



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

**PENENTUAN HARGA JUAL DENGAN METODE  
FULL COSTING DAN STRATEGI PENETAPAN HARGA  
UMKM COFFEE SHOP**

**(Studi Kasus pada Hospes Coffee di Kabupaten Tegal)**



**Stephanie Nurhadijaya**

**NIM 2105421067**

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN  
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**2025**

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia termasuk salah satu negara produsen biji kopi berkualitas unggul dan menduduki peringkat keempat dalam daftar negara penghasil kopi terbesar di dunia dengan beberapa daerah terkenal yaitu Sumatera Selatan, Aceh, Lampung, Sumatera Utara, Jawa, dan Nusa Tenggara. Minum kopi sudah menjadi rutinitas dalam keseharian masyarakat Indonesia. Usia penikmat kopi hampir tidak memandang tingkatan, dari remaja hingga orang tua dan menjadi satu kesatuan dari gaya hidup. Sebuah survei yang dilakukan oleh Jakpat (2023) dengan melibatkan 1.008 responden lintas generasi menyatakan bahwa 45% dari responden minum kopi setiap hari, di mana 10% dari generasi Z depot minum kopi 2-3x dalam satu hari. Generasi Z cenderung untuk mengonsumsi es kopi susu dari *coffee shop* (47%) dan minimarket (44%), sedangkan kelompok usia yang lebih tua seperti Millennials dan Gen X cenderung lebih suka kopi hitam.

Istilah *café* berasal dari bahasa Prancis yang secara harfiah berarti kopi, namun dalam perkembangannya digunakan untuk merujuk pada tempat berkumpul dan bersantai. Seiring dengan perubahan tren dan kebutuhan konsumen, kafe tidak lagi hanya berfokus pada penyajian kopi, melainkan juga menawarkan berbagai pilihan menu, mulai dari makanan ringan hingga hidangan utama. Sedangkan *coffee shop* pertama kali berkembang di Turki sebagai tempat orang-orang berkumpul untuk membahas politik, agama dan isu sosial. Berbeda dengan di Indonesia, kafe dan *coffee shop* memiliki perbedaan utama pada menu yang disajikan. Kafe cenderung menyajikan menu yang beragam mulai dari non-kopi, kopi, makanan berat serta *snack*, sementara itu *coffee shop* memiliki variasi menu kopi yang jauh lebih banyak dari menu lainnya.

Kafe dan *coffee shop* menjadi tempat andalan para pelajar dan mahasiswa untuk sekedar bersantai atau mengerjakan tugas, terutama yang memiliki harga terjangkau. Bisnis *coffee shop* tidak hanya dilakukan oleh perusahaan besar dengan sistem *coffee chain*, namun juga dilakukan oleh usaha perseorangan atau badan usaha kecil yang biasa disebut usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

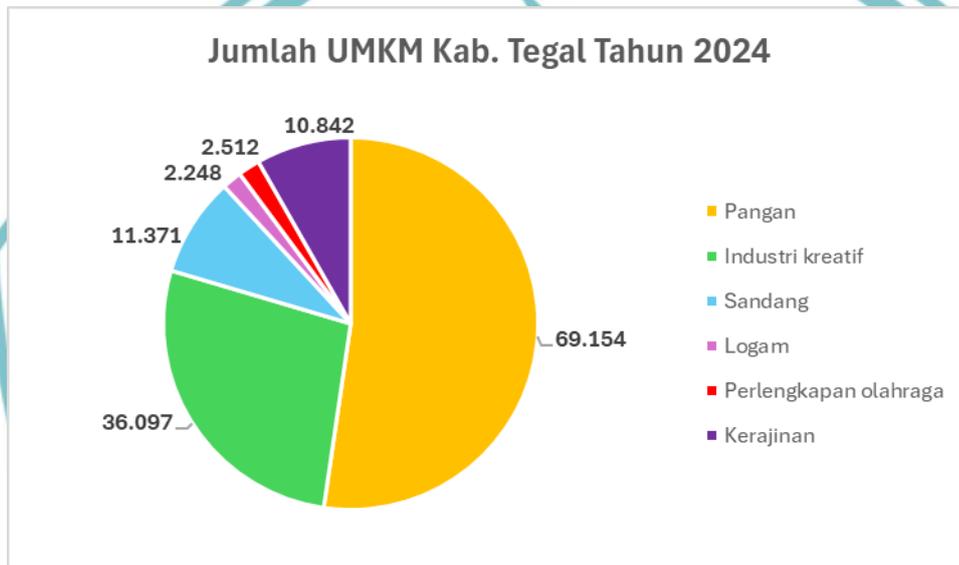


## © Hak Cipta milik Politetnik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politetnik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politetnik Negeri Jakarta

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan menengah yang perlu dilindungi untuk mencegah persaingan usaha yang tidak sehat. Pasal 35 Ayat (3) Peraturan Pemerintah Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjelaskan bahwa UMKM adalah usaha yang memiliki modal paling banyak Rp. 10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah) dengan penjualan tahunan paling banyak Rp 50.000.000.000 (lima puluh miliar rupiah).



