

ANALISIS BIAYA PRODUKSI TERHADAP HARGA PENJUALAN SERABI BAYUR KARANG BAHAGIA

Cornelia Handayani¹, Dillah S², Ilham Permana³

Ekonomi Syariah, Universitas Pelita Bangsa, Bekasi, Indonesia

Corneliahandayani11@gmail.com, dillahsantiara05@gmail.com,

ilhampermana560@gmail.com

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in the Indonesian economy, especially in creating jobs and improving people's welfare. MSME Serabi Bayur Karang Bahagia faces challenges in managing production costs and setting competitive selling prices. This study aims to analyze the calculation of production costs, pricing strategies, and their impact on business profitability. The method used is descriptive qualitative research with data obtained through interviews and direct observation. The results of the study indicate that MSME Serabi Bayur uses the variable costing method in calculating the cost of goods manufactured (HPP), with a daily production cost of IDR 243,000 for 30 boxes of serabi. The selling price is determined using the Cost-Plus Pricing method, with a price of IDR 15,000 for Special Serabi, IDR 12,000 for Jackfruit Sugar Serabi, and IDR 10,000 for Regular Sugar Serabi. Total monthly income reaches IDR 10,710,000, with a total operating cost of IDR 7,890,000, resulting in a net profit of IDR. 2,820,000 or a profit of 26.33%. The conclusion of this study shows that the pricing strategy is quite profitable, but there is still an opportunity to increase profitability. The main recommendations are more systematic financial records, reduced production costs, and digital marketing strategies to increase competitiveness and business sustainability.

Keywords: *UMKM, biaya produksi, harga jual, profitabilitas, strategi bisnis.*

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM Serabi Bayur Karang Bahagia menghadapi tantangan dalam mengelola biaya produksi dan menetapkan harga jual yang kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perhitungan biaya produksi, strategi penetapan harga, serta dampaknya terhadap profitabilitas usaha. Metode yang digunakan adalah penelitian

Article history

Received: Mar 2025

Reviewed: Mar 2025

Published: Maret 2025

Plagiarism checker no

Doi : prefix doi :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

kualitatif deskriptif dengan data diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Serabi Bayur menggunakan metode variable costing dalam perhitungan harga pokok produksi (HPP), dengan biaya produksi harian Rp. 243.000 untuk 30 box serabi. Harga jual ditetapkan menggunakan metode Cost-Plus Pricing, dengan harga Rp. 15.000 untuk Serabi Spesial, Rp. 12.000 untuk Serabi Gula Nangka, dan Rp. 10.000 untuk Serabi Gula Biasa. Total pendapatan bulanan mencapai Rp. 10.710.000, dengan total biaya operasional Rp. 7.890.000, menghasilkan laba bersih Rp. 2.820.000 atau keuntungan 26,33%. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi penetapan harga sudah cukup menguntungkan, tetapi masih terdapat peluang peningkatan profitabilitas. Rekomendasi utama adalah pencatatan keuangan yang lebih sistematis, pengurangan biaya produksi, serta strategi pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Kata Kunci : UMKM, biaya produksi, harga jual, profitabilitas, strategi bisnis.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang memiliki peran vital dalam perekonomian suatu negara, khususnya di Indonesia. UMKM mencakup berbagai jenis usaha yang dikelompokkan berdasarkan jumlah tenaga kerja, omzet, serta aset yang dimiliki. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, usaha mikro adalah usaha yang memiliki aset maksimal Rp50 juta dan omzet tahunan maksimal Rp300 juta. Sementara itu, usaha kecil memiliki aset antara Rp50 juta hingga Rp500 juta dengan omzet tahunan antara Rp300 juta hingga Rp2,5 miliar. Sedangkan usaha menengah memiliki aset antara Rp500 juta hingga Rp10 miliar dan omzet tahunan antara Rp2,5 miliar hingga Rp50 miliar. Kriteria ini menjadi dasar dalam pengelompokan usaha agar mendapatkan perlakuan yang sesuai dalam regulasi pemerintah, baik dalam hal permodalan, perizinan, maupun akses ke pasar yang lebih luas.

Di Indonesia, UMKM memiliki peran yang sangat besar dalam menyerap tenaga kerja serta mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, sektor ini menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja dan memberikan kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Keberadaan UMKM tidak hanya memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat, tetapi juga berperan dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi, khususnya bagi kelompok masyarakat menengah ke bawah. Selain itu, UMKM juga menjadi motor penggerak dalam pengembangan ekonomi berbasis lokal, di mana berbagai produk unggulan daerah dihasilkan oleh pelaku usaha kecil dan menengah.

