

**ANALISIS PENERAPAN *COST PLUS PRICING METHOD* DALAM
RANGKA PENERAPAN HARGA JUAL
(STUDI KASUS PADA MENARA COFFEE KEC. DAU KAB. MALANG)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi



**MAGDALENA MELILIANI KEMBERLY
2018110158**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi
MALANG**

RINGKASAN

Jika bahan baku utama setiap hari sama, maka penentuan harga pokok produk dan harga jual dapat diperkirakan. Dapat dikatakan bahwa penggunaan pendekatan biaya plus penetapan harga untuk menetapkan harga sangatlah penting karena memungkinkan perusahaan untuk menegosiasikan harga terbaik. Pendekatan ini menggunakan data perkiraan di atas dan perkiraan harga pokok penjualan untuk menentukan harga jual barang. Selain itu, hal ini akan mempermudah pemasok untuk menaikkan harga tanpa adanya perlawanan. karena akan lebih mudah bagi bisnis untuk memberitahu pelanggan tentang kenaikan biaya produksi. Menghasilkan keuntungan dengan menentukan harga suatu produk, misalnya, untuk mencerminkan kualitas produk, merek bisnis, posisinya di pasar, dan laba atas investasi yang diinginkan.

Kata kunci : Metode Cost Plus Pricing, Penentuan Harga, Usaha

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Perusahaan, atau entitas komersial adalah suatu pengaturan di mana bahan mentah dan tenaga kerja manusia digabungkan dengan sumber daya lain untuk menghasilkan produk jadi untuk dijual kepada pelanggan. Selain untuk memenuhi permintaan konsumen, keuntungan adalah kekuatan pendorong di balik setiap usaha perusahaan. Evolusi dunia usaha yang didorong oleh persaingan yang ketat, mengharuskan perusahaan terus-menerus memelihara dan meningkatkan operasinya agar dapat bertahan. Kehadiran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menjadi salah satu faktor tersebut.

Jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia kini berjumlah 64,19 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar Rp. 8.573,89 triliun (61,97%), seperti dilansir bpk.go.id menggunakan statistik Kementerian Koperasi dan UKM. Usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia mempunyai peran penting karena mereka menyumbang 60,4% dari seluruh investasi dan mempekerjakan 97% dari total angkatan kerja di negara ini. Posisinya adalah sebagai berikut:

1. UMKM memiliki kontribusi besar yang pada PDB
2. Selain mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, UMKM menyumbang 97% daya serap dunia usaha pada tahun 2020. Dengan banyaknya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia, usaha-usaha tersebut mempunyai peranan yang cukup besar. peranannya dalam pasar tenaga kerja negara tersebut.
3. Mayoritas dari total pinjaman tahun 2018 sebesar Rp 1 triliun disalurkan kepada UMKM.

Oleh karena itu UMKM sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dalam konteks yang ini, suatu usaha diperlukan suatu strategi. Ini guna untuk menghindari kerugian yang massive. Termasuk dalam perencanaan dan perhitungan. Komponen biaya produksi dan pemilihan harga jual sama-sama memerlukan perhitungan atau perencanaan yang matang. Keputusan penetapan harga harus selalu dibuat dalam konteks tujuan pemasaran yang lebih luas. Tujuan dari rencana penetapan harga harus konsisten dengan tujuan strategi pemasaran secara keseluruhan. Harga jual suatu perusahaan dipengaruhi oleh beberapa variabel eksternal dan internal, seperti tingkat persaingan, penawaran dan permintaan, pengeluaran, keadaan perekonomian, dan lain-lain.

Bagi keuntungan suatu perusahaan, dua faktor terpenting dalam proses manufaktur adalah biaya produksi dan harga jual. Selain itu, kualitas minuman dan makanan yang dijual akan sangat dipengaruhi oleh biaya produksi dan harga jual, oleh karena itu perencanaan atau penentuan faktor-faktor ini secara cermat sangat penting untuk keberhasilan pasar. Bisnis dapat menggunakan strategi penetapan harga jual untuk meningkatkan volume penjualan, mengelola pengeluaran, dan memenuhi fungsi pasar dengan memperhitungkan seluruh biaya produksi, yang mencakup biaya bahan mentah, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Menetapkan harga yang kompetitif dengan pasar dan menguntungkan bisnis.

