

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia yang berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Data menunjukkan bahwa UMKM mencapai sekitar 99% dari total unit usaha di Indonesia, dengan jumlah pelaku usaha mencapai lebih dari 65 juta entitas pada tahun 2023. Kontribusi sektor UMKM terhadap PDB Indonesia mencapai sekitar 61% atau senilai lebih dari Rp.9.580 triliun, menunjukkan peranannya yang sangat besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Peran UMKM tidak hanya berkontribusi pada PDB, tetapi juga dalam penciptaan lapangan kerja. UMKM menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja nasional, yang berarti sektor ini merupakan salah satu instrumen utama dalam mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Keberadaan UMKM di berbagai wilayah juga membantu pemerataan kesempatan kerja dan distribusi ekonomi yang lebih inklusif di tingkat lokal dan regional (Wardana dan Mulyaningtyas, 2024).

Keberhasilan UMKM dalam menumbuhkan ekonomi lokal sangat bergantung pada kemampuan mereka melakukan perencanaan dan pengendalian biaya produksi

secara efektif. UMKM dalam sektor makanan dan minuman selalu memiliki daya tarik yang kuat bagi konsumen, dan ini tercermin dalam pertumbuhan dan ketahanannya dalam berbagai periode ekonomi. Salah satu karakteristik utama yang membuat UMKM sektor makanan dan minuman begitu vital adalah ketahanan terhadap krisis keuangan. Hal ini terbukti pada saat terjadi krisis keuangan akibat pandemi COVID-19. Banyak perusahaan besar mungkin mengalami kesulitan dan bahkan bangkrut, tetapi bisnis UMKM yang lebih kecil seringkali lebih mampu beradaptasi dengan perubahan pasar dan menjaga keberlanjutan mereka. UMKM mampu merespon dengan cepat terhadap perubahan kebutuhan konsumen tidak hanya karena permintaan konstan akan makanan (Nurmala et al., 2022).

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, sektor penyediaan makanan dan minuman merupakan salah satu sektor UMKM yang memiliki unit usaha terbesar di Indonesia. Pada tahun 2023 tercatat terdapat jutaan usaha penyedia makanan dan minuman yang beroperasi di berbagai wilayah dengan kontribusi yang cukup besar terhadap perputaran ekonomi nasional. Meskipun memiliki potensi yang besar, UMKM sektor makanan dan minuman juga menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan usahanya, salah satunya adalah pengelolaan biaya produksi dan penetapan harga jual produk. Dalam praktiknya, banyak pelaku UMKM masih mengalami kesulitan dalam menghitung biaya produksi secara tepat sehingga harga jual yang ditetapkan sering kali tidak mencerminkan biaya yang sebenarnya. Kondisi ini dapat berdampak pada menurunnya margin keuntungan atau bahkan menyebabkan

kerugian bagi pelaku usaha apabila harga jual yang ditetapkan terlalu rendah dibandingkan dengan biaya produksi yang dikeluarkan (Basuki, 2024).

Berdasarkan hasil wawancara awal (pra-penelitian) yang dilakukan peneliti terhadap salah satu pelaku UMKM sektor makanan dan minuman, ditemukan bahwa proses penetapan harga jual masih dilakukan secara sederhana dan lebih banyak didasarkan pada persepsi pasar dibandingkan perhitungan biaya yang sistematis. Dalam wawancara tersebut, pelaku UMKM menanyakan kepada peneliti selaku konsumen apakah harga es teh yang dijual sebesar Rp3.000 dianggap terlalu mahal atau terlalu murah. Peneliti sebagai konsumen memberikan tanggapan bahwa harga tersebut sudah sesuai karena secara umum pelaku usaha lain yang menjual produk sejenis juga menetapkan harga pada kisaran yang sama. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa pelaku UMKM cenderung menggunakan harga yang berlaku di pasar atau harga yang ditetapkan oleh pesaing sebagai acuan utama dalam menentukan harga jual, tanpa didasarkan pada perhitungan harga pokok produksi maupun informasi biaya yang memadai. Kondisi ini berpotensi menyebabkan harga jual yang ditetapkan belum tentu mampu mencerminkan biaya produksi yang sebenarnya maupun menghasilkan tingkat keuntungan yang optimal.

