

ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK PADA CAFE SWARA DI TENGGARONG

Indah Mayang Sari, Ali Akbar, Kartina Eka Ningsih

Abstract:

Indah Mayang Sari (2025), titled "Analysis of Selling Price Determination of Products at Cafe Swara in Tenggarong," under the supervision of Mr. Ali Akbar, SE, M.Si as the first supervisor and Mrs. Hj. Kartina Eka Ningsih, SE, M.Si as the second supervisor.

With this analysis, it is evident that the selling prices set by the owner of Cafe Swara are lower than the results of the analysis. Therefore, the selling prices set by the owner of Cafe Swara should be adjusted to achieve optimal profit while still remaining within a price range affordable to customers.

Keywords: *selling price, variable costing, cafe.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Strategi penetapan harga yang digunakan oleh UMKM selama ini sangat beragam. Sebagian menerapkan cost-plus pricing dan full costing secara sederhana, namun masih banyak yang menggunakan pendekatan going-rate pricing dengan mengikuti harga kompetitor. Di masa pandemi, bahkan beberapa usaha makanan menerapkan strategi mengurangi ukuran porsi untuk menjaga margin keuntungan tanpa menaikkan harga secara eksplisit.

Cafe Swara merupakan salah satu pelaku UMKM kuliner yang beroperasi di kawasan Tenggarong, Kalimantan Timur tepatnya yang beralamat di Jalan A.. Moh. Alimuddin No. 37 Kelurahan Melayu. Sebagai kafe lokal dengan beberapa menu unggulan, usaha ini dijalankan secara mandiri oleh pemiliknya tanpa pendampingan manajerial formal. Salah satu tantangan yang dialami pengelola adalah dalam

menentukan harga jual produk, yang selama ini masih berbasis pengalaman dan intuisi pribadi. Praktik penetapan harga di Cafe Swara belum terdokumentasi secara sistematis dan tidak diketahui apakah sudah mempertimbangkan keseluruhan biaya langsung maupun tidak langsung secara menyeluruh menjadikan proses tersebut sangat rentan terhadap kesalahan. Hal ini menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana keputusan harga benar-benar dibuat oleh pengelola.

Dalam menetapkan harga jual, pemilik Cafe Swara mengandalkan pendekatan informal. Penetapan harga untuk produk seperti Ayam Geprek dan Kopi Krim dilakukan berdasarkan observasi harga kompetitor dan perkiraan keuntungan, tanpa menggunakan metode penghitungan biaya yang baku. Praktik seperti ini lazim ditemukan pada UMKM yang belum memiliki sistem pembukuan terstruktur.

Dalam praktik operasionalnya, Cafe Swara menetapkan harga berdasarkan kombinasi antara pengamatan terhadap harga kompetitor dan perkiraan biaya bahan, tanpa perhitungan mendalam atas biaya tidak langsung seperti listrik, sewa tempat, atau penyusutan peralatan. Akibatnya, margin keuntungan yang diperoleh tidak selalu konsisten, dan dalam beberapa bulan terakhir, pemilik mengaku mengalami kesulitan dalam menjaga arus kas usaha. Ini menjadi indikasi awal bahwa metode penetapan harga yang digunakan belum mencerminkan pendekatan metode manajemen yang berkelanjutan dan terukur.

Dengan menggali pengalaman subjektif serta strategi yang mudah dijalankan oleh pelaku UMKM, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata dalam memperluas pengetahuan, khususnya dalam kajian manajemen mikro dan ekonomi lokal. Pendekatan ini tidak hanya mengungkap dimensi teknis dalam pengambilan keputusan harga, tetapi juga menyoroti dinamika sosial, nilai-nilai budaya, serta logika informal yang mendasari perilaku ekonomi pelaku usaha kecil. Pemahaman yang lebih komprehensif terhadap realitas di lapangan diharapkan dapat memberikan perspektif baru dalam pengembangan teori manajemen usaha mikro, serta menjadi dasar perumusan kebijakan publik yang lebih inklusif, kontekstual, dan berorientasi pada pemberdayaan. Sebagaimana

disampaikan oleh Hasbi, Meilani, & Dewi (2024), pendekatan kualitatif yang menggali aspek sosial dan nilai personal dalam praktik bisnis UMKM masih jarang digunakan, padahal memiliki potensi besar untuk menjelaskan fenomena yang tidak dapat dijelaskan secara numerik. Dengan demikian, studi ini tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga strategis dalam memperkuat posisi UMKM sebagai pilar ekonomi nasional yang berbasis pada kearifan lokal dan keberlanjutan jangka panjang.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian mengenai **“Analisis Penetapan Harga Jual Produk Pada Cafe Swara di Tenggarong”**

Rumusan Masalah

Kenyataan terjadi pada Cafe Swara adalah penentuan harga jual yang tidak sesuai dengan biaya operasional berdasarkan kaidah akuntansi yang sebenarnya. Seharusnya pemilik Cafe dapat melakukan analisis penentuan harga jual dengan tepat dan mengetahui tingkat keuntungan yang dihasilkan setiap periode.

