

## Perhitungan Biaya Produksi sebagai Dasar Penentuan Harga Jual Laksa Bogor Kang Dadi

### Calculation of Production Costs as a Basis for Determining the Selling Price of Laksa Bogor Kang Dadi

Nadila Rizki<sup>1</sup>, Rhiesma Cantika Tyas Findriana Meilani<sup>2</sup>, Muhammad Hasbi<sup>3</sup>, Farida Ratna Dewi<sup>4</sup>, Yuni Astuti Tri Tartiani<sup>5</sup>

Sekolah Vokasi IPB University, <sup>5</sup>Universitas Islam 45, Indonesia

Corresponding Author: [nadila@apps.ipb.ac.id](mailto:nadila@apps.ipb.ac.id)

#### Abstract

*This research aims to analyze production costs in determining the selling price of Laksa Bogor at the Kang Dadi business. In the era of globalization, competition in the food sector has become increasingly intense, requiring Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to understand effective pricing strategies. This study identifies components of production costs, which include raw material costs, labor costs, and factory overhead, as well as their impact on selling prices. The research employs a case study method with a qualitative approach, involving interviews and direct observations at the business location. The findings indicate that the total production costs calculated encompass all necessary elements to produce the product. Furthermore, the analysis reveals that selling prices must consider consumer purchasing power and market conditions to remain competitive. With a deep understanding of cost structures, it is expected that business operators can set optimal selling prices, enhance profitability, and improve product competitiveness in the Bogor culinary market. This study also emphasizes the importance of considering fluctuations in raw material prices in pricing strategies to support business sustainability.*

**Keywords:** Production Cost, Selling Price, MSMEs Laksa Bogor

#### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis biaya produksi sebagai dasar penentuan harga jual Laksa Bogor di usaha Kang Dadi. Dalam era globalisasi, persaingan bisnis di sektor makanan semakin ketat, sehingga pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) perlu memahami strategi penetapan harga yang efektif. Penelitian ini mengidentifikasi komponen biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, tenaga kerja, dan overhead pabrik, serta dampaknya terhadap harga jual. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif, melibatkan wawancara dan observasi langsung di lokasi usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa total biaya produksi yang dihitung mencakup semua elemen biaya yang diperlukan untuk menghasilkan produk. Selain itu, analisis menunjukkan bahwa harga jual harus mempertimbangkan daya beli konsumen dan kondisi pasar agar tetap kompetitif. Dengan pemahaman yang mendalam tentang struktur biaya, diharapkan pelaku usaha dapat menetapkan harga jual yang optimal, meningkatkan profitabilitas, dan daya saing produk di pasar kuliner Bogor. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya mempertimbangkan fluktuasi harga bahan baku dalam strategi penetapan harga untuk mendukung keberlanjutan usaha.

**Kata Kunci:** Biaya Produksi, Harga Jual, UMKM Laksa Bogor

#### PENDAHULUAN

Era globalisasi yang semakin pesat mendorong pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di berbagai sektor salah satunya industri makanan. Provinsi Jawa Barat memiliki total 4.63 juta UMKM, dengan dominasi usaha mikro sebesar 85,02%. Disusul oleh usaha kecil yang mencakup 13,60%, dan usaha menengah besar yang mencapai 1,38%. Dari 14.926 UMKM yang dibina oleh provinsi ini, industri kategori makanan mendominasi dengan jumlah mencapai 7.446 UMKM, sementara kategori kuliner menyusul dengan 2.240 UMKM. Perkembangan ekonomi di Indonesia telah mendorong pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Menurut Supriyanto & Wulandari.S (2020) UMKM merupakan kegiatan usaha yang memiliki skala usaha yang lebih kecil dibandingkan korporasi dan memiliki peran yang krusial dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan perekonomian lokal. UMKM tidak hanya menghadapi tantangan dalam hal inovasi produk, tetapi juga dalam strategi penetapan harga yang efektif. Untuk menciptakan strategi bisnis yang efektif, pelaku UMKM harus memiliki pemahaman yang kuat tentang bagaimana mereka menentukan harga jual produk-produk mereka terutama di tengah persaingan yang semakin ketat (Andriani & Ramdani, 2019). Selain itu, penetapan harga jual yang tepat sangat penting karena dapat memengaruhi daya saing, posisi pasar, serta keberhasilan jangka panjang usaha (Setyowati & Saraswati, 2020).

Dalam konteks industri kuliner, terutama di wilayah Bogor, laksa tetap memiliki popularitas tinggi karena keunikan rasa dan

penyajian yang khas mencerminkan keunikan Bogor (Santoso, 2020). Dengan popularitas tersebut, penting bagi pelaku usaha seperti Kang Dadi untuk memahami dan menganalisis biaya produksi guna menentukan harga jual yang kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang bagaimana menghitung biaya produksi agar dapat membantu dalam menetapkan harga jual yang tidak hanya mencakup biaya tetapi juga mempertimbangkan keuntungan yang diharapkan, sehingga dapat meningkatkan daya saing produk di pasar. Menurut Mulyadi (2018) Biaya produksi merupakan semua biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan *output* yang berupa barang atau jasa, mulai dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik yang terkait dengan proses produksi hingga menjadi produk yang siap untuk dijual. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman tentang struktur biaya sangat krusial bagi para pelaku usaha dalam menentukan strategi penetapan harga. Pendapat ini sejalan dengan pandangan Harnanto (2017) yang menyatakan bahwa pemahaman mendalam tentang biaya produksi dapat membantu pengusaha dalam mengelola keuangan dan meningkatkan profitabilitas usaha.