Hasil wawancara lain yang dilakukan terhadap beberapa pelaku UMKM sektor makanan dan minuman di Jawa Barat, diketahui bahwa sebagian besar pelaku usaha masih melakukan pencatatan keuangan secara sederhana dan belum menerapkan pencatatan akuntansi secara lengkap. Pencatatan yang dilakukan umumnya berfokus pada transaksi penerimaan dan pengeluaran kas serta biaya-biaya yang dianggap

utama, sedangkan beberapa komponen biaya produksi lainnya belum selalu dicatat dan diperhitungkan secara terperinci. Kondisi tersebut menunjukkan adanya fenomena bahwa praktik pencatatan biaya pada UMKM masih relatif sederhana, sehingga informasi mengenai total biaya produksi yang digunakan sebagai dasar dalam menentukan harga jual belum tentu menggambarkan keseluruhan biaya yang sebenarnya dikeluarkan. Apabila biaya produksi tidak diidentifikasi dan dihitung secara lengkap dan akurat, maka dapat memengaruhi ketepatan informasi HPP yang dimiliki pelaku usaha dan pada akhirnya berpotensi menyebabkan penetapan harga jual yang kurang sesuai dengan kondisi biaya yang sebenarnya.

Selain mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan, hasil wawancara juga menunjukkan bahwa pelaku UMKM dalam menentukan harga jual turut memperhatikan harga produk dari pesaing atau harga yang berlaku di pasar. Pertimbangan terhadap harga pesaing pada dasarnya merupakan hal yang wajar dalam menentukan harga jual, namun apabila keputusan harga lebih banyak didasarkan pada harga pasar tanpa didukung oleh informasi biaya yang memadai, pelaku usaha dapat mengalami kesulitan dalam memastikan apakah harga yang ditetapkan telah mampu menutup seluruh biaya produksi dan memberikan laba yang diharapkan. Kondisi tersebut dapat menjadi permasalahan karena harga yang mengikuti pesaing belum tentu sesuai dengan struktur biaya masing-masing UMKM. Oleh karena itu, fenomena pencatatan biaya yang masih sederhana serta adanya kecenderungan mempertimbangkan harga pesaing menjadi dasar yang relevan untuk mengkaji lebih lanjut mengenai pentingnya akurasi kalkulasi Harga Pokok Produksi

dan relevansi informasi biaya dalam mendukung efektivitas penetapan harga jual agar keputusan penetapan harga tidak hanya kompetitif di pasar, tetapi juga mampu menjamin keberlanjutan usaha pada UMKM sektor makanan dan minuman di Jawa Barat.

Selain itu juga didukung oleh fenomena lain dimana meningkatnya biaya produksi pada sektor makanan dan minuman semakin terlihat dalam beberapa tahun terakhir seiring dengan kenaikan harga bahan baku pangan. Ekonom dari Universitas Gadjah Mada menyebutkan bahwa lonjakan harga pangan seperti beras, minyak goreng, dan bahan pokok lainnya dapat meningkatkan biaya produksi usaha kuliner dan berpotensi memengaruhi harga jual produk makanan di masyarakat. Kenaikan harga bahan baku tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku UMKM karena mereka harus menyesuaikan harga jual produk agar tetap mampu menutupi biaya produksi yang meningkat. Selain itu, fluktuasi harga bahan pangan juga sering terjadi secara tidak menentu sehingga mempersulit pelaku usaha dalam merencanakan biaya produksi secara stabil. Misalnya, harga cabai, telur, dan bahan makanan lainnya sering mengalami perubahan dalam waktu singkat sehingga biaya produksi yang harus dikeluarkan oleh pelaku usaha makanan dan minuman ikut berubah. Ketidakstabilan harga bahan baku tersebut menuntut pelaku usaha untuk memiliki perhitungan biaya produksi yang lebih akurat agar dapat menentukan harga jual produk secara tepat dan tetap kompetitif di pasar (Hanifah, 2025).