Oleh karena itu yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini adalah “Apakah harga jual makanan dan minuman yang ditetapkan oleh penilik Cafe lebih rendah jika dibandingkan dengan penetapan harga jual menurut hasil analisis”.

Tujuan Penulisan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menentukan harga jual makanan dan minuman pada usaha Cafe Swara di Tenggarong.

TINJAUAN PUSTAKA

Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya adalah salah satu cabang akuntansi yang merupakan alat manajemen dalam memonitor dan merekam transaksi biaya secara sistematis, serta menyajikan informasi biaya dalam bentuk laporan biaya (Supriyono (2018 :12).

Akuntansi biaya adalah akuntansi yang membicarakan tentang penentuan harga pokok (*cost*) dari "sesuatu produk) yang diproduksi (atau dijual dipasar) baik untuk memenuhi pesanan dari pemesanan maupun untuk menjadi persediaan barang dagangan yang akan dijual. Halim (2015 : 3).

Berdasarkan pendapat-pendapat diatas tersebut tentang pengertian akuntansi biaya, maka dapat peneliti simpulkan bahwa akuntansi biaya merupakan alat manajemen yang menyajikan informasi biaya terhadap produk yang diproduksi sampai produk tersebut dijual sehingga apa yang menjadi tujuan perusahaan dapat tercapai.

Pengertian Biaya

Konsep biaya merupakan konsep yang terpenting dalam akuntansi biaya dan akuntansi manajemen. Adapun tujuan memperoleh informasi biaya digunakan untuk proses perencanaan,

pengendalian dan pembuatan keputusan. Dalam arti sempit biaya (*cost*) didefinisikan sebagai bagian dari harga pokok yang dikorbankan di dalam suatu usaha untuk memperoleh penghasilan. Sedangkan dalam arti luas biaya didefinisikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan mata uang yang telah terjadi dan mungkin akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu.

Penggolongan Biaya

Penggolongan biaya yang tepat adalah dengan menggunakan konsep (*different cost for different purposes*). Yang maksudnya adalah bahwa biaya digolongkan atas dasar tujuan penggunaan dari data biaya tersebut. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengertian biaya mempunyai empat unsur pokok, yaitu :

1. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi
2. Diukur dalam satuan uang
3. Yang telah terjadi atau secara potensial akan terjadi
4. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.

Klasifikasi biaya pada umumnya ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai menurut Mulyadi (2018:14)

Biaya dapat digolongkan menurut:

1. Obyek pengeluaran
2. Fungsi pokok dalam perusahaan

3. Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai
4. Perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan
5. Jangka waktu manfaatnya.

Klasifikasi biaya menurut Kartadinata (2019:24) adalah :

1. Produk
2. Volume produksi
3. Departemen pabrikase (*manufakturing departement*)
4. Satu periode akuntansi.

Konsep Tarif/harga Jual

Pengertian harga adalah “Sejumlah uang yang dibutuhkan konsumen untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya.” (Gitosudarmo (2015).

Pengertian lain harga jual menurut menurut (Swastha, 2015 ; 242) adalah sebagai berikut :

Harga jual harus mampu menutup biaya penuh dan menghasilkan laba yang sepadan dengan investasi dalam keadaan khusus, harga jual produk tidak dibebani tugas untuk menutup seluruh biaya penuh, setiap harga jual diatas biaya variabel telah memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap.

Dari beberapa pengertian tentang harga tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Harga adalah sejumlah uang atau nilai yang dibutuhkan untuk mendapatkan / menggunakan produk atau jasa. Secara umum para pelanggan menginginkan

barang-barang dan jasa yang berkualitas tinggi dan harga rendah. Jika semua barang itu sama, para pelanggan akan membeli barang yang harganya lebih murah, sedikit yang akan membeli harga yang lebih tinggi.

Harga Pokok Produksi

Menurut (Munawir, 2014) bahwa “Harga Pokok Produksi adalah pembebanan harga kepada produk atau jasa yang dikeluarkan sebesar harga pokok yang ditentukan dimuka sebelum suatu barang atau jasa mulai diproduksi atau dikerjakan”.

