

## Analisis Biaya Relevan Terhadap Keputusan Harga Jual Produk (Studi Kasus Pada *Coffee Shop Kopi Tuh*)

Aryanto Nur<sup>1</sup>, Naiya Fazaroh<sup>2</sup>, Nazilatul Azhomi<sup>3</sup>, Aulia Ratna Permana<sup>4</sup>, Weni Yunitasari<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Bina Sarana Informatika Jakarta,

email korespondensi: [aryantonur@yahoo.com](mailto:aryantonur@yahoo.com), [fazarohn@gmail.com](mailto:fazarohn@gmail.com), [nazilatul1704@gmail.com](mailto:nazilatul1704@gmail.com), [ratnapermanaulia@gmail.com](mailto:ratnapermanaulia@gmail.com), [weniyunitasari17@gmail.com](mailto:weniyunitasari17@gmail.com)

### Article Info

#### Article history:

Received 11/05/2025

Revised 11/05/2025

Accepted 12/05/2025

### Abstract

The purpose of this research is to examine how *KopiTuh Coffee Shop* determines the prices of their products by looking at the effect of relevant expenses. Data acquired in April 2025 is the main emphasis of the study, which is centered on *Kopi Aren* and *Lychee Tea* items. A descriptive quantitative methodology based on the *Cost Plus Pricing* model underpins this study. Direct costs of raw materials, direct costs of labor, and manufacturing overhead make up the *Cost of Goods Manufactured (COGS)*, which is the target of this research. Interviews with the owner and documentation of *KopiTuh's* internal financial documents were used to gather data. The cost of goods sold (*COGS*) and selling price were determined by quantitative data analysis, while the study results were interpreted through descriptive data analysis. Comparing the *COGS* of *Aren Coffee* (IDR 14,170) and *Lychee Tea* (IDR 12,997), the findings showed that the direct raw material prices were a significant differentiator. The suggested retail prices for *Kopi Aren* and *Lychee Tea*, according to the cost-plus pricing strategy with a 30% profit margin objective, are Rp 18,000 and Rp 17,000, respectively. Findings from this research support the idea that strategic pricing choices must include pertinent cost analyses. In order to keep their products competitive and profitable, *KopiTuh Coffee Shop* has to keep a close eye on their expenses. Insights on how to improve pricing strategies that are sensitive to cost swings and market dynamics will be provided to *KopiTuh* management as a practical consequence of this study. Theoretically, this study adds to what is already known about how the relevant cost notion works in the coffee shop industry.

**Keywords:** relevant cost, selling price, pricing decision, cost plus pricing

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji bagaimana *KopiTuh Coffee Shop* menentukan harga produk mereka dengan melihat pengaruh biaya relevan. Data yang diperoleh pada bulan April 2025 menjadi fokus utama penelitian, yang difokuskan pada item *Kopi Aren* dan *Lychee Tea*. Metodologi kuantitatif deskriptif berdasarkan model *Cost Plus Pricing* mendasari penelitian ini. Biaya langsung bahan baku, biaya langsung tenaga kerja, dan overhead manufaktur membentuk Harga Pokok Produksi (HPP), yang menjadi target penelitian ini. Wawancara dengan pemilik dan dokumentasi dokumen keuangan internal *KopiTuh* digunakan untuk mengumpulkan data. Harga pokok produksi (HPP) dan harga jual ditentukan dengan analisis data kuantitatif, sedangkan hasil penelitian ditafsirkan melalui analisis data deskriptif. Dengan membandingkan HPP *Kopi Aren* (Rp 14.170) dan *Lychee Tea* (Rp 12.997), temuan menunjukkan bahwa harga bahan baku langsung merupakan pembeda yang signifikan. Harga eceran yang disarankan untuk *Kopi Aren* dan *Lychee Tea*, menurut strategi harga biaya-plus dengan tujuan margin keuntungan 30%, masing-masing adalah Rp 18.000 dan Rp 17.000. Temuan dari penelitian ini mendukung gagasan bahwa pilihan harga strategis harus mencakup analisis biaya yang relevan. Agar produk mereka tetap kompetitif dan menguntungkan, *Kedai KopiTuh* harus mengawasi pengeluaran mereka dengan cermat. Wawasan tentang cara meningkatkan strategi harga yang peka terhadap perubahan biaya dan dinamika pasar akan diberikan kepada manajemen *KopiTuh* sebagai konsekuensi praktis dari penelitian ini. Secara teoritis, penelitian ini menambah apa yang sudah diketahui tentang bagaimana gagasan biaya relevan bekerja di industri kedai kopi.

**Kata Kunci:** biaya relevan, harga jual, keputusan harga, *cost plus pricing*



©2024 Authors. Published by PT AN Consulting: Jurnal ANC. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

## PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia, khususnya di sektor manufaktur, akhir-akhir ini mengalami peningkatan. Tingkat persaingan antar pelaku usaha di sejumlah industri pun meningkat akibat pertumbuhan ini. Perusahaan yang berada dalam situasi ini membutuhkan strategi dan rencana yang matang untuk memastikan bahwa produk mereka dapat mengungguli pesaing dan menghasilkan laba yang maksimal. Mengurangi biaya produksi dan pengeluaran lain agar tetap rendah sangat penting untuk tujuan utama perusahaan, yaitu menghasilkan laba yang

maksimal. Sebagai strategi tambahan, pelaku usaha dapat mendongkrak margin laba dengan menaikkan harga pasar. Saat memutuskan berapa harga yang akan dikenakan untuk suatu produk, pelaku usaha yang mengubah bahan mentah menjadi barang jadi harus terlebih dahulu menentukan biaya produksinya.

