

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan perjuangan global waktu ini semakin bertambah bisa diamati dari ketatnya persaingan diantara perusahaan yg terdapat di sekitar kita. persaingan ini terjadi di dalam semua sektor perekonomian baik industri, perdagangan maupun jasa. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sudah membentuk perubahan kearah kompetisi yang semakin ketat, canggih, dan kekinian.

Persaingan bisnis dalam perebutan pasar mengakibatkan para usaha menuntut untuk memiliki kelebihan dalam unit usahanya baik dari segi efisiensi, kualitas produk, teknologi dan tentu saja kualitas sumber daya manusia. Perusahaan pada umumnya bertujuan untuk meningkatkan laba, agar mampu mempertahankan kelangsungan perusahaan serta memperluas usahanya.

Manajemen perusahaan perlu memiliki strategi yang cukup untuk bertahan dalam pandemi COVID-19 dan menarik pelanggan ke toko mereka atau untuk membeli barang mereka. Menjual kopi secara online dan membuat barang baru dengan kemasan yang tahan lama adalah dua contoh upaya manajerial. Seperti di masa lalu, ada flu babi, flu burung, dan kejadian tak terduga lainnya yang menyulitkan bisnis untuk menanganinya; dapat dimengerti mengapa banyak bisnis akhirnya tutup. Manajemen perusahaan harus pandai menangani cara-cara agar perusahaan tetap beroperasi dari tantangan ini.

Sehubungan dengan keadaan ini pengambilan keputusan selalu menyangkut masa yang akan datang, bukan masa yang sudah terjadi. Pengambilan keputusan didasari pemilihan alternatif atau tindakan yang akan dilakukan dimasa yang datang. Dalam mencapai tujuan perusahaan peran manajemen sangat penting yaitu untuk mempertahankan keberlangsungan perusahaan dengan mengoptimalkan sumber daya

yang dimiliki perusahaan seperti material, modal dan manusia secara efektif dan efisien juga untuk memaksimalkan laba perusahaan.

Keberhasilan perusahaan dalam pencapaian tujuannya sangat bergantung pada manajemen perusahaan tersebut, apakah manajemen perusahaan sudah mampu mencapai tujuan perusahaan yang sebenarnya, baik itu untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Untuk mengukur berhasil atau tidaknya manajemen suatu perusahaan dilihat dari laba (keuntungan) yang diperoleh dari perusahaan.

Perusahaan selalu berusaha semaksimal mungkin supaya perusahaan bisa memperoleh untung untuk mempertahankan keberlangsungan bahkan dapat membentuk usahanya lebih maju dan berkembang besar kecilnya laba yang diterima suatu perusahaan adalah salah satu tolak ukur sukses tidaknya suatu perusahaan tersebut. salah satu cara yang dilakukan seorang manajemen perusahaan untuk mencapai laba yang diharapkan merupakan dengan menetapkan harga jual. Penetapan harga jual artinya salah satu jenis pengambilan keputusan manajemen yang penting.

Salah satu keputusan yang sulit apalagi di masa pandemi seperti saat ini untuk diambil oleh manajemen perusahaan yaitu menetapkan harga (*price*). Dimana dalam penetapan harga yang dipakai oleh setiap perusahaan tidaklah berbeda yaitu bermacam-macam pada biaya (*cost oriented pricing*), permintaan (*demand oriented pricing*), persaingan (*competition oriented pricing*), dan mendapatkan keuntungan laba yang diinginkan (*profit oriented pricing*). Tetapi dalam setiap perusahaan berbeda, tujuan visi misi perusahaan tersebut.

Perubahan harga yang sangat kecil maupun besar akan menyebabkan dampak yang signifikan bagi perusahaan tersebut terlihat dari perubahan penjualan dan kuantitas yang cukup besar. Hal ini menyebabkan kesalahan dalam penetapan harga, perusahaan akan mengalami kerugian karena harga yang ditentukan terlalu tinggi dan rendah. Karenanya perusahaan harus meningkatkan persaingan dalam industri dan bertahan di masa pandemi perusahaan harus lebih bijak dalam menetapkan harga untuk dapat melangsungkan usaha dalam waktu yang lama agar berkembangnya sebuah perusahaan tercapainya tujuan perusahaan.