Fenomena meningkatnya biaya produksi akibat kenaikan dan fluktuasi harga bahan baku pangan menunjukkan bahwa efektivitas penetapan harga jual menjadi

faktor yang sangat penting bagi keberlangsungan usaha UMKM sektor makanan dan minuman. Harga jual yang efektif tidak hanya ditentukan berdasarkan kondisi pasar, tetapi juga harus mampu mencerminkan seluruh biaya yang dikeluarkan agar memberikan margin keuntungan yang memadai serta menjaga daya saing produk. Ketika biaya produksi mengalami perubahan secara terus-menerus, pelaku UMKM dituntut untuk melakukan penyesuaian harga jual secara tepat berdasarkan informasi biaya yang akurat. Apabila penetapan harga jual tidak dilakukan secara efektif, maka harga yang ditetapkan berisiko terlalu rendah sehingga tidak mampu menutupi biaya produksi dan mengurangi laba, atau terlalu tinggi sehingga menurunkan daya beli konsumen dan mengurangi daya saing produk. Oleh karena itu, fenomena kenaikan biaya produksi tersebut mengindikasikan bahwa semakin besar ketidakpastian biaya yang dihadapi UMKM, semakin penting efektivitas penetapan harga jual dalam menjaga keseimbangan antara pemulihan biaya, pencapaian target laba, dan keberlangsungan usaha di tengah persaingan pasar.

Fenomena lain yang sering terjadi pada UMKM sektor makanan dan minuman adalah keterbatasan dalam pencatatan biaya usaha. Banyak pelaku UMKM yang masih menggunakan metode pencatatan biaya yang sederhana atau bahkan tidak melakukan pencatatan secara sistematis. Akibatnya, pelaku usaha sering kali tidak mengetahui secara pasti berapa biaya produksi yang sebenarnya dikeluarkan untuk menghasilkan suatu produk. Kondisi ini menyebabkan harga jual produk sering ditentukan berdasarkan perkiraan atau mengikuti harga pasar tanpa memperhitungkan struktur biaya yang sebenarnya (Pranoto & Amiluddin 2024). Dalam kondisi tersebut,

keberadaan informasi biaya yang akurat dan relevan menjadi sangat penting bagi pelaku usaha. Informasi biaya yang relevan dapat membantu pelaku usaha memahami komponen biaya produksi secara lebih jelas, seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead. Dengan adanya informasi biaya yang lengkap dan akurat, pelaku usaha dapat menetapkan harga jual produk yang lebih tepat sehingga bisa menjaga keseimbangan antara daya saing harga dan keuntungan usaha (Saputra et al., 2024).

Fenomena keterbatasan pencatatan biaya pada UMKM sektor makanan dan minuman menunjukkan bahwa efektivitas penetapan harga jual sangat dipengaruhi oleh ketersediaan informasi biaya yang relevan. Penetapan harga jual yang hanya didasarkan pada perkiraan atau mengikuti harga pesaing tanpa didukung informasi biaya yang akurat berpotensi menghasilkan harga yang tidak mencerminkan kondisi biaya produksi yang sebenarnya. Akibatnya, harga jual yang ditetapkan dapat terlalu rendah sehingga tidak mampu menutup seluruh biaya dan mengurangi pencapaian laba, atau terlalu tinggi sehingga menurunkan daya saing produk di pasar. Sebaliknya, apabila pelaku UMKM memiliki informasi biaya yang relevan, lengkap, tepat waktu, dan andal, maka proses penetapan harga jual dapat dilakukan secara lebih rasional dengan mempertimbangkan seluruh komponen biaya serta kondisi pasar. Dengan demikian, fenomena tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi relevansi informasi biaya yang dimiliki pelaku UMKM, semakin efektif pula penetapan harga jual yang dilakukan karena mampu mendukung pencapaian target laba, mempertahankan daya saing, dan menjamin keberlangsungan usaha.

Di sisi lain, sektor makanan dan minuman merupakan sektor usaha yang memiliki tingkat persaingan yang cukup tinggi karena banyaknya pelaku usaha yang bergerak dalam bidang yang sama. Dalam kondisi persaingan yang ketat, kemampuan pelaku usaha dalam menentukan harga jual yang tepat menjadi salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan usaha. Harga jual yang terlalu tinggi dapat menyebabkan konsumen beralih ke produk pesaing, sedangkan harga yang terlalu rendah dapat mengurangi keuntungan usaha. Dalam praktiknya, harga tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga sebagai strategi pemasaran yang menentukan posisi produk di pasar. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu mempertimbangkan berbagai faktor yang mempengaruhi penetapan harga agar keputusan yang diambil dapat memberikan hasil dan keuntungan yang optimal (Fitri et al., 2025).