Penetapan harga produk merupakan bagian penting dari strategi pemasaran dan manajemen keuangan setiap perusahaan. Agar tetap menguntungkan sekaligus tetap menarik bagi pelanggan, *Coffee Shop* harus memilih cara menetapkan harga untuk produknya dalam lingkungan bisnis makanan dan minuman yang sangat kompetitif. Permintaan, posisi pasar, dan keberhasilan finansial semuanya dipengaruhi oleh keputusan penetapan harga, jadi penetapan harga yang tepat sangatlah penting.

Pertimbangan biaya yang relevan merupakan aspek utama penetapan harga. (Nur Mustafiyatus, dkk. 2025) menyatakan bahwa biaya relevan merupakan biaya masa depan yang bervariasi pada semua pilihan. Karena semua pilihan memengaruhi apa yang terjadi di masa depan, maka yang perlu dipertimbangkan hanyalah biaya yang akan terjadi di masa depan.

Menurut penelitian sebelumnya, penggunaan biaya relevan dapat meningkatkan efisiensi dan profitabilitas perusahaan. Biaya relevan bermanfaat untuk banyak hal, antara lain: membuat keputusan harga jual, mengelola sumber daya, menemukan harga yang optimal, dan mencapai laba yang maksimal. Biaya relevan juga memberikan informasi, menganalisis pro dan kontra, mengevaluasi alternatif, dan memilih opsi yang menguntungkan. (Alfaried et al., 2023)

Generasi Z dan pelajar sebagian besar memanfaatkan *Coffee Shop* sebagai tempat pertemuan, ruang belajar, dan pusat bersosialisasi. Mayoritas Generasi Z (66%), menurut jajak pendapat Jakpat, menghabiskan sekitar Rp13.000 untuk secangkir kopi setiap hari. Berdasarkan angka-angka tersebut, jelas bahwa es kopi susu dari kafe menjadi favorit Gen Z (47%), sedangkan minimarket berada di urutan kedua (44%). Hal ini menandakan bahwa *Coffee Shop* akan mendominasi karena suasananya yang ramah, terlihat dari banyaknya kopi yang dikonsumsi dari tempat-tempat tersebut. Bagi masyarakat Indonesia, kopi bukan sekadar minuman; kopi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari mereka, sesuatu yang dinikmati saat mengobrol dengan teman atau sekadar bermain media sosial. Menurut Farida Hasna, analis di Lead Jakpat, "hal ini membuka peluang bagi merek untuk menciptakan pengalaman minum kopi yang unik dan berkesan bagi konsumen" (Disway.id, 2024).

Bagi mereka yang menyukai kopi dengan cara tertentu, KopiTuh adalah tempat yang tepat. Nikmati berbagai pilihan minuman unik dan kopi berkualitas tinggi di KopiTuh, kafe yang nyaman dengan desain interior yang cantik. Hanya menggunakan biji kopi terbaik dalam pengolahannya, KopiTuh melayani pelanggannya dengan menitikberatkan pada penyajian, keramahan, dan rasa. Selain itu, dalam upaya untuk menciptakan suasana yang ramah dan mempererat hubungan dengan pelanggan, kedai kopi ini sering menyelenggarakan acara komunitas. Dengan mengutamakan kualitas produk dan pengalaman pelanggan, KopiTuh bercita-cita untuk memantapkan diri sebagai *Coffee Shop* pilihan bagi para pencinta kopi lokal. KopiTuh menghadapi kesulitan dalam menjamin kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan sambil menjaga harga jual produk tetap kompetitif. Akibatnya, keputusan harga jual strategis sangat bergantung pada penggunaan informasi biaya yang relevan.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti bagaimana KopiTuh *Coffee Shop* memutuskan berapa harga yang akan dikenakan untuk produk Kopi Aren dan Lychee Tea, dengan mempertimbangkan semua biaya yang relevan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk (1) menentukan biaya mana yang berpengaruh pada HPP, (2) meneliti bagaimana penggunaan model *Cost Plus Pricing* memengaruhi harga jual dan profitabilitas, dan (3) menentukan bagaimana perubahan harga bahan baku memengaruhi margin laba. Untuk memaksimalkan laba dan tetap kompetitif, manajemen KopiTuh berharap dapat menggunakan temuan penelitian ini untuk mengembangkan strategi penetapan harga yang beradaptasi dengan perubahan harga dan situasi pasar.