Nilai pasar suatu produk atau jasa didasarkan pada berbagai variabel, termasuk penawaran dan permintaan, jumlah pesaing, dan preferensi pelanggan. Oleh karena itu, manajemen perusahaan harus menghadapi tantangan ketidakpastian, dengan satu-satunya variabel yang dapat diandalkan adalah harga jual. Perusahaan akan mengalami kerugian jika harga jual ditetapkan terlalu rendah, yang dapat menghambat kelangsungan usahanya dan menghambat pertumbuhannya. Manajemen memerlukan informasi biaya agar dapat menetapkan harga jual yang wajar. Meskipun penetapan harga ditentukan oleh sejumlah

faktor selain biaya input. Demi keuntungan perusahaan, manajemen harus memikirkan secara menyeluruh semua pilihan harga sebelum meluncurkan produk ke pasar. Keputusan akhir yang diambil akan mempunyai konsekuensi luas terhadap barang yang tersedia bagi pelanggan.

Menara Coffee Coffee menjadi lokasi penelitian peneliti merupakan usaha UMKM yang bergerak dalam bidang usaha tempat ngopi atau cafe yang mengolah makanan dan minuman yang dibeli dalam bentuk instan, dan menjadikan makanan dan minuman yang layak dikonsumsi oleh konsumen atau pelanggan. Harga jual Menara Coffee atas barang-barang produksinya ditentukan dengan terlebih dahulu menghitung harga pokok produksi yang telah dihilangkan, kemudian menetapkan harga jual produk tersebut sesuai dengan harga pokok produksi.

Kemampuan perusahaan untuk tetap beroperasi akan terancam jika harga jualnya tidak ditetapkan dengan benar. Kesalahan ini dapat menimbulkan konsekuensi serius bagi perusahaan, seperti kerugian berkelanjutan atau persediaan yang tidak terjual menumpuk di gudang karena keterlambatan pemasaran. Penetapan harga yang tepat sangat penting bagi setiap perusahaan, karena ini adalah satu-satunya variabel dalam marketing mix yang berdampak langsung terhadap keuntungan.

cost-plus pricing method adalah salah satu dari banyak pendekatan yang digunakan untuk menetapkan harga eceran suatu produk atau jasa. Penetapan harga yang didasarkan pada keseluruhan biaya produksi dan pemasaran di masa depan ditambah proyeksi margin keuntungan (Mulyadi, 2001:349) dikenal dengan teknik cost-plus pricing method. Full costing dan variable costing adalah dua metodologi biaya yang dapat digunakan dengan strategi ini. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis akan mengadakan penelitian lebih mendalam guna mengetahui bagaimana Menara Coffee menganalisis, menghitung atau

menetapkan biaya produksi dan harga jual, dengan judul penelitian “*Analisis Penerapan Cost Plus Pricing Method dalam Rangka Penerapan Harga Jual Pada Café Menara Coffee*”.

2. Rumusan Masalah

Pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah, berdasarkan hal di atas, bagaimana seharusnya harga jual produk di Menara Coffee diterapkan dengan metode cost plus pricing?

3. Tujuan Penelitian

Mencermati pernyataan masalah di atas, penulis berharap dapat mempelajari lebih lanjut tentang bagaimana strategi cost-plus pricing diterapkan di Café Menara Coffee.

4. Manfaat Penelitian

Keunggulan penelitian adalah sebagai berikut, yang dituangkan dalam tujuan penelitian:

4.1 Bagi Peneliti

Sebagai penerapan praktis dari informasi yang disajikan dalam perkuliahan, dan sebagai pengetahuan tambahan untuk membantu peneliti menetapkan harga barang yang sesuai. Penelitian ini berfungsi sebagai proyek batu penjuruk untuk program gelar Sarjana Ekonomi Akuntansi di Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang.

