

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dalam dunia bisnis di Indonesia semakin hari mengalami pesatnya persaingan, yang menuntut pelaku usaha untuk bisa mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk mereka agar tetap kompetitif di pasar. Di era teknologi yang maju saat ini, membuat dunia bisnis mengalami perkembangan yang pesat. Setiap perusahaan tentu memiliki tujuan yang ingin dicapai, baik hanya untuk meraih laba atau untuk menguasai pasar.¹ Hal ini secara tidak langsung membuat para pelaku bisnis termotivasi untuk mengembangkan bisnis mereka.

Saat ini Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi usaha yang memiliki peran penting dalam perekonomian di Indonesia, Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang memiliki peran penting terutama dalam menciptakan lapangan kerja, penyerapan tenaga kerja, meningkatkan pendapatan serta menjadi penopang saat terjadinya krisis ekonomi di Indonesia.² Selain itu, seiring meningkatnya perekonomian daerah, UMKM juga menjadi sumber inovasi dan kreativitas.³ UMKM merupakan sektor bisnis yang sangat penting dalam perekonomian di Indonesia. Kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi

¹ Arif Zunaidi and Sri Anugerah Natalina, “Manajemen Strategik Dalam Perbankan Syariah,” *Jurnal Perbankan Syariah* Vol. 5 No. (2021): 87. <https://doi.org/10.30762/wadiyah.v5i1.3178>

² Asmaira Munthe, M. Yarham, and Ridwana Siregar, “Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Perekonomian Indonesia,” *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi* Vol. 2 No. (2023).

³ Suharto Salman Al Farisi, Muhammad Iqbal Fasa, “Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat,” *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* Vol. 9 No. (2022).

nasional sangat signifikan. Hal ini dibuktikan berdasarkan data kementerian koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UMKM), bahwa jumlah UMKM saat ini di Indonesia mencapai 64,2 juta unit.⁴ Sedangkan, data dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, menunjukkan bahwa pada tahun 2022 UMKM berkontribusi terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) mencapai 60,5% dan terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional.⁵ Fakta ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi secara menyeluruh. Tidak hanya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, UMKM juga membuka peluang kerja bagi masyarakat berpenghasilan rendah. Melalui kesempatan kerja tersebut, UMKM juga berperan dalam mengurangi pengangguran dan kemiskinan di Indonesia. Selain itu, keberadaan UMKM juga mendukung pemerataan pendapatan dengan menciptakan peluang bagi masyarakat untuk lebih mandiri secara ekonomi.

Jawa Timur merupakan salah satu Provinsi di Indonesia dengan jumlah UMKM yang terus berkembang. Berdasarkan data survei KUKM dan sensus ekonomi Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Timur di tahun 2016, terdapat 9.782.262 unit UMKM di provinsi ini dengan berbagai kategori usaha. Dari jumlah tersebut, 90% merupakan usaha mikro menengah yang berada di kabupaten/kota. Apabila

⁴ Kementerian Keuangan RI Direktorat Jenderal Perbendaharaan, “UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkat,” <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/curup/id/data-publikasi/artikel/2885-umkm-hebat,-perekonomian-nasional-meningkat.html>, diakses pada tanggal 1 Mei 2025 pukul 21.43.

⁵ Kementerian Koordinator Bidang Republik Indonesia, “Perkembangan UMKM Sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah,” <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>, diakses pada tanggal 2 Mei 2025 pukul 17.26 WIB.

diuraikan, komposisi usaha di Jawa Timur didominasi oleh Usaha Kecil Menengah (UKM) dengan presentase sebesar 90,3% UKM, diikuti dengan usaha menengah sebesar 1,8%, dan usaha besar sebesar 0,06%. Kontribusi UMKM terhadap PDB nasional sebesar 5,4% yang lebih tinggi dari rata-rata PDB nasional sebesar 5,1%. Laju pertumbuhan UMKM di Jawa Timur rata-rata sebesar 54,34% per tahun, dan menyerap 98% tenaga kerja.⁶ Jumlah UMKM di Jawa Timur sebanyak 9 juta tersebar di berbagai wilayah Jawa Timur.

