

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Perkembangan dalam dunia bisnis yang semakin hari semakin mengalami pesatnya persaingan, menuntut para pelaku bisnis untuk bisa tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas produknya agar bisa tetap bersaing di pasar. Modernisasi dunia membuat dunia bisnis saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Setiap perusahaan selalu mempunyai tujuan yang ingin dicapai, baik hanya mencari laba atau untuk menguasai pasar.<sup>1</sup> Hal tersebut membuat para pelaku bisnis merasa termotivasi untuk mengembangkan usaha. Saat ini, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sedang populer dan banyak orang yang tertarik untuk terlibat didalamnya. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berlomba-lomba untuk menghasilkan produk berkualitas dan diminati oleh masyarakat, dengan tujuan untuk memperoleh laba baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) juga menggunakan strategi untuk menentukan keuntungan melalui target biaya produksi.

Biaya produksi menjadi salah satu faktor penting yang bisa mempengaruhi laba secara signifikan yang harus dipertimbangkan dalam persaingan bisnis.<sup>2</sup> Hal tersebut dikarenakan biaya produksi dikeluarkan guna menghasilkan suatu barang. Untuk mengetahui seberapa besar laba yang

---

<sup>1</sup> Sri Anugerah Natalina dan Arif Zunaidi, "Manajemen Strategik Dalam Perbankan Syariah," *Wadiah* 5, no. 1 (2021): 87.

<sup>2</sup> Eza Gusti Anugerah, Imam Mas'ud, and Nining Ika Wahyuni, "Penerapan Target Costing Dalam Pengelolaan Biaya Produksi Untuk Optimalisasi Laba," *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 4, no. 1 (2017): 50.

diperoleh dalam perusahaan manufaktur, maka diperlukan adanya perhitungan biaya secara rinci. Kurangnya informasi yang cukup mengenai biaya produksi, manajemen akan kesulitan menentukan margin keuntungan dan harga jual produk karena tidak mengetahui ukuran ekonomis dari biaya yang telah dikeluarkan.<sup>3</sup>

Harga jual merupakan nilai final produk yang merupakan hasil dari penjumlahan antara biaya-biaya produksi dengan biaya lainnya untuk menghasilkan produk dan ditambah dengan sejumlah laba yang diinginkan.<sup>4</sup> Penentuan harga jual yang wajar dapat diperoleh dari interaksi antara kekuatan permintaan dan penawaran dalam suatu persaingan sempurna. Untuk memastikan produk yang dihasilkan bisa bersaing di pasaran, harga jual produk harus disesuaikan dengan harga pesaing. Jika harga jual barang terlalu tinggi dibandingkan harga pasaran, maka minat konsumen bisa menurun dan mengakibatkan penghasilan atau keuntungan yang tidak sesuai dengan yang diinginkan.<sup>5</sup> Hal tersebut membuat pelaku bisnis berupaya mencari solusi untuk mendapatkan laba yang tinggi dengan tetap menjaga kepercayaan konsumen, karena kepercayaan konsumen menjadi suatu hal yang penting dalam kelangsungan suatu bisnis. Oleh karena itu, terdapat strategi yang tepat untuk memperoleh laba yang tinggi dan kepercayaan dari konsumen yaitu dengan menghasilkan produk berkualitas dan menjualnya dengan harga yang kompetitif. Strategi ini bisa melibatkan penyiasatan dan

---

<sup>3</sup> Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, Edisi 5. (Yogyakarta: Penerbit UPP STIM YKPN, 2015).

<sup>4</sup> Helny Melynda Astriani Meroekh, Petrus E. De Rozari, and Christien C. Foenay, "Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Melalui Metode Cost Plus Pricing (Studi Kasus Padanpabrik Tahu Pink Jaya Oebufu Di Kupang)," *Journal Of Management* 7, no. 2 (2018): 181–205.

<sup>5</sup> Nursimah Dara dan Nining Purnaningsih, "Penetapan Harga Pakaian Batik Terhadap Minat Beli Pelanggan Pasar Tanah Abang," *Dynamic Management Journal* 2, no. 1 (2018): 23.

pengurangan biaya yang tidak diperlukan dalam proses produksi. Salah satu metode yang bisa digunakan dalam menentukan harga jual adalah *Cost based pricing*.