**Gambar 1. 1 Jumlah UMKM di Kabupaten Tegal Tahun 2024**

Sumber: Data Diolah dari PPID Kabupaten Tegal Tahun 2024, 2025

Berdasarkan data yang dirilis oleh PPID Kabupaten Tegal dalam LKjIP Dinas Koperasi dan Perdagangan Tahun 2024, jumlah keseluruhan UMKM yang berada di Kabupaten Tegal yaitu 132.225 dengan persentase UMKM di bidang pangan sebesar 52,3% atau sejumlah 69.154. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat persaingan UMKM di bidang pangan merupakan yang terbesar dengan banyaknya usaha serupa. *Coffee shop* sebagai salah satu unit usaha yang termasuk dalam bidang pangan turut mengalami persaingan yang ketat. Data yang dikumpulkan penulis berdasarkan *google maps* dengan kata kunci “*coffee shop* di kabupaten tegal” menunjukkan bahwa terdapat 84 *coffee shop* yang masih aktif beroperasi mulai dari skala rumahan hingga usaha kecil yang memiliki izin usaha resmi atau legalitas yang terdaftar di Kabupaten Tegal.

Tingginya jumlah pelaku usaha pada sektor yang serupa menyebabkan konsumen memiliki preferensi tertentu dalam menentukan pilihan *coffee shop*



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

langganan. Kondisi ini turut memicu terjadinya persaingan yang semakin kompetitif antar pelaku usaha, sehingga mendorong mereka untuk merumuskan berbagai strategi inovatif guna mempertahankan keberlangsungan usahanya serta tetap mendapatkan keuntungan. (Turang dkk., 2022:1111).

Penelitian yang dilakukan oleh Fauzan dkk., (2023:1338) menjelaskan bahwa harga menjadi faktor yang paling memengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen, dilanjutkan oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan dari *coffee shop*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aditya dkk., (2024:55) yang membuktikan bahwa harga dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dimana semakin baik harga yang ditawarkan oleh penjual dan promosi yang baik dilakukan, maka akan semakin baik pula keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen. Penentuan harga jual produk menjadi suatu hal yang sangat penting karena harga jual merupakan nilai untuk menutupi seluruh komponen biaya dan beban dari produk atau jasa yang diproduksi serta ditambah dengan keuntungan wajar yang diinginkan oleh pelaku usaha. Penentuan harga jual juga menjadi tolak ukur untuk menghitung pendapatan yang dihasilkan dan secara langsung memengaruhi kelangsungan hidup usaha.

Penentuan harga jual produk dapat dilihat dari besaran harga pokok produksi. Harga pokok produksi terdiri dari komponen biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, serta biaya *overhead*. Perhitungan harga pokok produksi menjadi hal yang esensial bagi pemilik usaha guna memperoleh gambaran menyeluruh terkait total biaya yang dibutuhkan dalam proses produksi, sekaligus sebagai dasar pertimbangan dalam menentukan target keuntungan yang optimal. (Nugroho, 2023:1). Salah satu cara untuk menghitung harga pokok produksi adalah menggunakan metode *full costing* yang memperhitungkan seluruh komponen biaya produksi yang terkait dengan produk ke dalam biaya produksi (Sahla, 2020:6)

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Hermawan & Hadibrata (2023:783) menemukan terdapat fenomena *coffee shop* yang tutup padahal belum lama berdiri dikarenakan *coffee shop* kehilangan konsumennya, sebab tidak dapat memberikan suasana yang sesuai, harga menu yang kurang bersaing dan tidak adanya inovasi pada menu, pelayanan, proses dan pemasaran akibatnya konsumen mudah bosan dan memilih tempat lain.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Sementara itu, menurut penelitian yang dilakukan oleh Firdausi & Lumentah (2022:173) menyimpulkan strategi pemasaran yang efektif untuk sebuah *coffee shop* atau kafe adalah dengan melakukan update desain interior, meningkatkan kualitas hiburan *live music* serta meningkatkan inovasi dan kreativitas menu makanan dan minuman serta memperbaiki waktu penyajian dan pelayanan. Selain itu sebuah *coffee shop* dapat berkembang pesat dengan mempertimbangkan berbagai aspek lain seperti: akses internet; kualitas rasa, serta; strategi penetapan harga.