Dari seluruh kabupaten atau kota di Jawa Timur, kota Kediri menunjukkan wilayah dengan perkembangan UMKM yang pesat, khususnya di sektor makanan dan pengolahan hasil pertanian lokal.⁷ Kediri dikenal sebagai salah satu pusat industri tembakau dan gula di Jawa Timur, sedangkan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sebagian besar bergerak di bidang industri produksi makanan dan minuman serta pengolahan hasil pertanian. Terdapat banyak kategori UMKM di Kota Kediri diantaranya adalah kerajinan batik, tenun, dan lain sebagainya.⁸ Salah satu produk UMKM di wilayah ini adalah usaha pengolahan pisang. Para pelaku usaha kediri menginovasikan pisang sebagai makanan yang bisa dijadikan oleh-oleh seperti keripik dari olahan pisang, yang dikenal memiliki ciri khas dan kualitas yang baik.⁹

Di antara berbagai jenis UMKM yang berkembang di Kota Kediri, usaha olahan pisang menjadi salah satu sektor yang cukup menonjol karena

⁶ Nasori et al., “Pemetaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Jawa Timur Menuju Sertifikasi Halal Tahun 2024,” *Jurnal Pengabdian Masyarakat* Vol. 6 No. (2022) : 77.

⁷ Pemkot Kediri, “Potensi Industri Kota Kediri,” *Pemkot Kediri*, accessed May 2, 2025, https://www.kedirikota.go.id/page/investasi/16?utm_source.

⁸ Elvina Damayanti et al., “Pendampingan UMKM Dalam Pendaftaran NIB Melalui Sistem OSS (Online Single Submission) Sebagai Langkah Strategis Menuju Kemandirian Dan Keberlanjutan Usaha Di Kota Kediri,” *Jurnal Pengabdian Masyarakat* Vol. 2 No. 3 (2024) : 526.

⁹ Nevi Harisuci Wibowo et al., “Penguatan Pemasaran UMKM Keripik Pisang Melalui Video Promosi,” *Proceedings of The National Conference on Community Engagement* Vol. 2 No. 1 (2025) : 242.

memanfaatkan potensi hasil pertanian lokal yang melimpah dan mudah diperoleh. Pisang merupakan salah satu hasil pertanian yang banyak dibudidayakan di Jawa Timur, sebagaimana terlihat dari data statistik produksi buah-buahan khususnya buah pisang di Provinsi Jawa Timur yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Timur.¹⁰ Ketersediaan bahan baku pisang yang relatif melimpah tersebut memberikan peluang bagi masyarakat untuk mengembangkan usaha pengolahan berbasis hasil pertanian lokal. Selain itu, olahan pisang seperti keripik sale pisang memiliki nilai tambah yang lebih tinggi dibandingkan pisang segar, serta memiliki daya simpan yang lebih lama sehingga cocok dikembangkan sebagai produk makanan ringan dan oleh-oleh khas daerah. Kondisi tersebut menjadikan usaha olahan pisang sebagai salah satu UMKM yang berkembang dan memiliki peran penting dalam mendukung aktivitas ekonomi masyarakat di Kota Kediri.

Meskipun UMKM memiliki kontribusi yang sangat besar terhadap perekonomian Indonesia, banyak pelaku usaha masih menghadapi tantangan yang menghambat keberlanjutan usaha mereka. Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh UMKM terutama kesulitan dalam menentukan harga jual yang tepat.¹¹ Banyak pelaku usaha UMKM mengalami kesulitan ini, karena kurangnya data dan informasi yang akurat mengenai seluruh biaya produksi. Selain itu, pemahaman yang terbatas tentang bagaimana harga dapat mempengaruhi permintaan juga menjadi faktor penyebab. Apabila tidak dilakukan penetapan harga yang tepat,

¹⁰ BPS Provinsi Jawa Timur, “Statistik Hortikultura Provinsi Jawa Timur 2024,” *BPS Jawa Timur*, last modified 2024, accessed January 8, 2026, <https://jatim.bps.go.id/publication/2025/11/21/7f4c979d5e72fc35ea21b52c/statistik-hortikultura-provinsi-jawa-timur-2024.html>.

¹¹ Abdul Rozzakul Faroj, “Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Melalui Penerapan Metode Full Costing Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual (Studi Kasus Pada UMKM Wilvia Collection Di Kabupaten Bogor)” (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Bogor, 2022) : 19.

UMKM dapat beresiko kehilangan pelanggan atau bahkan mengalami kerugian. Minimnya pemahaman pelaku UMKM tentang strategi penetapan harga berbasis perhitungan biaya (*cost based pricing*) juga menjadi masalah signifikan. Banyak pelaku usaha UMKM hanya menetapkan harga jual berdasarkan taksiran biaya bahan baku dan tenaga kerja, atau menyesuaikan dengan harga pasar tanpa melakukan perhitungan laba yang jelas. Hal ini menyulitkan mereka untuk mencapai laba yang optimal dan beresiko mengalami kerugian, terutama jika terjadi kenaikan biaya produksi yang tidak diimbangi dengan penyesuaian harga jual.¹² Selain itu, persaingan pasar yang semakin ketat baik dari segi harga maupun kualitas, menjadi tantangan bagi pelaku usaha UMKM. Banyak produk sejenis yang ditawarkan dengan harga yang lebih kompetitif, sehingga UMKM berusaha lebih keras dan menarik perhatian konsumen. Oleh karena itu, Penetapan harga jual sangat penting untuk menjaga pangsa pasar dan meningkatkan daya saing produk.