Berdasarkan dari beberapa pengertian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa harga pokok produksi adalah harga pokok yang ditentukan dimuka dan merupakan jumlah biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk membiayai produksi suatu satuan produk dengan didasarkan pada asumsi kondisi, ekonomi, efisiensi serta berbagai faktor lainnya. Oleh sebab itu penetapan harga pokok produksi ini dapat dikatakan sebagai langkah yang tepat untuk melakukan penilaian terhadap kebijaksanaan yang telah ditetapkan sebelumnya hingga dijadikan sebagai pedoman bagi usaha mengefisiensikan penggunaan atau realisasi biaya agar usaha lebih menguntungkan.

Full Costing

akuntansi yang menjelaskan bahwa semua biaya yang timbul pada proses produksi, seperti biaya variabel, biaya tetap, biaya langsung, biaya

investasi, dan semua biaya yang digunakan dalam proses produksi digunakan sebagai indikator penting untuk menghitung total keseluruhan dari biaya utama. (Mulyadi ,2018).

Pengertian lain full costing menurut (Supriyono, 2018) adalah Full costing atau absorption costing adalah metode akuntansi untuk menentukan harga pokok produksi dengan memperhitungkan seluruh biaya produksi yang dikeluarkan. Biaya produksi yang dimaksud meliputi biaya variabel, biaya tetap, biaya langsung, biaya investasi, dan seluruh biaya yang digunakan dalam proses produksi.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat peneliti simpulkan bahwa full costing adalah suatu metode untuk menentukan harga pokok suatu produk dengan menghitung semua biaya produksi. Biaya produksi termasuk tenaga kerja langsung, biaya bahan baku langsung, serta biaya overhead pabrik baik yang termasuk biaya variabel maupun biaya tetap.

dalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Harga pokok produksi menurut metode full costing ini terdiri dari unsur biaya produksi antara lain yaitu sebagai berikut:

Biaya Bahan Baku	Rp xxx ‘
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx
Biaya Overhead Pabrik	xxx
Biaya Overhead Pabrik Tetap	xxx (+)
Harga Pokok Produksi	xxx

Variabel Costing

Menurut Mulyadi (2018:105) pengertian variable costing adalah Variable costing adalah suatu metode perhitungan seluruh biaya yang digunakan untuk membuat suatu produk, yang mana biaya tersebut memiliki jumlah yang terus berubah sesuai dengan volume kegiatan bisnis. Itu artinya, biaya tersebut juga sifatnya fluktuatif atau naik turunnya secara proporsional dengan kuantitas output ataupun volume produksi.

Pengertian lain variable costing menurut Supriyono (2018:45) adalah Variable costing adalah metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi variabel saja. Biaya produksi variabel yang diperhitungkan dalam metode ini antara lain: Biaya bahan baku, Biaya tenaga kerja langsung, Biaya overhead pabrik variabel. Biaya produksi tetap dianggap sebagai biaya periode (period cost) yang langsung dibebankan kepada rugi laba periode terjadinya.

Variabel costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi. Biaya ini terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel. Dengan harga pokok produksi menurut metode variabel costing terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini:

Biaya Bahan Baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx
Biaya Overhead Pabrik	xxx (+)

Harga Pokok Produksi xxx

Mulyadi (2018:105)

Perbedaan Full Costing dan Variabel costing

Menurut Mulyadi (2018) Perbedaan full costing dan variable costing, diantaranya sebagai berikut:

a. Laporan Keuangan atas Laporan Laba Rugi

Jika menggunakan metode full costing maka biaya overhead akan dilaporkan dalam laporan keuangan saat produk sudah terjual, sedangkan untuk metode variable costing biaya overhead akan tetap dilaporkan dalam laporan keuangan.

b. Perhitungan Harga Pokok Produksi yang Berbeda

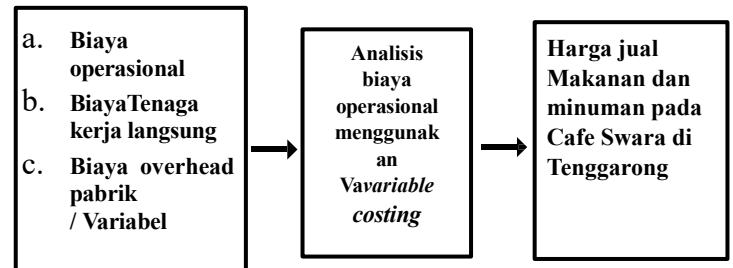
Untuk menghitung harga pokok produksi di sebuah perusahaan, perbedaan yang paling mencolok antara keduanya adalah bahwa metode full costing menggunakan lebih banyak biaya overhead pabrik tetap dan variabel, sedangkan pada metode variable costing hanya menghitung biaya overhead variabel.

