

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan laju pertumbuhan dunia bisnis di Indonesia yang kian pesat, dengan meluasnya industrialisasi di berbagai sektor seperti pertanian, kerajinan, hingga pangan, telah menciptakan persaingan yang semakin ketat bagi pelaku usaha. Pertumbuhan jumlah perusahaan baru mendorong setiap pelaku bisnis untuk menetapkan strategi yang tepat agar mampu bertahan dan memperoleh keuntungan optimal dalam kondisi pasar yang dinamis.¹

Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan entitas ekonomi yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, baik dalam menciptakan lapangan kerja maupun meningkatkan kesejahteraan masyarakat.² Menurut data Kamar Dagang dan Industri Indonesia, jumlah UMKM mengalami fluktuasi sepanjang 2019 – 2022. Namun, tahun 2023 jumlah UMKM mencapai 66 juta unit atau naik 1,52% dari tahun sebelumnya. UMKM juga memberikan kontribusi besar bagi perekonomian nasional dengan menyumbang 61% dari total PDB (sekitar Rp9.580 triliun). Serta sekitar 117 juta pekerja, atau sekitar 97% dari total pekerja Indonesia. Angka tersebut menggambarkan kondisi UMKM yang sangat positif di Indonesia.³

¹ Andreas Prasetya, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persaingan Dan Pertumbuhan Pasar: Budaya, Sosial, Personal (Suatu Literature Review),” *JIMT: Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2, no. 4 (2021): 442–462, <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>.

² Mahmuddin and Ory Iswakarni, “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pendidikan Kewirausahaan : Studi Kasus Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Wilayah Perkotaan (Kota Pare-Pare, Sulawesi Selatan),” *Jurnal Pengabdian Masyarakat (PENGAMAS)* 1, no. 3 (2024): 273–289, <https://doi.org/10.62207>.

³ Ristanti and Agung Sulistyono, “Konsistensi Strategi Pemasaran Dalam Mendukung Penciptaan

Dalam dunia bisnis, setiap perusahaan memiliki tujuan untuk memperoleh keuntungan yang optimal. Salah satu faktor yang memengaruhi pencapaian laba tersebut adalah penentuan harga pokok produksi. Di tengah persaingan usaha yang semakin ketat, perusahaan dituntut mampu mengelola biaya dan kegiatan operasional secara efisien agar usaha tetap bertahan. Penetapan harga juga perlu dilakukan secara tepat, karena harga yang terlalu tinggi dapat menurunkan minat beli konsumen, sedangkan harga yang terlalu rendah dapat mengurangi keuntungan perusahaan. Oleh karena itu, produsen perlu menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi harga dan menentukan strategi penetapan harga yang sesuai dengan tujuan usaha.⁴ Namun, masih banyak UMKM yang mengalami kendala dalam pengelolaan keuangan, khususnya dalam menetapkan harga jual produk. Sebagian pelaku usaha masih menentukan harga berdasarkan perkiraan atau mengikuti harga pasar tanpa memperhitungkan biaya produksi dan margin laba secara jelas, sehingga keuntungan yang diperoleh belum optimal.⁵

Salah satu dasar dalam penetapan harga jual adalah harga pokok produksi, yaitu seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi. Perhitungan harga pokok produksi yang akurat diperlukan agar perusahaan dapat mengetahui besarnya biaya per unit yang harus ditutup melalui penjualan

Bisnis UMKM Berkelanjutan,” *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi* 4, no. 4 (2025): 1065–1076, <https://doi.org/10.53625/juremi.v4i4.9600>.

⁴ Muhamad Wildan Fawaid and Yopi Yudha Utama, “Optimasi Strategi Marketing Mix Untuk Meningkatkan Omzet UMKM CV Putra Tanjung Nganjuk,” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Desa (JPMD)* 3, no. 1 (2022): 7–19, <https://doi.org/10.58401/jpmd.v3i1.615>.

⁵ Rizky Wahyu Ramadhan and Lis Setyowati, “Analisis Perhitungan Harga Pokok Dan Harga Jual Pada UD. Barokah Kesamben,” *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan* 1, no. 4 (2023): 278–294, <https://doi.org/10.61132/maeswara.v1i4.109>.

produk serta menjadi dasar dalam menentukan laba yang diharapkan. Apabila perhitungannya tidak tepat, perusahaan dapat mengalami kesalahan laporan keuangan, kesulitan menetapkan harga jual, ketidakpastian laba, dan hambatan dalam pengambilan keputusan.⁶ Oleh karena itu, ketelitian dalam menghitung harga pokok produksi sangat penting agar penetapan harga jual lebih tepat dan kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan dengan baik.

Dalam akuntansi biaya, terdapat dua metode untuk menghitung harga pokok produksi, yaitu *full costing* atau *variable costing*. Menurut Mulyadi, metode *full costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan seluruh biaya produksi, meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, serta biaya *overhead* pabrik baik yang bersifat tetap maupun variabel.⁷ Sebaliknya, *variable costing* hanya memperhitungkan biaya yang bersifat variabel.⁸ Penelitian ini menggunakan metode *full costing* karena memperhitungkan seluruh unsur biaya produksi secara menyeluruh.⁹ Namun, perhitungan harga pokok produksi dengan metode ini belum secara langsung menentukan harga jual karena belum memasukkan unsur laba.