Penetapan harga jual merupakan langkah penting yang sangat berpengaruh terhadap besarnya keuntungan yang diperoleh perusahaan, harga jual berperan langsung dalam menentukan jumlah pendapatan dari penjualan produk. Jika harga yang ditetapkan terlalu tinggi, hal ini dapat mengurangi minat konsumen untuk membeli, sebaliknya jika harga terlalu rendah, keuntungan yang diperoleh menjadi kecil atau bahkan dapat menyebabkan kerugian.¹³ Oleh karena itu, penetapan harga harus dilakukan dengan mempertimbangkan seluruh biaya yang dikeluarkan serta target laba yang ingin dicapai. Harga yang ditentukan dengan tepat tidak hanya

¹² MM Dr. Ir. Agus Zainul Arifin, *Manajemen Keuangan* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2018).

¹³ Fitri Handayani and Ma'ruf, "Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Djos Ghando Sragen Tahun 2023," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol. 1 No. 1 (2024): 3–4.

membantu usaha tetap berjalan, tetapi juga menjadi kunci untuk bersaing dan berkembang di tengah persaingan pasar yang kompetitif.¹⁴ Dalam hal ini, kesalahan dalam menetapkan harga dapat berakibat fatal dimana penetapannya membutuhkan prinsip kehati-hatian, karena jika tidak terjadi kesalahan menetapkan harga jual akan mempengaruhi tingkat penjualan atau pendapatan bahkan produk yang tidak laku di pasaran atau kerugian yang signifikan bagi perusahaan.¹⁵ Untuk itu penting bagi pelaku usaha UMKM untuk melakukan analisis yang cermat dalam menetapkan harga. Dalam Penetapan harga berdasarkan biaya ini, terdapat dua metode yang umum digunakan, yaitu *cost plus pricing* dan *mark-up pricing*.¹⁶

Cost plus pricing adalah salah satu metode yang digunakan untuk menentukan harga jual dengan menambahkan *mark-up* atau keuntungan yang diinginkan atas biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi dan memasarkan produk di masa mendatang.¹⁷ Dalam metode ini, para pelaku usaha UMKM menghitung semua biaya yang dikeluarkan, termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja, dan biaya *overhead*. Setelah itu, mereka menambahkan persentase *mark-up* yang diinginkan untuk mendapatkan harga jual produk. Kelebihan dari metode ini pada UMKM adalah yang pertama metode ini mudah diterapkan, karena para pelaku usaha UMKM hanya perlu menghitung biaya produksi dan menambahkan *mark-up* yang diinginkan. Kedua, metode ini transparan terhadap struktur biaya,

¹⁴ Sri Rahayu Banurea and Hendra Riofota, “Analisis Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen,” *Jurnal Ekonomi* Vol. 6 No. 4 (2024): 98–99.

¹⁵ Ririh Sri Harjanti, Hetika, and Sri Murwanti, “Analisis Harga Pokok Produksi Dan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Pricing (Studi Kasus Pada Ukm Wedang Uwuh 3Gen Tegal),” *Jurnal Manajemen dan Bisnis* Vol. 6 No. 1 (2021): 88.

¹⁶ Chriseva D F Voerman, Jullie J Sondakh, and Meily Y B Kalalo, “Penetapan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Dan Mark Up Pricing Pada Cv. Tumou Pratama,” *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum)* Vol. 6 No. 2 (2023) : 1348.

¹⁷ Mulyadi, *Akuntansi Manajemen : Konsep, Manfaat Dan Rekayasa*, Edisi Ketiga. (Jakarta: Salemba Empat, 2001).

sehingga pelaku usaha UMKM dapat dengan mudah memahami komponen biaya yang mempengaruhi harga jual. Ketiga, metode *cost plus pricing* berbasis biaya nyata atau didasarkan pada biaya yang sebenarnya dikeluarkan. Hal ini membantu UMKM menjaga keuntungan tetap stabil meskipun ada perubahan biaya produksi.¹⁸ Dengan demikian, metode *cost plus pricing* ini sangat cocok diterapkan pada UMKM karena tidak membutuhkan sistem akuntansi yang rumit, namun tetap bisa menghasilkan perhitungan harga yang tepat dan bisa langsung diterapkan dalam usaha.