Kerangka Berpikir

Kerangka pikir merupakan penggambaran alur pikir peneliti yang memberikan penjelasan tentang objek (variabel/fokus) permasalahan, mengapa peneliti memiliki anggapan sebagaimana diutarakan dalam hipotesis. Fungsi kerangka pikir menentukan apa dan siapa yang akan atau tidak akan dikaji, menegaskan adanya hubungan yang

ditunjukkan dengan tanda panah, dasar rumusan hipotesis dan penjelasan tentang hal-hal yang berhubungan dengan variabel pokok, sub variabel pokok/pokok masalah yang ada dalam penelitian.

Gambar 2. Kerangka berpikir



METODE PENELITIAN

Definisi Operasional

Didalam penulisan ini akan diberikan suatu rumusan atau definisi operasional mengenai indikator yang digunakan bagi pengukuran variabel yang diamati sebagai berikut :

1. Cafe Swara adalah usaha yang berdiri dalam bidang FnB, menyediakan beragam jenis makanan dan minuman.
2. Biaya operasional adalah semua biaya yang berhubungan dengan kegiatan yang diperlukan pemilik Cafe Swara seperti Tabung gas, listrik, dan air.
3. Biaya tenaga kerja adalah semua biaya yang dikeluarkan pemilik Cafe Swara meliputi biaya upah karyawan dan pekerja.
4. Biaya overhead adalah biaya tidak langsung yang harus dikeluarkan para pemilik Cafe Swara meliputi biaya penyusutan, biaya Perbaikan dan lain sebagainya.
5. Harga jual yang ditetapkan pemilik Cafe Swara di Tenggarong dengan metode cost plus dan mark- up pricing. Prinsip penentuan mark-up pricing adalah dengan

menambahkan persentase tertentu yang diinginkan sebagai keuntungan diatas biaya atau harga perolehannya atau harga pokoknya. Persentase yang diinginkan dapat didasarkan atas harga belinya. Dengan demikian keuntungan dan biaya-biaya diambil dari mark-up tersebut. Skala ukur adalah skala rasio.

Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Cafe Swara di Tenggarong tepatnya di Jl.A.Moh. Alimuddin. No. 37, RT.47 Melayu, Kecamatan Tenggarong. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli-Agustus 2025.

Perincian Data Yang Diperlukan

Guna dapat mendukung penelitian ini, maka data-data yang penulis perlukan adalah sebagai berikut :

1. Biaya operasional, biaya tenaga kerja dan biaya tak langsung Bengkel Arjuna Jaya Motor Tenggarong tahun 2024.
2. Biaya-biaya operasional, variabel, biaya penyusutan dan biaya tetap Bengkel Arjuna Jaya Motor Tenggarong tahun 2024.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang diperlukan sehubungan dengan penelitian ini, maka teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara :

1. Observasi, yaitu pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan langsung ke obyek penelitian.
2. Wawancara yaitu dengan cara mengadakan tanya jawab langsung dari pimpinan dan pengelola Bengkel Arjuna Jaya Motor Tenggarong.
3. Dokumentasi yaitu cara pengumpulan data dengan melihat catatan / dokumen yang ada dalam perusahaan seperti laporan biaya, buku-buku literatur serta bahan-bahan perkuliahan yang ada hubungannya dengan penulisan ini.

Alat Analisis

Alat analisis yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah metode alokasi biaya bersama yaitu menggunakan metode variable costing dan mark up. Variabel costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi. Biaya ini terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel. Dengan harga pokok produksi menurut metode variabel costing terdiri dari unsur biaya-biaya produksi berikut ini:

Biaya Operasional	xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx
Biaya Overhead Pabrik	xxx (+)
Harga Pokok Produksi	xxx

Mulyadi (2018:105)

Untuk menguji hipotesis maka peneliti menggunakan perhitungan Akuntansi Biaya dengan rumus sebagai berikut:

Mark Up = Biaya Produksi + Laba yang diharapkan

Dengan pendekatan Cost oriented pricing, harga jual dihitung dengan: Harga Jual = Biaya Produksi Per Unit + Mark Up, Mulyadi (2018 ; 106)

Syarat pengujian hipotesis :

- Hipotesis diterima jika perhitungan harga jual makanan dan minuman yang ditetapkan oleh pemilik Cafe lebih rendah jika dibandingkan dengan penetapan harga jual menurut hasil analisis
- Hipotesis ditolak jika perhitungan harga jual makanan dan minuman yang ditetapkan oleh pemilik Cafe lebih tinggi jika dibandingkan dengan penetapan harga jual menurut hasil analisis.