*Cost based pricing* merupakan penetapan harga berdasarkan biaya yang mana penentuan harga jual produk berdasarkan biaya-biaya yang dikeluarkan, misalnya seperti biaya produksi.<sup>6</sup> Tujuan dari penerapan metode *Cost based pricing* adalah untuk memastikan pelaku bisnis selalu mempertahankan presentase keuntungan yang sama. Dengan adanya metode *Cost based pricing* perusahaan dapat memastikan tidak akan mengalami kerugian dalam menjual produknya. Menurut Mursid, metode *cost based pricing* merupakan metode penentuan harga jual yang sederhana dan jujur, baik terhadap pesaing maupun konsumen.<sup>7</sup> Dalam penetapan harga berdasarkan biaya (*cost based pricing*) terdapat dua cara penetapannya, yaitu *cost plus pricing* dan *mark-up pricing*.<sup>8</sup>

*Cost plus pricing* merupakan metode untuk menentukan harga jual dengan menambahkan keuntungan yang diinginkan diatas biaya yang dikelurakan untuk memproduksi barang serta memasarkan barang di masa yang akan datang. Sedangkan *mark-up pricing* merupakan penentuan harga jual dengan adanya penambahan *mark-up* atas harga beli, dimana laba yang diperoleh merupakan sebagian dari *mark-up* yang telah ditentukan karena

---

<sup>6</sup> Abdul Rokhman Efendi, "Analisis Strategi Penetapan Harga Jual Ditinjau Dari Harga Pokok Produksi Pada Perusahaan Aliff Catering," *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 3, no. 3 (2018): 393.

<sup>7</sup> M. Mursid, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014): 83.

<sup>8</sup> Musleh, "Analisis Penentuan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Pricing Dalam Meningkatkan Laba Yang Dihasilkan Pedagang Asongan Di Taman Sangkareang Kota Mataram," (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram, 2019): 14.

adanya pengurangan dari biaya-biaya produksi lainnya.<sup>9</sup> Sehingga, metode dalam menentukan harga jual yang paling efisien adalah metode *cost plus pricing*.<sup>10</sup>

Penelitian ini akan berfokus pada UMKM yang ada di Kecamatan Bangsal pada olahan kulit sapi berupa krecek rambak. Adapun UMKM di Kecamatan Bangsal yang memproduksi krecek rambak adalah sebagai berikut.

**Tabel 1.1**  
**Data UMKM Krecek Rambak Kulit Sapi pada Kecamatan Bangsal**

No.	Nama UMKM	Alamat	Harga Krecek Rambak	Pendapatan Penjualan (per bulan)	Laba per Bulan
1.	Pak Super	Dsn. Kauman RT 10/RW02, Ds. Bangsal Kecamatan Bangsal, Kabupaten Mojokerto.	Rp 53.000	Rp 159.000.000	Rp 30.500.000
2.	Halimah	Dsn. Kauman RT 06/RW01, Ds. Bangsal Kecamatan Bangsal, Kabupaten Mojokerto.	Rp 48.0000	Rp 174.720.000	Rp 26.760.800
3.	Bungsu Jaya	Dsn. Kauman RT 05/RW01, Ds. Bangsal Kecamatan Bangsal, Kabupaten Mojokerto	Rp 51.000	Rp 163.200.000	Rp 31.115.000

Sumber: Data Observasi pada bulan Maret 2024

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa UMKM Halimah memperoleh pendapatan penjualan lebih banyak dibandingkan UMKM Bungsu Jaya dan Pak Super yakni sebesar Rp 174.720.000,- per bulan. Namun, menurut perhitungan perusahaan, laba yang diperoleh oleh UMKM Halimah adalah sebesar Rp 26.760.800,- dimana perolehan laba tersebut paling sedikit dibandingkan UMKM lainnya. Hal tersebut dikarenakan permasalahan yang ada di UMKM Halimah dalam menetapkan strategi penetapan harga jual masih menggunakan metode tradisional yaitu hanya

<sup>9</sup> Ibid.

<sup>10</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Ed. Ke- 4*. (Yogyakarta: Andi, 2015): 161.

membebankan biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja saja. Adapun data yang peneliti peroleh dari UMKM Halimah adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Penentuan Harga Pokok Produksi Menurut UMKM Krecek**  
**Rambak Kulit Sapi Halimah Per Bulan**

Biaya Bahan Baku:	
Kulit Sapi (2.800 kg)	Rp 126.000.000,-
Garam (120 Kg)	Rp 1.200.000,-
Penyedap Rasa	
- Masako (4 Kg)	Rp 158.000,-
- Micin (4 Kg)	Rp 188.000,-
Bawang Putih (12 Kg)	Rp 540.000,-
Jinten (4 Ons)	Rp 60.000,-
Ketumbar (4 Kg)	<u>Rp 178.000,- +</u>
	Rp 128.324.000,-
Biaya Tenaga Kerja	<u>Rp 16.800.000,- +</u>
<b>HPP 3.640 bungkus</b>	<b>Rp 145.124.000,-</b>