Harga jual merupakan aspek penting dalam proses jual beli karena kesalahan penetapannya dapat menyebabkan harga terlalu tinggi sehingga

⁶ Daumi Rahmatika, Agus Topo Subekti, and Ikhsan Juliansyah, "Analisis Penentuan Harga Jual Mesin Pengaduk Dodol Menggunakan Metode Cost Plus Pricing," *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)* 11, no. 01 (2022): 157–170, <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i01.17300>.

⁷ Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi 5* (Yogyakarta: Unit Penerbit Sekolah dan Percetakan Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2015) 17-18.

⁸ Valentini Rantung, Ventje Ilat, and Heince Wokas, "Analisis Penentuan Harga Jual Dengan Metode Variabel Costing Dan Activity Based Costing Pada PT. Massindo Sinar Pratama Industri," *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 3, no. 3 (2015): 1343, <https://doi.org/10.35794/emba.3.3.2015.10423>.

⁹ Widya Ais Sahla, *AKUNTANSI BIAYA: Panduan Perhitungan Harga Pokok Produksi* (Banjarmasin: Poliban Press, 2020) 6-7.

menurunkan daya saing, atau terlalu rendah sehingga tidak mampu menghasilkan laba yang optimal.¹⁰ Dalam praktiknya, terdapat beberapa metode penentuan harga jual, seperti *normal pricing* menetapkan harga berdasarkan total biaya penuh ditambah laba yang diharapkan dan umumnya digunakan pada penjualan rutin, sedangkan *time and material pricing* digunakan pada usaha jasa berdasarkan waktu kerja dan bahan yang digunakan. Sementara itu, *cost type contract pricing* diterapkan dalam sistem kontrak dengan harga berdasarkan biaya aktual ditambah margin yang disepakati, dan *special order pricing* digunakan untuk pesanan khusus dengan pertimbangan minimal menutup biaya variabel. Namun, metode *cost plus pricing* menjadi pendekatan yang relevan karena sesuai dengan karakteristik UMKM manufaktur yang memiliki proses produksi rutin.¹¹ Menurut Mulyadi, metode *cost plus pricing* digunakan untuk menentukan harga jual dengan menambah laba yang diharapkan di atas total biaya produksi.¹² Dengan demikian, harga yang dihasilkan tidak hanya menutup seluruh biaya produksi dan non-produksi, tetapi juga mencerminkan laba yang diharapkan.¹³ Oleh karena itu, perhitungan harga pokok produksi yang akurat melalui metode *full costing* menjadi landasan utama dalam penerapan metode *cost plus pricing*, karena besarnya

¹⁰ Nailatun Nafisah et al., "Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing Dan Variable Costing Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Produk," *J-MACC: Journal of Management and Accounting* 4, no. 1 (2021), <https://doi.org/10.52166/j-macc.v4i1.2400>.

¹¹ Putri Zabita Dinnana, Srikalimah, and Dewi Wungkus Antasari, "Analisis Penetapan Harga Jual Produk Dan Volume Penjualan Dalam Upaya Meningkatkan Perolehan Laba Pada CV. Wecono Asri," *Konferensi Akuntansi Khatulistiwa* 3, no. 1 (2022): 34–35, <https://doi.org/10.32503/cendekiaakuntansi.v8i1.3080>.

¹² Mulyadi, *Akuntansi Biaya Edisi 5*, 348-350.

¹³ Dinnana, Srikalimah, and Antasari, "Analisis Penetapan Harga Jual Produk Dan Volume Penjualan Dalam Upaya Meningkatkan Perolehan Laba Pada CV. Wecono Asri."

harga jual ditentukan berdasarkan total biaya yang telah dihitung ditambah dengan margin laba yang diinginkan.

Berdasarkan Survei Industri Mikro Kecil (IMK) BPS tahun 2023, terdapat 971.471 unit UMK di Jawa Timur yang menyerap 2.498.925 tenaga kerja dengan pendapatan mencapai Rp106,05 triliun. Beberapa wilayah menunjukkan performa ekonomi yang menonjol, seperti Kabupaten Sidoarjo dengan pendapatan Rp6,43 triliun, disusul Kabupaten Jember sebesar Rp5,33 triliun, dan Kabupaten Kediri sebesar Rp4,60 triliun.¹⁴ Selain itu, kontribusi koperasi dan UMKM terhadap PDRB Jawa Timur menunjukkan tren naik dari 57,25% pada 2020, menjadi 57,81% pada 2021, kemudian 58,36% pada 2022, hingga mencapai 59,18% pada 2024. Hingga tahun 2024 sekitar 1,5 juta pelaku UMKM berperan aktif mendorong pertumbuhan ekonomi daerah.¹⁵

Tabel 1.1

Data UMKM Kota Kediri 2020-2024

No	Tahun	Jumlah Usaha
1.	2020	5.070
2.	2021	5.808
3.	2022	7.077
4.	2023	9.553
5.	2024	10.035

Sumber: BPS Kota Kediri.¹⁶

Berdasarkan tabel 1.1 jumlah UMKM di Kota Kediri terus meningkat

¹⁴ Manadopost.id, <https://manadopost.jawapos.com/mpedia/286119783/industri-mikro-dan-kecil-jadi-nadi-ekonomi-daerah-umkm-di-jawa-timur-catat-pendapatan-rp106-triliun-sepanjang-2023> diakses pada 16 November pukul 21.21 WIB.