Kota Kediri dikenal sebagai salah satu daerah penghasil olahan pisang dengan potensi besar dalam pengembangan usaha makanan olahan berbasis hasil pertanian lokal.¹⁹ Kota Kediri juga sebagai salah satu wilayah dengan potensi UMKM yang cukup menjanjikan, salah satu produk unggulannya adalah usaha pengolahan pisang.²⁰ Pisang tidak hanya dijual sebagai buah, tetapi juga diolah menjadi makanan ringan seperti keripik sale pisang. Keripik sale pisang memiliki ciri khas manis alami dari buahnya, teksturnya yang renyah, dan daya tahan cukup lama sehingga cocok untuk dipasarkan secara luas. Berikut perbandingan beberapa UMKM keripik sale pisang di kota Kediri yang aktif memproduksi keripik sale pisang, sebagai berikut:

¹⁸ Nabila Choerotunnisa, “Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Melalui Metode Cost Plus Pricing Dengan Pendekatan Full Costing Pada UMKM Tahu Ceria Sari” (2023) : 23.

¹⁹ Pemkot Kediri, “Bidang Industri, Perdagangan Dan Pengembangan Usaha,” <https://www.kedirikota.go.id/p/potensi/103436/bidang-industri-perdagangan-dan-pengembangan-usaha>, diakses pada tanggal 2 Mei pukul 20.07 WIB.

²⁰ Pemkot Kediri, “Kategori Produk Unggulan,” *Pemkot Kediri*, accessed May 6, 2025, https://www.kedirikota.go.id/kategori/produk-unggulan/1?utm_source=.

Tabel 1. 1
Perbandingan UMKM Keripik Sale Pisang di Kota Kediri

Aspek	UMKM Kembang Wijaya	UMKM Sri Rejeki	UMKM Chusna
Produk	Sale Pisang kemasan (200 gram)	Sale Pisang kemasan (200 gram)	Sale Pisang kemasan (200 gram)
Produksi	2.600 bungkus/bln	1.040 bungkus/bln	1.300 bungkus/bln
Harga	Rp 12.000 per bgks	Rp 13.000 per bgks	Rp 15.000 per bgks
Peluang Pasar	Offline, WhatsApp, Facebook, Shopee	Offline dan WhatsApp	Offline dan WhatsApp

Sumber : Observasi dan wawancara langsung pada Bulan Oktober 2024

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa UMKM Kembang Wijaya memiliki peluang paling besar dibandingkan dengan Sri Rejeki dan Chusna. Hal ini ditunjukkan dengan kapasitas produksi mencapai 2.600 bungkus per bulan untuk kemasan 200 gram dan harga jual yang kompetitif sebesar Rp 12.000 per bungkus, Kembang Wijaya juga mampu memenuhi permintaan pasar yang lebih luas. Selain itu, pemanfaatan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, serta platform marketplace seperti Shopee memungkinkan produk ini untuk menjangkau konsumen di luar kota dan bahkan provinsi. Strategi pemasaran yang digunakan Kembang Wijaya ini memberikan keunggulan dalam menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan.

UMKM Kembang Wijaya merupakan salah satu pelaku usaha mikro dibidang makanan ringan, yaitu keripik sale pisang. Usaha ini didirikan sejak tahun 2010 dengan pemilik usaha yang bernama Bu Nurul. Produk utama UMKM ini adalah keripik sale pisang yang berukuran 200 gram dengan harga jual Rp 12.000,- per bungkus yang di proses secara tradisional dengan cita rasa manis alami dan tekstur yang renyah. Usaha ini berlokasi di Jl. Panglima Sudirman Gg. 2 No. 22

Kelurahan Ringin Anom, Kecamatan Kota, Kota Kediri, dan telah beroperasi secara mandiri oleh pemilik usaha dan kini mempunyai lima tenaga kerja yang membantu. Dalam satu bulan, UMKM ini mampu memproduksi sekitar 2.600 bungkus keripik sale pisang. Dengan skala produksi tersebut, UMKM Kembang Wijaya menjadi salah satu produsen keripik sale pisang dengan kapasitas terbesar di kota Kediri.

