dan luar perusahaan dalam persaingan. Strategi yang dianalisa saat ini oleh penulis adalah *forward contract* yang bertujuan untuk mencapai efisiensi dalam perusahaan sebagaimana dirumuskan sebagai berikut: "Penentuan Nilai *Forward Contract* = *Spot Rate* + *Forward Rate* + biaya-biaya tertentu dari pihak penyedia."

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian pada PT Labelindo Perkasa yang bertempat di Jalan Kundi no.17, Waru, Sidoarjo. PT Labelindo Perkasa merupakan perusahaan manufaktur pemasok bahan material sandal dan sepatu berupa label dan logo berbahan karet TPR dan lem untuk sandal dan sepatu. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dengan melakukan wawancara dan data sekunder berupa buku-buku teks, artikel teori, serta jurnal mengenai strategi penetapan harga.

Tahapan dari wawancara yang telah dilakukan adalah:

1. Menentukan siapa sasaran yang akan diwawancara
2. Menentukan pertanyaan yang berkaitan dan yang dibutuhkan
3. Menentukan jadwal wawancara dengan narasumber
4. Penggalan informasi dengan melanturkan pertanyaan-pertanyaan yang telah dipersiapkan pada narasumber agar penulis mendapatkan informasi dari sumbernya secara langsung

Untuk menguji keabsahan data, penulis menggunakan metode triangulasi sumber. Triangulasi sumber dilakukan oleh peneliti dengan melakukan wawancara langsung kepada *owner* PT Labelindo Perkasa, informan ahli narasumber di bidang manajemen keuangan serta informan ahli narasumber di bidang operasional produksi.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Faktor yang mempengaruhi *Pricing Strategy* perusahaan

Penetapan harga pokok produksi pada PT Labelindo Perkasa dihitung menggunakan persentase yang mempengaruhi untuk penetapan harga yaitu harga bahan baku sebesar 40%, biaya overhead manufaktur sebesar 10% , variabel cost produksi sebesar 5% , biaya *direct labor* atau tenaga kerja sebesar 35% dan target profit perusahaan sebesar 10%. Selain itu, penetapan HPP tidak hanya berdasarkan presentase diatas, melainkan juga ada pengaruh dari faktor eksternal luar jauh, faktor eksternal luar industri, serta faktor internal perusahaan PT Labelindo Perkasa untuk mendapatkan titik harga pokok produksi (HPP).

Penetapan persiapan modal menggunakan perbandingan 1:5 untuk omset jumlah tertentu untuk mengantisipasi proses produksi serta penyusunan jangka waktu produksi hingga jatuh tempo. Hal ini merupakan perbandingan yang dikemukakan oleh owner adalah jika untuk menerima sejumlah omset maka perlu adanya modal

sebesar 5x dari omset karena pengaruh faktor eksternal dan internal yang dapat dijumpai secara real adalah pembayaran bahan baku, tenaga kerja, overhead manufaktur seperti listrik, air dan lain-lain adalah pembayaran *cash* / kontan. Sedangkan PT Labelindo Perkasa menyediakan layanan jatuh tempo pembayaran dari konsumen selama 2 hingga 3 bulan setelah produksi.

Dapat diketahui bahwa selama 2 hingga 3 bulan pada PT Labelindo Perkasa tetap akan membayarkan biaya tetap / *fix cost* seperti biaya tenaga kerja, bahan baku dan overhead rutin setiap bulannya. Oleh karena patokan tersebut merupakan patokan yang cukup besar dan sangat berpengaruh terhadap keuangan arus kas PT Labelindo Perkasa disamping pengambilan harga baku yang tidak tetap akibat pengaruh faktor eksternal yaitu nilai tukar mata uang Rupiah terhadap US Dollar.

