

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha mikro, kecil, dan menengah atau yang kerap disebut dengan UMKM adalah salah satu jenis usaha produktif yang sangat berpengaruh dalam perekonomian di Indonesia. UMKM berperan sebagai sarana pemerataan tingkat perekonomian serta mengurangi angka kemiskinan sebab penyerapan tenaga kerja yang terhitung tinggi yakni mencapai 97% dari total tenaga kerja serta 99% dari total lapangan kerja. Sehingga, UMKM dapat dikatakan sebagai sektor yang sangat berperan dalam membuka lapangan kerja bagi angkatan kerja di Indonesia. Berdasarkan dataindonesia.id bahwa pada data Kementerian Koperasi dan UKM, banyaknya UMKM di Indonesia tercatat 62,9 juta di tahun 2017, dan tercatat 64,2 juta di tahun 2018. Jumlahnya terus-menerus mengalami peningkatan, sehingga tercatat ada lebih dari 65 juta lebih UMKM yang tersebar di Indonesia saat ini.

Meningkatnya UMKM mendorong perkembangan dunia usaha salah satunya dibidang perkopian. Menurut data yang diberikan Syafrudin (2019), Ketua Asosiasi Kopi Spesial Indonesia (SCAI), perkembangan ini berlangsung sangat cepat. Syafrudin mengatakan, penyerapan kopi produksi dalam negeri mencapai level 25%-30% yang merupakan kontribusi dari kedai kopi dan diperkirakan akan terus meningkat ke level 35%-40% akhir tahun 2021. Saat ini kedai yang menguasai pangsa pasar di Indonesia adalah Kopi Kenangan dengan penjualan lebih dari 3 juta gelas kopi perbulannya. Kopi Kenangan merupakan perusahaan terbesar di Indonesia dengan memiliki 622 gerai yang tersebar di 45 kota.

Berdasarkan data indonesia.id, konsumsi kopi di Indonesia menurut *International Coffee Organization* (ICO) mencapai 5 juta kantong berukuran 60 kilogram pada periode 2020/2021. Hal tersebut membuktikan bahwa kopi menjadi salah satu minuman populer di Indonesia. Sehingga tak heran banyak ditemukan atau bermunculan kedai kopi di Indonesia khususnya di Kota Medan. Selain itu, usaha kedai kopi diminati karena gaya hidup orang saat ini, yang ingin nongkrong di ruang publik dan melakukan aktivitas sosial di sana.

Persaingan semakin ketat karena banyaknya kedai kopi. Pemilik kedai kopi harus menyediakan barang berkualitas tinggi dengan biaya yang kompetitif untuk menarik pelanggan. Oleh sebab itu, manajemen kedai kopi harus melakukan pengambilan keputusan yang tepat agar dapat tumbuh dan tetap kompetitif. Penetapan harga jual yang tepat untuk memulihkan biaya yang diperlukan dan mendapatkan keuntungan yang diinginkan adalah salah satu tindakan yang mungkin dilakukan.

Metode *Cost-Plus Pricing* adalah salah satu dari berbagai pendekatan dalam menetapkan harga. Metode *Cost-Plus Pricing* melibatkan penambahan margin keuntungan yang diperlukan di atas harga beli atau harga pokok produk untuk menentukan harga jual (Gitosudarmo, 2012). Saat menggunakan metode *Cost-Plus Pricing* penting untuk menghitung *mark up* yakni selisih antara harga pokok dan harga jual kemudian ditambahkan harga pokok untuk menetapkan harga jual. Disimpulkan bahwa harga pokok yang digunakan merupakan dasar dari penetapan harga jual dalam

menggunakan metode *Cost-Plus Pricing*. Oleh karena itu, keakuratan dalam perhitungan harga pokok sangatlah penting dalam menetapkan harga jual.