Produk ini memiliki potensi yang besar di pasar makanan ringan, terutama dikalangan konsumen yang mencari camilan sehat dan alami. Produk ini juga cocok berbagai segmen pasar, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Selain itu, keripik sale pisang merupakan produk yang relatif mudah diproduksi dan memiliki permintaan yang stabil, sehingga memberikan peluang untuk pertumbuhan yang berkelanjutan. Meskipun UMKM Kembang Wijaya memiliki harga jual yang kompetitif, tantangan dan Penetapan harga tetap ada. Dengan biaya produksi yang harus dikelola secara efisien, penting bagi UMKM Kembang Wijaya menerapkan metode Penetapan harga yang tepat, seperti *Cost Plus Pricing*, untuk memastikan bahwa harga jual tidak menarik konsumen tetapi juga meningkatkan keuntungan. Selain itu UMKM Kembang Wijaya ini sudah memanfaatkan media sosial dan platform *marketplace* seperti Shopee, sehingga dapat menjangkau konsumen di luar kota dan bahkan luar provinsi. Hal tersebut dapat meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar. Keterbukaan pemilik UMKM Kembang Wijaya, Bu Nurul sangat penting untuk kemajuan usaha ini. Beliau selalu menerima masukan dan saran dari orang lain, baik itu pelanggan maupun mitra bisnis. Biasanya Bu Nurul mendengarkan pendapat mereka agar dapat mengetahui bagian mana dari usahanya yang perlu diperbaiki. Keterbukaan ini juga memungkinkan Bu Nurul untuk bekerja sama dengan pemasok dan distributor, yang bisa membantu usaha

Kembang Wijaya tumbuh lebih baik. Selain itu sikap Bu Nurul yang aktif mencari solusi membuat Kembang Wijaya mampu memanfaatkan peluang yang ada dan mengatasi berbagai tantangan di pasar.

Penelitian ini penting untuk membantu UMKM Kembang Wijaya menghadapi tantangan, terutama dalam menentukan harga jual suatu produk. UMKM Kembang Wijaya perlu memiliki cara yang tepat untuk menentukan harga jual produk mereka. Dengan menggunakan metode *Cost Plus Pricing*, mereka bisa menghitung harga jual yang menarik bagi konsumen dan juga mendapatkan keuntungan yang cukup. Bedasarkan hasil wawancara yang diperoleh dari perusahaan, yang hanya memperhitungkan biaya bahan baku dan tenaga kerja sementara biaya *overhead* pabrik tetap maupun variabel tidak dimasukkan dalam perhitungan harga pokok produksinya dan memperoleh laba, berikut perhitungan tabel laba menurut UMKM Kembang Wijaya :

Tabel 1. 2
Perhitungan Harga Pokok Produksi Keripik Sale Pisang
Kemasan 200 gram Metode Perusahaan
(dalam satu bulan)
(dalam satuan Rupiah)

Keterangan	Satuan	Kuantitas	Harga	Total
Pisang	Tundun	156	95.000	14.820.000
Minyak	Liter	260	17.000	4.420.00
BTKL				5.020.000
Total HPP per Bulan				24.260.000
Jumlah Produksi	Bungkus	2.600		24.260.000/2.600
HPP/bungkus				9.330,769,-

Sumber : Data Primer dari UMKM Kembang Wijaya

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa harga pokok produksi untuk pembuatan keripik sale pisang dalam satu bulan adalah sebesar Rp 24.260.000 untuk 2.600 bungkus kemasan 200 gram. Perusahaan menggunakan metode penentuan harga pokok produksi secara tradisional dan tidak memperhitungkan

semua biaya yang dikeluarkan selama proses produksi. Perusahaan hanya memperhitungkan biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung saja, sedangkan biaya *overhead* pabrik, seperti biaya penolong, biaya lain-lain belum dicantumkan.

Pencatatan yang belum tepat menghasilkan perhitungan harga pokok produksi yang belum tepat, akurat, dan wajar. Hal ini berbeda apabila menggunakan perhitungan harga pokok produksi metode Full Costing yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi baik variabel maupun tetap. Sehingga informasi tentang harga pokok produksi dan perhitungannya untuk menentukan harga jual akan lebih tepat dan akurat.

Penetapan harga jual yang ditetapkan perusahaan sebesar Rp 12.000,- per bungkus kemasan 200 gram ini berdampak pada margin laba UMKM Kembang Wijaya karena, penetapan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan tidak melalui Harga Pokok Produksi (HPP) yang tepat, bahkan tidak disertai perhitungan harga jual secara sistematis, melainkan hanya mengacu pada harga yang ditetapkan oleh pesaing di pasar, sehingga metode ini tidak mencerminkan laba riil atau keuntungan yang semestinya diperoleh perusahaan berdasarkan struktur biaya produksi yang sebenarnya.

Di tengah persaingan yang semakin ketat, harga jual produk menjadi salah satu faktor kunci yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Jika harga yang ditetapkan terlalu tinggi, konsumen mungkin akan beralih ke produk lain yang lebih terjangkau. Sebaliknya, jika harga terlalu rendah, UMKM bisa kehilangan potensi keuntungan yang seharusnya didapat. Oleh karena itu penting, penting bagi UMKM Kembang Wijaya untuk memiliki sistem penetapan harga

yang tepat, seperti metode *cost plus pricing*, yang dapat membantu UMKM menghitung harga jual dengan mempertimbangkan semua biaya produksi dan keuntungan yang diinginkan. Diharapkan, penerapan metode *cost plus pricing* dapat menjadi solusi penetapan harga yang lebih tepat, agar UMKM Kembang Wijaya tetap memperoleh keuntungan yang sesuai meskipun ditengah kenaikan biaya bahan baku. Dengan cara ini, Kembang Wijaya dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan laba mereka.