Namun, meskipun memiliki kontribusi yang besar, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan akses permodalan, rendahnya literasi digital, serta kurangnya inovasi dalam pengembangan produk.

Untuk mendukung perkembangan UMKM, berbagai kebijakan dan program telah dicanangkan oleh pemerintah maupun sektor swasta. Salah satunya adalah kemudahan dalam perizinan usaha melalui sistem Online Single Submission (OSS), serta berbagai program bantuan permodalan seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR). Selain itu, pelatihan dan pendampingan dalam digitalisasi usaha juga semakin digencarkan guna meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital. Dengan berbagai upaya tersebut, diharapkan UMKM di Indonesia dapat semakin berkembang, berdaya saing tinggi, serta mampu menghadapi tantangan global. Oleh karena itu, pemahaman yang lebih mendalam mengenai UMKM, termasuk pengertiannya, klasifikasinya, serta peran strategisnya dalam perekonomian, menjadi hal yang penting untuk dikaji lebih lanjut dalam berbagai penelitian dan diskusi akademik. Berikut grafik UMKM yang ada di Indonesia dari tahun 2019 hingga 2023 menurut data dari Kementerian Koperasi dan UMKM:

**Grafik 1 : Jumlah UMKM yang ada di Indonesia
dari tahun 2019 hingga 2023**



Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia mengalami fluktuasi dalam lima tahun terakhir. Pada tahun 2019, jumlah UMKM tercatat sebanyak 65,47 juta unit, yang terdiri dari usaha mikro, kecil, dan menengah. Namun, pada tahun 2020, akibat dampak pandemi COVID-19, jumlah UMKM mengalami sedikit penurunan menjadi 64,19 juta unit. Penurunan ini disebabkan oleh berbagai faktor, seperti menurunnya daya beli masyarakat, keterbatasan akses pasar, serta kendala permodalan yang dihadapi oleh para pelaku usaha. Meski demikian, UMKM tetap menjadi sektor yang mampu bertahan dan beradaptasi dengan berbagai tantangan ekonomi yang muncul.

Pada tahun 2021, jumlah UMKM kembali mengalami pertumbuhan menjadi sekitar 64,2 juta unit. Hal ini menunjukkan adanya pemulihan ekonomi setelah krisis yang diakibatkan oleh pandemi. Pemerintah pun terus mendorong berbagai kebijakan untuk mendukung keberlangsungan UMKM, seperti program bantuan permodalan, pelatihan digitalisasi usaha, serta stimulus ekonomi lainnya. Tahun 2022 mencatat jumlah UMKM meningkat menjadi sekitar 65 juta unit, dan pada tahun 2023, jumlahnya kembali bertambah menjadi 66 juta unit. Peningkatan ini menunjukkan bahwa sektor UMKM terus berkembang dan berkontribusi besar terhadap ekonomi nasional. Meskipun demikian, tantangan dalam hal efisiensi biaya produksi, strategi pemasaran, serta penentuan harga jual produk masih menjadi isu yang harus diperhatikan oleh para pelaku UMKM, termasuk dalam usaha kuliner tradisional seperti Serabi Bayur di Karang Bahagia.

Dalam konteks penelitian ini, analisis terhadap biaya produksi dan harga penjualan menjadi aspek krusial dalam memastikan keberlanjutan usaha kuliner tradisional di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Serabi Bayur Karang Bahagia sebagai salah satu produk kuliner khas daerah perlu mengelola biaya produksinya secara efisien agar dapat menetapkan harga jual yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas produk. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana biaya produksi berpengaruh terhadap harga jual serabi Bayur di Karang Bahagia, serta bagaimana strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan profitabilitas usaha tanpa mengurangi daya beli konsumen. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi biaya produksi, pelaku usaha UMKM di sektor kuliner dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam menjalankan bisnisnya.