Biaya bahan baku merupakan semua biaya yang dibutuhkan untuk memperoleh bahan yang digunakan dalam produksi, seperti biaya pembelian, pengiriman, dan penyimpanan bahan baku (Riyadi, 2019). Biaya tenaga kerja merupakan yang berkaitan dengan upah dan gaji karyawan, serta tunjangan dan kompensasi lainnya (Kasmir, 2020). Selanjutnya, menurut Setiawan (2029) biaya *overhead* pabrik meliputi semua biaya yang tidak dapat didistribusikan secara langsung kepada suatu produk. Dengan memahami komponen biaya ini, Kang Dadi dapat menentukan harga jual yang tidak hanya menutupi semua pengeluaran tetapi juga memberikan margin keuntungan yang wajar. Selain menentukan total biaya produksi, penetapan harga jual produk juga penting dalam menjaga keberlanjutan usaha. Harga jual tidak hanya mencakup biaya produksi, tetapi juga mempertimbangkan faktor pasar, daya beli konsumen, dan target keuntungan perusahaan.

Harga jual merupakan komponen penting dalam menentukan keberhasilan produk di pasar, karena berfungsi sebagai titik temu antara nilai yang diterima konsumen dan keuntungan yang diharapkan perusahaan. Dalam konteks bisnis seperti produksi laksa oleh Kang Dadi, harga jual idealnya disusun untuk menutupi seluruh biaya yang telah dikeluarkan, termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja, dan *overhead* pabrik, serta memberi margin keuntungan yang layak. Dalam menentukan harga jual, penting bagi perusahaan untuk mempertimbangkan beberapa aspek kunci. Kotler & Keller (2016) menegaskan bahwa harga adalah bagian dari bauran pemasaran yang tidak hanya menentukan profitabilitas tetapi juga memengaruhi persepsi konsumen terhadap produk. Harga yang terlalu tinggi mungkin mengurangi minat konsumen, sementara harga yang terlalu rendah dapat merusak citra produk atau mengurangi keuntungan. McCarthy & Perreault (2010) menyarankan agar penetapan harga dilakukan dengan menyesuaikan segmen pasar dan target konsumen, sehingga produk lebih mudah diterima dan memiliki daya saing.

Penentuan harga jual juga mempertimbangkan aspek psikologis dan strategis. Harga jual sebaiknya mencerminkan kualitas dan nilai produk yang dirasakan konsumen (Nagle & Müller 2017). Dengan kata lain, harga harus disesuaikan dengan manfaat yang dirasakan, sehingga konsumen merasa bahwa mereka mendapatkan nilai yang setimpal dengan uang yang dikeluarkan. Menurut Jobber & Fahy (2019), harga juga memengaruhi citra merek dan persepsi kualitas. Harga yang tepat dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan memperkuat posisi produk di pasar.

Penetapan harga jual yang tetap akan membantu Kang Dadi dalam meraih target pasar dengan efektif, mempertahankan daya saing, dan mengoptimalkan keuntungan dalam jangka panjang. Dalam menetapkan harga jual, perusahaan juga harus memperhatikan harga yang berlaku di pasar untuk produk sejenis. Menurut Sunarto (2021), dengan melakukan analisis harga pasar, perusahaan dapat memastikan harga yang ditetapkan tetap kompetitif namun tetap menguntungkan. Oleh karena itu, bagi Kang Dadi, memahami semua komponen biaya dan menyesuaikan harga jual berdasarkan analisis pasar adalah langkah penting untuk mencapai keuntungan yang optimal sekaligus menarik minat konsumen.

Salah satu literatur yang relevan dengan penelitian ini yaitu penelitian di UMKM Regar Fruit. Penelitian ini menunjukkan pentingnya perhitungan biaya yang mencakup semua elemen, seperti biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik, untuk menentukan harga jual yang akurat. Hasil penelitian menyatakan bahwa Regar Fruit belum memasukkan semua unsur biaya secara rinci, sehingga informasi yang dihasilkan kurang tepat dan dapat mempengaruhi keputusan harga jual. Literatur lain yang mendukung yaitu penelitian yang membahas penetapan metode harga pokok proses dalam menentukan harga jual produksi kasur. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya penerapan metode perhitungan biaya yang tepat untuk memastikan bahwa semua komponen biaya diperhitungkan agar harga jual dapat bersaing di pasar. Selain itu, penelitian pada CV Surya Pustaka mengenai pengaruh biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik terhadap penjualan produk menunjukkan bahwa ketidaktepatan dalam perhitungan biaya dapat mengakibatkan kesalahan dalam penetapan harga jual. Penelitian ini menekankan bahwa banyak UMKM hanya menjumlahkan biaya langsung tanpa mempertimbangkan biaya tidak langsung, sehingga hasilnya kurang akurat. Berdasarkan literatur-literatur tersebut, terlihat bahwa meskipun banyak penelitian memberikan penjelasan mendalam mengenai metode perhitungan biaya, masih terdapat kekurangan dalam hal aplikasi nyata di lapangan dan pertimbangan faktor eksternal, seperti fluktuasi harga bahan baku. Oleh karena itu, penelitian ini mengupayakan dan mempertimbangkan faktor-faktor eksternal yang memengaruhi keputusan harga jual agar lebih relevan bagi pelaku usaha kecil seperti Laksa Bogor Kang Dadi.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada objek penelitian yaitu laksa Bogor milik Kang Dadi. Penelitian ini tidak hanya akan menghitung total biaya produksi tetapi juga akan mengevaluasi dampak dari variasi harga bahan baku terhadap harga jual akhir. Dengan pendekatan ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan rekomendasi strategis bagi pelaku usaha dalam menetapkan harga jual yang optimal serta meningkatkan daya saing produk di pasar kuliner Bogor. Menurut Sari & Prabowo (2021), UMKM yang secara proaktif mempertimbangkan fluktuasi harga dan tren konsumen memiliki tingkat profitabilitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang tidak melakukannya. Hal ini sejalan dengan pendapat Khan & Jain (2020) bahwa kunci untuk meningkatkan profitabilitas UMKM yaitu analisis terhadap fluktuasi harga bahan baku dan permintaan pasar untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dapat memengaruhi strategi harga. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan panduan yang lebih komprehensif dalam strategi penetapan harga. Kebaruan lainnya adalah penggunaan teknologi dalam penghitungan biaya dan analisis data, yang dapat membantu UMKM dalam mengelola informasi biaya secara lebih efisien dan