Hasil Penelitian

Berdasarkan data yang ada pada Cafe Swara Di Tenggaraong, maka dapat dihitung harga makanan dan minuman. Biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik. Adapun perhitungan tersebut sesuai dengan data-data yang diperoleh dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

A. Perhitungan Harga Jual Menu Ayam Geprek

Data yang dipergunakan adalah Biaya bahan baku yang terdiri bahan yang

digunakan untuk membuat ayam geprek seperti ayam, tepung, dan lainnya. Biaya Tenaga Kerja Langsung meliputi juru masak, kasir, waiters, dan barista. Serta Biaya overhead pada tahun 2024 Perhitungan Harga pokok produksi menggunakan metode Variable Costing sebagai Berikut:

A.	Biaya Bahan Baku	Rp 5.928.687
B.	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 6.779.661
C.	Biaya Overhead Pabrik	Rp 13.559.322
Jumlah		Rp 26.267.670

akan dihitung terlebih dahulu harga pokok menu ayam geprek dengan cara membagi jumlah biaya produksi total dengan jumlah konsumen selama tahun 2024 sebagai berikut:

HPP/Penjualan ayam geprek tahun 2024 = $(Rp.26.267.670)/720=36.482$

Perhitungan mark up adalah dengan membagi nilai biaya produk dengan proyeksi laba yang diharapkan. Biaya produksi yang dikeluarkan selama tahun 2024 sebesar Rp 26.267.670 sedangkan proyeksi laba yang diharapkan pemilik Cafe Swarra per tahun sebesar Rp. 36.000.000 sehingga perhitungannya adalah :

$Rp. 26.267.670 + Rp. 36.000.000 = 62.267.670$

Dari hasil biaya produksi ditambah dengan laba sebesar Rp. 62.267.670 maka nilai mark up dapat di hitung dengan cara membagi laba yang diharapkan dengan proyeksi nilai produksi :

$$\text{Mark up} = \frac{\text{Laba yang diharapkan}}{\text{Proyeksi biaya produksi}}$$

$$\text{Mark up} = \frac{36.000.0000}{62.267.670}$$

$$\text{Mark up} = 57,8\% , \text{ dibulatkan menjadi} = 58\%$$

Sehinga harga jual menu Ayam Geprek Cafe Swara sebagai berikut:

$$\begin{aligned} &\text{Harga Menu Ayam geprek} \\ &= \text{Rp } 36.482 + (70\% \times 36.482) \\ &= \text{Rp } 36.482 + 21.159,5 \\ &= \text{Rp } 57.642 \end{aligned}$$

pehitungan harga jual menu Ayam Goreng diatas didapatkan hasil tarif sebesar Rp. 57.642 / sajian sedangkan harga jual menu Ayam Geprek di cafe swara yang ada Rp. 20.000. sehingga terlihat Harga jual menurut versi akuntansi lebih tinngi daripada versi pengusaha selama ini dengan terdapat selisih Rp.37.642.

B. Perhitungan Harga Jual Menu *Rice Beef Teriyaki*

Data yang dipergunakan adalah Biaya bahan baku yang terdiri bahan yang digunakan untuk membuat *Rice Beef Teriyaki* seperti ayam, tepung, dan lainnya. Biaya Tenaga Kerja Langsung meliputi juru masak, kasir, waiters,

dan barista. Serta Biaya overhead pada tahun 2024 Perhitungan Harga pokok produksi menggunakan metode Variable Costing sebagai Berikut:

A.	Biaya Bahan Baku	Rp 15.336.269
B.	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 7.410.546
C.	Biaya Overhead Pabrik	Rp 14.821.092
Jumlah		Rp 37.567.907

akan dihitung terlebih dahulu harga pokok menu Rice Beef Teriyaki dengan cara membagi jumlah biaya produksi total dengan jumlah konsumen selama tahun 2024 sebagai berikut:

$$\text{HPP/Penjualan Rice Beef Teriyaki tahun 2024} = (\text{Rp.}37.567.907)/787=47.736$$

Perhitungan mark up adalah dengan membagi nilai biaya produk dengan proyeksi laba yang diharapkan. Biaya produksi yang dikeluarkan selama tahun 2024 sebesar Rp 37.567.907 sedangkan proyeksi laba yang diharapkan pemilik Cafe Swarra per tahun sebesar Rp. 36.000.000 sehingga perhitungannya adalah :

$$\text{Rp. } 37.567.907 + \text{Rp. } 36.000.000 = 73.567.907$$

Dari hasil biaya produksi ditambah dengan laba sebesar Rp. 73.567.907 maka nilai mark up dapat di hitung dengan cara

membagi laba yang diharapkan dengan proyeksi nilai produksi :

$$\text{Mark up} = \frac{\text{Laba yang diharapkan}}{\text{Proyeksi biaya produksi}}$$

$$\text{Mark up} = \frac{36.000.0000}{73.567.907}$$

$$\text{Mark up} = 48,9\% ,$$

dibulatkan menjadi = 49%

Sehinga harga jual menu *Rice Beef Teriyaki* Cafe Swara sebagai berikut:

Harga Menu *Rice Beef Teriyaki*

$$= \text{Rp } 47.736 + (49\% \times 47.736)$$

$$= \text{Rp } 47.736 + 23.391$$

$$= \text{Rp } 71.127$$

Setelah dari pehitungan harga jual menu diatas didapatkan hasil tarif sebesar Rp. 71.127/ sajian sedangkan harga jual menu *Rice Beef Teriyaki* di cafe swara yang ada Rp. 35.000. sehingga terlihat Harga jual menurut versi akuntansi lebih tinngi daripada versi pengusaha selama ini dengan terdapat selisih Rp.36.127.

C. Perhitungan Harga Jual Menu Milo Swara

Data yang dipergunakan adalah Biaya bahan baku yang terdiri bahan yang digunakan untuk membuat Milo Swara seperti ayam, tepung, dan lainnya. Biaya Tenaga Kerja Langsung meliputi juru masak, kasir, waiters, dan barista. Serta Biaya overhead pada tahun 2024

Perhitungan Harga pokok produksi menggunakan metode Variable Costing sebagai Berikut:

A.	Biaya Bahan Baku	Rp 5.320.406
B.	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 6.713.747
C.	Biaya Overhead Pabrik	Rp 13.427.495
Jumlah		Rp 25.461.648

maka akan dihitung terlebih dahulu harga pokok menu Milo Swara dengan cara membagi jumlah biaya produksi total dengan jumlah konsumen selama tahun 2024 sebagai berikut:

$$\text{HPP/Penjualan Milo Swara tahun 2024} = (\text{Rp.}25.461.648)/713=35.711$$

Perhitungan mark up adalah dengan membagi nilai biaya produk dengan proyeksi laba yang diharapkan. Biaya produksi yang dikeluarkan selama tahun 2024 sebesar Rp 25.461.648 sedangkan proyeksi laba yang diharapkan pemilik Cafe Swarra per tahun sebesar Rp. 36.000.000 sehingga perhitungannya adalah :

$$\text{Rp. } 25.461.648 + \text{Rp. } 36.000.000 = 61.461.648$$

Dari hasil biaya produksi ditambah dengan laba sebesar Rp. 61.461.648 maka nilai mark up dapat di hitung dengan cara membagi laba yang diharapkan dengan proyeksi nilai produksi :

$$\text{Mark up} = \frac{\text{Laba yang diharapkan}}{\text{Proyeksi biaya produksi}}$$

$$\text{Mark up} = \frac{36.000.0000}{61.461.648}$$

$$\text{Mark up} = 58,5\%$$

dibulatkan menjadi = 59%

Sehinga harga jual menu Milo Swara Cafe Swara sebagai berikut:

Harga Menu Milo Swara

$$= \text{Rp } 35.711 + (59\% \times 35.711)$$

$$= \text{Rp } 35.711 + 21.069$$

$$= \text{Rp } 56.780$$

Setelah dari pehitungan harga jual menu diatas didapatkan hasil tarif sebesar Rp. 56.780/ sajian sedangkan harga jual menu Milo Swara di cafe swara yang ada Rp. 20.000. sehingga terlihat Harga jual menurut versi akuntansi lebih tinngi daripada versi pengusaha selama ini dengan terdapat selisih Rp.36.780.

D. Perhitungan Harga Jual Menu Kopi krim Data yang dipergunakan adalah Biaya bahan baku yang terdiri bahan yang digunakan untuk membuat Kopi krim seperti ayam, tepung, dan lainnya. Biaya Tenaga Kerja Langsung meliputi juru masak, kasir, waiters, dan barista. Serta Biaya overhead pada tahun 2024 Perhitungan Harga pokok produksi

menggunakan metode Variable Costing sebagai Berikut:

A.	Biaya Bahan Baku	Rp 44.431.590
B.	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 69.096.045
C.	Biaya Overhead Pabrik	Rp 138.192.090
Jumlah		Rp 251.719.725

akan dihitung terlebih dahulu harga pokok menu Kopi krim dengan cara membagi jumlah biaya produksi total dengan jumlah konsumen selama tahun 2024 sebagai berikut:

$$\text{HPP/Penjualan Kopi krim tahun 2024} = (\text{Rp.}251.719.725)/7.338=34.304$$