*Sumber: Wawancara dengan pemilik UMKM Krecek Rambak Kulit Sapi Halimah*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui biaya bahan baku yang dikeluarkan untuk memproduksi 3.640 bungkus krecek rambak adalah Rp 128.324.000,- dan biaya tenaga kerja adalah Rp 16.800.000,-. Oleh karena itu, harga pokok produksi menurut perusahaan adalah sebesar Rp 145.124.000 dimana jumlah produksinya sebanyak 3.640 bungkus setiap bulannya. Sehingga harga pokok produksi perbungkus dari krecek rambak kulit sapi Halimah adalah Rp 39.869,230 dengan harga jual Rp 48.000,- dengan ukuran perbungkusnya adalah 500 gram. Berikut adalah data perolehan laba UMKM Krecek Rambak Kulit Sapi Halimah:

**Tabel 1.3**  
**Perolehan Laba Menurut UMKM Krecek Rambak Kulit Sapi Halimah Per Bulan**

<b>Pendapatan</b> (3.640 @Rp 48.000),-		Rp 174.720.000,-
<b>Biaya Produksi:</b>		
Biaya Bahan Baku	Rp 128.324.000,-	
Biaya Tenaga Kerja	Rp 16.800.000,-	
Sekam dan kulit jambu mete	Rp 540.000,-	
Kapur apu	Rp 180.000,-	
Plastik kemasan	Rp 800.000,-	
BBM	Rp 360.000,-	
Listrik	Rp 300.000,-	
Stiker	Rp 655.200,-	
		<u>Rp 147.959.200,-</u>
<b>Laba</b>		<b>Rp 26.760.800,-</b>

Sumber: Wawancara dengan pemilik UMKM Krecek Rambak Kulit Sapi Halimah

Bedasarkan hasil wawancara dengan pemilik UMKM Krecek Rambak Kulit Sapi yaitu Bapak Saiful, setiap bulannya memproduksi kulit sapi menjadi krecek rambak sebanyak 3.640 bungkus dengan ukuran perbungkusnya ialah 500 gram dan harga jualnya sebesar Rp 48.000 perbungkus. Dari keterangan tersebut laba yang diperoleh menurut perhitungan perusahaan setiap bulannya adalah sebesar Rp 26.760.800. Dalam memperhitungkan harga pokok produksi, UMKM Halimah hanya membebankan biaya bahan baku dan tenaga kerja saja. Sedangkan beban *overhead* pabrik dan komponen biaya lainnya belum dibebankan. Sebagai perusahaan yang melaksanakan produksi tentunya ingin laba perusahaan yang diperoleh bisa maksimal. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara mempertahankan kelangsungan dalam proses produksinya dan memperhatikan semua biaya-biaya yang dikeluarkan serta untuk membiayai kelangsungan produksi perusahaan dalam menghasilkan laba yang diperoleh dari hasil penjualan. Namun, UMKM Halimah dalam penentuan harga jual hanya melihat atau memperkirakan dari harga pesaing lainnya tanpa

memperhitungkannya dengan tepat. Sehingga laba yang diperoleh saat ini belum optimal. Oleh karena itu diperlukan strategi yang bisa digunakan untuk mencapai keuntungan yang diharapkan yaitu menetapkan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing*.<sup>11</sup>

Adapun kelebihan dalam penetapan harga jual menggunakan cara perhitungan *cost plus pricing*, diantaranya adalah: pertama, dalam metode ini perhitungan harga jual produk per bungkus lebih mudah untuk ditentukan. Kedua, adanya kenaikan harga jual tidak disalahkan apabila biaya-biaya produksi dan non produksi mengalami kenaikan harga. Ketiga, tercapainya kestabilan harga bisa terjadi apabila pesaing dalam menentukan harga menggunakan metode dan biaya yang sama.<sup>12</sup> Metode ini perlu diterapkan oleh perusahaan sebagai upaya peningkatan laba agar dapat mencapai margin keuntungan yang diharapkan.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Penetapan Harga Jual Metode *Cost Plus Pricing* Dalam Upaya Mengoptimalkan Laba Perusahaan (Studi Pada UMKM Krecek Rambak Kulit Sapi Halimah Bangsal Mojokerto)”**.

---

<sup>11</sup> Sri Cicindra Tongkad, Zulkifli Boki, dan Amir Lukum, “Penentuan Harga Jual Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Dengan Pendekatan Full Costing Pada Keripik Pisuke Kota Gorotalo,” *Jurnal Mahasiswa Akuntansi* 1, no. 3 (2022): 199.

