

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Bertambah banyaknya penikmat kopi di Indonesia mengakibatkan permintaan akan minuman kopi menjadi meningkat. Peningkatan ini, ditandai dengan bertumbuhnya kedai-kedai kopi di berbagai wilayah terutama di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Menurut Farid Wong dalam tulisannya di surat kabar, (Kompasiana.com) “Pada November 2016, Kantor Berita Antara pernah memberitakan, realisasi ekonomi dari 600 kedai kopi yang ada di Kota Yogyakarta mencapai Rp 262,8 miliar per tahun.” Di dalam tulisan tersebut dijelaskan bahwa jumlah tersebut hanya untuk daerah Kota Yogyakarta saja, yang berarti kabupaten lain belum termasuk di dalamnya. Hal ini, menunjukkan bahwa perkembangan kedai kopi sangat tinggi khususnya di daerah Yogyakarta. Karena banyaknya kedai kopi, mengakibatkan adanya persaingan para pemilik kedai kopi untuk menarik pelanggan. Maka dari itu, para pemilik kedai kopi haruslah memiliki strategi yang sesuai sehingga memiliki keunggulan kompetitif. Kedai kopi dapat melakukan berbagai macam strategi untuk memiliki keunggulan kompetitif, contohnya : *cost leadership*, diferensiasi, dan fokus. Strategi *cost leadership* dapat dilakukan dengan cara menekan biaya serendah mungkin, sehingga harga jual menjadi lebih rendah. Tetapi dalam menetapkan harga jual, kedai kopi harus mempertimbangkan laba yang

ingin dicapai agar dapat memberikan keuntungan bagi kedai kopi mereka. Jika kedai kopi terlalu rendah dalam menetapkan harga jual, maka laba yang ingin dicapai menjadi terlalu rendah. Namun jika harga yang ditetapkan terlalu tinggi, maka dapat mengakibatkan harga jual yang ditetapkan melebihi harga pasar. Jadi penentuan harga jual sangatlah penting untuk menetapkan harga yang dapat diterima oleh konsumen dan tetap memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Mamboe Kopi adalah salah satu kedai kopi yang ada di Yogyakarta. Mamboe Kopi memiliki dua jenis produk yaitu makanan dan minuman. Olahan minuman kopi merupakan produk utama dari Kedai Mamboe Kopi ini. Terdapat sepuluh proses pengolahan kopi yang ada di Mamboe Kopi, yaitu *vietnam drip*, *french press*, *tubruk*, *pour over*, *cappucinno*, *mochacinno*, *gedhangdapan*, *espresso*, *affogato*, dan *americano*. Selain produk minuman kopi, Mamboe Kopi juga memproduksi olahan minuman lain seperti teh, cokelat, *matcha*, *milkshake*, dan *kombucha*. Di antara olahan minuman yang lain, olahan minuman kopi merupakan produk yang penjualannya paling tinggi.

Penjualan produk minuman kopi di Mamboe Kopi mengalami peningkatan khususnya produk *vietnam drip*, *tubruk*, *pour over*, dan *cappucinno*. Mamboe Kopi dapat mendapatkan hasil penjualan yang tinggi dengan harga yang ditawarkan saat ini. Harga yang ditawarkan oleh Mamboe Kopi saat ini cenderung lebih rendah dari beberapa kompetitor yang lokasinya tidak jauh dari Mamboe Kopi. Beberapa kompetitor yang