Sangat besarnya pengaruh nilai tukar US Dollar untuk bahan baku pada PT Labelindo Perkasa menyebabkan prosentase 40% sebagai bahan baku dan merupakan pengaruh terbesar dalam proses produksi untuk menetapkan harga pokok produksi (HPP) seutuhnya 100% bahan baku menggunakan US Dollar dan tidak adanya penggunaan mata uang Rupiah untuk bahan baku sehingga untuk menentukan harga pokok produksi harus ditetapkan dengan cermat agar tidak terjadi kekeliruan untuk menetapkan harga yang efisien guna memberikan manfaat baik untuk PT Labelindo Perkasa dan juga konsumen.

Faktor Eksternal Luar Jauh

Faktor Ekonomi

Pengaruh inflasi suatu negara sangat berpengaruh terhadap arus kas dari PT Labelindo Perkasa yang berdampak pada nilai suku bunga suatu mata uang yaitu Rupiah terhadap Dollar. Pengaruh yang ditimbulkan oleh jatuhnya nilai tukar mata uang Rupiah terhadap US Dollar berdampak pada ketidak stabilannya ketika pengambilan bahan baku menggunakan mata uang US Dollar dan penjualan menggunakan Rupiah yang menyebabkan ketidak stabilan pendapatan pada PT Labelindo Perkasa.

Dampak yang ditimbulkan akibat kenaikan nilai mata uang US Dollar mengakibatkan tingginya harga bahan baku, maka berdampak langsung terhadap profit margin yang akan menurun pada PT Labelindo Perkasa. Hal ini berdampak pada biaya yang dikeluarkan oleh PT Labelindo Perkasa seperti peningkatan biaya variabel, upah tenaga kerja, biaya bahan baku dan biaya overhead pabrik.

Faktor Politik

Penyebab ketidakstabilannya perputaran perekonomian pada PT Labelindo Perkasa juga disebabkan oleh faktor politik yang terjadi di Indonesia. Faktor Politik karena pengaruh dari subsidi minyak oleh pemerintah. Keterkaitan antara subsidi yang diberikan oleh pemerintah berdampak pada perekonomian yang dialami oleh PT Labelindo adalah sebagai dijelaskan sebagai berikut.

karet cair TPR tergolong ke dalam bahan kimia cair. Bahan kimia cair ini dipengaruhi oleh harga minyak dunia yang di Indonesia diberikan subsidi oleh pemerintah untuk penetapan harga minyak yang berimbas pada harga ketika pengambilan bahan baku karet TPR cair. Pengaruh dari subsidi pemerintah ini adalah salah satu penyebab tidak stabilnya pengambilan harga bahan pokok untuk produksi pada PT Labelindo Perkasa.

Dampak akibat kebijakan politik pemerintah yang dialami oleh PT Labelindo Perkasa adalah peningkatan upah

minimum regional (UMK) atau upah tenaga kerja. Hal ini terjadi oleh karena kebijakan dari faktor politik pemerintah Indonesia berdampak pada profit margin PT Labelindo Perkasa serta untuk melakukan penetapan harga yang efisien

Faktor Eksternal Luar Industri

Dalam penelitian ini berdasarkan pada model 5 kekuatan kompetitif yang dikemukakan oleh Porter (*Michael Porter's 5 Forces Strategy*). (David, 2013)

Persaingan antar Perusahaan yang Bersaing.

Kapasitas yang dapat dikerjakan oleh pesaing dari PT Labelindo yang kebanyakan merupakan *home industry* tentu saja menjadi keunggulan kompetitif bagi PT Labelindo Perkasa. Kualitas yang dihasilkan dari pesaing pun juga berbeda dengan yang dihasilkan oleh PT Labelindo Perkasa karena dalam persaingan industri sejenis menggunakan bahan yang berbeda dengan yang digunakan oleh PT Labelindo Perkasa. Penerimaan order dengan kuantitas yang besar atau kapasitas besar dengan kualitas yang lebih baik menjadi keunggulan dalam persaingan antar perusahaan sejenis.

Potensi Masuknya Pesaing Baru.