Penelitian ini menyelidiki bagaimana pengaruh biaya relevan terhadap keputusan penetapan harga jual di KopiTuh *Coffee Shop*, dengan fokus pada produk Kopi Aren dan *Lychee Tea*. Menggunakan analisis biaya yang tepat untuk mengoptimalkan harga jual dan meningkatkan profitabilitas adalah perhatian utama yang telah disorot. Berikut adalah hipotesis yang akan dijalankan:

1. Penerapan analisis biaya relevan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas KopiTuh;
2. Biaya bahan baku langsung secara signifikan memengaruhi perbedaan HPP antara Kopi Aren dan Lychee Tea;
3. *Cost Plus Pricing* dengan margin 30% menghasilkan harga jual yang kompetitif dan menguntungkan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif sebagai instrumen analisis utama dengan disertai teknik *Cost Plus Pricing*. Untuk menemukan HPP dan harga terbaik untuk menjualnya, KopiTuh menyusun dan menganalisis data biaya dari laporan keuangan internal mereka.

Analisis menemukan bahwa perbedaan HPP antara kedua item tersebut sebagian besar disebabkan oleh biaya material langsung. Peneliti menganjurkan harga jual yang kompetitif dengan menggunakan *Cost Plus*

*Pricing* dengan margin 30%. Pada akhirnya, laba bersih Kedai KopiTuh mungkin akan meningkat berkat penelitian biaya relevan yang berlaku menjadi dasar pemilihan harga yang cerdas.

Keputusan penetapan harga yang tidak akurat karena kurangnya pemahaman tentang biaya-biaya utama dapat mengurangi profitabilitas dan daya saing. Penelitian ini dirancang untuk membantu Kedai KopiTuh mengoptimalkan strategi penetapan harga mereka di masa mendatang dengan menganalisis bagaimana biaya-biaya yang relevan memengaruhi pilihan harga jual produk.

Sebagaimana dinyatakan oleh Mursyidi (2008:11) dalam (Pusung et al., 2014), akuntansi biaya mencakup pencatatan, pengkategorian, agregasi (peringkasan), dan pelaporan biaya produksi, penjualan produk dan layanan, dan konsekuensi dari aktivitas-aktivitas tersebut, serta menafsirkannya. Tujuan akuntansi biaya, menurut William (2009:11), adalah untuk membantu perencanaan dan pengendalian operasi, meningkatkan kualitas dan efisiensi, serta membuat pilihan reguler dan strategis berdasarkan biaya yang dihitung.

Biaya relevan adalah biaya yang berpotensi memengaruhi proses pengambilan keputusan perusahaan. Saat membuat pilihan, penting untuk mempertimbangkan biaya relevan, yaitu biaya yang dapat diubah dalam jangka pendek dan panjang. Jika seseorang ingin pilihan perusahaan/bisnisnya menghasilkan laba setinggi mungkin, perlu memastikan untuk memasukkan semua biaya relevan. (Ulfi Salsabila Azzahra et al., 2023).

Menggunakan biaya relevan adalah cara yang bagus bagi perusahaan untuk menangani banyak kesulitan, menurut Rudianto (2006:66) dalam (Ika & Siti, 2016). Gagal menggunakan teknik biaya relevan ini dapat menyebabkan kesalahan dalam memilih strategi keluar. Pilihan optimal dapat diperoleh dengan memanfaatkan kapasitas produksi, menurut Blocher, Stout, dan Cokins (2012:12). Berikut adalah empat pilihan yang perlu dipersiapkan:

1. Keputusan untuk permintaan khusus
2. Membuat keputusan tentang pembuatan, penyewaan, atau pembelian.
3. Keputusan untuk menjual sebelum atau sesudah pengolahan tambahan.
4. Analisis profitabilitas: meneruskan atau menghentikan lini produk

Manajer mengevaluasi banyak tindakan potensial dalam fase terakhir pengambilan keputusan. Informasi relevan dengan masalah keputusan ketika memperhitungkan empat faktor berikut, seperti yang dinyatakan oleh Simamora (2012:221) dalam (Pusung et al., 2014):

1. Berkaitan Dengan Masa Depan  
Agar pengetahuan bermanfaat untuk pengambilan keputusan, pro dan kontra harus berkaitan dengan hal-hal yang akan terjadi di masa depan. Semua penilaian bergantung pada informasi yang berkaitan dengan masa depan. Memprediksi masa depan, daripada menyatakan kembali masa lalu, adalah hal yang membuat pengetahuan relevan. Akuntan manajemen harus mengumpulkan data yang berkaitan dengan masa depan karena opsi yang dipertimbangkan dapat mencakup serangkaian aktivitas di masa depan.
2. Berbeda Di Antara Alternatif-Alternatif  
Jika data relevan, data tersebut akan menunjukkan biaya dan keuntungan relatif dari opsi yang memungkinkan. Perbedaan antara pengetahuan yang relevan dan tidak relevan adalah bahwa yang pertama memengaruhi keputusan sedangkan yang kedua tidak. Pilihan tidak terpengaruh oleh biaya jika beberapa opsi memiliki biaya masa depan yang sama.
3. Kebutuhan Akan Prediksi  
Akuntan manajemen harus mampu meramalkan besarnya manfaat dan biaya yang relevan karena informasi yang relevan berkaitan dengan kejadian di masa mendatang. Estimasi perilaku biaya yang diperoleh dari data historis sering digunakan oleh akuntan manajemen saat membuat proyeksi. Rincian tentang biaya dan manfaat di masa mendatang dianggap relevan.
4. Keputusan Unik dan Repetitif  
Sangat sedikit penilaian yang benar-benar unik. Pengumpulan data untuk pilihan yang unik sering kali memerlukan analisis khusus akuntan manajemen. Keputusan dibuat berulang-ulang setiap hari. Karena akuntan harus membuat keputusan, mereka menyimpan catatan khusus data yang berkaitan dengan penjadwalan keputusan.

