

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peranan yang sangat penting dalam mengurangi angka kemiskinan dan membantu mengurangi angka pengangguran. Per tahun 2021, jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia terus meningkat mencapai 64 juta (Elena, 2021) Artinya jumlah tersebut memiliki kontribusi yang besar terhadap penyerapan tenaga kerja. Selain itu, semakin banyaknya UMKM di Indonesia, persaingan pasar menjadi sangat ketat dikarenakan banyak dari pelaku UMKM menawarkan produk yang serupa. Banyaknya pesaing dalam bidang UMKM membuat pemilik usaha harus mampu melakukan inovasi seperti pengembangan produk, jenis pemasaran, pengelolaan catatan keuangan, dan penentuan harga jual.

Perkembangan UMKM yang cepat mendorong dunia usaha, salah satunya di bidang perkopian. Bidang perkopian telah berkembang dengan pesat akhir-akhir ini. Menurut Zuhriyah (dalam R. Dessi, 2022) sebagai *Chairman Speciality Coffe Asosiation Of Indonesia (SCAI)*, kedai kopi memiliki kontribusi terhadap serapan tenaga kopi produksi dalam negeri

mencapai 25%-30%, angka tersebut diperkirakan akan terus meningkat hingga level 35%-40% diakhir tahun 2021.

Setiap tahun penikmat kopi terus berkembang menyebabkan banyak kedai kopi baru muncul di kota-kota. Tidak hanya kedai kopi bermerek internasional saja, namun juga banyak warung kopi tradisional di jalan kecil, jalan raya, maupun tempat-tempat strategis. Berdasarkan data dari Pratama (2022) mengemukakan bahwa setidaknya terdapat 35 kedai kopi yang ada di Kota Tegal. Angka tersebut belum menghitung warung-warung kopi tradisional. Kepopuleran kopi membuat banyak wirausaha yang melihat hal ini sebagai peluang bisnis yang cukup menjanjikan. Kebiasaan dari sebagian besar kalangan mengunjungi kedai kopi untuk mendapatkan kenikmatan cita rasa yang khas dari kopi. Akan tetapi, terdapat pula faktor lain yang mendorong banyak orang untuk menyinggahi kedai kopi, diantaranya yaitu tata letak dan arsitektur ruangan dengan banyak inovasi desain yang membuat banyak orang betah berlama-lama di kedai kopi dan menjadikan kedai kopi sebagai tempat sasaran tempat untuk melakukan beberapa aktivitas. Contohnya mahasiswa yang kerap melakukan aktivitas belajar, mengerjakan tugas, atau berkelompok dan berdiskusi di kedai kopi.

Pemilik kedai kopi ingin mencapai beberapa tujuan. Selain menyediakan cita rasa kopi yang menarik, mereka juga ingin membuat ruang yang nyaman di mana pelanggan dapat melakukan aktivitasnya. Namun, selain preferensi pribadi dan pandangan tentang lokasi, harga adalah faktor

lain yang sangat diperhatikan oleh pembeli saat membuat keputusan pembelian. Pemilik usaha kedai kopi harus mampu melakukan inovasi seperti membuat produk baru, membuat konsep tempat, jenis pemasaran, mengelola catatan keuangan, dan menetapkan harga jual.

Menurut Mulyadi, (2019) Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead. Dengan memahami dan mengelola ketiga komponen ini dengan baik, perusahaan dapat mengoptimalkan pengeluaran dan menentukan harga jual yang kompetitif untuk produk mereka.

Pengertian Harga adalah nilai uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang dibelinya. Dengan kata lain, harga adalah nilai suatu barang yang ditentukan oleh penjual (Prawiro, 2018). Keakuratan dalam penetapan harga jual merupakan acuan yang sangat penting untuk meningkatkan laba yang diinginkan. Penetapan harga jual menjadi sangat penting dikarenakan harga jual harus bisa menutupi semua biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan sebuah produk dan harga jual diharapkan dapat menghasilkan laba yang memadai untuk keberlangsungan sebuah usaha.