akurat. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya akan memberikan solusi praktis untuk penetapan harga jual, tetapi juga mendukung pelaku usaha dalam meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

## METODOLOGI PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2020) metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus, karena tujuan utama penelitian ini adalah menganalisis data biaya produksi yang kemudian akan digunakan untuk menetapkan harga jual dari produk Laksa Bogor Kang Dadi. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menggambarkan komponen dari biaya produksi, sedangkan pendekatan wawancara dilakukan untuk mendapatkan data yang akurat dan juga untuk menentukan variabel agar lebih objektif.

Penelitian ini merupakan studi kasus dan berfokus pada bisnis Laksa Bogor Kang Dadi. Tujuan dari penelitian ini adalah melakukan analisis tentang proses produksi, struktur biaya, dan strategi untuk menentukan harga jual produk Laksa Bogor Kang Dadi. Studi ini dilakukan di tempat usaha Laksa Bogor Kang Dadi di Jl. Wuwung 2 No. 57, Tegol Gundil, Kec. Bogor Utara, Kota Bogor, Jawa Barat. Penelitian ini melibatkan pemilik usaha Laksa Bogor Kang Dadi dan staf yang memberikan informasi tentang biaya produksi.

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Nana S. (2019) Data primer merupakan informasi atau data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian tanpa perantara, sehingga memberikan informasi yang lebih akurat dan relevan. Sedangkan data sekunder merupakan sumber informasi yang dihasilkan dari penelitian sebelumnya, namun dapat dimanfaatkan untuk menganalisis isu atau fenomena sosial (Hidayat & Rachman, 2023). Penggunaan data sekunder memungkinkan peneliti untuk membandingkan temuan mereka dengan hasil penelitian sebelumnya, sehingga dapat memberikan konteks yang lebih luas terhadap isu yang sedang diteliti (Hidayah, 2020).

Data primer, dikumpulkan melalui observasi di lapangan dan wawancara langsung dengan pemilik usaha Laksa Bogor Kang Dadi. Tujuan wawancara ini adalah untuk mengetahui perincian biaya proses produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, tenaga kerja, dan biaya operasional lainnya. Data sekunder diperoleh dari literatur yang relevan, seperti buku tentang analisis biaya produksi, artikel tentang industri kuliner, dan data tentang harga pasar bahan baku yang digunakan untuk membuat laksa.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses pembuatan Laksa Bogor Kang Dadi dimulai dengan menyiapkan potongan lontong yang diletakkan dalam mangkuk, kemudian ditambahkan dengan tahu kuning rebus. Selanjutnya, potongan oncom, bihun, dan toge dimasukkan ke dalam saringan dan dicelupkan ke dalam kuah rebusan yang terpisah dari kuah utama yang akan disajikan. Setelah oncom, bihun, dan toge matang, bahan-bahan tersebut dimasukkan ke dalam mangkuk bersama dengan suiran ayam, setengah butir telur rebus, dan daun kemangi. Terakhir, kuah laksa dituangkan ke dalam mangkuk dan ditaburi dengan bawang goreng serta serundeng. Dalam proses produksi laksa ini, biaya yang dikeluarkan dapat teridentifikasi melalui pembelian bahan baku. Selain itu, biaya operasional seperti gas untuk memasak, tenaga kerja, serta peralatan masak juga turut mempengaruhi total biaya produksi. Semua biaya tersebut berkontribusi dalam menentukan harga pokok produksi. Hal tersebut juga berhubungan dan berpengaruh terhadap penentuan harga jual produk. Berikut ini disajikan tabel perincian biaya bahan baku dari Laksa Bogor Kang Dadi selama bulan Agustus 2024.

Tabel 1. Biaya Bahan Baku Laksa Bogor Kang Dadi Bulan Agustus 2024

Bahan Baku	Biaya
Toge	Rp260.000
Telur	Rp520.000
Bumbu	Rp390.000
Lontong	Rp260.000
Kelapa	Rp416.000
Dada Ayam	Rp380.000
Serundeng	Rp91.000
Tahu	Rp195.000
Oncom	Rp45.500
Bihun	Rp176.800
<b>Total</b>	<b>Rp2.734.300</b>

Sumber : Laksa Bogor Kang Dadi (Data diolah, 2024)

Berdasarkan tabel tersebut, total biaya bahan baku Laksa Bogor Kang Dadi selama bulan Agustus 2024 sebesar Rp 2.734.300. Bahan baku telur memiliki kontribusi paling besar dalam total biaya bahan baku yaitu sebesar 19,02%. Hal ini dikarenakan harga telur yang cenderung tinggi dan laksa bogor biasanya menggunakan setengah butir telur per porsi sebagai bahan pelengkap

dalam proses penyajian. Selanjutnya, disusul oleh kelapa dengan kontribusi sebesar 15,21%. Kelapa diperlukan sebagai bahan untuk kuah dan serundeng sebagai bahan taburan yang memberikan efek *creamy* terhadap laksa. Kemudian, bahan baku oncom yang memiliki kontribusi terkecil yaitu sebesar 1,66% dikarenakan kurang diminati oleh customer sehingga sebagian besar memilih untuk tidak menggunakannya.