Harga pokok produksi atau disebut harga pokok adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan terjadi untuk memperoleh penghasilan (Mulyadi, 2009) dalam (Novietta et al., 2022). Pendapatan perusahaan atau bisnis dapat ditemukan dengan mengurangi biaya yang dibayarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut. Hasilnya adalah laba atau rugi periodik dari perusahaan atau bisnis tersebut.

Data dari harga pokok produksi harus diambil untuk mendapatkan informasi ini. Seperti yang dinyatakan oleh (Mulyadi, 2009) dalam (Novietta et al., 2022), ada banyak keuntungan dalam menghitung seluruh biaya produksi, termasuk:

1. Menentukan Harga Jual Produk  
Untuk menentukan biaya produksi per unit produk, bisnis yang memproduksi dalam jumlah besar harus memproses barang mereka selama periode waktu tertentu untuk memenuhi permintaan persediaan gudang. Biaya produksi per unit adalah salah satu variabel biaya dan non-biaya yang diperhitungkan saat menetapkan harga eceran suatu produk.
2. Memantau Realisasi biaya Produksi  
Rincian pengeluaran yang dilakukan selama jangka waktu tertentu untuk melacak apakah produksi menghabiskan semua dana yang dialokasikan sebagaimana mestinya.
3. Menghitung Laba Rugi Periodik  
Untuk memastikan apakah usaha produksi dan pemasaran perusahaan selama jangka waktu tertentu dapat memberikan aliran pendapatan (laba bruto/kotor).
4. Menentukan Harga Pokok Persediaan Produk Jadi dan Produk dalam Proses yang Disajikan Dalam Neraca.  
Kemampuan untuk menyiapkan dan menyerahkan laporan keuangan dalam bentuk laporan laba rugi dan neraca sangat penting bagi pemilik bisnis. Laporan ini harus mencakup informasi berikut: biaya persediaan barang jadi pada tanggal neraca; biaya barang yang masih dalam proses pada tanggal tersebut; dan biaya produksi barang jadi yang belum terjual tetapi biaya produksinya diketahui pada tanggal neraca. Biaya persediaan produk jadi menunjukkan biaya yang terkait dengan barang yang telah selesai pada tanggal laporan neraca. Biaya persediaan barang dalam proses merupakan komponen biaya produksi yang ditunjukkan pada neraca. Item-item ini masih dalam pengerjaan.

Harga jual adalah sejumlah uang (ditambah sejumlah barang, jika memungkinkan) yang dibutuhkan untuk memperoleh berbagai barang dan jasa, menurut (Oktavia Toar, Karamoy & Wokas, 2017). Contoh pilihan manajemen adalah penetapan harga. Menurut (Sodikin, 2015: 158), pilihan harga ini akan menentukan nasib perusahaan dalam jangka panjang.

Berikut ini adalah tujuan penetapan harga, menurut Kotler dan Keller (2009: 138):

1. Kelangsungan hidup
2. Keuntungan finansial yang cepat
3. Pendapatan sekarang maksimum
4. Peningkatan pertumbuhan penjualan maksimum

Swastha (2010: 154) mengemukakan temuan penelitian (Oktavia Toar, Karamoy & Wokas, 2017) dengan mengatakan bahwa cara termudah untuk menentukan harga jual berdasarkan biaya adalah:

1. *Cost plus pricing method* adalah strategi penetapan harga biaya plus melibatkan penentuan harga jual atau biaya dan kemudian menambahkan sejumlah tertentu (persentase) ke dalamnya sebagai keuntungan.
2. *Mark up pricing method* adalah Menurut Samryn (2012:352) dalam Vita Krisnamurti (2015), markup suatu produk atau jasa adalah selisih harga jual dengan harga pokoknya.
3. Keputusan produsen dalam menentukan harga jual akan memicu reaksi berantai di mana perusahaan distribusi selanjutnya akan menentukan harga jualnya sendiri.

Berdasarkan hasil penelitian Sari (2018), ada empat metode yang dapat digunakan untuk menghitung harga jual dengan pendekatan ini:

1. Biaya Produksi Penuh (*Full Costing*)  
Pendekatan ini menyatakan bahwa total cost of production mencakup harga bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik yang bersifat tetap dan variabel.
2. Biaya Penuh (*Full Cost*)  
Total cost suatu perusahaan mencakup biaya produksi dan biaya nonproduksi yang dihitung sebagai penjumlahan dari semua biaya (variabel ditambah biaya tetap).
3. Biaya Produksi Variabel (*Variable Costing*)  
Pendekatan ini menyatakan bahwa satu-satunya biaya yang terkait dengan produk adalah biaya produksi variabel. Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead produksi variabel merupakan satu-satunya komponen biaya produk. Biaya produksi tidak termasuk biaya overhead produksi tetap; biaya tersebut merupakan biaya periode (*period cost*).
4. Biaya Variabel (*Variable Cost*)  
Semua biaya yang dapat berubah, baik yang terkait dengan produksi atau tidak, dianggap sebagai biaya variabel.