Pengaruh modal adalah pengaruh utama dalam industri ini oleh karena pesaing baru untuk terjun ke dalam bisnis ini tentu saja membutuhkan modal yang besar untuk mendapatkan kualitas yang seperti diberikan oleh PT Labelindo Perkasa. Tidak hanya hal itu saja, akan tetapi pencarian pasar / pelanggan juga menjadi kendala dalam potensi masuknya pesaing baru.

Potensi Pengembangan Produk Pengganti.

Terdapatnya produk pengganti seperti yang dikemukakan oleh Suryautama Sutanto adalah tergantung dari pesanan order serta kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Karena bahan yang digunakan oleh PT Labelindo Perkasa adalah berbahan karet TPR tentu saja memiliki kelebihan dan kekurangan dari bahan yang digunakan dari produknya. Penggunaan bahan plastik, gasper besi, serta *acesories* lainnya juga tergolong ke dalam jenis pengembangan produk pengganti.

Permasalahan penetapan harga juga sangat berpengaruh terhadap konsumen akan beralih ke produk pengganti yang lain. Apabila konsumen kurang cocok dengan harga yang ditetapkan oleh PT Labelindo Perkasa, maka ada kemungkinan konsumen akan beralih menggunakan bahan yang lain guna mencapai efisiensi produksi.

Daya Tawar dari Pemasok

Layanan yang diberikan oleh pemasok pada PT Labelindo Perkasa berupa pengiriman bahan baku dari negara Cina hingga sampai tiba di lokasi produksi PT Labelindo Perkasa (akomodasi dilayani dengan baik). Pemasok juga memberikan layanan berupa pembayaran dalam bentuk US Dollar dengan ketentuan *cash and carry* yang dimana perjanjian proses pengiriman bahan baku setelah terjadi transaksi pembayaran. Jaminan kualitas yang diberikan oleh pemasok juga menjadi salah satu fasilitas yang menjanjikan bagi PT Labelindo Perkasa

Daya Tawar dari Konsumen

Pesanan order dari konsumen merupakan penghasilan pokok bagi PT Labelindo Perkasa. PT Labelindo memproduksi produk sesuai dengan kesepakatan design kebutuhan dari konsumennya ditambah dengan kualitas produk yang terjamin yang telah dipercaya oleh konsumen. Kapasitas produksi dari PT Labelindo Perkasa

yang tergolong besar juga merupakan salah satu fasilitas yang diberikan sehingga dapat memenuhi pesanan order konsumen dengan tepat waktu sesuai perjanjian dan kuantitas berapapun pesanan order.

Daya tawar dari konsumen PT Labelindo Perkasa sangatlah berpengaruh dan terpenting dari 5 strategi lain yang dikemukakan Porter. Karena melihat PT Labelindo Perkasa adalah pemasok logo karet dimana konsumennya adalah produsen yang memproduksi sandal dan sepatu, maka konsumen dari PT Labelindo Perkasa memiliki harga patokan untuk memproduksi produknya menggunakan hasil produk dari PT Labelindo Perkasa. Konsumen dari PT Labelindo Perkasa memiliki harga pasar tertentu untuk suatu produknya, maka harga produk dari PT Labelindo Perkasa harus sesuai dengan harga pokok produksi (HPP) konsumennya.

Faktor Internal Keuangan

Terdapat beberapa permasalahan yang diantaranya adalah modal, pertukaran kurs mata uang, tunggakan pelunasan jatuh tempo oleh konsumen serta harga bahan baku yang tinggi dan juga profit margin dari PT Labelindo Perkasa yang tidak stabil.

Permasalahan modal tergolong ke dalam pilar keuangan pada PT Labelindo Perkasa. Seperti yang telah disinggung sebelumnya, PT Labelindo Perkasa menggunakan perbandingan modal 1:5 untuk sejumlah omset tertentu. Perlunya modal dengan jumlah yang 5 kali lebih besar dari omset merupakan alternatif strategi yang digunakan oleh *owner* untuk menanggulangi masalah modal yang berpengaruh dalam fluktuasi arus kas.