Perhitungan mark up adalah dengan membagi nilai biaya produk dengan proyeksi laba yang diharapkan. Biaya produksi yang dikeluarkan selama tahun 2024 sebesar Rp 251.719.725 sedangkan proyeksi laba yang diharapkan pemilik Cafe Swarra per tahun sebesar Rp. 36.000.000 sehingga perhitungannya adalah :

$$\text{Rp. } 251.719.725 + \text{Rp. } 36.000.000 = 287.719.725$$

Dari hasil biaya produksi ditambah dengan laba sebesar Rp. 287.719.725 maka nilai mark up dapat di hitung dengan cara membagi laba yang diharapkan dengan proyeksi nilai produksi :

$$\text{Mark up} = \frac{\text{Laba yang diharapkan}}{\text{Proyeksi biaya produksi}}$$

$$\text{Mark up} = \frac{36.000.0000}{287.719.725}$$

$$\text{Mark up} = 12,5\%$$

dibulatkan menjadi = 13%

Sehinga harga jual menu Kopi krim Cafe Swara sebagai berikut:

Harga Menu Kopi krim

$$= \text{Rp } 34.304 + (13\% \times 34.304)$$

$$= \text{Rp } 34.304 + 4.460$$

$$= \text{Rp } 38.764$$

Setelah dari pehitungan harga jual menu diatas didapatkan hasil tarif sebesar Rp. 38.764/ sajian sedangkan harga jual menu Kopi krim di cafe swara yang ada Rp. 18.000. sehingga terlihat Harga jual menurut versi akuntansi lebih tinngi daripada versi pengusaha selama ini dengan terdapat selisih Rp.20.764.

Pembahasan Hasil Penelitian

Tabel 5. 1

Perbandingan Harga Jual Menurut Analisis dan Harga Jual Menurut Cafe Swara

No	Daftar Menu	Harga Cafe Swara	Harga menurut variable cost	Selisih
1	Menu Ayam Geprek	Rp. 20.000	Rp 57.641,5	Rp.37.642.
2	Menu <i>Rice Beef Teriyaki</i>	Rp. 35.000	Rp 71.127	Rp.36.127.
3	Menu Milo swara	Rp. 20.000	Rp 56.780	Rp.36.780.
4	Menu Kopi Krim	Rp. 18.000	Rp 38.764	Rp.20.764.

Berdasarkan dari perhiungan yang diperoleh bahwa harga jual untuk menu Ayam Geprek menurut hasil analisis sebesar Rp 57.642 sedangkan menurut Cafe Swara adalah sebesar Rp 20.000, dengan selisih Rp 37.642.. Menu Rice Beef Teriyaki menurut analisis sebesar Rp 71.127, sedangkan menurut Cafe Swara sebesar Rp 35.000, selisihnya adalah sebesar Rp 36.127. Begitu juga untuk menu minuman Menu Milo Swara harga jual menurut analisis adalah sebesar Rp 56.780, sedangkan harga jual yang ditetapkan oleh Cafe Swara sebesar Rp 20.000, selisih perbedaannya adalah Rp 36.780. Menu Kopi Krim menurut analisis sebesar Rp 38.764, untuk harga yang ditetapkan oleh Cafe Swara adalah sebesar Rp 18.000. dengan selisih sebesar Rp 20.764. Dengan analisis ini, terlihat harga jual yang ditetapkan pemilik Cafe Swara lebih rendah daripada hasil analisis. Perbedaan yang diperoleh dari harga jual yang diterapkan disebabkan oleh adanya biaya-biaya seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung

dan biaya operasional yang belum dilakukan analisis sebelumnya. Sehingga besaran harga jual pemilik Cafe Swara harus dapat disesuaikan lagi agar mampu menghasilkan laba yang optimal namun masih dalam tahap batas harga yang terjangkau konsumen.