¹⁵ Faiq Zami – detikJatim, <https://www.detik.com/jatim/bisnis/d-7582339/1-5-juta-umkm-tumbuh-dan-naik-kelas-pdrb-jatim-terus-meningkat> diakses pada 16 November 2025 Pukul 21.40 WIB.

¹⁶ SATU-DATA KOTA KEDIRI, “Kinerja Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Tenaga Kerja: Koperasi, Usaha Dan Menengah,” <https://satudata.kedirikota.go.id/>. Diakses Pada 16 Oktober 2025.

dari 5.070 unit usaha pada tahun 2020 menjadi 10.035 unit usaha pada tahun 2024. Pertumbuhan ini terjadi meski banyak perusahaan besar mengalami kebangkrutan akibat guncangan ekonomi. Namun, dengan semakin banyaknya pelaku usaha, tingkat persaingan juga semakin ketat. Karena itu, diperlukan manajemen usaha yang baik, terutama di perhitungan harga pokok produksi untuk menetapkan harga jual dapat ditetapkan secara tepat dan usaha tetap bertahan di tengah kompetisi pasar.

Kota Kediri merupakan kota terbesar ketiga di Jawa Timur setelah Surabaya dan Malang.¹⁷ Awalnya, Kediri dikenal sebagai sentra industri tembakau, namun saat ini sektor UMKM turut menunjukkan pertumbuhan yang cukup pesat.¹⁸ Berdasarkan data dari BPS Kabupaten Kediri, pada tahun 2022 mayoritas pelaku usaha bergerak di bidang industri makanan dan minuman dengan jumlah 1.320 pelaku usaha,¹⁹ sehingga sektor ini menjadi salah satu UMKM yang berkembang paling pesat di Kota Kediri.²⁰

Kota Kediri dikenal sebagai salah satu daerah di Jawa Timur yang memiliki produk unggulan berupa tahu,²¹ sehingga dikenal sebagai “Kota

¹⁷ BPK Perwakilan Provinsi Jawa Timur, <https://jatim.bpk.go.id/kota-kediri/> diakses pada tanggal 15 Oktober 2025.

¹⁸ Krido Eko Cahyono and Okto Aditya, “Pelatihan Pengelolaan Persediaan, Pemasaran Dan Pembukuan Sederhana Untuk UMKM Desa Pakis Kecamatan Kunjang Kabupaten Kediri,” *Jurnal Abadimas Adi Buana* 4, no. 2 (2021): 123, <https://doi.org/10.36456/abadimas.v4.i2.a2685>.

¹⁹ Badan Pusat Statistik Kabupaten Kediri, *Banyaknya Pengusaha Industri Pengolahan Menurut Kelompok Tenaga Kerja Dan Jenis Industri Di Kabupaten Kediri (Jawa) 2020-2022*, <https://kedirikab.bps.go.id/indicator/9/194/1/banyaknya-pengusaha-industri-pengolahanmenurut-kelompok-tenaga-kerja-dan-jenis-industri-di-kabupaten-kediri.html>, diakses pada 14 November 2025 pukul 21.34 WIB.

²⁰ Sayekti Indah Kusumawardhany, “Penerapan Akuntansi Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) (Studi Pada UMKM Raja Eskrim) Di Kota Kediri,” *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan* 6, no. 2 (2020): 77, <https://doi.org/10.26905/ap.v6i2.4570>.

²¹ Peraturan.bpk.go.id, “Evaluasi Pelaksanaan RKPD Tahun 2017: Lampiran I Peraturan Walikota Kediri Nomor 15 Tahun 2017,” <https://peraturan.bpk.go.id/Details/86739/perwali-kota-kediri-no-15-tahun-2017>.

Tahu” dimana industri pengolahan tahu menjadi salah satu penggerak perekonomian lokal.²² Jenis tahu khas Kediri adalah yang terkenal adalah Tahu Takwa, yaitu olahan kedelai yang bertekstur lembut dan berwarna putih. Seiring perkembangannya, tahu tersebut mengalami perubahan warna menjadi kuning yang menjadi ciri khas tahu takwa Kediri.²³

Tahu merupakan sumber protein nabati yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan banyak dikonsumsi masyarakat sebagai alternatif pengganti protein hewani.²⁴ Hidangan ini umum disajikan sebagai lauk pendamping oleh masyarakat dari berbagai golongan. Proses pembuatannya yang relatif sederhana serta harga jual yang terjangkau mendorong meningkatnya usaha produksi tahu, sehingga persaingan antar pelaku usaha juga semakin ketat.²⁵

Kota Kediri termasuk daerah yang mengalami perkembangan pesat di bidang ekonomi dan industri,²⁶ termasuk industri tahu. Pertumbuhan industri tahu didukung oleh berbagai program pelatihan usaha dari pemerintah daerah.²⁷ Kini tahu telah menjadi salah satu identitas pangan khas Kediri dan

²² Riyan Amiruddin, “Peran Etnis Dan Kultural Pada Persaingan Industri Tahu Takwa Di Kota Kediri,” *JSEH (Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora)* 6, no. 2 (2020): 129–142, <https://doi.org/10.29303/jseh.v6i2.89>.