Noviasari dan Alamsyah (2020) menemukan bahwa Kristanti dalam Dian Purnama (2017, 38) menyatakan bahwa teknik penetapan harga *cost plus pricing* merupakan cara untuk mengetahui harga dengan menggunakan pendekatan biaya yang memperhitungkan biaya produksi dan pengeluaran nonproduksi yang merupakan bagian dari biaya tersebut. Strategi penetapan harga *cost plus pricing* menyatakan bahwa ketika suatu bisnis memproduksi lebih banyak dalam jumlah besar, harga akan turun dan sebaliknya ketika suatu bisnis memproduksi lebih sedikit dalam jumlah besar, harga akan naik. Rumus metode penetapan harga *cost plus pricing* secara sederhana adalah:

Harga jual = Taksiran biaya penuh + Margin laba

### METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif . Sebaliknya, data kuantitatif terdiri dari fakta dan statistik yang dapat diukur, diolah, dan dianalisis. Penelitian deskriptif melibatkan penggambaran suatu situasi dalam keadaan alamiahnya, tanpa mengubah faktor apa pun yang sedang diselidiki. Studi ini berkaitan dengan laporan *Coffee Shop KopiTuh* dan didasarkan pada data numerik yang dikumpulkan dari *coffee shop* itu sendiri untuk periode tahun 2024. Tujuan dari studi ini adalah untuk mengumpulkan informasi yang, jika dibandingkan dengan kerangka teoritis yang sesuai, akan memungkinkan pengembangan temuan dan analisis yang akan memberikan gambaran umum tentang topik penelitian. *Coffee Shop KopiTuh* menjadi subjek studi ini, yaitu penawaran kopinya. Informasi dikumpulkan selama setahun dari 48.000 unit melalui simulasi kasus pesanan khusus, literatur sekunder, dan rekaman wawancara. Penelitian ini mengandalkan dokumentasi, yaitu catatan keuangan internal dan laporan biaya produksi, untuk mengumpulkan data. Pemantauan langsung (observasi) terhadap proses penetapan harga sedang dipertimbangkan.

Data untuk penelitian kualitatif ini berasal dari wawancara langsung dan observasi partisipan di *Coffee Shop KopiTuh*. Informasi tentang strategi penetapan harga, biaya tetap, dan biaya variabel merupakan bagian dari data yang dikumpulkan. Data Primer, yang terdiri dari wawancara dengan pemilik *Coffee Shop KopiTuh*, digunakan sebagai sumber informasi dalam studi ini.

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dua minuman—kopi aren dan lychee tea—dijadikan sampel dalam penelitian ini. Data penelitian dikumpulkan pada bulan April 2025. Data produksi untuk setiap jenis minuman akan disajikan di bawah ini.

Tabel 1 Taksiran Jumlah Produksi

No	Menu	Taksiran Jumlah Produk Yang Di Hasilkan			
		Perhari	Perminggu	Perbulan	Pertahun
1	Kopi aren	80	500	2000	24,000
2	lychee tea	80	500	2000	24,000
	Total Produksi	160	1000	4000	48,000

Sumber: Data diolah penulis, April 2025

#### Penggolongan Biaya

Bagian integral dari mengubah sumber daya mentah menjadi produk yang dapat dijual adalah biaya produksi. (Nurul Tria,et.al. 2025)

#### Biaya bahan baku

Berikut ini adalah contoh bahan baku langsung yang digunakan oleh coffee shop kopi KopiTuh:

Tabel 2 Biaya Bahan Baku Kopi Aren

No	Bahan Baku Langsung	Jumlah Pemakaian Bahan Baku Langsung per Bulan	Harga Satuan (Rp)	Biaya Bulanan (Rp)
1	Gula	32 kg	22.000 / kg	Rp 668,128
2	Biji kopi (Aceh gayo)	24 kg	274.402/kg	Rp 6,585,648
3	Air	56 Galon	22.000/galon	Rp 1,176,000
4	Gula Aren	15 kg	30.000/kg	Rp 450,000
5	Es batu Kristal	20 kantong	23.000/kg	Rp 460,000
	Total			Rp 9,339,776

Sumber: Data diolah penulis, April 2025

Setiap bulan, KopiTuh mengeluarkan biaya sebesar Rp 9.339.776 untuk kopi aren.

Tabel 3 Biaya Bahan Baku Lychee Tea

No	Bahan Baku Langsung	Jumlah Pemakaian Bahan Baku Langsung per Bulan	Harga Satuan (Rp)	Biaya Bulanan (Rp)
1	Gula	32 Kg	22.000 / kg	Rp 668,12
2	Powder Lychee (Omura)	24 Kg	53.333/kg	Rp 1,280,000
3	Air	56 Galon	22.000/galon	Rp 1,176,000
4	The Tong-Ji	20 Kg	10.000/80gram	Rp 2,500,000
5	Buah Lychee Kaleng	35 Kaleng	25.000/kaleng	Rp 875,000
6	Daun Mint	1 Kg	35.000/kg	Rp 35,000
7	Es Batu Kristal	20 kantong	23.000/kantong	Rp 460,000
Total				Rp 6,994,128

Sumber: Data diolah penulis, April 2025

Biaya bulanan bahan baku untuk menu Lychee Tea di coffee shop KopiTuh adalah Rp 6.994.128.

### Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tabel 4. Biaya Tenaga Kerja Langsung

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah Orang	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Jumlah
1	Kepala Toko	1	Rp 2,500,000	Rp 2,500,000
2	Barista	2	Rp 1,800,000	Rp 3,600,000
3	Waiters	3	Rp 1,800,000	Rp 5,400,000
4	Cook Helper	2	Rp 1,800,000	Rp 3,600,000
5	Kasir	1	Rp 1,800,000	Rp 1,800,000
Total				Rp 16,900,000

Sumber: Data diolah penulis, April 2025

Seluruh biaya yang dikeluarkan untuk tenaga kerja langsung adalah Rp. 16.900.000.

### Biaya Overhead Pabrik

Tabel 5. Biaya Overhead Pabrik

No	Jenis Biaya	Total (Perbulan)
1	Biaya Listrik	Rp 800,000
2	Biaya Air	Rp 300,000
3	Biaya Wifi	Rp 500,000
4	Biaya Pemeliharaan	Rp 500,000
Total		Rp 2,100,000

Sumber: Data diolah penulis , April 2025

Pada bulan April tahun 2025, Coffee Shop KopiTuh mengeluarkan total biaya *overhead* manufaktur/pabrik variabel sebesar Rp2.100.000, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 5.

Harga Pokok Produksi Metode Cost Plus Pricing

1.	Kopi Aren :	BBB =	Rp	9,339,776
		BTKL =	Rp	16,900,000
		BOP =	Rp	2,100,000
	Maka Total Biaya Produksi	=	Rp	28,339,776

HPP = Total Biaya Produksi / Total Produksi

HPP = Rp. 28.339.776 / 2000

HPP = Rp. 14.170

Taksiran Margin 30%

Harga Jual Produk =  $\frac{\text{Total Biaya Produksi} + \text{Laba yang diharapkan}}{\text{Total Produksi Sebulan}}$

=  $\frac{\text{Rp. 28.339.776} + (30\% \times 28.339.776)}{2000}$

=  $\frac{\text{Rp. 28.339.776} + 8.501.933}{2000}$

=  $\frac{\text{Rp. 36. 841. 709}}{2000}$

= Rp. 18.420

Menurut Metode *Cost Plus Pricing*, produk Kopi Aren diharapkan dijual dengan harga Rp18.000 per gelas.

2.	Lychee Tea :	BBB =	Rp	6,994,128
		BTKL =	Rp	16,900,000
		BOP =	Rp	2,100,000
	Maka Total Biaya Produksi	=	Rp	25,994,128
	HPP = Total Biaya Produksi / Total Produksi			
	HPP = Rp. 25.994.128 / 2000			
	HPP = Rp. 12.997			
	Taksiran Margin 30%			
	Harga Jual Produk	=	<u>Total Biaya Produksi + Laba yang diharapkan</u>	
			Total Produksi Sebulan	
			Rp. 25.994.128 + (30% x 25.994.128)	
			2000	
			Rp. 25.994.128 + 7.798.238	
			2000	
			Rp. 33.792.366	
			2000	
			Rp. 16.896	

Dengan menggunakan Metode Metode *Cost Plus Pricing*, memperkirakan bahwa satu gelas Lychee Tea akan berharga sekitar Rp17.000/gelas.

### Pembahasan Hasil Analisis Harga Pokok Produksi dan Harga Jual dengan Metode *Cost Plus Pricing*

Sejumlah temuan penting muncul dari pemeriksaan HPP dan penerapan pendekatan *Cost Plus Pricing* terhadap harga produk Kopi Aren dan Lychee Tea , sebagaimana ditentukan oleh data yang dikumpulkan dari Coffee Shop KopiTuh pada bulan April 2025:

#### 1. Komponen Biaya Produksi:

- Tiga bagian utama dari biaya produksi adalah BBB untuk bahan baku langsung, BTKL untuk tenaga kerja langsung, dan BOP untuk *overhead* pabrik. Proporsi masing-masing komponen biaya ini berbeda untuk setiap produk, tergantung pada bahan baku yang digunakan dan proses produksinya.
- Penggunaan biji kopi Aceh Gayo yang lebih mahal menaikkan biaya bahan baku langsung Kopi Aren dibandingkan dengan Lychee Tea.
- Diasumsikan bahwa kedua item tersebut memiliki biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik yang identik. Hal ini mungkin karena kedua minuman tersebut dibuat menggunakan fasilitas yang sama dan menggunakan tenaga kerja yang sama.

#### 2. Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP)

- Total biaya produksi (BBB, BTKL, dan BOP) dijumlahkan lalu dibagi dengan jumlah unit yang diproduksi untuk mendapatkan HPP.
- Harga pokok produksi (HPP) Kopi Aren adalah Rp14.170, sedangkan HPP Lychee Tea sebesar Rp12.997, karena Kopi Aren memiliki beban bahan baku langsung yang lebih besar.