Terkait dengan strategi penetapan harga ini, Hospes Coffee sebagai sebuah UMKM bidang *coffee shop* yang baru berdiri pada bulan Februari 2025 di Kec. Talang, Kabupaten Tegal menggunakan pendekatan harga berbasis persaingan (*competition-based pricing*) tanpa memperhitungkan harga pokok produksi untuk setiap menu yang dijual. Penetapan harga ini mengakibatkan keuntungan atau laba yang diperoleh belum maksimal karena terdapat biaya-biaya yang tidak turut disertakan ke dalam harga pokok produksi seperti biaya sewa tempat, depresiasi peralatan, dan lain lain.

| menu  |   |
|---|---|
| <b>COFFEE</b>                                       | <b>SIGNATURE</b>  |
| Kopi Tubruk 7rb                                     | Lemoricano 20rb   |
| Kopi Tubruk Susu 8rb                                | With You 21rb   |
| Black 15rb  | harmony of vanilla coldfoam and sweet coldbrew                          |
| Coffe Filter 20rb                                   | Teen Spirit 21rb  |
| White 20rb  | cool combine of coldbrew, lemon syrup, apple juice, and some soda water |
| <small>caffé latte, cappuccino, dirty latte</small> |   |
| <b>ICED COFFEE MILK</b>                             | <b>NON-COFFEE</b>   |
| Classic 21rb  | Sweet Lemon 17rb  |
| Palm Sugar 21rb                                     | Strawberry Milk 20rb  |
|   | French Choco 20rb   |
|   | Milk Tea 20rb   |
|   | Matcha 20rb   |

Gambar 1. 2 Harga Menu di Hospes Coffee

Sumber: Hospes Coffee, 2025

Dalam lingkungan bisnis, harga merupakan salah satu faktor kritis yang memengaruhi daya jual produk perusahaan. Kotler dan Amstrong dalam Rachmawansyah & Rohman (2023:472) menyebutkan terdapat empat indikator kesesuaian harga yaitu: kesesuaian harga, daya saing harga, keterjangkauan harga serta kesesuaian harga dengan manfaat. Harga yang kompetitif dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama di pasar yang memiliki banyak pesaing produk serupa seperti *coffee shop*. Dengan demikian, penetapan harga menjadi



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

pertimbangan strategis bagi sebuah *coffee shop* agar dapat bersaing dan menjadi pilihan bagi konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai penentuan harga menggunakan metode *full costing* dan strategi penetapan harga menu di *coffee shop* yang akan dijual kepada konsumen khususnya yang dijalankan oleh UMKM dengan judul “*Penentuan Harga Jual dengan Metode Full Costing dan Strategi Penetapan Harga UMKM Coffee Shop (Studi Kasus pada Hospes Coffee di Kabupaten Tegal)*”

### 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Persaingan antar *coffee shop* yang semakin ketat dengan berbagai konsep pelayanan dan harga yang ditawarkan serta persaingan antara UMKM *coffee shop* dengan *coffee chain*;
- b. Daya beli (*purchasing power*) dan perilaku konsumen (*consumer behaviour*) yang berbeda-beda dalam memilih *coffee shop* langganannya;
- c. Penetapan harga jual produk yang tidak didasarkan pada perhitungan biaya produksi;
- d. Kegagalan *coffee shop* dalam memenuhi preferensi dan ekspektasi konsumen mendukung fenomena tutupnya usaha *coffee shop*;
- e. Strategi penetapan harga dan dampaknya terhadap keputusan pembelian dari sisi konsumen.

### 1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan diteliti di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* dalam menentukan harga jual untuk Hospes Coffee di Kabupaten Tegal?
- b. Bagaimana strategi penetapan harga jual yang ideal untuk diterapkan oleh Hospes Coffee di Kabupaten Tegal?



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun rumusan masalah yang akan diteliti di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui dan menganalisis perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* dalam menentukan harga jual untuk menu Hospes Coffee di Kabupaten Tegal;
- b. Membantu membuat strategi penetapan harga yang ideal untuk diterapkan oleh Hospes Coffee di Kabupaten Tegal.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis. Manfaat penelitian ini dapat dirincikan sebagai berikut:

##### 1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang kewirausahaan dan pengembangan bisnis khususnya untuk usaha *coffee shop* dan kafe.