Permasalahan pertukaran kurs mata uang juga dihadapi oleh PT Labelindo Perkasa. Jatuhnya nilai mata uang Rupiah akibat tingginya US Dollar menyebabkan PT Labelindo Perkasa harus membayar biaya bahan baku yang lebih tinggi. Disamping itu penerimaan mata uang Rupiah oleh konsumen PT Labelindo Perkasa. Semakin tingginya harga bahan baku berakibat semakin turunnya *profit margin* dari PT Labelindo Perkasa. Turunnya *profit margin* hingga batas maksimal hingga 5% dari standar yang ditetapkan yaitu 10% dari omset akibat meningkatnya harga bahan baku dikarenakan pengaruh nilai tukar mata uang US Dollar yang semakin tinggi. Apabila profit margin telah turun hingga kurang 5% maka PT Labelindo Perkasa terpaksa menaikkan harga jual produknya pada konsumen.

Pemberian waktu jatuh tempo pembayaran selama 2-3 bulan setelah pengiriman total keseluruhan hasil produksi juga berdampak pada faktor internal ekonomi perusahaan

Operasional Produksi

Faktor utama dari permasalahan operasional produksi adalah *direct material* / bahan baku yang digunakan oleh perusahaan. Faktor lain adalah efisiensi dan efektifitas tenaga kerja pada produksi, bahan baku, serta operasional lainnya.

PT Labelindo Perkasa melakukan pembelian bahan baku sekiranya 3 bulan sekali tetapi jangka waktu tersebut tidak selalu rutin tergantung pada situasi kondisi stok persediaan bahan baku. PT Labelindo Perkasa cenderung melakukan pemesanan bahan baku ketika stok persediaan kurang dari 40%. Beberapa cara yang telah dilakukan oleh PT Labelindo Perkasa guna menekan pengeluaran biaya

tenaga kerja agar dapat memaksimalkan tingkat efisiensi dan efektivitas dalam internal operasional produksi.

Strategi Forward Contract

Fungsi dari *forward contract* adalah sebagai strategi mengatasi permasalahan mata uang untuk keuangan pada perusahaan guna mengatasi permasalahan berupa fluktuasi pada nilai tukar sejumlah mata uang.

Forward Contract yang diterapkan oleh Bank BCA

Bank BCA memberikan layanan *forward contract* untuk nasabahnya. Berbagai macam ketentuan dan persyaratan untuk mendapatkan *forward contract* bagi perusahaan nasabah dari bank BCA. Bank BCA tidak sembarangan dalam memberikan layanan *forward contract*. Berikut ketentuan yang diberikan oleh bank BCA:

1. Persyaratan untuk mendapatkan *forward contract* pada bank BCA adalah pengolahan data perusahaan nasabah dengan diolah sebagaimana pengolahan kredit pada umumnya bagi perusahaan dengan survey kelayakan perusahaan seperti dibutuhkannya akte pendirian PT, SIUP, laporan keuangan perusahaan, dan NPWP penanggung jawab.
2. Bunga yang diberikan untuk per 1 bulan adalah sebesar 0,8% ; untuk bunga yang diberikan 2 bulan adalah sebesar 1,7% ; sedangkan untuk 3 bulan diberikan bunga sebesar 2,4%. Perhitungan ini berdasarkan dari harga kurs jual pada bank (*spot rate*) pada hari kesepakatan perjanjian kontrak.
3. Minimum pembelian / per kali transaksi adalah \$100.000 US Dollar sebagai ketentuan pembelian
4. Apabila transaksi yang dibutuhkan untuk perusahaan nasabah lebih dari \$100.000 maka perusahaan nasabah harus melampirkan *underlying*. *Underlying* adalah lampiran faktur pembelian perusahaan atau nota pembelian untuk tujuan transaksi tertentu dari perusahaan. Hal ini ditujukan agar tidak terjadi manipulasi uang, penggelapan uang serta penyalahgunaan uang.

Forward Contract yang diterapkan oleh Bank Ekonomi.

Bank Ekonomi mendapatkan beberapa ketentuan dan persyaratan untuk suatu perusahaan dapat diberikan layanan *forward contract*. Istilah *forward contract* pada bank Ekonomi fasilitas produknya bernama *Forward Line*.