2. TINJAUAN PUSTAKA

1. *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pemerataan pendapatan di Indonesia. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan atau badan usaha dengan aset maksimal Rp50 juta dan omzet maksimal Rp300 juta per tahun. Usaha kecil memiliki aset antara Rp50 juta hingga Rp500 juta dengan omzet maksimal Rp2,5 miliar per tahun, sementara usaha menengah memiliki aset antara Rp500 juta hingga Rp10 miliar dengan omzet maksimal Rp50 miliar per tahun (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). UMKM berperan penting dalam perekonomian nasional karena menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar dan memberikan kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2023). Namun, di tengah perkembangannya, UMKM menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan akses permodalan, pemasaran, serta efisiensi biaya produksi yang berdampak pada daya saing usaha (Tambunan, 2019). Oleh karena itu, strategi pengelolaan biaya produksi dan

penentuan harga jual yang tepat menjadi kunci bagi keberlanjutan UMKM, termasuk usaha kuliner tradisional seperti Serabi Bayur Karang Bahagia.

2. Biaya Produksi dalam UMKM

Biaya produksi adalah seluruh pengeluaran yang dikeluarkan oleh perusahaan atau usaha untuk menghasilkan suatu produk atau jasa. Biaya produksi terdiri dari tiga komponen utama, yaitu:

- a. Biaya bahan baku, yaitu biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan utama yang digunakan dalam proses produksi.
- b. Biaya tenaga kerja, yaitu biaya yang dikeluarkan untuk membayar upah tenaga kerja yang terlibat dalam produksi.
- c. Biaya overhead, yaitu biaya tambahan seperti biaya listrik, air, peralatan produksi, dan biaya operasional lainnya (Hansen & Mowen, 2020).

Dalam konteks UMKM, efisiensi biaya produksi sangat penting untuk menentukan harga jual yang kompetitif. Jika biaya produksi terlalu tinggi, maka harga jual produk juga cenderung tinggi, yang dapat berdampak pada menurunnya daya beli konsumen. Oleh karena itu, manajemen biaya produksi yang baik akan membantu usaha dalam mempertahankan profitabilitasnya di tengah persaingan pasar yang ketat (Mulyadi, 2016).

3. Penentuan Harga Jual dalam Usaha Kuliner

Harga jual merupakan faktor utama yang menentukan daya saing suatu produk di pasaran. Menurut Kotler & Keller (2016), strategi penetapan harga dapat dilakukan dengan beberapa pendekatan, yaitu:

- a. Cost-based pricing, yaitu penentuan harga berdasarkan total biaya produksi ditambah dengan persentase keuntungan yang diinginkan.
- b. Value-based pricing, yaitu penentuan harga berdasarkan persepsi nilai yang diberikan kepada pelanggan.
- c. Competition-based pricing, yaitu penentuan harga berdasarkan harga yang ditetapkan oleh pesaing di pasar yang sama.

Dalam usaha kuliner tradisional seperti Serabi Bayur Karang Bahagia, strategi penetapan harga sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen dan keberlanjutan usaha. Jika harga yang ditetapkan terlalu tinggi, maka konsumen dapat beralih ke produk lain yang lebih murah. Sebaliknya, jika harga terlalu rendah, maka keuntungan yang diperoleh tidak akan optimal. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara biaya produksi dan harga jual Serabi Bayur Karang Bahagia guna memberikan rekomendasi strategi harga yang lebih efektif dan berkelanjutan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di UMKM Serabi Bayur Karang Bahagia. Untuk memperoleh dan mengumpulkan informasi yang dibutuhkan, jenis data yang digunakan adalah data kualitatif yang berupa keterangan. Sumber data yang diperoleh penulis dalam penelitian ini adalah :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber-sumber informasi yang relevan di Pedagang UMKM Serabi Bayur di Desa Karang Bahagia Kecamatan Karang Bahagia Kabupaten Bekasi Jawa Barat.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media perantara yang digunakan dalam memperoleh sumber data yang berkaitan dengan Pedagang UMKM Serabi Bayur di Desa Karang Bahagia Kecamatan Karang Bahagia Kabupaten Bekasi Jawa Barat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara terkait perhitungan harga pokok produksi di pedagang Surabi Bayur Karang Bahagia dengan pemilik dapat disimpulkan bahwa perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh Surabi Bayur Karang Bahagia menggunakan metode variabel costing akan tetapi pemilik belum pernah melakukan perhitungan secara khusus dalam bentuk laporan harga pokok produksi. Berikut adalah perhitungan harga pokok produksi pada pedagang UMKM Serabi Bayur Karang Bahagia.