##### 1.5.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dari penelitian ini adalah:

- a. Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan akan membawa kontribusi ilmiah yang berarti dalam bidang kewirausahaan dan pengembangan bisnis, meningkatkan reputasi akademik mahasiswa serta menjadi sumber acuan untuk penelitian lain di bidang serupa untuk diteliti lebih dalam.
- b. Bagi pelaku bisnis *coffee shop*, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi pelaku usaha UMKM dalam menentukan harga jual yang sesuai dengan harga pokok produksi serta menetapkan harga ideal sesuai preferensi konsumen untuk menu di *coffee shop*.
- c. Bagi Politeknik Negeri Jakarta, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut pada bidang sejenis serta bermanfaat bagi sesama civitas akademik Politeknik Negeri Jakarta.

- d. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi bagi masyarakat luas agar dapat mengetahui pentingnya penentuan harga sesuai dengan seluruh komponen biaya yang dikeluarkan dan penetapan harga yang ideal agar dapat dijangkau oleh target pasar dengan maksimal.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





## BAB V KESIMPULAN & SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penentuan harga jual dengan metode *full costing* dan strategi penetapan harga UMKM *coffee shop* dengan studi kasus pada Hospes Coffee di Kabupaten Tegal, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

#### a. Perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing*

Perhitungan harga pokok produksi sebagai dasar untuk menentukan harga jual pada *coffee shop* Hospes Coffee masih menggunakan metode konvensional sehingga biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* tidak dimasukkan ke dalam unsur biaya yang dibebankan. Kesalahan perhitungan ini akan menyebabkan perbedaan profit yang akan diterima karena belum memperhitungkan biaya tenaga kerja, biaya penyusutan peralatan, biaya perlengkapan, biaya sewa tempat dan biaya operasional. Selisih harga pokok produksi pada setiap menu yaitu: Kopi Tubruk sebesar **Rp695**, Kopi Tubruk Susu sebesar **Rp583**, Black atau Americano sebesar **Rp6.163**, Lemoricano sebesar **Rp9.003**, Coffee Filter sebesar **Rp12.021**, White sebesar **Rp5.631**, Classic sebesar **Rp6.809**, Palm Sugar sebesar **Rp6.283**, French Choco sebesar **Rp7.354**, Matcha sebesar **Rp7.749**, Sweet Lemon sebesar **Rp11.766**, dan Kopi Susu Botol sebesar **-Rp5.043**. Perubahan perhitungan dari metode konvensional dan sederhana ke metode *full costing* berpengaruh pada perubahan profit yang diterima oleh *owner* setiap bulannya. Terutama karena Hospes Coffee belum memasukkan biaya tenaga kerja karena *owner* masih mengerjakan seluruh kegiatan bisnis yang ada sendirian.

#### b. Strategi penetapan harga yang dapat dilakukan oleh Hospes Coffee

Hospes Coffee dapat mengadopsi tiga jenis strategi penetapan harga yang dapat mendukung keberlanjutan bisnisnya, yaitu: menghitung ulang harga pokok produksi dengan asumsi belum diketahui harga jualnya dan menetapkan rekomendasi harga baru yang sesuai dengan teori perhitungan metode *cost-plus pricing*, strategi harga diskon dan strategi harga *bundling*. Rekomendasi harga



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

baru menggunakan metode cost-plus pricing untuk seluruh menunya yaitu: Kopi Tubruk sebesar **Rp8.000**, Kopi Tubruk Susu sebesar **Rp9.000**, Black atau Americano sebesar **Rp10.000**, Lemoricano sebesar **Rp13.000**, Coffee Filter sebesar **Rp10.000**, White sebesar **Rp16.000**, Classic sebesar **Rp16.000**, Palm Sugar sebesar **Rp17.000**, French Choco sebesar **Rp13.000**, Matcha sebesar **Rp14.000**, Sweet Lemon sebesar **Rp8.000**, dan Kopi Susu Botol sebesar **Rp20.000**. Kemudian penggunaan strategi harga diskon untuk seluruh menu di Hospes Coffee dengan persentase diskon maksimal sebesar 15% di mana strategi harga diskon ini akan berpengaruh langsung kepada persentase profit atau keuntungan yang diterima oleh *owner* setiap penjualan item, karena itu dapat dilakukan untuk menu yang memiliki persentase profit terbesar sebagai langkah awal yaitu pada menu Kopi Susu Botol, Kopi Tubruk Susu dan Kopi Tubruk. Kemudian selanjutnya terdapat strategi harga produk *bundling* untuk memperkenalkan produk yang belum terjual sama sekali dalam beberapa bulan sejak Hospes Coffee buka. Produk yang belum sama sekali terjual tersebut yaitu Lemoricano yang dapat dijadikan *bundling* bersamaan dengan Kopi Susu Botol sebagai produk yang paling banyak terjual.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan, penulis dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