Komponen dari biaya produksi selanjutnya yaitu biaya tenaga kerja langsung. Berikut ini rincian dari biaya tenaga kerja langsung pada Laksa Bogor Kang Dadi.

Tabel 2. Biaya Tenaga Kerja Langsung Laksa Bogor Kang Dadi Bulan Agustus 2024

Tenaga Kerja Langsung	Biaya
Pekerja Dapur	Rp2.000.000
Asisten Pekerja Dapur	Rp1.200.000
<b>Total</b>	<b>Rp3.200.000</b>

Sumber : Laksa Bogor Kang Dadi (Data diolah, 2024)

Laksa Bogor Kang Dadi mencatatkan total biaya untuk tenaga kerja langsung sebesar Rp3.200.000. Biaya tenaga kerja ini terdiri dari dua kategori utama, yaitu Pekerja Dapur dan Asisten Pekerja Dapur. Pekerja Dapur berkontribusi sekitar 62,5% dari total biaya tenaga kerja langsung. Sementara itu, Asisten Pekerja Dapur berkontribusi 37,5% terhadap total biaya tenaga kerja langsung. Karena usaha ini masih relatif kecil, dengan hanya dua pegawai yang bekerja langsung di dapur, biaya untuk tenaga kerja langsung menjadi lebih terkonsentrasi pada dua posisi tersebut. Tidak adanya banyak pegawai memungkinkan pemilik usaha untuk mengelola biaya tenaga kerja lebih efisien. Selain itu dalam proses produksi dan pengelolaan usaha ini pemilik terlibat secara langsung sehingga beban kedua pegawai tidak terlalu berat.

Komponen biaya produksi yang terakhir yaitu biaya *overhead* pabrik. Berikut ini rincian dari biaya *overhead* pabrik pada Laksa Bogor Kang Dadi.

Tabel 3. Biaya *Overhead* Pabrik Laksa Bogor Kang Dadi Bulan Agustus 2024

Overhead Pabrik	Biaya
Bahan Penolong	
Bawang Goreng	Rp30.000
Minyak Goreng	Rp140.000
Cabai (Sambal)	Rp65.000
BOP Lainnya	
Biaya Gas	Rp300.000
Biaya Listrik	Rp100.000
Biaya Air	Rp70.000
Peny. Peralatan	Rp750.000
<b>Total</b>	<b>Rp1.455.000</b>

Sumber : Laksa Bogor Kang Dadi (Data diolah, 2024)

Pada bulan Agustus 2024, Laksa Bogor Kang Dadi mencatatkan total biaya untuk *overhead* pabrik sebesar Rp1.455.000. Biaya terbesar dalam kategori *overhead* pabrik adalah penyusutan peralatan, yang mencapai 51,5% dari total biaya. Penyusutan peralatan ini merupakan biaya terbesar karena mencakup depresiasi atau penggantian peralatan yang digunakan dalam produksi seperti kompor dan penyusutan tempat yang digunakan dalam proses memasak mengalami penurunan nilai seiring waktu dan pemakaiannya yang terus-menerus. Kemudian, disusul dengan biaya gas, yang tercatat sebesar 20,6% dari total biaya *overhead*. Gas digunakan secara intensif untuk memasak, menggoreng, dan merebus bahan-bahan utama dalam pembuatan laksa, yang menjadikannya salah satu pengeluaran terbesar dalam operasional sehari-hari. Proses memasak yang memerlukan api terus-menerus menjadikan gas sebagai biaya yang signifikan dalam mendukung proses produksi. Terakhir, biaya bawang goreng mencatatkan biaya terkecil, yaitu 2,1% dari total biaya *overhead*. Bawang goreng, meskipun memberikan rasa dan aroma pada laksa, digunakan dalam jumlah yang kecil sebagai *topping*, sehingga kontribusinya terhadap total biaya *overhead* pabrik juga lebih rendah.

Setelah mengetahui rincian dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik maka selanjutnya kita dapat menentukan biaya produksi yang dikeluarkan oleh Laksa Bogor Kang Dadi pada bulan Agustus 2024. Berikut ini tabel perhitungan yang dilakukan.