<sup>12</sup> M. Mursid, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014).

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti paparkan di atas, maka rumusan masalah dari peneliti adalah:

1. Bagaimana penetapan harga jual pada UMKM Krecek Rambak Kulit Sapi Halimah?
2. Bagaimana penetapan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* dalam upaya mengoptimalkan laba pada UMKM Krecek Rambak Kulit Sapi Halimah?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Bedasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perhitungan dalam menetapkan harga jual pada UMKM krecek rambak kulit sapi Halimah.
2. Untuk mengetahui penetapan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* dalam upaya mengoptimalkan laba pada UMKM krecek rambak Kulit Sapi Halimah.

## **D. MANFAAT PENELITIAN**

1. Manfaat secara teoritis

Hasil dari penelitian ini secara khusus diharapkan mampu menambah pengetahuan bagi peneliti dan para pembaca secara umum dalam memahami dan mengaplikasikan ilmu pengetahuan tentang metode *cost plus pricing* dalam menentukan harga jual.



## 2. Manfaat secara praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi tambahan pemikiran kepada UMKM krecek rambak Kulit Sapi Halimah dalam upaya meningkatkan laba dan dapat memberikan manfaat untuk usaha lainnya yang sejenis tentang penggunaan metode *cost plus pricing* dalam penentuan harga jual sebagai upaya untuk mengoptimalkan laba. Manfaat lainnya adalah sebagai tambahan informasi dan wawasan bagi akademisi lain yang memiliki rencana untuk melakukan penelitian di masa yang akan datang dengan masalah yang sama.

## E. TELAAH PUSTAKA

Berikut telaah pustaka yang digunakan:

1. Analisis Penetapan Harga Jual Produk Dan Volume Penjualan Dalam Upaya Meningkatkan Perolehan Laba Pada CV. Wecono Asri Oleh Putri Zabita Dinnana, Srikalimah, dan Dewi Wungkus Antasari (2022).

Hasil penelitian ini adalah harga jual yang ditetapkan oleh CV. Wecono Asri lebih kecil daripada harga jual yang dihitung menggunakan metode penetapan harga jual *cost plus pricing*. Harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan sebesar Rp 200.000 dengan mendapatkan laba Rp 19.650.000, sedangkan penetapan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* sebesar Rp 229.553 dan mendapatkan laba sebesar Rp 38.207.750. Jumlah volume penjualan pada tahun 2021 juga belum maksimal yang mengakibatkan perolehan laba tidak sesuai. Perolehan volume penjualan pada tahun 2021 sebesar 642 unit, perusahaan harus

memperoleh volume penjualan sebesar 1.393 unit agar memperoleh laba yang maksimal.<sup>13</sup>

## 2. Analisis Penentuan Harga Jual Dengan Metode *Cost Plus Pricing* Dalam Meningkatkan Laba Yang Dihasilkan Pedagang Asongan Di Taman Sangkareang Kota Mataram Oleh Musleh (2019).

Hasil penelitian ini adalah menunjukkan terdapat kelemahan dalam perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan pedagang yaitu jumlah harga pokok produk yang dilakukan pedagang lebih rendah dari harga pokok produk menurut harga pokok setelah dievaluasi, menurut pedagang, harga pokok produksi (HPP) sate, sebesar Rp 8.300, harga pokok produksi mainan baling-baling sebesar Rp 2.400, harga pokok produksi es *blender* sebesar Rp 1.800, harga pokok produksi cilok sebesar Rp 440. Sedangkan harga pokok produk setelah dievaluasi untuk sate sebesar Rp 10.700, mainan baling-baling sebesar Rp 5.100, minuman es *blender* sebesar Rp 2.300, dan cilok sebesar Rp 560, hal ini disebabkan karena pedagang tidak membedakan biaya produksi yaitu biaya upah berdagang, biaya transportasi, dan biaya administrasi dalam perhitungan harga pokok produksi.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Putri Zabita Dinnana, Srikalimah, dan Dewi Wungkus Antasari, "Analisis Penetapan Harga Jual Produk Dan Volume Penjualan Dalam Upaya Meningkatkan Perolehan Pada CV. Wecono Asri," *Jurnal Ilmiah Cendekia Akuntansi* 8, no. 1 (2022).

<sup>14</sup> Musleh, "Analisis Penentuan Harga Jual Dengan Metode *Cost Plus Pricing* Dalam Meningkatkan Laba Yang Dihasilkan Pedagang Asongan Di Taman Sangkareang Kota Mataram."