²³ Sejarah Singkat Tahu Takwa, Kuliner Khas Asal Kediri, <https://regional.espos.id/sejarah-singkat-tahu-takwa-kuliner-khas-asal-kediri-1860304>, diakses pada 14 November 2025 pukul 22.12 WIB.

²⁴ Rahmad Wahyudi, Harfina Indriani, and M. Shofwan Haris, “Tahu Sabar (Sari Bahari) Upaya Pemanfaatan Limbah Produksi Garam Sebagai Tahu Bahan Organik Ramah Lingkungan Bagi Penderita Stunting,” *Amerta Nutrition* 6, no. 1 (2022): 45, <https://doi.org/10.20473/amnt.v6i1.2022.44-52>.

²⁵ Kasmari, Kis Indriyaningrum, and Susi Widyasari, “Strategi Pemasaran Tahu Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Perusahaan Tahu Di Kabupaten Pekalongan,” *Jurnal Pengabdian pada Masyarakat (PENAMAS)* 4, no. 2 (2020): 91–98, <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/penamas/article/view/8344>.

²⁶ Dinas Perindustrian Kota Kediri, Laporan tahunan 2010, Kediri, 2011. <https://www.kedirikota.go.id/p/potensi/103436/bidang-industri-perdagangan-dan-pengembangan-usaha> diakses pada 15 Oktober 2025.

²⁷ Rahimmah Shiddiqah and Khofifatu Rohmah Adi, “Peran Paguyuban Terhadap Pertumbuhan UMKM Di Kawasan Sentral Industri Tahu Takwa Desa Tinalan Kota Kediri,” *Jurnal Integrasi dan*

banyak diproduksi serta dijual oleh UMKM sebagai oleh-oleh khas daerah.²⁸

Adapun data jumlah pengusaha tahu di Kota Kediri tercatat sebagai berikut:

Tabel 1.2

Daftar Lokasi Pengusaha Tahu di Kota Kediri

No	Kelurahan	Jumlah Pengusaha Tahu
1.	Kelurahan Tinalan	34
2.	Kelurahan Jamsaren	1
3.	Kelurahan Kaliombo	1
4.	Kelurahan Tamanan	2
5.	Kelurahan Ngronggo	1
6.	Kelurahan Bawang	8

*Sumber: BPS Kota Kediri.*²⁹

Berdasarkan Tabel 1.2 Kelurahan Tinalan merupakan wilayah di Kota Kediri yang sebagian besar warganya bergelut dalam usaha pembuatan tahu dengan jumlah pengusaha sebanyak 34 unit usaha. Kelurahan Tinalan, khususnya Gang IV ditetapkan sebagai Wisata Edukasi Kampung Tahu oleh Wali Kota Abdullah Abu Bakar pada 22 Agustus 2019.³⁰ Saat peresmian, terdapat 34 pelaku usaha. Namun setelah pandemi 2020, jumlahnya menurun dan kini hanya 22 pengusaha yang masih beroperasi.³¹ Adapun daftar 22 pengusaha tahu aktif di Kampung Tahu Tinalan sebagai berikut:

Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial 3, no. 12 (2023): 1346–1355, <https://doi.org/10.17977/um063v3i122023p1346-1355%0APeran>.

²⁸ Sayekti Indah Kusumawardhany, “Bentuk Tanggung Jawab Sosial Pada UMKM Industri Tahu Di Kabupaten Kediri,” *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business* 2, no. 1 (2022): 53–67, <https://doi.org/10.30762/almuraqabah.v2i1.106>.

²⁹ BPS Kota Kediri <https://kedirikota.bps.go.id/> diakses pada tanggal 14 Oktober 2025.

³⁰ kedirikota.go.id, “Kota Kediri Kini Punya Wisata Edukasi Kampoeng Tahu Tinalan,” <https://kedirikota.go.id/p/dalamberita/3982/kota-kediri-kini-punya-wisata-edukasi-kampoeng-tahu-tinalan>.

³¹ Hasil Wawancara dengan Bapak Jamal selaku Kepala Paguyuban Kampung Tahun Tinalan pada 23 Oktober 2025.