Tabel 4. Biaya Produksi Laksa Bogor Kang Dadi Bulan Agustus 2024

Biaya Produksi	Jumlah
Biaya Bahan baku	Rp2.734.300

Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp3.200.000
Biaya Overhead Pabrik	Rp1.455.000
<b>Total Biaya Produksi</b>	<b>Rp7.389.300</b>
<b>Biaya Produksi/Porsi</b>	<b>Rp14.210</b>

Sumber : Laksa Bogor Kang Dadi (Data diolah, 2024)

Berdasarkan tabel 4, diketahui bahwa total biaya produksi Laksa Bogor Kang Dadi selama satu periode sebesar Rp 7.389.300 dengan *output* sekitar 520 porsi. Biaya tenaga kerja yang mencapai 43% dari total biaya produksi menunjukkan bahwa komponen ini merupakan pengeluaran terbesar dalam operasional Laksa Bogor Kang Dadi. Hal ini disebabkan oleh kebutuhan untuk mempekerjakan dua orang pegawai guna mendukung kegiatan produksi secara efektif. Penetapan upah yang sesuai sangat penting untuk menjaga motivasi dan produktivitas tenaga kerja (Kasmir, 2020). Biaya tenaga kerja yang tinggi ini disusul oleh biaya bahan baku, yang mencakup 37% dari total biaya. Biaya bahan baku meliputi berbagai komponen utama dalam pembuatan laksa, seperti mie, kuah, rempah-rempah, dan bahan pelengkap lainnya. Selanjutnya, sebesar 20% dari total biaya produksi dialokasikan untuk biaya overhead pabrik. Biaya overhead ini mencakup berbagai pengeluaran tidak langsung, seperti biaya listrik, air, gas, dan pemeliharaan peralatan yang digunakan selama proses produksi. Dengan distribusi biaya seperti ini, dapat disimpulkan bahwa fokus utama produksi Laksa Bogor Kang Dadi adalah pada optimalisasi penggunaan tenaga kerja dan bahan baku untuk mencapai hasil produksi yang maksimal dengan kualitas yang tetap terjaga.

Secara keseluruhan, pengendalian biaya produksi sangat penting untuk menjaga daya saing harga jual produk di pasar. Jika biaya produksi terlalu tinggi, perusahaan mungkin harus menaikkan harga jual, yang dapat mengurangi daya tarik produk di pasar. Sebaliknya, dengan mengelola biaya produksi dengan baik, perusahaan dapat menjaga harga jual tetap kompetitif sambil tetap memperoleh keuntungan yang optimal (Drury, 2013). Oleh karena itu, evaluasi rutin terhadap komponen biaya produksi dan penerapan strategi efisiensi sangat diperlukan untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan jangka panjang perusahaan (Situmorang, 2019).

Dengan mengetahui struktur biaya yang terdiri dari tenaga kerja, bahan baku, dan *overhead*, langkah berikutnya adalah menentukan harga jual yang tepat untuk memastikan usaha mendapatkan keuntungan yang diinginkan. Penentuan harga jual harus mencakup keseluruhan biaya produksi ditambah dengan margin keuntungan yang ditargetkan. Adapun penentuan harga jual Laksa Bogor Kang Dadi berdasarkan harga jual aktualnya yaitu sebagai berikut:

#### a. Laba 19,63%

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \text{Biaya produksi} + (\% \text{laba} \times \text{biaya produksi}) \\ &= \text{Rp}7.389.300,00 + (19,63\% \times \text{Rp}7.389.300,00) \\ &= \mathbf{\text{Rp}8.840.041,27} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Harga Jual}}{\text{Unit Produksi}} \\ \text{Per Porsi} &= \frac{\text{Rp } 8.840.041,27}{520 \text{ porsi}} \\ &= \text{Rp}17.000,08 \end{aligned}$$

Dari perhitungan di atas, jika UMKM Laksa Bogor Kang Dadi menetapkan harga jual sebesar Rp 17.000 untuk setiap porsinya berarti UMKM tersebut hanya memperoleh laba sebesar Rp1.450,78 per porsi atau 19,63% dari harga pokok produksinya. Kondisi ini sekaligus mencerminkan laba yang diterima oleh laksa Bogor Kang Dadi karena menetapkan harga jual sebesar Rp17.000 per porsi.

Margin keuntungan bersih usaha makanan tradisional, termasuk laksa Bogor, berkisar antara 30-40% (Pratama, 2020). Hal ini didukung oleh efisiensi biaya produksi dan popularitas makanan lokal sebagai daya tarik utama (Handayani & Rahman, 2021). Hal ini didukung oleh efisiensi biaya produksi dan popularitas makanan lokal sebagai daya tarik utama. Keunikan dan daya tarik Laksa Bogor Kang Dadi terdapat pada penyajian yang membedakan dengan pesaing yaitu kuah celupan dibedakan dengan kuah yang akan dipergunakan dalam menyajikan laksa. Selain itu, laksa disajikan dengan kuah santan yang kental, ditambah dengan potongan telur rebus, taburan daun kemangi dan bawang goreng, hidangan ini menarik setiap orang yang melihatnya. Keaslian dan kelezatan rasa yang dihasilkan dari perpaduan rempah-rempah tradisional menjadikan Laksa sebagai pilihan kuliner yang tak lekang oleh waktu. Tidak hanya itu, popularitas makanan ini semakin meningkat seiring dengan tren kuliner lokal yang banyak diminati kalangan masyarakat. Perhitungan nilai jual Laksa Bogor Kang Dadi, jika berdasarkan target margin laba 30-40% untuk menyesuaikan harga jual di pasar yaitu sebagai berikut:

#### b. Laba 30%

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \text{Biaya produksi} + (\% \text{laba} \times \text{biaya produksi}) \\ &= \text{Rp}7.389.300,00 + (30\% \times \text{Rp}7.389.300,00) \\ &= \mathbf{\text{Rp}9.606.090,00} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual Per Porsi} &= \frac{\text{Harga Jual}}{\text{Unit Produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp9.606.090,00}}{520 \text{ porsi}} \\ &= \text{Rp18.473,25} \end{aligned}$$