Selain itu, banyak pelaku UMKM termasuk Kembang Wijaya masih kesulitan dalam menerapkan teori penetapan harga yang ada dalam praktik sehari-hari. Meskipun ada banyak teori yang menjelaskan cara menentukan harga yang efektif, tidak semua pelaku UMKM memahami dan menerapkannya dengan baik. Hal ini bisa disebabkan karena keterbatasan pengetahuan dalam pengelolaan biaya dan penetapan harga. Dengan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang metode penetapan harga, penelitian ini diharapkan dapat membantu UMKM untuk menghubungkan teori dengan praktik. Sehingga dapat bersaing lebih baik di pasar dan mencapai keuntungan yang optimal.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sistem penetapan harga jual yang diterapkan oleh UMKM Keripik Sale Kembang Wijaya dan menghitung harga jual menggunakan metode *cost plus pricing*. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diketahui apakah metode tersebut memberikan hasil yang lebih optimal dalam penetapan harga, sehingga mampu meningkatkan laba usaha dan daya saing UMKM di tengah persaingan pasar yang kompetitif.

Berdasarkan uraian latar belakang, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Penetapan Harga Jual Menggunakan Metode**

Cost Plus Pricing untuk Mengoptimalkan Laba Perusahaan (Studi pada UMKM Keripik Sale Pisang Kembang Wijaya Kota Kediri)".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan indentifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah di dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Penetapan harga jual pada UMKM Keripik Sale Pisang Kembang Wijaya?
2. Bagaimana Penetapan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* untuk mengoptimalkan laba pada UMKM Keripik Sale Pisang Kembang Wijaya?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan perhitungan dalam menentukan harga jual pada UMKM Keripik Sale Pisang Kembang Wijaya.
2. Untuk menjelaskan penetapan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* untuk mengoptimalkan laba pada UMKM Keripik Sale Pisang Kembang Wijaya.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Secara Teoritis

Manfaat bagi penelitian ini khususnya adalah dapat menambah pengetahuan bagi peneliti dan pembaca dalam memahami serta menerapkan ilmu pengetahuan dalam menentukan harga jual dengan metode *cost plus pricing*, serta dapat memperkaya referensi dalam bidang akuntansi biaya, terutama untuk

Usaha Kecil dan Menengah (UKM).

2. Manfaat Secara Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi kontribusi pemikiran kepada UMKM Keripik Sale Pisang Kembang Wijaya dalam upaya meningkatkan laba, dan bermanfaat bagi usaha sejenis mengenai penerapan metode *cost plus pricing* dalam penetapan harga jual upaya untuk mengoptimalkan laba. Selain itu penelitian ini juga dapat menjadi sumber informasi dan referensi akademisi bagi peneliti yang ingin berencana melakukan penelitian serupa di masa mendatang.

E. Telaah Pustaka

Berikut penelitian terdahulu yang digunakan :

1. Analisis Penetapan Harga Jual Metode *Cost Plus Pricing* Dalam Upaya Mengoptimalkan Laba Perusahaan (Studi Pada UMKM Krecek Rambak Kulit Sapi Halimah Bangsal Mojokerto) oleh Maratus Sholikah (2024). Hasil penelitian ini adalah harga jual yang ditetapkan perusahaan perbungkusnya adalah sebesar Rp 48.000 sedangkan menurut metode *cost plus pricing* harga jual produk adalah sebesar Rp 50.835,633 perbungkusnya. Laba yang diperoleh dalam satu bulan menurut perhitungan perusahaan adalah sebesar Rp 26.760.800 sedangkan laba dalam satu bulan menurut metode *cost plus pricing* adalah sebesar Rp 36.048.337,457. Terdapat selisih laba sebesar Rp 9.287.537,457 antara perhitungan perusahaan dengan metode *cost plus pricing*.²¹

²¹ Maratus Sholikah, “Analisis Penetapan Harga Jual Metode Cost Plus Pricing Dalam Upaya Mengoptimalkan Laba Perusahaan (Studi Pada UMKM Krecek Rambak Kulit Sapi Halimah