Kebijakan pengendalian harga pokok harga pokok produksi makanan dan minuman dalam menentukan suatu harga, diperlukan suatu dasar untuk melakukan persaingan yang dapat dikategorikan dalam suatu 'SOP'. SOP adalah suatu standarisasi yang dibuat oleh manajemen perusahaan dari tahapan, ukuran, dan keputusan yang telah disepakati ditentukan oleh manajemen perusahaan. Sehingga tidak ada perbedaan dalam rasa tampilan dan kualitas makanan dan minuman tersebut.

Nilai besaran harga pokok produksi dihitung dengan metode full costing dan variabel costing. setiap perusahaan memilih metode yang berbeda-beda sesuai kebutuhan. Menurut Mulyadi (2015), metode penentuan harga pokok produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi.

PT. Panen Artha Lestari adalah perusahaan yang menjual beraneka makanan dan minuman. PT Panen Artha lestari atau nama kedainya *Eight coffee*. *Eight Coffee* adalah merupakan perusahaan kedai kopi yang cukup populer di grand galaxy city. Mempunyai cabang di harapan indah. Dimana tempat yang nyaman, dan luas. Perusahaan ini juga menjual makanan dan minuman nya berupa biji kopi, salad, pasta, cemilan dan masih banyak lagi.

Eight Coffee juga merupakan kedai kopi kekinian dimana pembuatan kopinya menggunakan mesin kopi untuk pembuatan espressonya, dengan berbagai macam biji kopi pilihan dari kopi lokal seperti jenis kopi Arabika dan robusta. untuk kopi Arabika *Eight Coffee* ada pilihan Gayo (sumatra) dan Malabar (jawa barat) yang digunakan untuk minuman americano, tubruk, dan kopi hitam lainnya yang tidak di campur susu. robusta merupakan *houseblend* yang digunakan untuk campuran *latte*. biji kopi yang di *roasting* sendiri dengan standar yang telah ditetapkan perusahaan, dan penggilingan kopi dengan menggunakan mesin grinder kopi sehingga dapat menghasilkan rasa kopi yang enak dan tujuannya memprioritaskan kualitas kopi yang memuaskan konsumen. Berikut adalah contoh SOP minuman favorit *Eight Coffee*:

Tabel 1.1 Pembuatan Minuman Favorit Eight Coffee

<i>DRINK Eight Coffee Favorite</i>			
<i>ITEM</i>	<i>INGREDIENTS</i>	<i>GARNISH</i>	<i>METHOD</i>
<i>DRINK HOT & ICE</i>			
<i>Hot Chocolate</i>	<i>Cocoa Powder 30 gram, Simple Syrup 15ml, Fresh Milk 180 ml</i>		
<i>Cappucino</i>	<i>Esspreso 60 ml, Fresh milk 150 ml</i>		
<i>Ice Vietnamese</i>	<i>Esspreso 60 ml, mix milk 60 ml, Ice cube</i>		
<i>Ice Vanilla Latte</i>	<i>Esspreso 30 ml, Vanilla syrup 30 ml, simple syrup 15 ml, Fresh milk 180 ml, ice crush</i>		
<i>kopi susu EC</i>	<i>Esspreso 60 ml, Mix Milk 60 ml, ice crush</i>		

sumber: data dari *Eight Coffee*

Penetapan harga jual yang sudah di tentukan dari perhitungan harga pokok produksi dimana dilakukan perusahaan setahun sekali menjadi kendala perhitungan *cost* yang tinggi dimana akan mengakibatkan persentase harga pokok produksi dan dapat melebihi standar *cost* yang dapat mengakibatkan kerugian.