### c. Laba 40%

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \text{Biaya produksi} + (\% \text{laba} \times \text{biaya produksi}) \\ &= \text{Rp7.389.300,00} + (40\% \times \text{Rp7.389.300,00}) \\ &= \text{Rp10.345.020,00} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual Per Porsi} &= \frac{\text{Harga Jual}}{\text{Unit Produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp10.345.020}}{520 \text{ porsi}} \\ &= \text{Rp19.894,27} \end{aligned}$$

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun usaha ini menguntungkan, namun masih ada potensi untuk meningkatkan profitabilitasnya dengan mengoptimalkan margin keuntungan. Dengan meningkatkan margin laba menjadi 30% atau 40%, harga jual per porsi dapat dinaikkan menjadi Rp18.473,25 dan Rp19.894,27, yang masing-masing menghasilkan laba per porsi sebesar Rp2.083,95 dan Rp2.505,72. Berdasarkan margin profit usaha di industri makanan dan minuman, Laksa Bogor Kang Dadi direkomendasikan menetapkan harga jual laksa Rp20.000 per porsi. Namun, dalam mengimplementasikan kenaikan harga jual, UMKM Laksa Bogor Kang Dadi harus beberapa faktor penting. Salah satunya adalah persepsi pelanggan terhadap harga dan nilai produk. Kenaikan harga harus diimbangi dengan peningkatan kualitas atau layanan yang dapat memperkuat loyalitas pelanggan. Dengan kata lain, efisiensi biaya produksi dan peningkatan kualitas produk harus terus dijaga agar kenaikan harga tidak mengurangi daya tarik produk di pasar.

Selain itu, kenaikan harga juga dapat memberikan peluang untuk meningkatkan kapasitas produksi atau mengembangkan varian produk baru yang dapat menarik lebih banyak konsumen. Strategi pemasaran yang efektif sangat diperlukan untuk mengkomunikasikan perubahan harga kepada pelanggan, sehingga mereka tetap merasa bahwa harga yang lebih tinggi sebanding dengan kualitas dan rasa yang ditawarkan. Lalu langkah selanjutnya yang bisa dilakukan adalah dengan memanfaatkan *stage* media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk memperkenalkan produk kepada audiens yang lebih luas. Melalui konten visual yang menarik, seperti foto dan video yang menggambarkan proses pembuatan laksa dan testimoni pelanggan, dapat meningkatkan minat dan keterlibatan pelanggan. Selain itu, bekerja sama dengan *influencer* lokal atau *nourishment blogger* dapat memberikan kredibilitas tambahan dan memperluas jangkauan pasar. Selain pemasaran *computerized*, menjalin kemitraan dengan *stage* pengantaran makanan seperti GoFood atau GrabFood juga penting untuk menjangkau pelanggan yang tidak dapat datang langsung ke warung. Melalui layanan pengantaran online, Laksa Bogor Kang Dadi dapat memperluas jangkauan tanpa batasan geografis. Secara keseluruhan, peningkatan margin laba memberikan peluang yang signifikan bagi UMKM Laksa Bogor Kang Dadi untuk memperkuat posisi keuangan dan memperluas pasar. Namun, keberhasilan strategi ini sangat bergantung pada pengelolaan biaya yang efisien, kualitas produk yang konsisten, serta adaptasi yang tepat terhadap kebutuhan pasar yang dinamis.

Menawarkan paket promosi seperti porsi keluarga atau *combo dinner* juga bisa mendorong peningkatan volume penjualan. Memberikan diskon atau tambahan produk dengan harga sedikit lebih tinggi dapat menarik pelanggan untuk membeli lebih banyak dalam satu transaksi. Program loyalitas pelanggan, seperti memberikan poin atau diskon khusus untuk pelanggan yang sering bertransaksi, juga dapat meningkatkan pembelian berulang dan menciptakan hubungan yang lebih kuat dengan konsumen. Pemasaran berbasis lokasi juga dapat menjadi strategi yang efektif, misalnya dengan memberikan potongan harga khusus bagi pelanggan yang berada di sekitar lokasi usaha atau bagi mereka yang mengikuti *occasion* lokal. Mengikuti acara kuliner atau bazar juga dapat memperkenalkan Laksa Bogor kepada audiens baru dan memperkuat *brand mindfulness*.

Selain itu, kolaborasi dengan bisnis lokal lain, seperti kafe atau restoran, dapat membantu memperkenalkan produk kepada pelanggan yang lebih luas. Menyusun paket kolaborasi atau membuat menu spesial dengan bisnis lain bisa menarik konsumen baru dan memperluas jaringan pemasaran tanpa menambah biaya promosi yang besar. Terakhir, meningkatkan pengalaman pelanggan dengan memberikan pelayanan yang ramah dan cepat, serta menjaga kualitas makanan, akan meningkatkan kemungkinan mereka untuk kembali dan menyebarkan informasi positif mengenai produk. Dengan kombinasi strategi pemasaran ini, meskipun tingkat keuntungan per porsi kecil, volume penjualan yang meningkat akan menghasilkan keuntungan yang lebih besar, mendukung pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