Tabel 1. Perhitungan Harga Pokok Produksi

Bahan Baku Langsung	Kuantitas	Biaya Perhari
Tepung Beras	3 Kg	Rp. 60.000
Kelapa	3 Butir	Rp. 30.000
Tepung Kanji	½ Kg	Rp. 8.000
Garam	Secukupnya	Rp. 5.000
Gula Aren	1 Kg	Rp. 25.000
Gula Putih	½ Kg	Rp. 8.000
Santan Kelapa	1 Butir	Rp. 10.000
Daun Pandan	Secukupnya	Rp. 2.000
Buah Nangka	Secukupnya	Rp. 10.000
Coklat Seres	1 Kg	Rp. 25.000
Keju	2 Block	Rp. 20.000
Box	30 box	Rp. 30.000
Kayu Bakar	1 Ikat	Rp. 10.000
Total Biaya Bahan Baku		<u>Rp. 243.000</u>

Berdasarkan tabel diatas harga pokok produksi didapatkan oleh menjumlahkan biaya bahan baku produksi selama 1 hari dimana dalam sehari produsen meakukan produksi tergantung pada jumlah pesanan

yang diterima. Berdasarkan harga pokok produksi selama sehari tersebut dapat dihasilkan beberapa jenis varian Serabi, berikut daftar varian yang dihasilkan :

1. Varian Serabi Special : Rp. 15.000
2. Varian Gula Nangka : Rp. 12.000
3. Varian Gula Biasa : Rp. 10.000

Berikut analisis Laba dari UMKM Serabi Bayur berdasarkan biaya produksi selama 1 hari :

1. Serabi Spesial 7 box @ Rp. 15.000 = Rp. 105.000
2. Gula Nangka 11 box @ Rp. 12.000 = Rp. 132.000
3. Gula Biasa 12 box @ Rp. 10.000 = Rp. 120.000 +

Total Produksi = Rp. 357.000

Total biaya produksi Rp. 357.000 untuk 30 box dalam 1 hari. Maka dapat disimpulkan UMKM Serabi Bayur memproduksi (30 hari x 30 box = 900 box/ bulan)

Laba Kotor = Rp. 357.000 x 30 hari
= Rp. 10.710.000

Untuk Biaya - Biaya yang dikeluarkan oleh UMKM Serabi Bayur , sebagai berikut :

1. Biaya Bahan Baku untuk 30 hari @ Rp. 243.000 = Rp. 7.290.000
2. Biaya sewa perbulan = Rp. 600.000 +

Rp. 7.890.000

Maka,

Laba Bersih = Laba Kotor - Biaya
= 10.710.000 - 7.890.000
= 2.820.000

Persentase Keuntungan

= Rp. 2.820.000 x 100%

Rp. 10.710.00

= 26,33%

Jadi, persentase keuntungan pada UMKM Serabi Bayur sebesar 26,33% yang didapatkan oleh Laba Bersih/Laba Kotor x 100%

1. Perhitungan Harga Pokok Produksi pada UMKM Serabi Bayur

Perhitungan harga pokok produksi (HPP) merupakan langkah krusial dalam menentukan harga jual suatu produk. Berdasarkan wawancara dengan pemilik UMKM Serabi Bayur Karang Bahagia, diketahui bahwa metode yang digunakan dalam menghitung HPP adalah variable costing. Metode ini hanya memasukkan biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya variabel lainnya tanpa memasukkan biaya tetap dalam perhitungan unit produksi. Namun, pemilik UMKM belum memiliki laporan khusus yang mencatat perhitungan HPP secara

terstruktur. Berdasarkan data produksi harian, diketahui bahwa biaya bahan baku yang dikeluarkan dalam sehari mencapai Rp. 243.000 untuk menghasilkan 30 box serabi dengan berbagai varian. Dengan demikian, biaya produksi per box serabi dapat dihitung dengan membagi total biaya bahan baku dengan jumlah box yang diproduksi, yaitu $Rp. 243.000 \div 30 = Rp. 8.100$ per box. Pemahaman yang lebih baik mengenai HPP dapat membantu pemilik dalam menentukan harga jual yang lebih kompetitif dan mengoptimalkan keuntungan.