Beberapa faktor utama yang memengaruhi efektivitas penetapan harga jual seperti, faktor akurasi perhitungan HPP (Fitriana & Masyhuri, 2025) menunjukkan bahwa kesalahan dalam menghitung biaya produksi dapat menyebabkan harga jual terlalu tinggi atau terlalu rendah, sehingga memengaruhi profitabilitas usaha. Faktor informasi biaya yang relevan penelitian yang dilakukan oleh (Azzahra & Suherman, 2024) menunjukkan bahwa informasi biaya yang jelas dan terklasifikasi dengan baik akan membantu dalam menetapkan harga jual secara lebih rasional serta meningkatkan efisiensi pengambilan keputusan. Faktor permintaan konsumen pada penelitian (Lestari et al., 2024) menunjukkan bahwa permintaan konsumen salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam menentukan harga jual. Faktor harga pasar dan

tingkat persaingan dalam penelitian (Lestari et al, 2024) menunjukkan pelaku UMKM biasanya mempertimbangkan harga pasar dan kondisi persaingan sebelum menetapkan harga jual. Terakhir faktor target laba dan biaya operasional pada penelitian (Weny, 2023) menunjukkan harga jual sering ditentukan dengan mempertimbangkan biaya operasional, biaya produksi, serta persentase keuntungan yang diharapkan oleh pelaku usaha.

Dari beberapa faktor utama yang memengaruhi efektivitas penetapan harga jual, variabel yang akan diteliti salah satunya adalah akurasi kalkulasi harga pokok produksi (HPP). Harga pokok produksi mencerminkan seluruh biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi, mulai dari biaya bahan baku, tenaga kerja, hingga biaya overhead. Apabila perhitungan HPP dilakukan secara tidak tepat, maka harga jual yang ditetapkan juga berpotensi menjadi tidak akurat. Kondisi ini dapat menyebabkan pelaku usaha menetapkan harga yang terlalu rendah sehingga menurunkan profitabilitas, atau sebaliknya terlalu tinggi sehingga mengurangi minat konsumen. Sebagian besar studi menunjukkan bahwa akurasi perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) berpengaruh positif terhadap penetapan harga jual. Penelitian Pratama & Hidayat (2022) menemukan bahwa akurasi HPP berpengaruh signifikan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 62%, yang menunjukkan kontribusi besar terhadap penentuan harga jual. Namun, penelitian Rahmawati & Putra (2024) justru menemukan bahwa ketidakakuratan HPP dapat memberikan dampak negatif terhadap laba dan keputusan harga, dengan koefisien regresi bernilai negatif. Perbedaan hasil

ini menunjukkan bahwa hubungan antara akurasi HPP dan penetapan harga jual masih belum konsisten.

Namun demikian, penelitian tersebut masih memiliki beberapa keterbatasan karena hanya menitikberatkan pada analisis HPP sebagai dasar penentuan harga jual dan menunjukkan tidak konsisten hasil yang didapat. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian yang akan penulis lakukan tidak hanya menganalisis HPP sebagai dasar penentuan harga jual, tetapi juga menguji pengaruh akurasi kalkulasi HPP dan relevansi informasi biaya terhadap efektivitas penetapan harga jual. Selain itu, penelitian ini difokuskan pada UMKM sektor makanan dan minuman di Jawa Barat, sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas penetapan harga jual pada sektor tersebut.

Dalam penelitian ini variabel selanjutnya yang akan diteliti adalah relevansi informasi biaya. Dalam operasional UMKM, terutama di sektor makanan dan minuman, pengambilan keputusan yang tepat sangat bergantung pada ketersediaan informasi yang relevan dan akurat mengenai biaya usaha. Informasi biaya yang relevan bukan sekedar angka biaya, melainkan informasi yang tepat waktu dan sesuai kebutuhan keputusan manajerial yang membantu pelaku UMKM memetakan struktur biaya produksi secara efektif. Ketika informasi biaya disajikan dengan baik, UMKM mampu mengevaluasi biaya yang benar-benar berdampak pada keputusan bisnis tanpa mengganggu biaya yang tidak relevan terhadap pilihan keputusan. Peran informasinya sangat penting karena keputusan harga jual produk tidak hanya

berdasarkan pada permintaan pasar namun juga harus mempertimbangkan biaya operasional yang realistis agar usaha tetap profitabel (Avionita et al., 2024).