Terdapat beberapa kekurangan dalam penelitian ini yang perlu diperhatikan. Fokus penelitian ini terbatas pada data biaya produksi dan tidak mempertimbangkan analisis biaya lingkungan, seperti biaya yang dikeluarkan untuk limbah sisa hasil produksi. Hal tersebut mengakibatkan kurangnya pemahaman tentang dampak lingkungan yang mungkin ditimbulkan oleh aktivitas produksi, serta potensi biaya tambahan yang dapat timbul akibat pengelolaan limbah yang kurang efisien. Tanpa memasukkan analisis biaya lingkungan, penelitian ini belum dapat memberikan gambaran menyeluruh tentang keberlanjutan usaha, terutama dalam hal efisiensi sumber daya dan pengelolaan limbah yang ramah lingkungan. Dengan memperluas analisis untuk mencakup aspek lingkungan, seperti biaya pengelolaan sampah, penggunaan energi, dan emisi karbon, maka akan lebih mudah untuk

mengidentifikasi peluang untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, sekaligus memberikan solusi untuk mengurangi biaya yang dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Ketidakhadiran analisis terhadap tingkat persaingan juga menjadi kelemahan yang signifikan. Penelitian ini belum mengevaluasi posisi harga Laksa Bogor Kang Dadi dibandingkan dengan kompetitor sejenis di wilayah yang sama. Kompetitor yang menawarkan produk serupa dengan harga lebih rendah atau dengan nilai tambah yang lebih menarik dapat mengurangi daya saing usaha ini. Dengan demikian, penelitian ini memerlukan integrasi data eksternal yang lebih kuat untuk memberikan rekomendasi yang komprehensif. Analisis terhadap persaingan pasar dapat dilakukan dengan pendekatan survei pasar, pemantauan harga bahan baku secara berkala, dan *benchmarking* terhadap kompetitor. Hal ini akan membantu Laksa Bogor Kang Dadi dalam menetapkan strategi penetapan harga yang lebih adaptif dan responsif terhadap dinamika pasar, sekaligus menjaga efisiensi biaya produksi. Langkah ini tidak hanya meningkatkan profitabilitas jangka pendek, tetapi juga membantu membangun keberlanjutan usaha di tengah ketidakpastian lingkungan bisnis. Penelitian ini juga belum mencakup proyeksi jangka panjang terkait dampak kenaikan harga jual terhadap volume penjualan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penelitian lanjutan dengan pendekatan lebih holistik diperlukan untuk memastikan keberlanjutan dan pengembangan usaha secara optimal.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis biaya produksi dalam menentukan harga jual Laksa Bogor di usaha Kang Dadi dengan fokus pada komponen utama biaya, yaitu bahan baku, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa total biaya produksi selama bulan Agustus 2024 mencapai Rp7.389.300 untuk menghasilkan 520 porsi Laksa Bogor. Dari total biaya tersebut, biaya tenaga kerja langsung menjadi komponen terbesar dengan kontribusi 43%, diikuti oleh biaya bahan baku sebesar 37%, dan *overhead* pabrik sebesar 20%. Biaya bahan baku didominasi oleh telur, yang berkontribusi 19,02% terhadap total biaya bahan baku karena merupakan bahan pelengkap utama. Sementara itu, *overhead* pabrik terutama disumbang oleh penyusutan peralatan, yang mencapai 51,5% dari total *overhead*.

Berdasarkan analisis biaya tersebut, harga jual per porsi dengan laba 19,63% ditetapkan sebesar Rp17.000. Namun, margin keuntungan ini masih berada di bawah rata-rata profitabilitas usaha makanan tradisional, yaitu 30-40%. Untuk meningkatkan profitabilitas, direkomendasikan harga jual sebesar Rp20.000 per porsi dengan margin laba 40%. Kenaikan harga ini harus diimbangi dengan strategi efisiensi biaya produksi, peningkatan kualitas produk, dan pendekatan pemasaran yang efektif agar tetap kompetitif di pasar kuliner Bogor. Strategi pemasaran yang dapat diterapkan meliputi promosi melalui media sosial, kerja sama dengan platform pengantaran makanan, dan penawaran program loyalitas pelanggan untuk meningkatkan volume penjualan.

Penelitian ini juga menyoroti pentingnya pemahaman struktur biaya secara menyeluruh agar pelaku usaha dapat menetapkan harga jual yang mencakup semua biaya sekaligus memberikan keuntungan yang optimal. Selain itu, fleksibilitas dalam menghadapi fluktuasi harga bahan baku dan analisis persaingan pasar perlu dilakukan untuk menjaga daya saing usaha. Dengan pengelolaan biaya yang efisien, strategi pemasaran yang tepat, dan penyesuaian harga yang adaptif, diharapkan usaha Laksa Bogor Kang Dadi dapat mempertahankan keberlanjutannya dan meningkatkan daya saing di pasar lokal. Penelitian ini memberikan dasar bagi pelaku UMKM lain untuk memahami pentingnya analisis biaya produksi dalam menciptakan strategi harga yang efektif dan mendukung keberlanjutan usaha di tengah persaingan pasar yang dinamis.

### Saran

Hal penting yang dapat diterapkan untuk meningkatkan keberlanjutan dan daya saing usaha Laksa Bogor Kang Dadi. Pertama, diperlukan optimalisasi efisiensi dalam proses produksi, terutama pada komponen biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung. Pemilik usaha disarankan untuk menjalin kerja sama dengan pemasok lokal yang dapat memberikan harga bahan baku yang stabil untuk mengurangi dampak fluktuasi pasar. Kedua, dalam menentukan harga jual, pemilik usaha perlu mempertimbangkan daya beli konsumen dan persaingan pasar. Harga jual sebesar Rp20.000 per porsi dengan margin laba 40% dapat diterapkan jika diiringi dengan peningkatan kualitas produk, seperti konsistensi rasa dan pelayanan yang ramah. Ketiga, diversifikasi produk dapat menjadi strategi untuk menarik lebih banyak pelanggan. Penambahan varian menu atau penawaran paket keluarga dan promosi diskon akan meningkatkan minat konsumen sekaligus mendorong volume penjualan.