2. Penentuan Harga Jual Menggunakan Metode Cost-Plus Pricing

Dalam menentukan harga jual, UMKM Serabi Bayur menerapkan metode Cost-Plus Pricing (Markup Pricing). Metode ini digunakan dengan cara menambahkan persentase keuntungan tertentu di atas harga pokok produksi (HPP). Dengan HPP rata-rata per box sebesar Rp. 8.100, pemilik menetapkan harga jual bervariasi sesuai dengan jenis serabi yang dijual, yaitu Rp. 15.000 untuk Serabi Spesial, Rp. 12.000 untuk Serabi Gula Nangka, dan Rp. 10.000 untuk Serabi Gula Biasa. Harga tersebut menunjukkan bahwa markup yang diterapkan cukup besar untuk menutupi biaya operasional lainnya serta menghasilkan keuntungan yang layak. Pendekatan ini sangat umum digunakan dalam bisnis makanan karena memberikan fleksibilitas dalam menentukan harga berdasarkan biaya produksi yang riil. Dengan demikian, harga jual yang diterapkan tidak hanya mempertimbangkan biaya produksi tetapi juga faktor daya beli konsumen serta harga yang berlaku di pasar.

3. Analisis Laba Bersih dan Kinerja Keuangan UMKM Serabi Bayur

Dari perhitungan yang dilakukan, UMKM Serabi Bayur mampu menghasilkan total pendapatan harian sebesar Rp. 357.000 dari penjualan 30 box serabi dengan berbagai varian. Jika dikalikan dalam satu bulan (30 hari), maka total pendapatan kotor yang diperoleh mencapai Rp. 10.710.000. Di sisi lain, total biaya bahan baku selama satu bulan adalah Rp. 7.290.000, ditambah dengan biaya tetap seperti sewa tempat sebesar Rp. 600.000, sehingga total biaya operasional per bulan mencapai Rp. 7.890.000. Dari hasil perhitungan, laba bersih yang diperoleh adalah Rp. 2.820.000 per bulan, dengan persentase keuntungan terhadap laba kotor sebesar 26,33%. Persentase ini menunjukkan bahwa bisnis serabi ini cukup menguntungkan dengan margin laba yang baik. Namun, untuk meningkatkan profitabilitas, pemilik dapat mempertimbangkan strategi pengurangan biaya produksi, peningkatan volume produksi, atau diversifikasi produk guna menarik lebih banyak konsumen.

4. Implikasi dan Rekomendasi untuk UMKM Serabi Bayur

Dari analisis di atas, terlihat bahwa UMKM Serabi Bayur memiliki potensi keuntungan yang stabil dengan metode perhitungan biaya dan harga jual yang diterapkan. Namun, untuk meningkatkan daya saing dan profitabilitas, pemilik dapat menerapkan beberapa strategi. Pertama, melakukan pencatatan keuangan yang lebih rinci untuk

mengetahui apakah ada pengeluaran yang bisa dikurangi tanpa mengorbankan kualitas produk. Kedua, mempertimbangkan penggunaan bahan baku alternatif yang lebih efisien tetapi tetap mempertahankan cita rasa serabi yang khas. Ketiga, meningkatkan pemasaran dan branding agar produk lebih dikenal luas, baik melalui media sosial maupun strategi promosi lainnya. Selain itu, pemilik juga bisa meninjau kembali harga jual dengan membandingkannya dengan pesaing di pasar agar tetap kompetitif. Dengan menerapkan strategi ini, diharapkan UMKM Serabi Bayur dapat meningkatkan keuntungan dan berkembang lebih baik di masa mendatang.

5. SIMPULAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap UMKM Serabi Bayur Karang Bahagia, dapat disimpulkan bahwa perhitungan harga pokok produksi (HPP) sangat penting dalam menentukan harga jual yang kompetitif dan mengoptimalkan keuntungan usaha. Dalam perhitungan HPP, UMKM ini menggunakan metode *variable costing*, yang hanya memperhitungkan biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, serta biaya variabel lainnya. Dari data yang diperoleh, diketahui bahwa total biaya bahan baku dalam sehari mencapai Rp. 243.000 untuk menghasilkan 30 box serabi, sehingga rata-rata biaya produksi per box serabi adalah Rp. 8.100. Dengan memahami HPP secara lebih terstruktur, pemilik UMKM dapat menetapkan harga jual yang lebih rasional dan tetap kompetitif di pasar. Pemilik telah menerapkan metode *cost-plus pricing* dalam menentukan harga jual dengan menambahkan persentase keuntungan di atas HPP. Harga yang ditetapkan berkisar antara Rp. 10.000 hingga Rp. 15.000 per box, tergantung pada jenis serabi yang dijual. Dengan penerapan strategi ini, UMKM Serabi Bayur mampu mempertahankan margin keuntungan yang cukup baik dalam operasional bisnisnya.