Berikut merupakan persyaratan bagi perusahaan nasabah dari bank Ekonomi untuk mendapatkan persetujuan kontrak dari bank Ekonomi:

- Dibutuhkannya persyaratan persetujuan kredit bagi perusahaan nasabah dari bank Ekonomi serta kepemilikan account / rekening bank ekonomi dalam 2 mata uang yang dibutuhkan untuk *forward contract*.
- Dibutuhkannya akte pendirian PT, PDP, SIUP, serta Angka Pengenal Impor (API).
- Layanan jangka waktu untuk *forward contract* selama 1 bulan hingga 6 bulan. Bank Ekonomi memberikan layanan jangka waktu yang lebih lama dibandingkan dengan yang diberikan bank lain karena untuk memudahkan dan membantu nasabah.
- Layanan nilai tukar sejumlah mata uang asing misalnya US Dollar, China RMB, Hongkong Dollar (HKD), Singapore Dollar (SIN), dan lain-lain sesuai kebutuhan nasabah.
- Patokan minimum per kali transaksi untuk *forward contract* adalah sebesar US\$50.000 sebagai patokan.
- Bunga yang diberikan oleh bank ekonomi dari harga jual saat ini adalah 1,4% untuk waktu 1 bulan, 2,0%

untuk 2 bulan, serta 2,4% untuk 3 bulan. Sedangkan untuk bulan-bulan berikutnya terkena bunga sebesar 3-3,5 poin untuk mata uang Rupiah per hari.

- Layanan *forward line* pada bank Ekonomi ini dapat di cancel sewaktu-waktu tanpa dikenakan biaya dan dapat diperpanjang untuk jangka waktu perjanjian kontraknya (*unwind*).

Strategi *Forward Contract* untuk Menetapkan Harga yang Efisien.

Strategi *forward contract* ini cocok untuk PT Labelindo Perkasa karena dilihat dari permasalahan yang dihadapi yaitu untuk menstabilkan harga pada pengambilan bahan baku agar dengan tujuan menetapkan harga patokan untuk penjualan agar mendapatkan kestabilan *profit* pada PT Labelindo Perkasa.

Dengan melakukan *forward contract* akan menghasilkan kestabilan harga ketika pembelian bahan baku. Dengan merubah yang pada awalnya bahan baku pada permasalahan pada PT Labelindo yang merupakan biaya tidak tetap atau *variable cost* yang berakibat pada ketidakstabilan keuntungan yang didapat oleh PT Labelindo Perkasa.

Untuk mendapatkan efisiensi harga setelah dilakukannya *forward contract* adalah diketahuinya harga bahan baku yang diperoleh oleh PT Labelindo Perkasa. Ketika jangka waktu diambilnya oleh PT Labelindo ketika melakukan perjanjian kontrak dapat dilakukan pemaksimalan operasional atau *PPIC* untuk menghitung ulang berapa harga yang akan ditawarkan untuk konsumen agar harga yang ditetapkan agar menjadi lebih efisien dan efektif.

Selama dilakukannya jangka waktu *forward contract* juga dapat dilakukan *benchmarking* untuk memaksimalkan potensi pada PT Labelindo Perkasa. Hal ini juga dapat dilakukan agar PT Labelindo Perkasa menjadi kompeten dalam persaingan dengan kompetitor. *Benchmarking* dapat dilihat dari harga yang diberikan kompetitor serta membandingkan dengan hasil produksi dari PT Labelindo Perkasa. Ketika melakukan *benchmarking*, PT Labelindo Perkasa juga dapat menghitung ulang dengan hasil yang diberikan karena menggunakan *forward contract* dan efektifitas dalam memberikan harga yang efektif dan mendapatkan kestabilan profit seperti yang diharapkan yaitu 10%.