Tabel 1.3

Daftar UMKM Tahu di Kelurahan Tinalan Kota Kediri

No	Nama Usaha	No	Nama Usaha
1.	SDD	12.	JMA
2.	Bu Nur	13.	Pak Min
3.	BP Kediri	14.	SIS
4.	Pak Eko	15.	Wijaya Kembar
5.	99	16.	RTT
6.	Populer	17.	Lancar Jaya
7.	DLL 37	18.	Anto
8.	Aman	19.	Lestari Jaya
9.	MAKMUR	20.	MAR
10.	MJS	21.	Surya
11.	Bintang Barokah	22.	Atim

Sumber: Berdasarkan Wawancara pada Oktober 2025.³²

Berdasarkan Tabel 1.3 terdapat 22 unit usaha tahu yang masih aktif beroperasi di Kelurahan Tinalan, Kota Kediri. Hasil wawancara dengan Ketua Paguyuban Kampung Tahu Tinalan menunjukkan bahwa sekitar 95% UMKM belum memasukkan biaya *overhead* dalam perhitungan biaya produksi. Kondisi tersebut menyebabkan penetapan harga jual belum berdasarkan perhitungan biaya yang akurat sehingga laba yang diperoleh belum optimal. Oleh karena itu, penulis memilih lima UMKM sebagai objek perbandingan karena menurut Ketua Paguyuban, kelima usaha tersebut termasuk dalam kategori berskala besar dibandingkan unit usaha tahu lain di wilayah tersebut.

³² *Ibid.*,

Tabel 1.4

Data UMKM SDD, Bu Nur, Populer, MJS, dan MAR

Aspek	SDD	Bu Nur	Populer	MJS	MAR
Alamat	Jl. Letjend Suparman No.15, Kelurahan Tinalan, Kota Kediri.	Jl. Letjend Suparman No. 29-B, Kelurahan Tinalan, Kota Kediri.	Jl. Letjend Suparman No.73, Kelurahan Tinalan, Kota Kediri.	Jl. Letjend Suparman No.47, Kelurahan Tinalan, Kota Kediri.	Jl. Letjend Suparman No. 131, Kelurahan Tinalan, Kota Kediri.
Tahun Berdiri	1982	1970	1997	1997	2018
Harga Jual Tahu Takwa	2.500,-	1.900,- dan 2.500,-	1.200,- dan 2.000,-	3.000,-	4.000,-
Jumlah Unit Terjual Per-hari	190 potong	200 potong dititipkan dan 200 potong di outlet	1.400 potong di pasar dan 200 potong di rumah produksi	384 potong	200 potong
Biaya Produksi	400.000,-	600.000,-	1.600.000,-	854.000,-	650.000,-
Laba Usaha	75.000,-	80.000,- dan 200.000,-	280.000,- dan 200.000,-	307.000,-	150.000,-

Sumber : Data diolah Peneliti.³³

Berdasarkan Tabel 1.4 UMKM Populer memproduksi Tahu Takwa lebih banyak setiap harinya dibandingkan dengan SDD, Bu Nur, MJS dan MAR, yaitu 1.600 potong dan biaya produksi Rp1.600.000,- menurut perhitungan perusahaan. Meskipun jumlah unit produksi UMKM Populer lebih banyak dibanding lainnya, tetapi laba yang diperoleh hanya Rp280.000 di pasar dan Rp200.000 di rumah produksi maka total laba perharinya Rp480.000,-. Meskipun memiliki volume produksi tertinggi, tingkat laba UMKM Populer masih relatif rendah dibandingkan dengan biaya produksi. Situasi ini tidak

³³ Berdasarkan Wawancara dengan Owner UMKM SDD, Bu Nur, Populer, MJS, dan MAR.

hanya terjadi karena perhitungan harga pokok produksi dan harga jual belum mengikuti prinsip akuntansi biaya secara tepat, namun dipengaruhi juga oleh faktor lain. Salah satunya yakni tingginya biaya operasional, seperti tambahan tenaga kerja serta biaya distribusi ke pasar. Selain itu, strategi harga yang kompetitif yang diterapkan untuk mempertahankan pelanggan juga mengakibatkan margin keuntungan menjadi lebih kecil. Akibatnya, laba bersih yang diperoleh UMKM belum sebanding dengan jumlah unit diproduksi dan dijual setiap harinya. Oleh karena itu, UMKM Populer dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki volume produksi yang relatif tinggi dibandingkan UMKM lainnya, namun tingkat laba yang dihasilkan belum sebanding dengan jumlah produksi, sehingga menarik untuk dianalisis lebih lanjut terkait efektivitas penentuan harga pokok produksi dan harga jual yang diterapkan.

Komponen biaya pada UMKM Populer dalam memproduksi tahu takwa adalah kedelai, kayu bakar, garam, pewarna makanan, cuka, air, plastik kemasan, listrik, BBM, tenaga kerja, penyusutan peralatan, pemeliharaan mesin, penyusutan mesin, dan penyusutan gedung. Namun, berdasarkan informasi dari pemilik UMKM Populer, penentuan biaya produksi yang dilakukan hanya mencakup sebagian komponen biaya yang seharusnya diperhitungkan. Berikut gambaran perhitungan harga pokok produksi UMKM Populer berdasarkan metode perusahaan:

Tabel 1.5
Harga Pokok Produksi Per Hari UMKM Populer

Keterangan	Satuan	Kuantitas	Harga	Total
Kedelai	Kg	88	10.700	941.600
Garam	Kg	1,5		5.500
Pewarna Makanan	Ons	2		30.000
Cuka	L	1		38.000
Plastik Kemasan		280	150	42.000
Kayu Bakar	Ikat	8	8.800	70.400
Listrik				39.833
Karyawan Masak		8	15.000	120.000
Karyawan Rebus 1				83.333
Karyawan Rebus 2				33.333
Karyawan Packing				40.000
Karyawan Pemasaran				120.000
BBM Pemasaran		3	12.000	36.000
Total HPP Per Bulan				1.600.000
Jumlah Produksi		1.600		
HPP Per potong				1000