#### 3. Penentuan Harga Jual dengan Metode *Cost Plus Pricing*

- Dengan meningkatkan harga pokok produksi (HPP) dengan markup atau target margin laba, seseorang dapat menerapkan strategi *Cost Plus Pricing*. Di sini, 30% adalah margin laba yang diinginkan.
- Harga penjualan Lychee Tea adalah Rp. 17.000, sedangkan harga penjualan Kopi Aren adalah 18.000. Harga jual ini telah dibulatkan dari hasil perhitungan untuk memudahkan transaksi.

#### 4. Implikasi Manajerial

- Manajemen dapat mengoptimalkan laba dengan menentukan harga jual yang tepat berdasarkan HPP dan target margin laba.
- Manajemen dapat menggunakan studi ini untuk menemukan cara-cara untuk meningkatkan biaya produksi, termasuk menemukan sumber bahan baku yang lebih murah atau membuat proses produksi lebih efisien.
- Analisis ini juga membantu manajemen dalam mengidentifikasi area-area yang dapat dioptimalkan untuk mengurangi biaya produksi, misalnya dengan mencari pemasok bahan baku yang lebih murah atau meningkatkan efisiensi proses produksi.
- Data ini sangat penting saat membuat keputusan tentang penetapan harga, perencanaan produksi, dan manajemen biaya.

## 5. Keterbatasan Analisis

- Data yang digunakan untuk penelitian ini hanya dari bulan April 2025. Perubahan biaya bahan baku, tarif tenaga kerja, dan biaya *overhead* dapat menyebabkan biaya produksi berfluktuasi dari waktu ke waktu.
- Semua biaya *overhead* pabrik diasumsikan dibagi rata antara dua produk dalam penelitian ini. Biaya *overhead* mungkin perlu dialokasikan lebih tepat jika terdapat variasi substansial dalam penggunaan fasilitas atau sumber daya untuk setiap produk.
- Analisis ini hanya mempertimbangkan biaya produksi. Faktor-faktor lain seperti biaya pemasaran, biaya distribusi, dan harga pesaing juga perlu dipertimbangkan dalam penentuan harga jual akhir.

## SIMPULAN

Menemukan strategi harga yang optimal untuk *Coffee Shop* KopiTuh memerlukan riset biaya relevan, seperti yang ditunjukkan oleh penelitian ini. KopiTuh dapat menetapkan harga yang kompetitif dan menguntungkan dengan menggunakan pendekatan *Cost Plus Pricing* dan menilai biaya yang relevan secara cermat, khususnya harga bahan baku langsung. Perlunya pemantauan dan pengendalian biaya bahan baku langsung secara ketat untuk memastikan profitabilitas ditunjukkan oleh penelitian ini, yang menunjukkan bahwa biaya-biaya ini memiliki dampak substansial pada biaya pokok produksi (HPP) untuk setiap produk. Lebih jauh, penelitian ini menekankan perlunya mengevaluasi dan merevisi strategi harga secara konsisten untuk menyesuaikan dengan harga yang berfluktuasi dan keadaan pasar. Dengan melakukan hal itu, *Coffee Shop* KopiTuh dapat memastikan kelangsungan dan daya saing jangka panjangnya.

Harga eceran yang disarankan untuk KopiTuh, sebagaimana dihitung menggunakan model *Cost Plus Pricing*, mengungkapkan seluruh biaya produksi bersama dengan laba yang diantisipasi. Analisis ini harus ditinjau dan diperbarui secara berkala oleh manajemen untuk menjaga harga jual tetap kompetitif dan menguntungkan. Untuk meningkatkan laba perusahaan, penting juga untuk menilai seberapa efisien manufaktur dalam hal biaya.