### a. Harga pokok produksi sebagai dasar penentuan harga jual

Hospes Coffee disarankan agar lebih detail dan matang dalam memperhitungkan harga pokok produksi sebagai dasar penentuan harga jual setiap menu, terutama menu-menu baru yang akan datang agar tetap memberikan profit atau keuntungan bagi *owner* dan menghindari kerugian material maupun tenaga.

### b. Pembelian bahan baku secara grosir untuk mengurangi biaya produksi

Pembelian bahan baku secara grosir di agen atau pedagang besar dapat mengurangi biaya produksi karena perbedaan harga dasar yang dikenakan oleh agen dan pedagang kecil berbeda. Selain itu agen dapat memberikan



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

diskon atau potongan harga untuk pembelian produk dalam jumlah banyak, beberapa agen bahkan menawarkan gratis biaya pengiriman hingga sampai ke tangan konsumen, dalam hal ini Hospes Coffee.

#### c. Strategi penetapan harga untuk meningkatkan penjualan

Rencana diskon 15% dinilai tidak akan memengaruhi peningkatan penjualan, akan lebih baik jika diskon diberikan untuk seluruh menu dengan persentase yang lebih kecil. Sehingga akan lebih menarik bagi konsumen yang memiliki keragaman preferensi selera kopi. Perluasan strategi penetapan harga juga dapat menggunakan promosi beli satu gratis satu (*buy 1 get 1*), terutama bagi produk yang kurang diminati atau bahkan belum ada penjualan sama sekali pada bulan tersebut.

#### d. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian lanjutan dapat mempertimbangkan aspek lain di luar penentuan harga jual dan strategi penetapan harga pada Hospes Coffee. Untuk perhitungan HPP bagi penelitian selanjutnya di Hospes Coffee dapat dipertimbangkan menggunakan metode *Activities Base Costing (ABC Analysis)*, metode *Variable Costing* dan metode *Direct Costing* untuk membandingkan perhitungan HPP yang lebih efisien. Selain itu dari sisi strategi pemasaran Hospes Coffee dapat dilakukan dengan topik implementasi *digital marketing* untuk meningkatkan penjualan. Lalu dapat dilakukan penelitian yang mengangkat pengaruh variabel penentuan lokasi, harga, kualitas produk dan layanan, dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, F., Pratama, A. P., Kurniasari, R., & Amrulloh, A. (2024). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Kue Pancong Lumer Kitchenette Cabang Depok. *Jurnal Economina*, 3(1), 47–57. <https://doi.org/10.55681/economina.v3i1.1128>
- Atmaja, I. M. D., Ali, S., & Subagja, G. (2022). Strategi Penetapan Harga Dalam Upaya Mempertahankan Keberlangsungan Bisnis Grosir Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 5(1), 52–62.
- Azzahra, A., Isnaningsih, A., F., O. N., Lestari, P., S., P. F., & Sakila. (2023). Strategi penetapan harga di Point Coffe. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 49–55.
- Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kabupaten Tegal. (2024). LKjIP Dinas Koperasi UKM dan Perdagangan. In *Pemerintah Kabupaten Tegal*. <https://dinkopdag.surabaya.go.id/>
- Fahriani, D., Rohmah, F. Y., & Haryanto, W. E. (2023). Analisis Harga Pokok Produk Metode Full Costing dan Penentuan Harga Jual Udang Vaname Metode Cost Plus Pricing. *JEMBA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(23), 693–702.
- Fauzan, A., Rusilanti, & Artanti, G. D. (2023). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Kedai Kopi Gans Oemah Eyang. *Journal of Comprehensive Science*, VIII(I), 1–19.
- Firdausi, S., & Lumentah, N. (2022). Analisis Karakteristik Sosial Ekonomi Sebagai Dasar Penyusunan Strategi Pemasaran Pada Pengunjung Baliem Cafe Hotel Horison Ultima Timika. *JURNAL KRITIS (Kebijakan, Riset, Dan Inovasi)*, 6(2), 142–175. <https://ejournal.stiejb.ac.id/index.php/jurnal-kritis/article/view/237/186>
- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, ahmad syarief, Erlangga, H., Nurjaya, Sumarsi, D., & I. (2022). Strategi Pemasaran: Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). Metode Penelitian Kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Hermawan, M. R., & Hadibrata, B. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Suasana Toko, Kualitas Layanan, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Coffee Shop Dengan Sikap Intervening. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 2(8), 780–795. <https://doi.org/10.58344/locus.v2i8.1579>
- Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2023, 1 (2023). <https://klikpajak.id/wp-content/uploads/2023/05/PMK-72-Tahun-2023.pdf>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing* (19th ed.). Pearson. <https://drive.google.com/file/d/1vZo8wIszLlrtWwQ7ZoNrdt66jStEtHiP/view>
- Lamsah, Awalia, E. N., & Sari, N. (2024). Analisis Penentuan Harga Pokok

