

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM (2024), UMKM berkontribusi sebesar 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia. Salah satu daerah yang menunjukkan perkembangan signifikan dalam sektor ini adalah Kabupaten Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo dalam (Sanjaya, 2021), terdapat 13.075 UMKM yang tersebar di 18 kecamatan dengan 68 jenis usaha yang beragam.

Salah satu subsektor yang mengalami pertumbuhan pesat di Sidoarjo adalah industri perkopian. Menurut (Suryaningrum et al., 2024), peningkatan tren konsumsi kopi dan gaya hidup masyarakat urban mendorong bertambahnya jumlah kedai kopi lokal di berbagai wilayah, termasuk Sidoarjo. Kawasan Jl. Kavling DPR menjadi salah satu pusat pertumbuhan dengan lebih dari 50 gerai coffee shop sejak 2022 hingga saat ini (Bkis, 2023), yang menjadikannya sebagai barometer persaingan usaha kopi lokal. Data Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo dalam (Darmawan, 2024) menunjukkan bahwa jumlah unit usaha restoran, kafe, dan kedai kopi terus meningkat selama lima tahun terakhir sebagaimana terlihat pada Tabel 1.1 berikut.

Tabel 1. 1Tren Jumlah Restoran, Kafe, dan Kedai Kopi (2018–2022)

Tahun	Jumlah Unit Usaha
2018	164

2019	175
2020	175
2021	180
2022	213

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo (2022)

(<https://sipora.polije.ac.id/31848>).

Pada tabel tersebut menunjukkan jumlah pelaku usaha restoran, cafe, dan kedai kopi di Kabupaten Sidoarjo selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal tersebut menuntut pelaku usaha untuk memiliki strategi harga yang tepat agar mampu bersaing dan memperoleh keuntungan optimal. Fenomena ini menunjukkan bahwa persaingan usaha kedai kopi semakin ketat dan menuntut pelaku UMKM untuk memiliki strategi harga yang tepat. Salah satu faktor kunci dalam strategi harga adalah perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) yang akurat dengan cara memasukkan seluruh elemen biaya tanpa terkecuali dalam perhitungannya. Penentuan HPP yang tepat sangat penting bagi pelaku UMKM kedai kopi karena hal tersebut akan membantu pelaku usaha dalam menentukan harga jual, margin keuntungan, dan daya saing usaha. HPP yang terlalu tinggi dapat membuat harga jual tidak kompetitif, sedangkan HPP yang terlalu rendah berisiko menurunkan kualitas produk atau mengurangi keuntungan. Menurut (Sari & Nugroho, 2021), akurasi dalam perhitungan HPP membantu pelaku usaha menentukan harga jual yang sesuai dengan kondisi pasar sekaligus menutup seluruh biaya produksi yang dikeluarkan.

Apabila harga jual ditetapkan terlalu tinggi, produk menjadi kurang kompetitif dan sulit bersaing di pasar. Sebaliknya, jika harga jual terlalu rendah, pelaku usaha berisiko mengalami kerugian karena tidak mampu menutup biaya produksi. Dalam konteks ini, istilah margin keuntungan merujuk pada selisih antara harga jual dan

HPP; semakin akurat perhitungan HPP, semakin tepat pula margin keuntungan yang dapat diperoleh (Arofah et al., 2024). Dengan demikian, akurasi HPP sangat berpengaruh terhadap profitabilitas dan keberlanjutan usaha.

Beberapa penelitian terdahulu juga menegaskan pentingnya perhitungan HPP dalam menentukan harga jual. (Arofah et al., 2024) menunjukkan bahwa perhitungan HPP yang tepat meningkatkan efisiensi penetapan harga dan menjaga kestabilan laba. Sementara itu, (Damayanti et al., 2024) menyatakan bahwa perusahaan yang tidak menghitung biaya overhead secara komprehensif cenderung mengalami kesenjangan nilai dan kehilangan daya saing. Oleh karena itu, perhitungan HPP yang menyeluruh membantu pelaku usaha membuat keputusan harga yang lebih objektif dan kompetitif.

Penelitian ini mengambil objek UMKM Coffee Shop De Ale dan Kedai Rempong di Kabupaten Sidoarjo. Kedua kedai ini dipilih karena memiliki karakteristik berbeda dari segi segmentasi pasar dan strategi usaha. De Ale Coffee, yang berlokasi di Pondok Jati AJ 36 B, Pagerwojo, Buduran, telah beroperasi lebih dari tiga tahun dengan fokus pada pasar menengah ke atas dan menawarkan variasi menu kreatif. Sementara itu, Kedai Rempong di Jl. Raya Kemiri No.23, Siwalanpanji, Buduran, telah berdiri lebih dari sembilan tahun dengan strategi harga terjangkau untuk pasar menengah ke bawah. Perbedaan karakteristik ini menjadikan keduanya relevan untuk dibandingkan dalam aspek penentuan HPP dan strategi harga jual.