Wawancara dengan pemilik KopiTuh dan telaah catatan keuangan perusahaan memberikan data yang mendukung validitas penelitian ini. Penelitian ini menambah pengetahuan teoritis dan praktis peneliti tentang fungsi biaya terkait dalam konteks UKM, khususnya dalam industri kedai kopi yang dinamis dan tengah mengalami perkembangan pesat.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Kepada Tuhan Yang Maha Esa, kami mengucapkan syukur atas segala nikmat yang telah diberikan sehingga kami dapat menyelesaikan jurnal ini dengan sebaik-baiknya. Khususnya kepada pemilik *Coffee Shop* KopiTuh, saya sangat berterima kasih karena telah meluangkan waktu untuk berbincang dengan tenang dan memberikan data yang sangat berharga bagi penelitian saya. Terima kasih juga kepada dosen pembimbing, rekan-rekan mahasiswa, dan semua pihak yang telah memberikan dukungan moral dan akademis selama proses pembuatan jurnal ini, serta tidak lupa terimakasih kepada para pembaca yang telah meluangkan waktu membaca karya ilmiah ini. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah dan kontribusi bagi kemajuan pendidikan dan usaha kecil menengah (UKM) di lingkungan ilmiah dan bisnis Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- [ 1 ] Alfaried, M., Fauzi, A., Syahirah, P., Suci, R. E., & Adjie, S. 2023. Peran Dan Fungsi Biaya Relevan Dalam Mengambil Keputusan Pesanan Khusus (Vol. 3, Issue 1). <https://journal.admi.or.id/index.php/JAMAN/article/download/682/826/2422>. (Diakses pada tanggal 1 Mei 2025)
- [ 2 ] Mustafiyatus Nur Lailina, & Hwihanus Hwihanus. 2025. Analisis Biaya Relevan untuk Pengambilan Keputusan Menerima atau Menolak Pesanan Khusus pada CV. Prek Jhon. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 3(2), 89–96. <https://ejournal.stietrianandra.ac.id/index.php/jumia/article/download/3747/2957/13390> (Diakses pada tanggal 4 Mei 2025)
- [ 3 ] Marieska, H. 2024. Waduh, Duit Gajian Habis Buat Ngopi? 47% Gen Z Wajib Beli Es Kopi Susu Tiap Hari., dari <https://disway.id/read/778209/waduh-duit-gajian-habis-buat-ngopi-47-gen-z-wajib-beli-es-kopi-susu-tiap-hari>. (Diakses pada tanggal 30 April 2025)
- [ 4 ] Thenu,G, Manossoh,H, Runtu,T, 2021. Analisis Harga Pokok Produksi Dengan *Metode Full Costing* Dalam Penetapan Harga Jual Pada Usaha Kerupuk Rambak Ayu. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/33445/31648> . (Diakses pada tanggal 4 Mei 2025)
- [ 5 ] Sari A.I., Ardelilla,S,A.,Fionasari,D. 2020. Analisis Akuntansi Diferensial Pada PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk. <https://journal.yrpiiku.com/index.php/raj/article/download/99/58> . (Diakses pada tanggal 4 Mei 2025)
- [ 6 ] Ika, R. S., & Siti, S. 2016. Analisis Perhitungan Biaya Relevan Untuk Pesanan Khusus Guna Meningkatkan Laba Perusahaan Kasur “Ud. Afina Rizki.” Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK), 3(3), 229–247. <https://journal.stieken.ac.id/index.php/ritmik/article/view/265/369>. (Diakses pada tanggal 28 April 2025)
- [ 7 ] Noviasari, E., & Alamsyah, R. 2020. Peranan Perhitungan Harga Pokok Produksi Pendekatan Full Costing Dalam Menentukan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Pricing. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 8(1), 17–26. <https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jiakes/article/download/287/314/987>. (Diakses pada tanggal 28 April 2025)
- [ 8 ] Novietta, L., Nurmedi, R., & Minan, K. 2022. Analisis Pentingnya Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Pokok Penjualan untuk Optimalisasi Harga Jual Produk UMKM. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Digital (JAMED)*, 2(3), 56–63.

- <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3529559&val=30880&title=Analisis%20Pentingnya%20Perhitungan%20Harga%20Pokok%20Produksi%20dan%20Harga%20Pokok%20Penjualan%20untuk%20Optimalisasi%20Harga%20Jual%20Produk%20UMKM>. (Diakses pada tanggal 30 April 2025)
- [ 9 ] Oktavia Toar, Karamoy, H., & Wokas, H. 2017. Analisis Perbandingan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan *Metode Cost Plus Pricing* Dan *Mark Up Pricing* Pada *Dolphin Donuts Bakery the Analysis of Products Selling Price Comparison By Using Cost Plus Pricing and Mark Up Pricing Methods At Dolphin Donuts B*. Jurnal EMBA, 5(2), 2040–2050. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/16488> . (Diakses pada tanggal 30 April 2025)
- [ 10 ] Pusung, R., Saerang, D., & Mandagi, W. (2014). Analisis Biaya Relevan Dalam Pengambilan Keputusan Menjual Atau Memproses Lebih Lanjut Produk Pada PT. Fortuna Inti Alam. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 2(2), 1043–1054. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/4485> . (Diakses pada tanggal 30 April 2025)
- [ 11 ] Sari, Y. (2018). Analisis Penentuan Harga Jual Dengan *Metode Cost Plus Pricing* Dan Pengaruhnya Terhadap Laba Yang Dihasilkan Pada UD Maju. Jurnal Akuntansi Dan Bisnis : Jurnal Program Studi Akuntansi, 4(1). <https://doi.org/10.31289/jab.v4i1.1549> . (Diakses pada tanggal 1 Mei 2025)
- [ 12 ] Azzahra,U,S, Fauzi,A, Yunaz,H, Nashrulloh,S, Risqi,M, Ramadhan,M,T, Irawan,M,R,B. 2023. Analisis Biaya Relevan Dalam Pengambilan Keputusan Jangka Pendek Pasca Pandemi Covid 19. Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis, 3(3), 147–156. <https://doi.org/10.56127/jaman.v3i3.1028> (Diakses pada tanggal 1 Mei 2025)
- [ 13 ] Arofah,T,N , Rochmah,E,P,N , Maulidia,D , Kurniawati,F , Anam, H , Zeinor ,M,R, Adiyanto,M,R. 2025. Analisis Pengendalian Biaya Produksi dalam Meningkatkan Laba pada UMKM Soto Abas Trunojoyo. <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/Inisiatif/article/download/3469/3119/12023> (Diakses pada tanggal 10 Mei 2025)