lokasinya cukup dekat dengan Mamboe Kopi seperti “*Peachy Coffee*” menawarkan harga jual sebesar Rp 20.000,00 untuk produk *manual brew* dan Rp 18.000,00 untuk produk *cappucinno*. Selain itu, “*Ketemu Coffee*” menawarkan harga jual sebesar Rp 25.000,00 untuk produk *manual brew* dan *cappucinno*. Sedangkan Mamboe Kopi menawarkan harga jual Rp 15.000,00 untuk produk *manual brew*, Rp 13.000,00 untuk produk tubruk, dan Rp 18.000,00 untuk produk *cappucinno*. Perbedaan harga jual yang cukup signifikan tersebut menjadi hal yang perlu dipertimbangkan oleh pihak Manajerial Mamboe Kopi. Hal ini karena dengan harga tersebut Mamboe Kopi dapat meningkatkan penjualannya. Namun dari total penjualan, Mamboe Kopi masih belum mendapatkan laba yang signifikan. Maka pihak Manajerial Mamboe Kopi ingin mengetahui apakah penentuan harga jual Mamboe Kopi yang selama ini digunakan sudah akurat?

Mamboe Kopi menentukan harga jual produk minumannya dengan cara Harga Pokok Produksi (HPP) dikali dua lalu ditambah dengan laba yang diinginkan oleh pemilik. Perhitungan HPP di tempat ini hanya menggunakan biaya bahan untuk membuat produk tersebut saja dalam penghitungannya. Penghitungan ini menjadi kurang akurat karena tidak mempertimbangkan biaya-biaya lain yang terjadi ketika membuat suatu produk. Jika harga jual yang digunakan ternyata lebih kecil dari HPP, maka akan menimbulkan kerugian. Jika harga jual ternyata hanya sedikit lebih besar dari HPP, maka akan menimbulkan keuntungan yang kurang maksimal. Pihak Manajerial Mamboe Kopi ingin memastikan harga jual

yang mereka gunakan sudah akurat atau belum. Sehingga penulis memilih topik “Analisis Penentuan Harga Jual Minuman Kopi di Mamboe Kopi Dengan Menggunakan Metode (*Cost-Plus Pricing*)”, agar memperbaiki cara penentuan harga jual yang lama di Mamboe Kopi.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang diuraikan, maka permasalahan yang akan diteliti oleh penulis adalah Berapa Harga Jual Produk Minuman Kopi di Mamboe Kopi dengan menggunakan metode “*Cost-Plus Pricing*”?

### **1.3 Batasan Masalah**

Penulis menetapkan batasan-batasan masalah untuk memfokuskan penelitian yang akan dilakukan. Batasan masalah yang akan dibuat oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Penulis akan menggunakan data akuntansi yang terjadi pada tanggal 1 November 2017 sampai dengan tanggal 31 Oktober 2018 sebagai acuan.
2. Mamboe Kopi menjual beberapa macam produk makanan dan minuman. Namun dalam penelitian ini hanya akan meneliti penentuan harga jual produk minuman khususnya minuman kopi. Terdapat sepuluh jenis produk minuman kopi, tetapi penulis hanya akan meneliti empat produk minuman kopi yang disajikan panas. Empat produk minuman kopi yang akan diteliti yaitu *vietnam drip*, *tubruk*, *pour over*, dan *cappucinno*.

3. Harga jual produk minuman kopi yang dihitung adalah harga jual tiap satuan gelas.
4. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode *cost-plus pricing* dalam penentuan harga jual produk minuman kopi di Mamboe Kopi.
5. Penelitian ini menggunakan pendekatan *full costing* dalam menghitung biaya yang terjadi.
6. Pada penelitian ini, tingkat *return of investment* yang diinginkan pemilik Mamboe Kopi adalah sebesar 15%.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan oleh penulis untuk menghitung harga jual produk minuman kopi setiap satuan gelas pada Kedai Mamboe Kopi di Yogyakarta dengan metode *Cost-Plus Pricing*.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **1. Bagi Perusahaan**

Manfaat yang akan didapat oleh perusahaan adalah dapat menjadikan penelitian ini sebagai acuan dalam menilai kembali penetapan harga jual yang sebelumnya digunakan. Sehingga penetapan harga jual di Kedai Mamboe Kopi menjadi lebih akurat.