4.2 Bagi Universitas

Untuk menjadi sumber daya bagi peneliti masa depan dan untuk membuat kemajuan signifikan di bidang akuntansi, khususnya akuntansi keuangan

4.3 Bagi Menara Coffee

Agar mereka dapat mengukur kebijakan masa depan dengan lebih baik, menara coffee akan mendapat manfaat dari mendengarkan pemikiran dan ide Anda mengenai kebahagiaan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arfatuddi. 2020. *Evaluasi Penetapan Harga Berbasis Dengan Metode Cost Plus Pricing Dalam Meningkatkan Laba*. Malang: Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Desliane Wauran. 2016. Analisis Penentuan Harga Pokok Produk dan Penerapan *Cost Plus Pricing Method* dalam Rangka Penerapan Harga Jual Pada Rumah Makan Soto Rusuk Ko' Petrus Cabang Megamas. Manado: Universitas Sam Ratulagi Manado, Vol. 4 (2):652-661.
- Gersil, Aydin dan Cevdet Kayal. 2016. *A Comparative Analysis Of Normal Costing Method With Full Costing And Variable Costing In Internal Reposting*. Internasional Journal of Managemen (IJM) Adnan Menderes University, 7(3), 0976-6510.
- Ikawati, Diyah Abriyana. Penetapan Harga Jual dengan Metode Cost Plus Pricing pada Warung Sedehana 2 Jetis Kulon Surabaya. Universitas Negeri Surabaya.
- Irvana Marina Kondoy, Ventje Ilat, Winston Pontoh. 2015. Penerapan *Cost Plus Pricing* dalam Keputusan Penerapan Harga Jual Untuk Pesanan Khusus Pada UD. Dewa Bakery Manado Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Akuntansi Universitas Sam Ratulagi, Manado. Vol. 15 (3):141-151.
- Kamayanti, A., Sokarina A., Lutfillah, N.Q., Briando, B., Ekasari, K., Suhendri, H., Darmayasa, I.N. (2022). *Metodologi Paradigma Nusantara*. Cetakan ke I : Pebruari 2022. Malang, Jatim : Penerbit Peneleh.
- Moray. 2015. *Penetapan Harga Jual Produk dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Pada UD. Gladis Bakery*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Akuntansi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi, 2(2), 1272-1783.
- Parakkasi, Idris, dan Kmiruddin. 2018. *Analisis Harga dan Mekanisme Pasar dalam Perspektif Islam*. Jurnal Laa Maisyir, 5(1), 107-120.
- Riwayadi. 2016. *Akuntansi Biaya Pendekatan Tradisional dan Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono 2014, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. 2013 *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta CV.
- Suhendri, H. (2019). Dekonstruksi Konsep Pembiayaan Mudharabah Fatwa Dsn MUI Dengan Filosofi Hidup Serat Wulang-Reh. (Disertai, Universitas Brawijaya, 2019). Diambil dari <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/189635/1>.
- Suhendri, H., Putri, S.A. & Risnaningsih. (2022). Cristical Etnography of Micro PPKM Policy In The Covid-19 Pandemic: A Study Based on The Perception of Micro Entrepreneurs. RJOAS, 1 (121), 72-79.
- Toar, Oktavia, Herman Karamoy, dan Heince Wokas. 2017. *Analisis Perbandingan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing dan MarkUp Pricing*

pada Doldphin Donuts Bakery. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Akuntansi Manajemen Bisnis dan Akuntansi, 5(2), 2040-2050.

Yuli, Ernie Riswandari. 2017. *Analisis Penentuan Harga Jual Berdasarkan Metode Cost Plus Pricing dengan pendekatan Full Costing*. Jakarta: Universitas Bunda Mulia. Vol. 4 no. 2.

Yunita Sari, Lily Karlina Nasution. 2018. *Analisis Penentuan Harga Jual dengan Metode Cost Plus Pricing dan Pengaruhnya terhadap Laba yang dihasilkan pada UD Maju*. Medan: program studi akuntansi, politeknik LP31.

Lain-lain

Website resmi Kementerian Investasi/BPKM <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-umkm-indonesia> diakses pada 23 Oktober 2022