Sumber: Berdasarkan Wawancara pada November 2025.³⁴

Berdasarkan table 1.5 harga pokok produksi tahu takwa di UMKM Populer adalah sebesar Rp1.600.000,- untuk 1.600 potong atau Rp1.000,- per potong. Harga jual ditetapkan Rp1.200,- di pasar dan Rp2.000,- di rumah produksi dengan ukuran tahu 4,5 x 4,5 cm. Namun, perusahaan masih menggunakan metode perhitungan harga pokok produksi secara tradisional dan belum memasukkan seluruh biaya produksi, seperti biaya kemasan besek, dan biaya *overhead* pabrik seperti biaya pemeliharaan mesin, biaya penyusutan mesin, biaya penyusutan gedung, biaya penyusutan peralatan, dan biaya

³⁴ Hasil Wawancara dengan Pemilik UMKM Populer pada 21 November 2025.

penyusutan kendaraan.

Sistem pencatatan biaya yang digunakan belum mampu menyediakan informasi harga pokok produksi yang akurat. Kondisi ini berbeda jika menggunakan metode *full costing* yang memperhitungkan seluruh biaya produksi sehingga dapat digunakan sebagai dasar penetapan harga jual dan perhitungan laba rugi. Selain itu, *full costing* memberikan gambaran lengkap mengenai semua elemen biaya yang terlibat dalam proses produksi.³⁵ Perhitungan harga pokok produksi yang akurat menjadi dasar dalam penerapan metode *cost plus pricing*, karena penentuan laba didasarkan pada total biaya produksi. Jika perhitungan biaya tidak tepat, maka harga jual yang ditetapkan juga menjadi kurang optimal.

Disamping itu, UMKM Populer masih menetapkan harga jual dengan cara sederhana, yaitu berdasarkan estimasi biaya produksi tanpa perhitungan laba yang terstruktur, sehingga keuntungan yang diperoleh belum optimal. Kondisi ini menunjukkan bahwa permasalahan utama tidak hanya terletak pada ketidaktepatan perhitungan harga pokok produksi, tetapi juga pada belum diterapkannya metode penentuan harga jual yang sistematis. Kondisi ini akan berbeda apabila UMKM Populer menerapkan metode *cost plus pricing*, harga jual dapat ditentukan berdasarkan harga pokok produksi yang akurat kemudian ditambahkan dengan persentase laba yang diharapkan.³⁶ Dengan metode ini,

³⁵ Rickoadji Pangestu, Suryadi, and Fitriani, "Analisis Biaya Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Menggunakan Metode Full Costing (Study Kasus Pabrik Tahu Pak Agus Kota Metro)," *Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 1 (2022): 71, <https://prosiding.ummetro.ac.id/index.php/snppm/issue/view/8>.

³⁶ Retno Ambarwati, Jawoto Nusantoro, and Ana Septiani, "Analisis Harga Pokok Penjualan Dan Penentuan Harga Jual Produk Menggunakan Metode Cost Plus Pricing (Studi Kasus Pada Usah

perusahaan dapat menutup seluruh biaya produksi sekaligus memperoleh keuntungan sesuai target. Oleh karena itu, metode *full costing* dan *cost plus pricing* saling berkaitan, dimana *full costing* digunakan untuk menghitung harga pokok produksi secara akurat, sedangkan *cost plus pricing* digunakan untuk menentukan harga jual yang menghasilkan keuntungan sesuai target.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, oleh karena itu peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Penetapan Harga Jual Menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* (Studi Pada UMKM Populer Tinalan Kota Kediri).**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks penelitian yang telah diuraikan, maka fokus penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perhitungan harga pokok produksi pada UMKM Populer Tinalan Kota Kediri dengan menggunakan metode *full costing*?
2. Bagaimana penetapan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* pada UMKM Populer Tinalan Kota Kediri?
3. Bagaimana perbandingan harga jual yang ditetapkan UMKM dengan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing*?

C. Tujuan Penelitian

Mengacu pada fokus penelitian tersebut, tujuan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perhitungan harga pokok produksi pada UMKM Populer Tinalan Kota Kediri dengan menggunakan metode *full costing*
2. Untuk mengetahui penetapan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* pada UMKM Populer Tinalan Kota Kediri
3. Untuk mengetahui perbandingan harga jual yang ditetapkan UMKM Populer dengan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing*

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi, baik bagi pengembangan teori maupun dalam penerapannya di lapangan. Kegunaan hasil penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memperluas pemahaman bagi pihak yang ingin mempelajari penentuan harga jual dengan metode *Cost Plus Pricing*. Temuan ini juga dapat menjadi referensi bagi peneliti berikutnya sebagai bahan pembandingan dalam studi mereka.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan serta pengalaman baru bagi pihak terkait, di antaranya:

- a. Bagi Usaha yang diteliti

Penelitian ini diharapkan menjadi panduan bagi UMKM Populer dalam menyusun rincian biaya harga pokok produksi lebih akurat, sehingga dapat jadi dasar yang kuat dalam penetapan harga jual yang tepat.

b. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan menambah koleksi literatur ilmiah yang tersedia di universitas. Literatur ini selanjutnya dapat dimanfaatkan sebagai bahan kajian pendukung/referensi bagi peneliti selanjutnya.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat terkait penetapan Harga Jual menggunakan metode *cost plus pricing*, khususnya dengan pendekatan metode *full costing*.

d. Bagi Penulis

Penelitian ini menjadi sarana penulis untuk mengembangkan kemampuan, menerapkan teori selama perkuliahan, serta memperluas wawasan praktis terkait topik penelitian.

E. Telaah Pustaka

Penelitian ini mengemukakan hasil penelitian terdahulu dengan masalah yang diangkat dari penelitian lain guna memperoleh kesamaan maupun perbedaannya. Adapun penelitian terdahulu antara lain:

1. Penelitian berjudul “Analisis Penetapan Harga Jual Menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* Untuk Mengoptimalkan Laba Perusahaan (Studi Kasus pada UMKM Keripik Sale Pisang Kembang Wijaya Kota Kediri)” Oleh Salwa Aida Zulfa.³⁷

³⁷ Salwa Aida Zulfa, “Analisis Penetapan Harga Jual Menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* Untuk Mengoptimalkan Laba Perusahaan (Studi Kasus Pada UMKM Keripik Sale Pisang Kembang Wijaya Kota Kediri)” (Kediri: IAIN Kediri, 2026), <https://etheses.iainkediri.ac.id/20822/>.

Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis perbandingan penetapan harga jual UMKM Kembang Wijaya dengan metode *cost plus pricing* dalam mengoptimalkan laba. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan sumber data berupa data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa menurut perusahaan, harga pokok produksi untuk 2.600 bungkus sebesar Rp24.260.000 dengan harga jual Rp12.000 per bungkus. Sedangkan menurut metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*, harga pokok produksi sebesar Rp27.714.166 atau Rp10.659,294 per bungkus, dengan harga jual Rp13.324,117 per bungkus. Perbedaan tersebut terjadi karena perusahaan belum memasukkan seluruh komponen biaya produksi. Selain itu, laba perusahaan sebesar Rp3.954.000, sedangkan dengan metode *cost plus pricing* sebesar Rp6.337.231,534 sehingga metode tersebut dinilai mampu mengoptimalkan laba perusahaan.

Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis, yaitu sama-sama membahas penetapan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*. Perbedaannya terletak pada objek penelitian, dimana penelitian tersebut dilakukan pada UMKM Kembang Wijaya, sedangkan penelitian penulis dilakukan pada UMKM Populer Tinalan.

2. Jurnal berjudul “Penerapan Metode *Cost Plus Pricing* Berbasis *Full*

Costing Dalam Penentuan Harga Jual Pada Pabrik Tahu Triple S”
Oleh Riska Artika, Stanly W. Alexander, dan Lady Diana Latjandu.³⁸

Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis penetapan harga jual dengan menghitung harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* pada pabrik tahu Triple S di Manado. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan fokus pada analisis perhitungan biaya dan penetapan harga jual.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan berbeda dengan hasil perhitungan menggunakan metode *cost plus pricing*. Perusahaan menetapkan harga jual tahu kecil sebesar Rp300 dan tahu besar Rp400, sedangkan berdasarkan metode *cost plus pricing* diperoleh harga jual sebesar Rp400 untuk tahu kecil dan Rp506 untuk tahu besar. Hal ini menunjukkan bahwa perhitungan dengan metode *cost plus pricing* menghasilkan harga jual yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga yang ditetapkan perusahaan.

Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis, yaitu sama-sama membahas penetapan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*. Perbedaannya terletak pada metode penelitian dan objek yang digunakan, di mana penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif pada pabrik tahu Triple S di Manado, sedangkan penelitian penulis

³⁸ Riska Artika, Stanly W. Alexander, and Lady Diana Latjandu, “Penerapan Metode Cost Plus Pricing Berbasis Full Costing Dalam Penentuan Harga Jual Pada Pabrik Tahu Triple S,” *Manajemen Bisnis dan Keuangan Korporat* 3, no. 1 (2025): 196–206, <https://doi.org/10.58784/mbkk.296>.

menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif pada UMKM Populer Tinalan Kota Kediri.