Apabila dibandingkan dengan tidak menggunakan *forward contract*, dapat dianalisa dengan data: Pada tanggal 3 Maret 2015 Bank Indonesia menjual kurs US Dollar sebesar Rp.13.027,00 sedangkan pada tanggal 1 Juni 2015 Bank Indonesia menjual kurs US Dollar sebesar Rp.13.296,00. ("Bank Indonesia", par. 1).

Berdasarkan sumber data di atas, apabila tidak menggunakan *forward contract* dalam pengambilan bahan baku maka harga bahan baku diperoleh dengan nilai tukar yang diberikan pada bulan Juni yaitu Rp.13.296,00. Perbandingan apabila menggunakan *forward contract* yang dihitung dari titik *spot rate* bulan Maret sebesar Rp. 13.027,00 ditambah dengan *forward rate* (3 x 90 = Rp.270,00) adalah Rp.13.297,00. Maka apabila menggunakan *forward contract* selisihnya adalah lebih mahal Rp. 1,00 (Rp.13.297,00 – Rp.13.296,00). Meskipun demikian, manfaat yang didapatkan lebih besar seperti penetapan harga lebih stabil, selisih waktu untuk *forward*

contract dapat dilakukan *benchmarking*, serta dapat mengoptimalkan bagian produksi.

Strategi ini tidak mudah untuk diputuskan karena beberapa pertimbangan yaitu apabila ketika pada hari perjanjian telah tiba dan nilai mata uang Rupiah meningkat maka otomatis nilai mata uang US Dollar akan turun, selisih harga yang telah dijanjikan akan lebih tinggi dan tidak dapat dibatalkan oleh karena nasabah telah terikat dengan perjanjian *forward contract* dari bank yang tidak dapat dibatalkan.

IV KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Untuk mendapatkan harga HPP (harga pokok produksi) dipengaruhi oleh kedua faktor yaitu biaya tetap (*Fix Cost*) ditambah dengan biaya variabel (*Variable Cost*) yang dimana biaya bahan baku yang seharusnya menjadi *Fix Cost* akan tetapi dalam kasus ini tergolong menjadi *Variable Cost* oleh karena biaya yang dikeluarkan untuk bahan baku (*Direct Material*) sebesar 40% dari HPP yang transaksi sepenuhnya (100%) menggunakan mata uang asing yaitu US Dollar yang tidak dapat dipastikan dan diperkirakan tinggi rendah fluktuasinya.

Disimpulkan dari beberapa sudut pandang dari segi Keuangan, Operasional Produksi dan persaingan pada PT Labelindo Perkasa, adalah:

1. Keuangan
Forward Contract dapat menjadikan nilai bahan baku yang pada awalnya berupa *Variable Cost* dapat diubah menjadi *Fix Cost* karena nilai kurs pertukaran mata uang Rupiah terhadap US Dollar untuk bahan baku dapat diketahui sejak awal disepakatinya suatu perjanjian kontrak, maka permasalahan mengenai *profit margin* PT Labelindo Perkasa akan lebih stabil dan sesuai dengan *target profit*.
2. Operasional Produksi
Forward Contract akan memberikan dampak perencanaan PPIC (proses perencanaan produksi) akan lebih matang. Hal ini disebabkan karena harga bahan baku yang telah di *convert* menjadi mata uang US Dollar Karena *Forward Contract* memiliki jangka waktu setelah disepakatinya perjanjian. Jangka waktu dari hari disepakati hingga tanggal perjanjian *Forward Contract* dapat dijadikan waktu untuk merencanakan proses produksi, melakukan perhitungan HPP (harga pokok produksi) serta penetapan harga yang lebih efektif dan efisien.
3. Persaingan
Dari sudut pandang persaingan yang dimaksud adalah dengan penetapan harga yang efisien karena penggunaan *Forward Contract* serta PPIC yang baik, maka akan didapatkan harga yang efektif dan efisien agar harga yang ditetapkan dapat mampu bersaing.