Kenaikan bahan baku yang tinggi juga mempengaruhi harga jual. Harga jual yang tinggi mengakibatkan konsumen berkurang. Konsumen berkurang karena yang pertama harga minuman naik, kedua karena tidak bisa makan ditempat. *Eight coffee* biasanya pengunjung mampir karena tempat yang luas, semua kalangan usia mampir disini anak muda yang nongkrong, untuk keperluan rapat, menunggu anak-anak pulang sekolah. Semenjak masa pandemi diberlakukan tentu saja akan mempengaruhi konsumen datang ke *eight coffee*. Berikut perbandingan penjualan minuman favorit di tahun 2019 (di masa sebelum pandemi) dan jumlah minuman favorit di tahun 2020

dimana Indonesia sedang melakukan PSBB (pembatasan sosial berskala besar) masa pandemi:

Tabel 1.2 Penjualan Pada Tahun 2019 Dan 2020 Pada *Eight Coffee* Dalam Penjualan Bulan Desember

<i>EIGHT COFFEE</i>	TAHUN	2019	TAHUN	2020
MENU FAVORIT	Satuan	Terjual	Satuan	Terjual
<i>ice vanilla latte</i>	ml	130	ml	60
<i>ice vietnamese eight coffee</i>	ml	70	ml	35
<i>ice kopi susu eight coffee</i>	ml	100	ml	40
<i>hot chocolate</i>	ml	80	ml	45
<i>hot cappucino</i>	ml	85	ml	35

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pada penjualan menu favorit eight coffee mengalami penurunan yang drastis hal ini tentunya dapat mempengaruhi perhitungan harga pokok penjualan pada *eight coffee*.

Menurut Yayuk Sulistiyo Rini, Andy Kurniawan dan Dyah Ayu Paramitha (2020) Biaya bahan baku pada Mawaddah Bakery Prambon Nganjuk mengalami perbedaan antara masa sebelum pandemi dan masa pandemi dikarenakan naiknya harga bahan baku dan berkurangnya jumlah pemakaian bahan baku pada masa pandemi

Oleh sebab itu penulis ingin mengambil penelitian berjudul “Analisis perhitungan harga pokok produksi minuman favorit pada *eight coffee*” dengan menggunakan beverage sebagai dasar penentuan harga jual dalam perusahaan tersebut. Penulis juga ingin mengetahui bagaimana perhitungan Harga Pokok Produksi untuk menentukan harga jual sebelum COVID 19 hasil yang diteliti apakah perusahaan mengalami

kerugian atau tidak ada perubahan dari sebelumnya. Sehingga hasil yang diperoleh bisa menjadi pertimbangan bagi perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah di atas, maka penulis mencoba merumuskan masalah dalam penulisan ini adalah:

1. Bagaimana perhitungan harga pokok produksi dalam *Eight Coffee* pada setiap unit menu minuman terfavorit dalam penentuan harga jual ?
2. Apakah ada perbedaan perhitungan Harga Pokok Produksi menurut manajemen perusahaan *Eight Coffee* dengan perhitungan Harga Pokok Produksi menggunakan metode *variable costing* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perhitungan harga pokok produksi dalam penentuan harga jual minuman favorit pada *Eight coffee*
2. Untuk mengetahui perbedaan perhitungan harga pokok produksi menurut perusahaan *Eight Coffee* dengan metode *variabel costing*

1.4 Hasil Penelitian

Hasil Penelitian diharapkan dapat memperoleh manfaat dan memberikan kegunaan diantaranya sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat Membuktikan kesesuaian antara teori-teori yang ada dengan praktik yang sesungguhnya terjadi. Dan Memperkaya pengetahuan mengenai konsep dan teori harga pokok produksi dalam penentuan harga jual.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Untuk perusahaan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan apakah perhitungan harga pokok sudah tepat atau belum, sehingga dapat memberikan manfaat bagi manajemen dalam pengambilan keputusan dalam penentuan harga pokok penjualan pada *Eight Coffee*.
2. Sebagai bahan penelitian selanjutnya mengenai perhitungan *full costing* dan perhitungan harga pokok *variabel costing*.
3. Untuk penulis sebagai meningkatkan pengetahuan tentang perhitungan harga pokok penjualan menggunakan metode *full costing* dan perhitungan harga pokok penjualan menggunakan metode *variabel costing*.