##### **2. Bagi Pembaca**

Manfaat yang akan didapat oleh pembaca adalah memberi pengetahuan bagi mereka tentang cara yang dilakukan untuk menetapkan

harga jual produk dengan metode *cost-plus pricing*. Manfaat lain yang akan diperoleh oleh pembaca yaitu dapat menggunakan penelitian ini sebagai bahan kajian lanjut untuk penelitian dengan permasalahan serupa yang akan mereka lakukan.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1. Objek Penelitian**

Penulis menetapkan Kedai Mamboe Kopi yang berada di Jl. Batikan No.32, Tahunan, Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai obyek penelitian ini.

### **2. Data Penelitian**

Penulis membutuhkan data-data tertentu untuk melakukan penelitian sehingga dapat dianalisis dengan lebih akurat. Data-data yang akan digunakan oleh penulis adalah sebagai berikut :

- a. Gambaran umum Kedai Mamboe Kopi
- b. Data penjualan produk di Mamboe Kopi, khususnya produk minuman kopi yang terjadi pada bulan November 2017 sampai dengan bulan Oktober 2018.
- c. Data mengenai biaya-biaya yang terjadi pada bulan November 2017 sampai dengan bulan Oktober 2018 di Mamboe Kopi.

### 3. Metode Pengumpulan Data

#### a. Wawancara

Data dikumpulkan dengan cara menanyakan informasi tentang permasalahan yang ada di Kedai Mamboe Kopi kepada pihak pengelola perusahaan. Wawancara dilakukan juga untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan sejarah Kedai Mamboe Kopi, struktur organisasi, dan informasi-informasi lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

#### b. Observasi

Penulis melakukan pengamatan secara langsung pada Kedai Mamboe Kopi untuk mendapatkan informasi yang diinginkan.

#### c. Pengumpulan data-data

Data-data yang dikumpulkan penulis merupakan data-data akuntansi Kedai Mamboe Kopi yang berhubungan dengan penetapan harga jual produk minuman khususnya sepuluh jenis minuman kopi.

### 4. Metode Analisis Data

a. Mengidentifikasi dan menghitung biaya-biaya yang akan membentuk harga jual produk minuman kopi di Mamboe Kopi.

b. Menghitung biaya yang diperlukan

c. Menghitung Laba yang Diharapkan

d. Menghitung persentase *markup*

- e. Penetapan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* dengan pendekatan *full costing*
- f. Pengambilan keputusan dengan pihak manajerial Mamboe Kopi
- g. Perbandingan harga jual milik perusahaan menggunakan harga jual dengan metode *cost-plus pricing* dengan pendekatan *full costing* yang telah disesuaikan

### **1.7 Sistematika Pembahasan**

Penelitian yang dilakukan oleh penulis merupakan penelitian studi kasus. Maka penulis menguraikan sistematika pembahasannya sebagai berikut :

#### **Bab I : PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, analisis data, dan sistematika pembahasan.

#### **Bab II : PENENTUAN HARGA JUAL**

Teori-teori mengenai biaya dan penentuan harga jual yang akan digunakan oleh penulis, khususnya metode *cost-plus pricing* akan ditulis di dalam bab ini. Sehingga dapat menjadi dasar dalam melakukan penelitian ini khususnya dalam menganalisis data penelitian.

### Bab III : GAMBARAN UMUM MAMBOE KOPI

Gambaran umum perusahaan menguraikan tentang sejarah perusahaan, lokasi perusahaan, kelengkapan alat-alat, struktur organisasi, ketenagakerjaan, dan pemasaran produk.

### Bab IV : ANALISIS DATA

Setelah data-data akuntansi Kedai Mamboe Kopi diperoleh, penulis akan menganalisis dan mengolah data-data tersebut. Dalam analisis dan pengolahan data tersebut, penulis akan menggunakan teori-teori yang telah diuraikan di dalam bab II sebagai dasarnya.

### Bab V : KESIMPULAN DAN SARAN

Penulis akan memberikan kesimpulan dan saran berdasarkan hasil dari analisis data dalam penelitian ini.