Penelitian yang dilakukan oleh Maratus Sholikah (2024) relevan dengan penelitian ini karena sama-sama membahas penetapan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* pada UMKM dengan tujuan mengoptimalkan laba. Persamaan kedua penelitian terletak pada metode yang digunakan, objek penelitian berupa UMKM, serta hasil penelitian yang menunjukkan bahwa harga jual dan laba menurut metode *cost plus pricing* lebih besar dibandingkan perhitungan perusahaan. Perbedaannya terletak pada objek dan jenis produk yang diteliti, di mana penelitian terdahulu meneliti UMKM krecek rambak kulit sapi, sedangkan penelitian ini meneliti UMKM keripik sale pisang Kembang Wijaya. Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan *full costing* karena UMKM belum memasukkan seluruh biaya produksi, khususnya biaya *overhead* pabrik, dalam perhitungan harga jual.

2. Analisis Penetapan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Full Costing* Untuk Menentukan *Selling Price* Pada Produk Susu Kedelai (Studi pada UMKM Shosun Kabupaten Kediri) oleh Risa Rahmah (2024). Hasil penelitian ini adalah perhitungan harga pokok produksi dan harga jual dengan metode *full costing* lebih tinggi dibanding metode perusahaan. Dengan metode *full costing*, harga pokok produksi untuk 150.000 bungkus susu kedelai sebesar Rp 100.728.666,67,- atau Rp 671,52,- per bungkus dengan harga jual Rp 1.070,41,-. Sedangkan metode perusahaan menghasilkan harga pokok produksi Rp 75.300.000,- atau Rp 502 per bungkus dengan harga jual Rp800,-. Selisih harga pokok produksi sebesar Rp 25.428.666,67,- atau Rp 169,52,- per bungkus, sedangkan selisih harga jual Rp 270,41,-. Laba bersih dengan full

costing mencapai Rp46.032.683,34,- per bulan atau Rp 1.534.422,78,- per hari, sedangkan metode perusahaan hanya Rp 5.471.333,34,- per bulan atau Rp 182.377,78,- per hari. Dengan demikian, terdapat selisih laba sebesar Rp 40.561.350,- per bulan atau Rp 1.352.045,- per hari.²²

Penelitian yang dilakukan oleh Risa Rahmah (2024) relevan dengan penelitian ini karena sama-sama membahas perhitungan biaya produksi sebagai dasar penetapan harga jual pada UMKM. Persamaan antara kedua penelitian terletak pada objek penelitian yang sama-sama merupakan UMKM, tujuan penelitian untuk memperoleh perhitungan harga pokok produksi dan harga jual yang lebih akurat, serta temuan penelitian yang menunjukkan bahwa metode perhitungan yang lebih lengkap menghasilkan harga jual dan laba yang lebih tinggi dibandingkan metode perusahaan. Perbedaannya terletak pada metode utama dan fokus penelitian. Penelitian terdahulu menggunakan metode *full costing* untuk menentukan harga jual, sedangkan penelitian ini menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* dalam penetapan harga jual. Selain itu, objek dan jenis produk yang diteliti juga berbeda, di mana penelitian terdahulu meneliti UMKM susu kedelai Shosun, sedangkan penelitian ini meneliti UMKM keripik sale pisang Kembang Wijaya. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini melengkapi penelitian terdahulu dengan pendekatan penetapan harga yang berbeda pada jenis usaha dan karakteristik biaya yang tidak sama.

3. Analisis Harga Pokok Produksi dan Harga Jual dengan Metode *Cost Plus*

²² Risa Rahmah, “Analisis Penetapan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Untuk Menentukan Selling Price Pada Produk Susu Kedelai (Studi Pada UMKM Shosun Kabupaten Kediri)” (IAIN Kediri, 2024).

Pricing (Studi Kasus pada UKM Wedang Uwuh 3Gen Tegal) oleh Ririh Sri Harjanti, Hertika, Sri Murwanti (2021). Hasil dari penelitian ini adalah harga pokok produksi per unit berdasarkan metode UKM adalah sebesar Rp 63.222,- sementara itu, berdasarkan metode *full costing*, harga pokok produksi per unit sebesar Rp 64.565,-. Perbedaan dalam perhitungan ini disebabkan UKM belum memperhitungkan biaya perawatan mesin dan peralatan. Total biaya menurut UKM sebesar Rp 111.384,- dan menurut *full costing* sebesar Rp 113.115,-. Dengan *mark up* keuntungan yang sama yaitu sebesar 7,5%. Harga jual yang ditetapkan dengan metode UKM sebesar Rp 119.738 sedangkan dengan metode *cost plus pricing* sebesar Rp 121.641,-.²³