3. Analisis Penentuan Harga Jual Soto Mie Bogor Dengan Menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* Melalui Pendekatan *Full Costing* Oleh Abednego Priyatama, Jessica Barus, Selena Suci Wulan Syara, Dan Wahyu Widjayanti (2022).

Hasil penelitian ini adalah penentuan harga jual antara perusahaan dengan menggunakan metode *cost plus pricing* memiliki selisih yaitu Rp 500 per satu mangkok, dimana penentuan harga jual oleh perusahaan lebih rendah. Jika harga jual menurut perusahaan adalah sebesar Rp 15.000 untuk satu mangkok/bungkus, maka harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* adalah sebesar Rp 15.500 untuk satu mangkok/bungkus. Perbedaan selisih harga jual antara perhitungan perusahaan dan menggunakan metode *cost plus pricing* dikarenakan dalam menetapkan harga jual perusahaan tidak memperhitungkan besarnya biaya *overhead* tetap setiap harinya.<sup>15</sup>

4. Analisis Harga Pokok Produksi Dan Harga Jual Dengan Metode *Cost Plus Pricing* (Studi Kasus Pada UKM Wedang Uwuh 3Gen Tegal Oleh Ririh Sri Harjanti, Hertika, dan Sri Murwanti (2021).

Hasil penelitian ini adalah harga pokok produksi per unit dengan metode UKM sebesar Rp 63.222 sedangkan harga pokok produksi per unit dengan metode *full costing* sebesar Rp 64.565. Perbedaan perhitungan harga pokok produksi tersebut disebabkan karena UKM belum memperhitungkan biaya perawatan mesin dan peralatan. Total biaya menurut UKM sebesar Rp 11.384 dan menurut *full costing* sebesar Rp

---

<sup>15</sup> Abednego Priyatama et al., "Analisis Penentuan Harga Jual Soto Mie Bogor Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Melalui Pendekatan Full Costing Pada Ud. Soto Mie Bogor Kang Oding," *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 1, no. 2 (2022): 102–111.

113.155 dengan *mark up* keuntungan yang sama sebesar 7,5%. Penetapan harga jual menggunakan metode UKM sebesar Rp 119.738 sedangkan dengan menggunakan metode *cost plus pricing* sebesar Rp 121.641.<sup>16</sup>

5. Peranan Perhitungan Harga Pokok Produksi Pendekatan *Full Costing* Dalam Menentukan Harga Jual Dengan Metode *Cost Plus Pricing* (Studi Kasus Pada UMKM Sepatu Heriyanto) Oleh Evi Noviasari Dan Ricard Alamsyah (2020).

Hasil penelitian ini adalah perhitungan harga pokok menurut UMKM Heriyanto lebih rendah dibandingkan perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing*. Harga pokok produksi menurut UMKM Heriyanto adalah Rp 15.675 per pasang atau Rp 313.492 per skor (bahan palu) dan Rp 14.600 per pasang atau Rp 291.992 per skor (bahan kavaro). Sedangkan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* yaitu sebesar Rp 16.310 per pasang atau Rp 326.201 per skor (materi palu) dan Rp 15.235 per pasang atau Rp 304.701 (bahan kavaro). Hal ini disebabkan biaya *overhead* pabrik yang tidak diperhitungkan oleh UMKM Heriyanto seperti biaya listrik, biaya gas, biaya pemeliharaan mesin dan kendaraan pabrik, serta biaya penyusutan. Perbedaan penentuan harga pokok produksi akan mempengaruhi UMKM Heriyanto dalam menentukan harga jual, karena harga pokok produksi merupakan unsur utama dalam penentuan harga jual. Perhitungan harga jual menurut UMKM Heriyanto adalah Rp 18.026 per pasang atau Rp 360.516 per skor untuk bahan palu dan Rp 16.790 per pasang atau Rp 335.791 per skor untuk bahan kavaro.

---

<sup>16</sup> Dan Sri Murwanti Ririh Sri Harjanti, Hetika, “Analisis Harga Pokok Produksi Dan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Pricing (Studi Kasus Pada Ukm Wedang Uwuh 3Gen Tegal),” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 6, no. 1 (2021).

Sedangkan harga jualnya menggunakan metode *cost plus pricing* yaitu Rp 18.814 per pasang atau Rp 376.281 per skor untuk bahan palu dan Rp 17.578 per pasang atau Rp 351.556 per skor untuk bahan kavaro.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Evi Noviasari dan Richad Alamsyah, "Peranan Perhitungan Harga Pokok Produksi Pendekatan Full Costing Dalam Menentukan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Pricing (Studi Kasus Pada UMKM Sepatu Heriyanto)," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan* 8, no. 1 (2020).