

SOP Penetapan Harga Produk dan Jasa

Kategori: Pemasaran

No. Dokumen: SOP-0046

Tanggal Terbit: 20/04/2026

Sumber: GajiHub SOP — sop.gajihub.com

Prosedur standar untuk menetapkan harga produk dan jasa secara sistematis, kompetitif, dan sesuai regulasi di Indonesia.

Tujuan

SOP ini bertujuan untuk memberikan pedoman yang sistematis, terstruktur, dan terstandarisasi dalam proses penetapan harga produk dan jasa perusahaan. Dengan adanya SOP ini, perusahaan diharapkan mampu menentukan harga yang kompetitif, menguntungkan, serta sesuai dengan kondisi pasar dan regulasi yang berlaku di Indonesia. Selain itu, SOP ini juga bertujuan untuk meminimalkan kesalahan dalam penetapan harga, meningkatkan transparansi antar departemen, serta memastikan bahwa setiap keputusan harga didasarkan pada analisis yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara bisnis maupun hukum.

Ruang Lingkup

SOP ini berlaku untuk seluruh aktivitas yang berkaitan dengan penetapan harga produk dan jasa di lingkungan perusahaan, termasuk namun tidak terbatas pada produk baru, penyesuaian harga produk yang sudah ada, penetapan harga promosi, serta evaluasi harga secara berkala. SOP ini mencakup seluruh unit kerja yang terlibat, seperti divisi pemasaran, keuangan, produksi, dan manajemen puncak. SOP ini juga berlaku untuk seluruh jenis bisnis, baik yang bergerak di bidang manufaktur, jasa, maupun perdagangan, dengan penyesuaian sesuai karakteristik masing-masing perusahaan.

Definisi

Istilah	Definisi
Penetapan Harga	Proses menentukan nilai jual suatu produk atau jasa berdasarkan berbagai faktor seperti biaya, permintaan pasar, dan strategi perusahaan.
Harga Pokok Produksi (HPP)	Total biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu produk atau jasa, termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja, dan overhead.

Istilah	Definisi
Margin	Selisih antara harga jual dengan biaya produksi yang dinyatakan dalam persentase atau nilai nominal.
Benchmark Harga	Perbandingan harga dengan produk atau jasa sejenis di pasar untuk menentukan posisi kompetitif.
Diskon	Pengurangan harga dari harga normal yang diberikan dalam kondisi tertentu seperti promosi atau pembelian dalam jumlah besar.

Tanggung Jawab

Pihak	Tanggung Jawab
Direktur Utama	Menyetujui kebijakan strategis terkait penetapan harga dan memastikan keselarasan dengan visi perusahaan.
Manajer Pemasaran	Melakukan analisis pasar, menentukan strategi harga, dan mengusulkan harga kepada manajemen.
Manajer Keuangan	Menghitung biaya, margin, serta memastikan harga yang ditetapkan memberikan keuntungan yang sehat.
Manajer Produksi/Operasional	Memberikan data biaya produksi dan efisiensi operasional yang relevan untuk penentuan harga.
Tim Penjualan	Memberikan masukan berdasarkan kondisi pasar dan respon pelanggan terhadap harga.

Prosedur

Tahap 1: Pengumpulan Data dan Informasi

Tahap awal dalam penetapan harga adalah mengumpulkan seluruh data yang relevan untuk mendukung pengambilan keputusan yang akurat dan berbasis fakta.

- Mengumpulkan data biaya produksi atau biaya penyediaan jasa secara lengkap dan rinci dari divisi terkait.
- Melakukan survei pasar untuk mengetahui harga kompetitor dan tren harga di industri yang sama.
- Mengidentifikasi karakteristik target pasar, termasuk daya beli, preferensi, dan sensitivitas terhadap harga.

Penanggung Jawab: Manajer Pemasaran dan Manajer Keuangan

Tahap 2: Analisis Biaya dan Penentuan HPP

Tahap ini bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh biaya yang terkait dengan produk atau jasa telah dihitung secara akurat sebagai dasar penetapan harga.

1. Menghitung total biaya langsung dan tidak langsung yang terkait dengan produk atau jasa.
2. Menentukan Harga Pokok Produksi (HPP) secara sistematis dan terdokumentasi.
3. Melakukan verifikasi dan validasi perhitungan biaya oleh divisi keuangan.

Penanggung Jawab: Manajer Keuangan

Tahap 3: Penentuan Strategi Harga

Pada tahap ini, perusahaan menentukan pendekatan strategi harga yang akan digunakan sesuai dengan posisi pasar dan tujuan bisnis.

1. Menentukan metode penetapan harga seperti cost-plus pricing, value-based pricing, atau competitive pricing.
2. Menetapkan target margin keuntungan yang diinginkan oleh perusahaan.
3. Menyesuaikan strategi harga dengan positioning produk di pasar (premium, menengah, atau ekonomis).

Penanggung Jawab: Manajer Pemasaran

Tahap 4: Penetapan dan Persetujuan Harga

Tahap ini merupakan proses finalisasi harga yang akan digunakan setelah melalui berbagai analisis dan pertimbangan.

1. Mengusulkan harga jual berdasarkan hasil analisis kepada manajemen.
2. Melakukan diskusi lintas departemen untuk memastikan kesesuaian harga dengan kondisi perusahaan.
3. Mendapatkan persetujuan resmi dari Direktur atau pihak berwenang.

Penanggung Jawab: Direktur Utama

Tahap 5: Implementasi dan Komunikasi Harga

Setelah harga disetujui, langkah selanjutnya adalah mengimplementasikan dan mengkomunikasikan harga tersebut ke seluruh pihak terkait.

1. Mendistribusikan daftar harga resmi kepada tim penjualan dan pihak terkait lainnya.
2. Memperbarui sistem informasi perusahaan dengan harga terbaru.
3. Mengkomunikasikan perubahan harga kepada pelanggan jika diperlukan.

Penanggung Jawab: Manajer Pemasaran

Tahap 6: Evaluasi dan Penyesuaian Harga

Tahap ini bertujuan untuk memastikan harga yang ditetapkan tetap relevan dan kompetitif seiring perubahan kondisi pasar dan biaya.

1. Melakukan evaluasi berkala terhadap performa penjualan dan profitabilitas.
2. Menganalisis feedback pelanggan dan respon pasar terhadap harga.
3. Melakukan penyesuaian harga jika terdapat perubahan signifikan pada biaya atau kondisi pasar.

Penanggung Jawab: Manajer Pemasaran dan Manajer Keuangan

Dokumen Terkait

- Laporan Harga Pokok Produksi (HPP)
- Daftar Harga Produk dan Jasa
- Laporan Analisis Pasar dan Kompetitor
- Form Persetujuan Penetapan Harga
- Laporan Evaluasi Penjualan dan Margin

Referensi

- Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia terkait Penetapan Harga dan Distribusi
- PSAK (Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan) terkait pengakuan biaya dan pendapatan
- Pedoman Kebijakan Harga dari Kementerian Perdagangan RI