Sehingga hipotesis yang diajukan sebelumnya “Bahwa Harga Jual Makanan Dan Minuman yang ditetapkan oleh Cafe Swara di Tenggarong lebih rendah jika dibandingkan dengan penetapan harga jual menurut hasil analisis”. diterima karena terbukti kebenarannya.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data penelitian dan pembahasan maka diperoleh Kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan dari perhiungan yang diperoleh bahwa harga jual untuk menu Ayam Geprek menurut hasil analisis sebesar Rp 57.642 sedangkan menurut Cafe Swara adalah sebesar Rp 20.000, dengan selisih Rp 37.642.. Menu Rice Beef Teriyaki menurut analisis sebesar Rp 71.127, sedangkan menurut Cafe Swara sebesar Rp 35.000, selisihnya adalah sebesar Rp 36.127. Begitu juga untuk menu minuman Menu Milo Swara harga jual menurut analisis adalah sebesar Rp 56.780, sedangkan harga jual yang ditetapkan oleh Cafe Swara sebesar Rp 20.000,

selisih perbedaannya adalah Rp 36.780. Menu Kopi Krim menurut analisis sebesar Rp 38.764, untuk harga yang ditetapkan oleh Cafe Swara adalah sebesar Rp 18.000. dengan selisih sebesar Rp 20.764.

2. Dengan analisis ini, terlihat harga jual yang ditetapkan pemilik Cafe Swara lebih rendah daripada hasil analisis. Sehingga hipotesis yang diajukan diterima karena terbukti kebenarannya. Sehingga besaran harga jual pemilik Cafe Swara harus dapat disesuaikan lagi agar mampu menghasilkan laba yang optimal namun masih dalam tahap batas harga yang terjangkau konsumen.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti dapat menyajikan saran sebagai berikut:

Bagi pemilik Cafe Swara dapat mengumpulkan data penjualan historis yang lebih banyak dapat membantu dalam menentukan harga jual dengan lebih baik,

Sehingga rekomendasi untuk penelitian selanjutnya diharapkan mencari lebih dalam mengenai data yang berkaitan dengan penelitian melalui teknik pengumpulan data yang lain serta melakukan penelitian pada bidang jasa dan atau yang lainnya.

Bagi masyarakat untuk terus ikut meningkatkan pemahaman keuangan seperti keputusan menabung, investasi, dan pengeluaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Gitosudarmo, Indriyo, (2015). *Manajemen Pemasaran*, BFEE, Yogyakarta.
- Halim, M, (2015). *Akuntansi Manajemen*. Edisi 8, Jilid 1 & 2. Terjemahan, Erlangga. Jakarta.
- Harahap. Syafri. Sofyan. (2015). *Analisa Kritis Atas Laporan Keuangan*. Edisi Kelima. Ekonosia Fakultas Ekonomi. UII. Yogyakarta
- Husnan, Suad, (2016). *Manajemen Keuangan Jangka Pendek*, BPFE UGM, Yogyakarta.
- Kartadinata, Abas, (2019). *Pengantar Manajemen Keuangan*, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- Kholmi, Masiyah & Yuningsih, (2015), *Akuntansi Biaya II*, Penerbit PT. Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip, (2016). *Manajemen Pemasaran Suatu Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol*. alih bahasa Alexander Sindoro, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Miratri, Bernadeta Ratih, (2010). *Analisis Penentuan Tarif Bus Trans Jogja Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing pendekatan Full Costing (studi kasus pada perusahaan jasa transportasi Bus Trans Jogja)*. skripsi Akuntansi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Mulyadi, (2018). *Akuntansi Manajemen*, Salemba Empat, Jakarta.
- Munawir. S, (2014). *Analisa Laporan Keuangan*, Edisi Kedelapan, Liberty, Yogyakarta
- Niswonger, C. Collin, (2019). *Prinsip-Prinsip Akuntansi*, Erlangga, Jakarta.
- Paisal Akbar, (2023). *Sistem Penetapan Harga Tiket Transportasi Darat PT. Chandra Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*”.Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Tanjungpura Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Simamora, Henry, (2016). *Pengantar Akuntansi*, Cetakan Ketiga, Bagian Penerbit, Salemba Empat, Jakarta.
- Sindi Febriani, (2016). *Analisis Penetapan Tarif Usaha Jasa Penyeberangan Kendaraan Roda Empat Pada Pelabuhan Kampung Baru Di*

Tenggarong. Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Kutai Kartanegara.

Soemarso. SR (2018). *Peranan Harga Pokok
Dalam Menentukan Harga Jual*,
Cetakan ke – 9, Penerbit Rineka Cipta,
Jakarta.

Supriyono, (2018). *Akuntansi Biaya dan
Akuntansi Manajemen untuk Teknologi
Maju dan Globalisasi*, BPFE –
Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Swastha, Basu, dan T. Hani Handoko, (2015).
*Manajemen Pemasaran Analisa
Perilaku Konsumen*, Edisi Pertama
cetakan Ketiga, BPFE, Yogyakarta

Syamrin, LM (2015). *Pengantar Akuntansi
Biaya*, Penerbit CV. Alfabeta,
Bandung..

Umar, Husein, (2018). *Riset Pemasaran &
Perilaku*, Penerbit PT. Gramedia,
Jakarta.