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Produksi Telur Asin dengan Menggunakan Metode Full Costing. *Progress: Jurnal Pendidikan, Akuntansi Dan Keuangan*, 7(2), 89–95. <https://doi.org/10.47080/progress.v7i2.3306>
- Martosono, S. N. M. S., Monoarfa, R., & Yusuf, N. (2025). *Analisis Perbandingan Metode Full Costing dan Target Costing untuk Menentukan Harga Pokok Produksi*. 6(1), 222–236. <https://jar.fe.ung.ac.id/index.php/jar/article/view/159/104>
- Melati, L. S. A., Saputra, G., Najiyah, F., & Asas, F. (2022). Perhitungan harga pokok produksi berdasarkan metode Full Costing untuk penetapan harga jual produk pada CV. Silvi MN Paradilla Parengan. *Owner*, 6(1), 632–647. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.611>
- Mulyadi. (2023). *Akuntansi Biaya* (Edisi ke-5). UPP- STIM YKPN.
- Nugroho, T. P. (2023). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode Full Costing Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual Pada Perusahaan Avara Design. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 3(3), 1–9. <https://doi.org/10.56127/jaman.v3i3.1041>
- Pemerintah Indonesia. (2021). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 07 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. 086507, 1–121.
- Rachmawansyah, R., & Rohman, M. B. S. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Daerah Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(6), 469–481. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7785344>
- Rezky, A., Satriani, S., Wanini, W., & Diva, F. (2023). Strategi Pemasaran Dengan Metode Potongan Harga Dalam Meningkatkan Minat Belanja. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir, Vol 02 No*, 125–136.
- Sahla, W. A. (2020). *Akuntansi Biaya* (Vol. 7, Issue 2).
- Santi Rahma Dewi. (2019). *Akuntansi Biaya* (S. B. Sartika (ed.); 1st ed.). UMSIDA Press. <https://press.umsida.ac.id/index.php/umsidapress/article/view/978-623-6833-85-8/879>
- Sulastri, Y., & Wirman. (2023). Analisis Komparatif Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing dan Variable Costing (Studi Kasus Pada UMKM Mawflorist Karawang). *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 10(1), 27–31. <https://doi.org/10.31294/moneter.v10i1.15107>
- Turang, T. M., Pangemanan, S. S., & Pinatik, S. (2022). Penerapan Metode Full Costing Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada Kedai Kopi Pulang Manado. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, Dan Hukum)*, 5(2), 1111–1118.
- Usli, V. A. (2022). Analisis Strategi Penetapan Harga PT Grab Di Indonesia. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 133–139. <https://doi.org/10.46576/bn.v5i2.2762>



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Website

Jakpat. Indonesia Consumer on Coffee Report 2023, <https://insight.jakpat.net/indonesia-consumer-on-coffee/>, diakses 5 Februari 2024.

Highlight.id. Jenis-jenis Coffee Shop & Karakteristiknya, Perlu Dipahami Penikmat Kopi, <https://highlight.id/jenis-coffee-shop-karakteristik-perlu-dipahami-penikmat-kopi/>, diakses 10 April 2025

Rian Achmad Rusdi, (2023), 4 Metode Depresiasi dalam Akuntansi dan Bisnis, <https://www.jurnal.id/id/blog/cara-menghitung-biaya-juga-metode-penyusutan-atau-depresiasi-adalah/>, diakses 20 Juni 2025

Run System, (2023) Ingin Tahu Cara Menghitung Diskon dengan Tepat, Ini Rumusnya!, <https://runsystem.id/id/blog/cara-menghitung-diskon/>, diakses 20 Juni 2025