3. Jurnal berjudul “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, Sri Murwanti.³⁹

Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui perhitungan harga pokok produksi dan harga jual pada UKM Wedang Uwuh 3Gen Tegal. Perhitungan harga pokok produksi yang tepat menjadi dasar dalam menetapkan harga jual agar dapat memperoleh laba yang optimal. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan komparatif, yaitu membandingkan perhitungan harga pokok produksi menurut metode UKM dengan metode *full costing* serta membandingkan penetapan harga jual menurut UKM dengan metode *cost plus pricing*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga pokok produksi per unit menurut metode UKM sebesar Rp63.222, sedangkan dengan metode *full costing* sebesar Rp64.565. Perbedaan tersebut terjadi karena UKM belum memperhitungkan biaya perawatan mesin dan peralatan. Total biaya menurut metode UKM sebesar Rp111.384, sedangkan menurut metode *full costing* sebesar Rp113.155. Dengan *mark-up* keuntungan yang sama sebesar 7,5%, harga jual menurut metode UKM sebesar Rp119.738,

³⁹ Ririh Sri Harjanti, Hertika, and Sri Murwanti, “Analisis Harga Pokok Produksi Dan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Pricing (Studi Kasus Pada UKM Wedang Uwuh 3Gen Tegal)” 6, no. 1 (2021): 84–97, <https://journals.ums.ac.id/benefit/article/view/14042>.

sedangkan dengan metode *cost plus pricing* sebesar Rp121.641.

Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis, yaitu sama-sama membahas perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* dan penetapan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing*. Perbedaannya terletak pada objek penelitian, dimana penelitian tersebut dilakukan pada UKM Wedang Uwuh 3Gen Tegal, sedangkan penelitian penulis dilakukan pada UMKM Populer Tinalan Kota Kediri.

4. Jurnal berjudul “Analisis Penentuan 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 dan Wihelmina Maryetha Yulia Jaeng.⁴⁰

Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui perhitungan harga pokok produksi serta penetapan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* pada UMKM Kopi Mini Guwe. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara harga jual yang ditetapkan UMKM dengan metode *cost plus pricing*. UMKM menetapkan harga jual sebesar Rp55.000 (250 gram) dan Rp110.000 (500 gram), sedangkan berdasarkan metode *cost plus pricing*

⁴⁰ Genoveva Milenia and Wihelmina Maryetha Yulia Jaeng, “Analisis Penentuan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Pricing Dalam Meningkatkan Laba Yang Dihasilkan (Studi Kasus Pada UMKM Kopi Mini Guwe, Desa Saga, Kabupaten Ende),” *Jurnal Accounting UNIPA* 3, no. 1 (2024): 72–86, <https://doi.org/10.59603/accounting.v3i1.227>.

diperoleh harga sebesar Rp62.941 (250 gram) dan Rp127.446 (500 gram). Perbedaan ini terjadi karena UMKM masih menggunakan metode sederhana yang belum memasukkan seluruh biaya produksi.

Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis, yaitu sama-sama menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* dalam penetapan harga jual serta metode penelitian yang sama. Perbedaannya terletak pada metode penelitian dan objek yang digunakan, di mana penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif pada UMKM Kopi Mini Guwe, sedangkan penelitian penulis menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif pada UMKM Populer Tinalan Kota Kediri.

5. Jurnal berjudul “Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Full Costing* Dalam Menentukan Harga Jual Pada CV. Sumber Mas Paving” Oleh Ninik Aprilianti dan Ahmad Jibrail.⁴¹

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* dalam menentukan harga jual pada CV. Sumber Mas Paving. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan sumber data primer dan sekunder yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode *full costing* menghitung seluruh biaya produksi, meliputi biaya bahan baku, tenaga

⁴¹ Ninik Aprilianti and Ahmad Jibrail, “Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Dalam Menentukan Harga Jual Pada CV. Sumber Mas Paving,” *Journal of Accounting, Finance and Auditing* 2, no. 2 (2020): 125–133, <https://doi.org/10.37673/jafa.v2i02.694>.

kerja langsung, dan *overhead* pabrik, sehingga diperoleh harga pokok produksi tahun 2018 sebesar Rp1.410.248.685. Penelitian juga menunjukkan adanya perbedaan harga jual antara metode perusahaan dan metode *cost plus pricing*. Harga jual paving bata 6 cm menurut metode perusahaan sebesar Rp65.000, sedangkan metode *cost plus pricing* sebesar Rp73.950 dengan selisih Rp8.950. Pada paving bata 8 cm, harga perusahaan sebesar Rp90.000 dan metode *cost plus pricing* Rp74.588 dengan selisih Rp15.412. Untuk paving diagonal bintang, harga perusahaan sebesar Rp67.000 dan metode *cost plus pricing* Rp69.484 dengan selisih Rp2.484. Sementara itu, harga batako 15 cm x 40 cm harga perusahaan sebesar Rp5.000 dan metode *cost plus pricing* Rp3.745 dengan selisih Rp1.255, sedangkan batako 20 cm x 40 cm memiliki selisih Rp1.655 dari harga perusahaan Rp5.500 menjadi Rp3.845 menurut metode *cost plus pricing*. Perbedaan tersebut terjadi karena perusahaan belum membebankan seluruh biaya produksi, terutama biaya *overhead* pabrik.

Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis, yaitu sama-sama menggunakan metode *full costing* dalam menghitung harga pokok produksi dan metode *cost plus pricing* dalam menentukan harga jual. Perbedaannya terletak pada metode penelitian dan objek yang digunakan, di mana penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif pada CV. Sumber Mas Paving, sedangkan penelitian penulis menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif pada UMKM Populer Tinalan Kota Kediri.