Penelitian yang dilakukan oleh Ririh Sri Harjanti, Hertika, dan Sri Murwanti (2021) memiliki keterkaitan dengan penelitian ini karena sama-sama membahas perhitungan harga pokok produksi dan penetapan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* pada UMKM. Persamaan kedua penelitian terlihat pada penggunaan metode *cost plus pricing* sebagai dasar penentuan harga jual, serta hasil penelitian yang menunjukkan bahwa perhitungan biaya produksi yang belum dilakukan secara lengkap menyebabkan harga pokok produksi dan harga jual menjadi lebih rendah. Perbedaannya terletak pada objek penelitian, di mana penelitian terdahulu dilakukan pada UKM wedang uwuh 3Gen Tegal, sedangkan penelitian ini dilakukan pada UMKM keripik sale pisang Kembang Wijaya. Selain itu, penelitian terdahulu menetapkan persentase mark up sebesar 7,5%, sedangkan penelitian ini menggunakan *mark up* yang disesuaikan dengan

²³ Ririh Sri Harjanti and Sri Murwanti, “Analisis Harga Pokok Produksi Dan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Pricing (Studi Kasus Pada Ukm Wedang Uwuh 3Gen Tegal),” *Jurnal Manajemen dan Bisnis* Vol. 6 No. 1 (2021) : 84–97.

kondisi dan kebijakan UMKM. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini dapat melengkapi penelitian terdahulu dengan penerapan metode *cost plus pricing* pada jenis produk dan struktur biaya yang berbeda.

4. Analisis Penetapan Harga Jual dengan Metode *Cost Plus Pricing* Dalam Meningkatkan Laba yang Dihasilkan (Studi Kasus pada UMKM Kopi Mini Guwe, Desa Saga, Kabupaten Ende) oleh Genoveva Milenia Pati, Wihelma Maryetha Yulia Jaeng (2024). Hasil dari penelitian ini perhitungan harga jual menurut UMKM Kopi Mini Guwe berbeda dengan perhitungan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing*. Harga Pokok Produksi kopi bubuk (250 gram) dengan metode UMKM sebesar Rp 55.000,- sedangkan dengan metode *cost plus pricing* sebesar Rp 62.941. Untuk kopi bubuk (500 gram), Penetapan harga jual UMKM sebesar Rp 110.000,- sedangkan dengan metode *cost plus pricing* sebesar Rp 127.446. Akibatnya laba yang diperoleh UMKM hanya sebesar Rp 101.005.000,- sementara jika menggunakan metode *cost plus pricing* laba yang diperoleh sebesar Rp 127.512.211,-²⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Genoveva Milenia Pati dan Wihelma Maryetha Yulia Jaeng (2024) relevan dengan penelitian ini karena sama-sama membahas penetapan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* pada UMKM untuk meningkatkan laba. Persamaan kedua penelitian terletak pada penggunaan metode cost plus pricing serta temuan bahwa harga jual yang ditetapkan UMKM lebih rendah dibandingkan harga jual berdasarkan metode tersebut sehingga laba yang diperoleh belum optimal. Perbedaannya terletak

²⁴ Devi Mega Octavia and Deasy Ervina, “Analisis Penetapan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Pricing,” *JFAS : Journal of Finance and Accounting Studies* 5, no. 3 (2023): 158–168.

pada objek dan jenis produk yang diteliti, di mana penelitian terdahulu dilakukan pada UMKM Kopi Mini Guwe dengan produk kopi bubuk, sedangkan penelitian ini dilakukan pada UMKM Keripik Sale Pisang Kembang Wijaya dengan karakteristik biaya produksi yang berbeda.

5. Analisis Penetapan 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 dari penelitian ini adalah penetapan harga jual antara perusahaan dengan menggunakan metode *cost plus pricing* memiliki selisih yaitu Rp 500 untuk setiap mangkok, dimana harga jual yang ditetapkan 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.²⁵

Penelitian yang dilakukan oleh Abednego Priyatama, Jessica Barus, Selena Suci Wulan Syara, dan Wahyu Widjayanti (2022) memiliki kesamaan dengan penelitian ini karena sama-sama membahas penentuan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing*. Persamaan kedua penelitian terlihat dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa harga jual yang ditetapkan usaha lebih rendah karena tidak memasukkan seluruh biaya produksi, terutama biaya

²⁵ Abednego Priyatama et al., “Analisis Penetapan 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.

overhead tetap. Perbedaannya terletak pada objek penelitian, di mana penelitian terdahulu dilakukan pada usaha soto mie Bogor, sedangkan penelitian ini dilakukan pada UMKM Keripik Sale Pisang Kembang Wijaya. Selain itu, perbedaan jenis produk menyebabkan perbedaan struktur biaya dan besarnya selisih harga jual yang dihasilkan.