Aspek relevansi informasi biaya juga dikaitkan dengan peran sistem informasi akuntansi dalam mendukung pengambilan keputusan operasional dan strategis UMKM. Sistem informasi akuntansi yang baik akan menyediakan data biaya yang relevan dan mudah diakses, sehingga pelaku usaha dapat menganalisis informasi tersebut untuk berbagai keputusan, seperti penetapan harga, alokasi sumber daya, atau evaluasi efisiensi produksi. Tanpa sistem yang terstruktur, informasi biaya cenderung tidak lengkap dan kurang responsif terhadap perubahan operasional, sehingga keputusan yang diambil bisa saja kurang akurat dan merugikan usaha (Wardani dan Zurriah 2025).

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Susilowati, 2023) membahas peran akuntansi manajemen dalam mendukung pengambilan keputusan strategis perusahaan, khususnya melalui pengelolaan biaya yang efektif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa informasi biaya yang dihasilkan dari sistem akuntansi manajemen dapat membantu manajemen dalam merencanakan, mengendalikan, dan mengambil keputusan strategis yang berkaitan dengan aktivitas operasional perusahaan, termasuk dalam penentuan strategi harga produk. Penelitian oleh (Saputra et al., 2024) dan (Sari et al, 2022) menunjukkan bahwa informasi biaya yang relevan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan harga. Namun, dalam praktiknya masih banyak UMKM yang menggunakan informasi biaya yang tidak lengkap atau tidak

relevan, sehingga menyebabkan distorsi dalam penetapan harga jual. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara teori dan praktik di lapangan.

Namun demikian, penelitian tersebut masih memiliki keterbatasan karena membahas manajemen biaya dan akuntansi manajemen secara umum dalam konteks pengambilan keputusan strategis perusahaan, Selain itu objek penelitian tidak difokuskan pada sektor UMKM tertentu sehingga belum menggambarkan kondisi spesifik pada pelaku usaha kecil, khususnya di sektor makanan dan minuman. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian yang akan dilakukan ini secara khusus mengkaji pengaruh relevansi informasi biaya terhadap efektivitas penetapan harga jual, serta mengkombinasikannya dengan variabel akurasi kalkulasi HPP sebagai faktor yang memengaruhi efektivitas keputusan penetapan harga. Selain itu, penelitian ini difokuskan pada UMKM sektor makanan dan minuman di Jawa Barat serta dengan pendekatan kuantitatif, sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai bagaimana informasi biaya yang relevan dapat memengaruhi efektivitas penetapan harga jual pada sektor UMKM tersebut.

Berdasarkan beberapa tinjauan penelitian terdahulu, terlihat bahwa fokus utama penelitian masih terbatas pada satu sisi saja, baik akurasi kalkulasi perhitungan biaya ataupun relevansi informasi biaya tanpa menghubungkannya secara bersama-sama yang memengaruhi efektivitas penetapan harga jual sebagai hasil pengambilan keputusan. Padahal di lingkungan UMKM, terutama di sektor makanan dan minuman, hubungan antara biaya produksi yang akurat, informasi biaya yang relevan, dan kemampuan menetapkan harga jual yang efektif adalah hal yang sangat penting

untuk menjaga keberlanjutan usaha. Memberi kontribusi praktis bagi pelaku UMKM dalam memahami pentingnya pencatatan dan penyajian informasi biaya yang lebih baik sehingga keputusan harga yang diambil lebih efektif dan mendukung usaha jangka panjang.

Fokus penelitian ini diarahkan untuk mengkombinasikan variabel akurasi kalkulasi HPP dan relevansi informasi biaya dengan efektivitas penetapan harga jual yang layak dilakukan dalam konteks UMKM, khususnya pada sektor makanan dan minuman. Sebab sektor ini secara nyata menghadapi dinamika biaya tinggi dan persaingan harga yang ketat, sehingga keputusan harga produk sangat menentukan keberlanjutan usaha, profitabilitas, serta daya saing pasar. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk membahas akurasi kalkulasi HPP dan relevansi informasi biaya dengan efektivitas penetapan harga jual dengan judul **“Pengaruh Akurasi Kalkulasi Harga Pokok Produksi dan Relevansi Informasi Biaya terhadap Efektivitas Penetapan Harga Jual pada UMKM Sektor Makanan dan Minuman”**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, terdapat beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Masih banyak pelaku UMKM sektor makanan dan minuman yang belum melakukan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) secara akurat.