Selain itu, dari analisis keuangan yang dilakukan, UMKM Serabi Bayur Karang Bahagia memperoleh pendapatan kotor harian sebesar Rp. 357.000, yang dalam sebulan dapat mencapai Rp. 10.710.000. Sementara itu, total biaya produksi selama satu bulan tercatat sebesar Rp. 7.890.000, termasuk biaya bahan baku dan biaya tetap seperti sewa tempat. Dari perhitungan ini, diperoleh laba bersih sebesar Rp. 2.820.000 per bulan dengan persentase keuntungan sebesar 26,33%. Persentase ini menunjukkan bahwa usaha Serabi Bayur memiliki potensi keuntungan yang cukup baik dan stabil. Namun, masih terdapat peluang untuk meningkatkan profitabilitas dengan menerapkan strategi efisiensi biaya produksi serta peningkatan volume produksi. Dengan demikian, perencanaan yang lebih baik dalam pengelolaan keuangan serta strategi bisnis yang lebih efektif dapat membantu UMKM ini berkembang lebih pesat dan tetap bertahan dalam persaingan pasar.

Lebih lanjut, dari hasil penelitian ini, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diterapkan oleh UMKM Serabi Bayur untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Pertama, pencatatan keuangan yang lebih rinci perlu dilakukan untuk

memastikan bahwa semua aspek biaya terpantau dengan baik, sehingga pemilik dapat mengidentifikasi pengeluaran yang tidak perlu atau bisa dihemat. Kedua, pemilik bisa mencari alternatif bahan baku yang lebih hemat biaya tanpa mengorbankan kualitas rasa serabi, sehingga dapat meningkatkan margin keuntungan. Ketiga, perlu adanya strategi pemasaran yang lebih efektif, seperti pemanfaatan media sosial dan promosi online untuk meningkatkan penjualan dan menarik pelanggan baru. Selain itu, pemilik juga dapat mempertimbangkan diversifikasi produk atau inovasi varian rasa baru untuk menarik lebih banyak konsumen. Dengan menerapkan strategi ini, UMKM Serabi Bayur diharapkan dapat meningkatkan profitabilitas, memperluas pasar, serta tetap bertahan dan berkembang dalam industri kuliner tradisional yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2020). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2018-2019*.
- Kementerian Keuangan RI. (2021). *Kontribusi UMKM dalam Perekonomian Indonesia*.
- GoodStats Data. (2023). *Jumlah UMKM Indonesia Capai 66 Juta pada 2023*.
- Katadata. (2023). *Data Jumlah Pelaku UMKM Indonesia 2018-2023*.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (2023). *Banyaknya Usaha Mikro dan Kecil menurut Kabupaten/Kota*.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2020). *Cost Management: Accounting and Control*. Cengage Learning.
- Mulyadi. (2016). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, Kebijakan, dan Tantangan*. Ghalia Indonesia.
- Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2018). *Managerial Accounting (16th ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Mulyadi. (2014). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Supriyono, R. (2016). *Akuntansi Manajemen: Pengukuran & Pengendalian Biaya*. Yogyakarta: BPFE.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2015). *Cost Management: Accounting and Control*. Cengage Learning.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.

- Hidayat, R., & Setiawan, R. (2021). "Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi dan Harga Jual pada UMKM Makanan." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 123-135.
- Saputra, D., & Widyaningsih, A. (2022). "Strategi Penentuan Harga Jual Berdasarkan Cost-Plus Pricing pada UMKM." *Jurnal Manajemen dan Akuntansi Bisnis*, 5(1), 45-60.
- Peraturan Menteri Koperasi dan UKM No. 2 Tahun 2019 tentang Pedoman Akuntansi bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). Statistik UMKM di Indonesia. Diakses dari <https://www.bps.go.id>
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). Pedoman dan Strategi UMKM dalam Menentukan Harga Jual. Diakses dari <https://www.depkop.go.id>
- Cicilia Konita Anggraini, Fira Puspita, Rani, Saskia anggun Khoirun Nisa, Setia Wulan Dari, Carmidah, 2022. " Analisis Biaya Produksi Terhadap Penentuan Harga Jual Produk Kue Pada Unnie Cake Di Way Jepara . "
- Reikha Amsaina Safitri, Isnaini Nurul Hidayati , Riska Ira Kusuma Hamid, Rizka Tsalista, Gita Rachmawati, Nuqthy Faiziyah, 2023 " ANALISIS BREAK EVEN POINT TERHADAP PENJUALAN DESSERTKURBG DIKALANGAN ANAK REMAJA. "