Selain itu, pemanfaatan strategi pemasaran modern melalui media sosial, platform pengantaran makanan *online*, dan kerja sama dengan *influencer* kuliner lokal perlu ditingkatkan untuk memperluas jangkauan pasar. Pemilik usaha juga dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui program loyalitas, seperti pemberian poin atau diskon khusus untuk pembelian berulang. Terakhir, monitoring dan evaluasi berkala terhadap struktur biaya dan margin keuntungan sangat penting untuk menjaga daya saing harga jual di pasar. Evaluasi ini dapat membantu mengidentifikasi peluang efisiensi biaya lebih lanjut dan memastikan usaha tetap kompetitif di tengah persaingan yang semakin ketat. Dengan menerapkan langkah-langkah tersebut, diharapkan usaha Laksa Bogor Kang Dadi dapat meningkatkan profitabilitas sekaligus mempertahankan posisinya di pasar kuliner lokal.

Untuk penelitian selanjutnya, ada beberapa aspek yang dapat diperbaiki dan diperluas. Pertama, penelitian mendatang dapat mencakup analisis biaya lingkungan, seperti pengelolaan limbah proses produksi. Penelitian ini dapat mengeksplorasi upaya UMKM Laksa Bogor Kang Dadi dalam mendaur ulang atau mengolah limbah sisa produksi menjadi pupuk tanamam. Selain itu, analisis biaya lingkungan dapat memeriksa apakah usaha ini mengimplementasikan praktik ramah lingkungan, seperti penggunaan produk organik, pengelolaan sampah dengan baik, atau penerapan sistem penghematan energi dalam proses

produksi. Kedua, penting untuk melakukan survei atau wawancara dengan konsumen untuk mengetahui persepsi mereka terhadap harga, kualitas produk, dan faktor lain yang memengaruhi keputusan pembelian mereka. Data ini dapat memberikan informasi yang lebih mendalam dan akurat untuk menyusun strategi harga dan pemasaran yang lebih efektif. Ketiga, penelitian selanjutnya dapat memasukkan proyeksi jangka panjang mengenai dampak kenaikan harga jual terhadap volume penjualan, loyalitas pelanggan, dan keberlanjutan usaha. Pengaruh perubahan harga terhadap konsumen dan pasar perlu dianalisis secara lebih mendalam.

Selain itu, penggunaan teknologi dalam proses produksi dan pemasaran perlu dieksplorasi lebih lanjut. Penelitian berikutnya dapat mengkaji penerapan sistem manajemen produksi berbasis teknologi atau alat untuk menganalisis data secara otomatis yang dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional. Terakhir, analisis terhadap posisi kompetitif usaha ini juga sangat diperlukan untuk mengetahui seberapa baik Laksa Bogor Kang Dadi bersaing dengan usaha kuliner sejenis di pasar. Dengan memperbaiki aspek-aspek ini, penelitian selanjutnya dapat memberikan panduan yang lebih komprehensif untuk pengembangan usaha kecil dan menengah di sektor kuliner, terutama dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, S., & Ramdani, E. (2019). Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keberlanjutan UMKM. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 8(2), 125-135.
- Drury, C. (2013). *Management and Cost Accounting*. 9th Edition. London: Cengage Learning.
- Harnanto, A. (2017). Pemahaman biaya produksi untuk meningkatkan profitabilitas usaha. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 45-60.
- Hidayah, N. (2020). *Dasar-dasar Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hidayat, M., & Rachman, A. (2023). Analisis Data Sekunder dalam Penelitian Sosial. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 12(3), 89-97.
- Jobber, D., & Fahy, J. (2019). *Foundations of Marketing* (5th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Kasmir. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Teori dan Praktik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir. (2020). *Manajemen Biaya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Boston: Pearson.
- McCarthy, E. J., & Perreault, W. D. (2010). *Basic Marketing: A Global-Managerial Approach* (17th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Nagle, T. T., & Müller, G. (2017). *The Strategy and Tactics of Pricing: A Guide to Growing More Profitably* (6th ed.). New York: Routledge.
- Mulyadi, D. (2018). *Akuntansi Biaya: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nana, S. (2019). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Purwanto, E., & Watini, S. S. (2020). Analisis Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing dalam Penetapan Harga Jual (Studi Kasus Unit Usaha Regar Fruit). *Journal Of Applied Managerial Accounting*, 4(2), 248-253.
- Riyadi. (2019). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Riyadi, A. (2019). *Dasar-dasar Akuntansi Biaya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Santoso, T. (2020). Industri Kuliner Bogor dan Potensi Laksa sebagai Produk Unggulan. *Jurnal Ekonomi dan Budaya Lokal*, 4(3), 27-35.
- Setiawan, R. (2019). *Dasar-dasar Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setyowati, N., & Saraswati, T. (2020). Strategi Penetapan Harga Berdasarkan Perilaku Konsumen Pada UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 15(1), 45-55.
- Situmorang, R. S. (2019). *Manajemen Biaya: Konsep, Metode, dan Aplikasinya dalam Dunia Usaha*. Jakarta: Erlangga.
- Sudjana, A. (2020). *Manajemen Biaya dan Produksi*. Bandung: Alfabeta.
- Sudjana, A. (2020). *Pengantar Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: BPF.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto, B., & Wulandari, S. (2020). Kontribusi UMKM terhadap Stabilitas Ekonomi Nasional. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(3), 45-54.
- Setiawan. (2029). *Akuntansi Manajemen untuk Perusahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2004). *Fundamentals of Marketing* (13th ed.). New York: McGraw-Hill.