Penelitian ini menggunakan metode *full costing* dalam perhitungan HPP, yaitu metode yang memperhitungkan seluruh unsur biaya produksi baik langsung maupun tidak langsung (Mulyadi, 2022). Metode ini dipilih karena memberikan

gambaran biaya yang lebih menyeluruh dan membantu penetapan harga jual yang realistis. Berdasarkan hasil perhitungan HPP dengan metode ini, peneliti kemudian melakukan penetapan harga jual dengan pendekatan *cost-plus pricing*, yaitu menambahkan margin keuntungan tertentu di atas HPP untuk memperoleh harga jual akhir.

Salah satu faktor kunci dalam strategi harga adalah perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) yang akurat. HPP mencakup biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Perhitungan HPP yang tepat menjadi dasar dalam menetapkan harga jual produk. Jika HPP terlalu tinggi, maka harga jual menjadi tidak kompetitif. Sebaliknya, jika HPP terlalu rendah, usaha berisiko merugi atau tidak mampu menutup biaya produksi (Sari & Nugroho, 2021).

Dengan demikian, terdapat hubungan langsung antara HPP sebagai variabel dasar dengan penetapan harga jual sebagai variabel hasil, di mana akurasi HPP sangat menentukan keberhasilan strategi harga yang diterapkan pelaku usaha.

Harga Pokok Produksi (HPP) memiliki hubungan yang erat dengan penetapan harga jual karena HPP menjadi dasar utama dalam menentukan besarnya harga yang akan ditawarkan kepada konsumen. Semakin tinggi nilai HPP yang dihasilkan dari total biaya produksi, maka harga jual yang ditetapkan juga akan cenderung meningkat agar pelaku usaha tetap memperoleh margin keuntungan yang diharapkan. Sebaliknya, apabila HPP dapat ditekan melalui efisiensi penggunaan bahan baku, tenaga kerja, maupun biaya overhead, maka harga jual dapat ditetapkan pada tingkat yang lebih kompetitif tanpa mengurangi keuntungan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa HPP berpengaruh secara langsung terhadap harga jual, di mana ketepatan perhitungan HPP menentukan tingkat

akurasi harga jual yang realistis, kemampuan usaha untuk bersaing di pasar, serta kestabilan laba yang diperoleh pelaku usaha (Mulyadi, 2022)

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka terdapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses penentuan harga pokok produksi pada UMKM Coffee Shop di Sidoarjo?
2. Bagaimana hasil perhitungan harga pokok produksi dijadikan dasar dalam penetapan harga jual pada UMKM Coffee Shop di Sidoarjo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui proses penentuan harga pokok produksi pada UMKM Coffee Shop di Sidoarjo.
2. Untuk menganalisis penggunaan harga pokok produksi sebagai dasar penetapan harga jual pada UMKM Coffee Shop di Sidoarjo.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu akuntansi biaya, khususnya mengenai penerapan harga pokok produksi sebagai dasar penetapan harga jual pada UMKM, terutama di sektor kedai kopi. Menurut Mulyadi (2022), akuntansi biaya berperan penting dalam menentukan harga pokok produksi karena menjadi dasar dalam perencanaan laba dan pengambilan keputusan manajerial. Dengan demikian,

penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai penerapan konsep HPP pada skala usaha kecil dan menengah yang memiliki karakteristik berbeda dengan perusahaan manufaktur besar. Selain itu, penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi akademisi untuk melakukan kajian lebih lanjut terkait penerapan konsep HPP pada berbagai jenis usaha (Hansen & Mowen, 2015).

2. Manfaat Praktis

Bagi pelaku UMKM coffee shop, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam menetapkan harga jual yang sesuai dengan biaya produksi dan kondisi pasar. Menurut Rudianto (2013), pemahaman yang baik terhadap komponen biaya produksi membantu pelaku usaha menentukan harga jual yang kompetitif tanpa mengabaikan margin keuntungan yang wajar (Halim, 2015).

Bagi akademisi, penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk studi lanjutan mengenai penentuan harga pokok produksi pada usaha sejenis, khususnya di bidang kuliner dan minuman, guna memperluas pemahaman tentang penerapan teori akuntansi biaya dalam konteks usaha kecil menengah (Mulyadi, 2022).