Hasil penelitian terdahulu mengenai *Cost-Plus Pricing* yang dilakukan oleh Arfatuddin (2020) menunjukkan bahwa harga jual yang ditetapkan oleh Teras Seduh Coffee dengan metode *Cost-Plus Pricing* lebih kecil dari harga jual yang ditetapkan oleh pelaku usaha. Dan juga Fahrul Fahlevi (2001) mengungkapkan bahwa penggunaan metode *Cost-Plus Pricing* memiliki manfaat untuk merekomendasikan harga per produk secara tepat dan memperkirakan total biaya per produk yang menjadi dasar penentuan harga jual.

Plano *Coffee Shop* merupakan salah satu kedai kopi yang berada di Kota Medan tepatnya di jalan Halat Pasar Merah Timur. Plano *Coffee Shop* menjual produk minuman berbahan baku kopi dan beberapa minuman non-kopi serta beberapa menu makanan. Tempat ini menggunakan konsep anak muda kekinian yang dilengkapi interior menarik seperti bangku terbuat dari kayu dan kaleng, dinding dihiasi dengan lukisan dan tulisan, memiliki ruang cukup luas serta memiliki lantai atas sehingga para pelanggan dapat menikmati pemandangan jalanan Kota Medan.

Dari hasil tanya jawab sederhana dengan pemilik Plano *Coffee Shop* bahwa dalam penentuan harga pokok produksi masih menggunakan cara sederhana dan tidak sesuai dengan prinsip akuntansi biaya dimana belum menghitung seluruh biaya secara terperinci baik dalam proses produksi maupun non-produksi sehingga menghasilkan informasi yang kurang tepat dan akurat dalam menetapkan harga jual serta mempengaruhi laba yang dihasilkan. Maka, penggunaan *Cost-Plus Pricing* tepat dilakukan karena metode ini bentuk paling sederhana dalam penetapan harga jual berdasarkan biaya (Swastha, 2010). Metode *Cost-Plus Pricing* dapat menambahkan margin untuk setiap produk untuk menutupi biaya keseluruhan, memastikan bahwa harga yang ditetapkan akan menghasilkan keuntungan maksimal dan kompetitif di pasar. Dapat dikatakan bahwa dengan penggunaan metode *Cost-Plus Pricing* dapat mengetahui bagaimana cara menutupi total biaya keseluruhan, menambahkan margin keuntungan untuk setiap produk, dan menetapkan harga jual yang sesuai.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Desain Penetapan Harga Jual Dengan Metode *Cost-Plus Pricing* pada Plano *Coffee Shop*".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana penetapan harga jual produk pada Plano *Coffee Shop*?
- b. Bagaimana desain penetapan harga jual produk berbasis biaya dengan menggunakan metode *Cost-Plus Pricing* pada Plano *Coffee Shop*?

1.3 Tujuan Tugas Akhir

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

- a. Untuk mengetahui penetapan harga jual produk pada Plano *Coffee Shop*.
- b. Untuk mengetahui desain penetapan harga jual produk berbasis biaya dengan menggunakan metode *Cost-Plus Pricing* pada Plano *Coffee Shop*.

1.4 Kontribusi/Manfaat Tugas Akhir

Dalam penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan pengaruh dan manfaat yang besar bagi berbagai pihak. Kegunaan penelitian ini ditujukan untuk:

- a. Pertimbangan mengenai penetapan harga jual.
- b. Meningkatkan kinerja operasional pada Plano *Coffee Shop*.
- c. Meningkatkan pemahaman pihak manajemen Plano *Coffee Shop* mengenai akuntansi biaya.
- d. Sebagai bahan masukan bagi perguruan tinggi untuk praktik-praktik pembelajaran agar menjadi lebih kreatif, efektif dan efisien sehingga kualitas pembelajaran meningkat.
- e. Serta diharapkan menjadi tambahan referensi bagi pihak yang tertarik untuk meneliti penetapan harga jual dengan menggunakan metode *Cost-Plus Pricing* kedepan.