Mulyadi (2019) menjelaskan bahwa biaya produk yang tepat akan menghasilkan harga jual yang tepat pula bagi perusahaan. Sehingga diharapkan harga jual produk yang ditawarkan dapat menutupi semua biaya dan mampu menghasilkan laba. Penentuan harga jual akan sulit dilakukan apabila perusahaan tidak mempunyai pengalaman sebelumnya terkait dengan penentuan harga jual produk. Artinya yaitu dalam hal ini pertimbangan yang sangat diperlukan adalah penetapan harga jual produk yang tepat. Hal ini dikarenakan harga jual produk merupakan salah satu penentu akan permintaan pasar dan harga jual sangat erat kaitannya dengan persaingan didunia bisnis kedai kopi.

Terdapat beberapa cara dalam menetapkan harga jual produk, salah satunya adalah menggunakan metode *cost plus pricing*. Mulyadi (Dalam Subhan & Dkk, 2024) mengemukakan bahwa definisi metode *Cost Plus Pricing* adalah nilai biaya tertentu ditambah dengan kenaikan (*mark-up*) yang ditentukan. *Cost Plus Pricing* adalah penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan diatas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Dalam metode *cost plus pricing* sangat penting untuk menentukan *mark-up* yang merupakan selisih antara harga pokok produk dengan harga jual yang ditetapkan dari awal, sehingga dapat ditambahkan dengan harga pokok untuk menetapkan harga jual produk.

Penelitian terkait *Cost Plus Pricing* pernah dilakukan oleh (Nisya & Rukmana, 2022) dengan judul Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dan Penetapan *Cost Plus Pricing Methode* Dalam Rangka Penetapan Harga Jual Produk Di Green White Cafe Bogor Tahun 2019. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa perhitungan harga pokok produksi dan harga jual yang ditetapkan cafe saat ini relatif lebih mahal dibandingkan dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* dan *variable costing*.

Permasalahan yang dihadapi oleh Kelana Kopi adalah dalam menentukan harga jual produk menggunakan sistem akuntansi tradisional, dimana Kelana Kopi masih mengikuti trend harga produk kopi atau hanya disesuaikan dengan harga produk di kedai kopi lainnya, tanpa menghitung biaya apa saja yang dikeluarkan sebagai dasar untuk menentukan harga jual produk. Hal ini mengakibatkan belum diketahuinya laba yang secara ideal seharusnya didapatkan.

Langkah yang dapat dilakukan untuk dapat mengetahui ideal laba yang seharusnya didapatkan dan meningkatkan keuntungan adalah dengan menentukan harga jual yang tepat. harga tidak boleh terlalu rendah agar dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan perusahaan dan memberikan keuntungan yang diinginkan, juga tidak boleh terlalu tinggi agar kelana kopi dapat terus bersaing dalam mendapatkan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan, maka Penelitian dengan judul **“PENERAPAN HARGA POKOK PRODUKSI FULL COSTING GUNA PENETAPAN HARGA JUAL METODE COST PLUS PRICING PADA KELANA KOPI”** ini disusun untuk diulas lebih lanjut sebagai Tugas Akhir.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan melihat latar belakang di atas, maka permasalahan dasar yang ditemui dalam dalam penelitian ini yaitu

1. Bagaimana penerapan Metode Full costing dalam penetapan harga pokok produksi di kelana kopi?
2. Bagaimana Penerapan Metode *Cost Plus Pricing* Dalam Rangka Penetapan Harga Jual Produk Di Kelana Kopi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penerapan Metode *Full Costing* dalam penetapan harga pokok produksi di Kelana Kopi.
2. Untuk mengetahui penerapan Metode *Cost Plus Pricing* dalam rangka penetapan harga jual produk di Kelana Kopi

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai Penerapan Metode *Full Costing* dan Metode *Cost Plus Pricing* Dalam Rangka Penetapan Harga Jual Produk Di Kelana Kopi.

2. Bagi Kelana Kopi

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Kelana Kopi untuk menjadi acuan dan bahan pertimbangan serta referensi metode dalam menetapkan harga jual produk.

3. Bagi Politeknik Harapan Bersama

Penelitian ini diharapkan dapat menambah perbendaharaan pustaka, sehingga bermanfaat bagi pembaca sebagai pengetahuan dan dapat dijadikan suatu referensi untuk penelitian yang akan datang.

1.5 Batasan Masalah

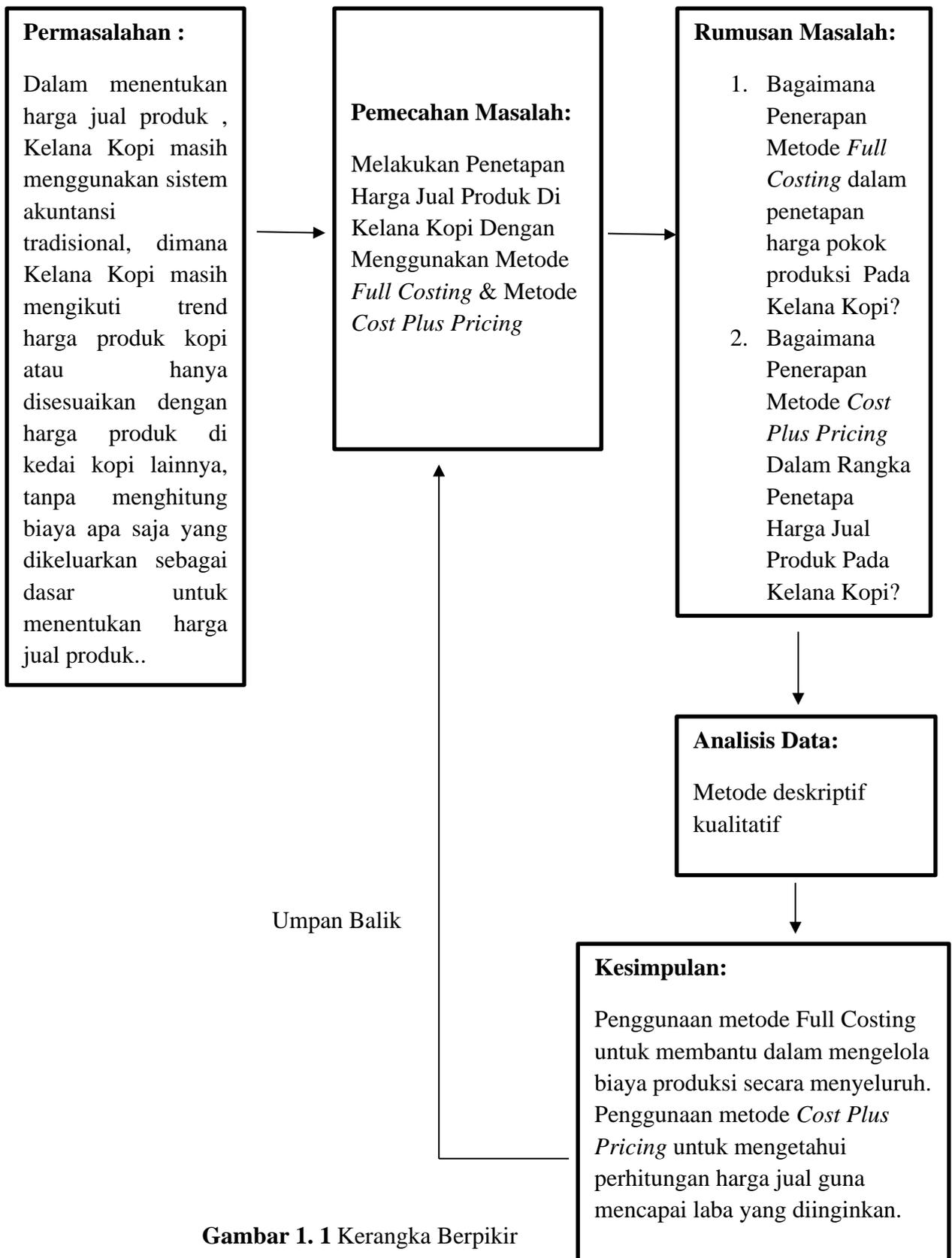
Pembatasan masalah bertujuan agar peneliti lebih fokus terhadap pokok pembahasan dan sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai. Dalam penelitian ini, peneliti membatasi masalah pada menghitung Harga Pokok Produksi dengan metode *Full Costing*, menghitung harga jual dan menentukan harga jual dengan metode *Cost Plus Pricing* untuk jenis produk kopi Vietnam Drip. Alasan mengapa peneliti membatasi penelitian ini hanya pada produk kopi

Vietnam Drip adalah karena berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Kelana Kopi, Vietnam Drip menjadi produk yang paling sering dipesan oleh pembeli.

1.6 Kerangka Berpikir

Dalam dunia bisnis, penetapan harga jual produk merupakan salah satu aspek krusial yang menentukan keberhasilan suatu usaha. Untuk mencapai penetapan harga yang optimal, perusahaan perlu memahami dua konsep fundamental dalam akuntansi biaya: perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dengan metode full costing dan strategi harga jual dengan metode Cost Plus Pricing. Metode full costing adalah pendekatan yang menghitung total biaya produksi dengan mencakup semua biaya tetap dan variabel, termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja, dan overhead pabrik. Pendekatan ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai total biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan sebuah produk. Setelah HPP dihitung, perusahaan dapat menerapkan metode Cost Plus Pricing untuk menentukan harga jual. Metode ini melibatkan penambahan mark-up atau margin keuntungan tertentu ke atas HPP untuk menetapkan harga jual akhir produk. Dengan mengintegrasikan perhitungan HPP dan strategi Cost Plus Pricing, perusahaan dapat memastikan bahwa harga jual yang ditetapkan tidak hanya menutupi biaya produksi tetapi juga menciptakan keuntungan yang berkelanjutan.

Untuk mempermudah pemahaman terhadap permasalahan yang akan dibahas, maka perlu dirumuskan dalam bentuk skematis. Adapun bentuk kerangka pemikiran tersebut dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan garis besar dari penyusunan Tugas Akhir yang bertujuan memberi kemudahan dalam memahami secara keseluruhan isi Tugas Akhir. Sistematika penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagian awal

Bagian awal berisi halaman judul, halaman pengesahan, daftar isi, daftar gambar, dan daftar tabel. Bagian awal ini berguna untuk memberikan kemudahan kepada pembaca bagian-bagian penting secara cepat.

2. Bagian isi Proposal Tugas Akhir terdiri dari 5 bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, kerangka berpikir, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi tentang teori dasar yang memuat definisi dari biaya, konsep biaya, klasifikasi biaya, penetapan harga jual, metode penetapan harga jual, harga pokok produksi, *metode cost plus pricing*, penetapan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing*.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang lokasi penelitian, waktu penelitian, jenis data, sumber data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang uraian gambaran umum objek penelitian, hasil analisis data dan pembahasan yang disajikan secara singkat dan jelas, serta dapat dibantu dengan tabel, gambar, dan grafik yang diberi penjelasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan berisi dari garis besar sebuah kesimpulan yang diambil dari inti penelitian dan hasil dari penelitian tersebut berupa informasi kuantitatif. Sedangkan saran berisi garis besar saran-saran atau masukan yang merupakan tindakan yang perlu diambil untuk langkah selanjutnya yang lebih baik dari hasil pemecahan masalah.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang daftar buku dan literatur yang berkaitan dengan penelitian.

3. Bagian akhir

LAMPIRAN

Lampiran berisi tentang informasi tambahan yang mendukung kelengkapan laporan, antara lain surat

keterangan telah melaksanakan penelitian dari tempat penelitian, buku bimbingan, spesifikasi, teknis, serta data-data lain yang diperlukan.