2. Ketidakakuratan dalam kalkulasi HPP menyebabkan harga jual yang ditetapkan tidak mencerminkan biaya produksi yang sebenarnya.
3. Pelaku UMKM masih memiliki keterbatasan dalam pencatatan dan pengelolaan informasi biaya secara sistematis.
4. Informasi biaya yang digunakan dalam pengambilan keputusan sering kali tidak relevan, tidak lengkap, atau tidak tepat waktu.
5. Fluktuasi harga bahan baku menyebabkan kesulitan dalam menentukan biaya produksi yang stabil.
6. Penetapan harga jual sering dilakukan berdasarkan perkiraan atau mengikuti harga pasar tanpa mempertimbangkan struktur biaya secara menyeluruh.
7. Tingginya tingkat persaingan di sektor makanan dan minuman menuntut pelaku UMKM untuk menetapkan harga jual yang tepat dan kompetitif.
8. Adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh akurasi HPP terhadap penetapan harga jual.
9. Kurangnya penelitian yang mengkombinasikan variabel akurasi kalkulasi HPP dan relevansi informasi biaya terhadap efektivitas penetapan harga jual pada UMKM sektor makanan dan minuman.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana akurasi kalkulasi harga pokok produksi pada UMKM sektor makanan dan minuman
2. Bagaimana relevansi informasi biaya pada UMKM sektor makanan dan minuman
3. Bagaimana efektivitas penetapan harga jual pada UMKM sektor makanan dan minuman
4. Bagaimana pengaruh akurasi kalkulasi harga pokok produksi terhadap efektivitas penetapan harga jual pada UMKM sektor makanan dan minuman
5. Bagaimana pengaruh relevansi informasi biaya terhadap efektivitas penetapan harga jual pada UMKM sektor makanan dan minuman

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada masalah yang telah dirumuskan di atas, maka tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui akurasi kalkulasi harga pokok produksi pada UMKM sektor makanan dan minuman
2. Mengetahui relevansi informasi biaya pada UMKM sektor makanan dan minuman
3. Mengetahui efektivitas penetapan harga jual pada UMKM sektor makanan dan minuman
4. Menganalisis pengaruh akurasi kalkulasi harga pokok produksi terhadap efektivitas penetapan harga jual pada UMKM sektor makanan dan minuman
5. Menganalisis pengaruh relevansi informasi biaya terhadap efektivitas penetapan harga jual pada UMKM sektor makanan dan minuman

1.4 Kegunaan Penelitian

Tujuan penelitian sebagaimana telah diuraikan di atas, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu akuntansi, khususnya pada bidang akuntansi biaya dan manajemen yang berkaitan dengan akurasi kalkulasi harga pokok produksi, relevansi informasi biaya, dan efektivitas penetapan harga jual. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur ilmiah serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan variabel penelitian, khususnya konteks UMKM sektor makanan dan minuman.

1.4.2 Secara Praktis

1. Bagi pelaku UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan yang bermanfaat bagi pelaku UMKM sektor makanan dan minuman dalam meningkatkan ketepatan perhitungan harga pokok produksi serta pemanfaatan informasi biaya yang relevan guna mendukung penetapan harga jual yang efektif.

2. Bagi manajemen usaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan manajerial,

khususnya yang berkaitan dengan pengelolaan biaya produksi dan penentuan harga jual yang optimal.

3. Bagi instansi terkait

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi instansi pemerintah maupun lembaga pembina UMKM dalam merumuskan kebijakan, program pembinaan, serta pelatihan yang berkaitan dengan pengelolaan biaya dan strategi penetapan harga jual.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan acuan bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian yang relevan, baik melalui penambahan variabel, perluasan objek penelitian, maupun penggunaan metode analisis yang berbeda.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada UMKM sektor makanan dan minuman yang berada di wilayah Jawa Barat. Data akan dikumpulkan melalui kuesioner, observasi, dan dokumentasi selama periode penelitian dari bulan Februari hingga bulan Agustus tahun 2026. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada banyaknya pelaku UMKM yang aktif serta representasi sektor makanan dan minuman yang luas, sehingga hasil penelitian diharapkan dapat mencerminkan kondisi yang realistis pada konteks UMKM di Indonesia.