Saran

Saran yang dapat dilakukan agar penetapan harga dalam *pricing strategy* pada PT Labelindo Perkasa lebih efisien dan efektif adalah:

- Mencoba melakukan strategi *Forward Contract* 3 bulanan disesuaikan dengan forecasting (peramalan jumlah penggunaan bahan baku) PT Labelindo Perkasa dimana jangka waktu tersebut dapat dilakukan penetapan HPP (harga pokok produksi), *benchmarking* untuk kompetitor, serta PPIC

(proses perencanaan produksi) agar lebih efisien dan efektif dan *profit margin* perusahaan dapat lebih stabil sesuai target yang ditentukan.

Apabila menggunakan *forward contract* yang beberapa yang diperlukan dan dipersiapkan adalah modal untuk transaksi, rekening atas bank yang dituju, akta pendirian PT, PDP, SIUP, API (angka pengenal impor) serta persiapan jangka waktu untuk perjanjian untuk kontrak spekulasi kapan akan dilakukannya transaksi untuk impor pengambilan bahan baku.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2015). *Foreign Exchange Rates*. Retrieved July 9, 2015, from <http://www.bi.go.id/en/moneter/informasi-kurs/transaksi-bi/Default.aspx>
- Blumberg, B.; Cooper, D. R.; Schindler, P. S. (2008). *Business research methods*. New York: McGrawHill Education.
- Horngren, C.T.; Datar, S.M.; Rajan, M.V. (2015). *Cost Accounting (A Managerial Emphasis) 15th Edition*. England: Pearson Education
- David, Fred R. (2013). *Strategic Management (Concepts and Cases) 14th Edition*. London: Pearson Education
- Duke, Charles R. (1994), Matching Appropriate Pricing Strategy with Markets and Objectives. *Journal of Product & Brand Management*, 3 (2), 15-27. Retrieved march 14, 2015, from Emerald Ensignt database. <http://dx.doi.org/10.1108/10610429410061870>
- Harini (2008). *Makro Ekonomi Pengantar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Hill, Charles W.L. & Jones, Gareth R. (2009). *Theory of Strategic Management with Cases 8th Edition*. Canada: Cengage Learning
- Hinterhuber, A. (2008), Customer value-based pricing strategies: why companies resist. *Journal of Business Strategy*, 29(4), 41-50. Retrieved march 14, 2015, from Emerald Ensignt database. <http://dx.doi.org/10.1108/02756660810887079>
- Jauch, Lawrence R. & Glueck, William F. (1998). *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan (terjemahan)*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip (2009). *Marketing Management 13th edition (edisi revisi)*. London: Pearson Education
- Kotler, Philip & Armstrong Gary (2014). *Principles of Marketing 15th edition*. London: Pearson Education
- Maurer, R. & Valiani, S. (2007), Hedging the exchange rate risk in international portofolio diversification. *Journal of Managerial Finance*, 33(9) .667-692. Retrieved March 29, 2015, from Emerald Ensignt database <http://dx.doi.org/10.1108/03074350710776235>
- Moleong, Lexy J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Madura, Jeff (2003). *International Financial Management 7th Edition*. Ohio: Thomson Learning
- Mankiw, N. Gregory (2004). *Principles of Microeconomics 3rd Edition*. Ohio: Thomson Learning
- Monroe, Kent B. (2003). *Pricing 3rd edition*. New York: Mc. Graw Hill Education
- Morrissey, GL. (1995). *Pedoman Pemikiran Strategis Membangun Landasan Perencanaan Anda*. Jakarta: Prenhallindo
- Nazir, Moh (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Nagle, Thomas T. (1987). *The Strategy & Tactics of Pricing (A Guide To Profitable Desicion Making)*. New Jersey: Prentice Hall
- Olbrich, R. & Jansen, H. C. (2014), Price-quality relationship in pricing strategies for private labels. *Journal of Product & Brand Management*, 23(6), 429-438. Retrieved march 14, 2015, from Emerald Ensignt database <http://dx.doi.org/10.1108/02756660810887079>
- Pride, William M. & Ferrell, O.C. (1995). *ETING*. Boston: Houghton Mifflin Collage
- Sugiyono (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta