



Jurnal Lentera Karya Edukasi

Journal homepage:

<http://ejournal.upi.edu/index.php/lentera/index>



Penyuluhan dan Pendampingan Perhitungan Biaya Produksi serta Strategi Penentuan Harga Jual pada UMKM Nasi Goreng Bara di Limo, Depok

Ali Hidayatullah¹, Raffi Aria Habibie², Erza Daffa Raditya³, Ignatius Dwiputra⁴, Muhammad Abel Maulana⁵,
Nanang Alamsyah⁶, Intan Novita Dewi⁷, Tyas Eka Kurnia⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8}Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta,
Jl. RS Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan, DKI Jakarta (12450), Indonesia
E-mail: 2410312044@mahasiswa.upnvj.ac.id

ABSTRACT

Culinary Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) often struggle to determine an accurate Cost of Goods Sold (COGS) due to weak financial recording systems. This community service aims to analyze the cost structure, evaluate profitability, and formulate pricing strategies for the Nasi Goreng Bara MSME in Limo, Depok. The research approach utilizes Participatory Action Research (PAR) through quantitative descriptive methods and participatory mentoring with the business owner. The analysis results of the five best-selling product variants indicate that the raw material-based COGS ranges from Rp 10,400 to Rp 13,500 per portion, generating a fairly healthy average profit margin of 45.2%. However, the application of the full costing method, which integrates direct labor costs and overhead costs, proves that the full COGS increases to a range of Rp 14,254 to Rp 17,354 per portion. Further profitability analysis reveals that total operational expenses (overhead and labor) reach Rp 8,710,000 per month, nearly equaling the total revenue of these five sample menus at Rp 8,720,000. This critical break-even condition reflects a sampling limitation, as these operational expenses have not accounted for the cost dilution from the remaining 31 menus that also contribute to the overall business revenue. In terms of product performance among the samples, Nasi Goreng Mawut achieved the highest margin efficiency (48.2%), while Nasi Goreng Gila is the largest revenue contributor. In conclusion,

ARTICLE INFO

Article History:

Submitted/Received 25 May 2026

First Revised 27 June 2026

Accepted 28 July 2026

First Available online 1 Agst 2026

Publication Date 1 August 2026

Keyword:

Production Cost Analysis,
Cost of Goods Sold,
Pricing,
Fried Rice,
Culinary Business

Kata Kunci:

Analisis Biaya Produksi,
Harga Pokok Produksi,
Penetapan Harga,
Nasi Goreng,
Usaha Kuliner

to achieve maximum profitability and ensure overall business sustainability, the owner is highly recommended to boost production volume to 150–200 portions per month for each main variant, evaluate the labor compensation system, renegotiate overhead costs, and expand market reach utilizing digital ordering platforms.

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner kerap kesulitan menentukan Harga Pokok Produksi (HPP) yang akurat akibat lemahnya sistem pencatatan keuangan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan menganalisis struktur biaya, mengevaluasi profitabilitas, dan merumuskan strategi harga pada UMKM Nasi Goreng Bara di Limo, Depok. Pendekatan penelitian menggunakan *Participatory Action Research* (PAR) melalui metode deskriptif kuantitatif dan pendampingan partisipatif bersama pemilik usaha. Hasil analisis terhadap lima varian produk terlaris menunjukkan HPP berbasis bahan baku berkisar Rp 10.400 hingga Rp 13.500 per porsi, menghasilkan rata-rata margin yang cukup sehat sebesar 45,2%. Namun, penerapan metode *full costing* yang mengintegrasikan Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKL) dan Biaya Overhead Pabrik (BOP) membuktikan bahwa HPP penuh meningkat menjadi Rp 14.254 hingga Rp 17.354 per porsi. Analisis profitabilitas lebih lanjut menemukan total beban operasional (BOP dan BTKL) mencapai Rp 8.710.000 per bulan, nyaris menyamai total omset dari kelima menu tersebut sebesar Rp 8.720.000. Kondisi titik impas kritis pada perhitungan ini merupakan batasan sampel, mengingat beban operasional tersebut belum memperhitungkan pembagian (dilusi) biaya dari 31 menu lain yang turut menyumbang pendapatan bagi keseluruhan usaha. Dari segi performa produk sampel, Nasi Goreng Mawut mencetak efisiensi margin tertinggi (48,2%), sedangkan Nasi Goreng Gila menjadi kontributor omset terbesar. Kesimpulannya, demi mencapai profitabilitas maksimal dan keberlanjutan bisnis, pelaku usaha direkomendasikan untuk menggenjot volume produksi hingga 150–200 porsi per bulan untuk tiap varian utama, mengevaluasi sistem beban tenaga kerja, menegosiasikan ulang biaya overhead, serta memperluas jangkauan pasar menggunakan platform pemesanan digital.

1. PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor kuliner merupakan salah satu pilar penting perekonomian Indonesia. Sektor makanan dan minuman menyumbang porsi signifikan dalam pertumbuhan UMKM nasional, bahkan menjadi salah satu sektor yang paling tahan terhadap krisis ekonomi (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2023). Pertumbuhan UMKM kuliner juga sejalan dengan meningkatnya konsumsi masyarakat terhadap makanan siap saji dan kuliner jalanan yang menawarkan cita rasa otentik dengan harga terjangkau.

Namun pada kenyataannya, masih banyak pelaku UMKM kuliner yang belum memiliki pemahaman memadai mengenai rincian struktur biaya produksi, tata cara perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), maupun penentuan strategi harga jual yang optimal bagi usahanya. Ketidakmampuan dalam menghitung biaya produksi secara akurat menyebabkan penetapan harga yang tidak tepat, yang pada akhirnya dapat menggerus keuntungan usaha atau bahkan membuat usaha tidak berkelanjutan dalam jangka panjang.

Salah satu kelemahan umum pelaku UMKM kuliner adalah tidak adanya sistem pencatatan keuangan yang terstruktur. Banyak di antara mereka hanya mengandalkan intuisi dalam menetapkan harga jual, tanpa mempertimbangkan secara cermat komponen biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung (BTKL), dan biaya overhead pabrik (BOP). Pendekatan ini berisiko menghasilkan estimasi keuntungan yang tidak akurat, khususnya ketika biaya operasional seperti sewa tempat, gaji karyawan, dan biaya utilitas tidak diperhitungkan secara eksplisit dalam struktur harga.

Nasi Goreng Bara adalah usaha kuliner rumahan yang berlokasi di Jl. Limo Raya No. 71, Limo, Depok, yang beroperasi setiap hari mulai pukul 17.00 hingga 23.00 dengan kapasitas produksi 80–100 porsi per bulan untuk setiap menu yang dikategorikan laris bagi si penjual. Usaha ini menawarkan lima varian nasi goreng dari total 36 menu, yaitu Nasi Goreng Sosis Bakso, Nasi Goreng Daun Jeruk, Nasi Goreng Mawut, Nasi Goreng Ati Ampela, dan Nasi Goreng Gila. Dengan memanfaatkan konsep penggunaan arang/baras sebagai media memasak, usaha ini memiliki keunikan tersendiri yang membedakannya dari penjual nasi goreng konvensional. Meskipun telah berjalan, pemilik usaha belum melakukan pencatatan biaya secara sistematis, sehingga sulit untuk mengevaluasi profitabilitas setiap varian produk.

Tujuan pengabdian ini adalah: (1) memberikan sosialisasi mengenai pentingnya dan manfaat menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) bagi kelangsungan dan pengembangan usaha; (2) membantu pemilik usaha menyusun rincian biaya produksi per porsi untuk setiap varian produk; (3) menghitung HPP dan margin keuntungan masing-masing produk; (4) menganalisis kelayakan usaha berdasarkan estimasi omset dan biaya overhead; serta (5) memberikan rekomendasi untuk meningkatkan profitabilitas usaha.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1 UMKM Sektor Kuliner dan Tantangan Pengelolaan Biaya

Beberapa kajian terdahulu menegaskan bahwa sektor kuliner merupakan salah satu tulang punggung UMKM nasional, namun sebagian besar pelaku usaha masih menghadapi kendala mendasar dalam mengelola biaya produksi dan menetapkan harga jual yang mencerminkan nilai riil produknya, sehingga profitabilitas usaha sulit dioptimalkan (Farijah et al., 2018).

2.2 Harga Pokok Produksi dan Metode *Full Costing*

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa metode *full costing* secara konsisten menghasilkan Harga Pokok Produksi (HPP) yang lebih tinggi dan lebih akurat dibandingkan perhitungan konvensional yang biasa digunakan pelaku UMKM, karena seluruh unsur biaya

overhead tetap turut diperhitungkan. Pada UMKM olahan ikan seluang di Baturaja, penerapan *full costing* menghasilkan selisih harga pokok sebesar Rp2.600 per bungkus dibandingkan metode internal usaha, sekaligus mengoreksi harga jual menjadi lebih rasional (Fitri et al., 2025). Temuan serupa diperoleh pada UMKM produk olahan lain, yang menunjukkan bahwa ketiadaan alokasi biaya penyusutan alat, sewa, dan utilitas dalam perhitungan HPP internal menyebabkan harga jual yang ditetapkan berada di bawah nilai riil biaya produksi (Afriani & Mubarak, 2025; Purwanto, 2020). Perbandingan antara metode *full costing* dan *variable costing* pada usaha katering dan produk berbasis boba juga mengonfirmasi bahwa selisih keduanya terletak pada perlakuan biaya overhead tetap, dan metode *full costing* lebih direkomendasikan sebagai dasar penentuan harga jual karena mencerminkan biaya produksi secara menyeluruh (Rahayu & Situngkir, 2023). Penerapan serupa pada UMKM pempek, ikan bandeng, dan produk kuliner rumahan lain menegaskan bahwa pendampingan penyusunan HPP berbasis *full costing* efektif meningkatkan pemahaman pelaku usaha mikro tentang struktur biaya produksi mereka sendiri (Wiralestari et al., 2018; Suriyok, 2021; Rumefi & Afifah, 2023).

2.3 Strategi Penetapan Harga Jual

Selain HPP, strategi penetapan harga menjadi variabel penting dalam menjaga daya saing UMKM. Pendekatan *cost-based pricing* yang hanya bertumpu pada biaya produksi dinilai kurang mempertimbangkan nilai yang dipersepsikan konsumen maupun posisi harga pesaing, sehingga sejumlah kajian mendorong penerapan *value-based pricing* sebagai pelengkap (Dinanti, 2023). Pada usaha kedai kopi, penentuan harga jual yang efektif ditemukan melibatkan kombinasi antara struktur biaya, daya beli konsumen, dan diferensiasi produk (Fahreza & Sokarina, 2025). Studi pada UMKM di Sukabumi juga menunjukkan bahwa penerapan *cost based pricing* secara konsisten mampu menutup biaya produksi sekaligus menghasilkan margin yang wajar (Farijah et al., 2018), sementara metode *cost plus pricing* pada usaha warung makan rumahan terbukti sederhana namun tetap relevan diterapkan oleh pelaku usaha mikro dengan keterbatasan kapasitas manajerial (Ikawati, 2017).

2.4 Analisis Titik Impas (*Break-Even Point*) dan Perencanaan Laba

Analisis titik impas (*break-even point*) juga menjadi instrumen penting dalam perencanaan laba UMKM sektor kuliner. Sejumlah kajian menemukan bahwa pemahaman pelaku usaha terhadap titik impas masih rendah, padahal informasi ini krusial untuk mengetahui volume penjualan minimum agar usaha tidak mengalami kerugian (Fauzi et al., 2024; Simamora & Muliyani, 2022). Penelitian pada rumah makan dan usaha dagang skala kecil menunjukkan bahwa analisis titik impas membantu pemilik usaha menetapkan target penjualan yang realistis sekaligus mengevaluasi struktur biaya tetap dan variabel yang selama ini jarang dipisahkan secara eksplisit (Ramadani & Hakim, 2023; Rusmiati et al., 2022). Dari sudut pandang pelaku usaha sendiri, laba sering kali dimaknai secara sederhana sebagai selisih antara pendapatan dan pengeluaran harian tanpa memperhitungkan biaya tetap seperti sewa dan penyusutan, sehingga edukasi mengenai konsep laba akuntansi menjadi penting (Setyowati, 2022).

2.5 Literasi Keuangan dan Pencatatan Usaha

Pendampingan pencatatan keuangan sederhana juga terbukti meningkatkan kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya informasi biaya dan laba sebagai dasar pengambilan keputusan usaha. Pelatihan pembukuan sederhana pada UMKM batik, misalnya, meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam menyusun laporan keuangan yang sebelumnya tidak pernah dibuat (Alinsari, 2021), sementara pelatihan pencatatan keuangan digital pada UMKM di wilayah lain menunjukkan hasil serupa dalam mendorong pengelolaan usaha yang lebih profesional dan berkelanjutan (Catio et al., 2025).

2.6 Digitalisasi Pemasaran sebagai Strategi Peningkatan Omset

Selain aspek biaya dan harga, digitalisasi pemasaran melalui platform pesan-antar makanan terbukti menjadi strategi efektif untuk meningkatkan volume penjualan UMKM kuliner. Pemanfaatan *GrabFood* dan *GoFood* pada UMKM makanan dan minuman secara konsisten dilaporkan meningkatkan jangkauan pasar, visibilitas usaha, dan omzet penjualan, meskipun disertai tantangan berupa biaya komisi platform yang relatif tinggi (Fandriansyah, 2022). Studi pada UMKM kuliner di Bekasi dan Yogyakarta turut mengonfirmasi bahwa penggunaan aplikasi *GoFood* berkontribusi terhadap perluasan jangkauan pasar dan peningkatan kepercayaan konsumen (Wachyuni & Hardiningsih, 2022; Cahya et al., 2021), sementara penelitian pada UMKM kuliner di Jakarta Pusat menunjukkan peningkatan penjualan yang signifikan setelah adopsi layanan pesan-antar daring (Amanda & Widiati, 2024). Pada tataran yang lebih luas, literasi digital dan sikap kewirausahaan juga terbukti berperan penting dalam mendorong keberlanjutan usaha pada sektor ekonomi kreatif, termasuk UMKM kuliner (Wardana et al., 2023).

2.7 Pendekatan *Participatory Action Research* dalam Pengabdian Masyarakat

Dari sisi metodologi pendampingan, pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) banyak digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat berbasis UMKM karena menempatkan pelaku usaha sebagai mitra aktif dalam setiap tahapan, mulai dari identifikasi permasalahan, perencanaan, pelaksanaan tindakan, hingga evaluasi, sehingga solusi yang dihasilkan lebih sesuai dengan kebutuhan dan kondisi mitra (Qomar et al., 2022; Asadi & Inayah, 2025). Penerapan PAR pada UMKM kuliner lain, misalnya dalam penguatan sertifikasi halal dan strategi *price value*, menunjukkan bahwa keterlibatan aktif pemilik usaha dalam setiap siklus perencanaan, tindakan, observasi, dan refleksi mampu menghasilkan perubahan substantif pada pemahaman bisnis pelaku usaha (Rahayu et al., 2026).

3. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) dengan metode deskriptif kuantitatif dan pendampingan partisipatif. Pendekatan ini dipilih karena tidak hanya berfokus pada pengumpulan data usaha, tetapi juga mendorong keterlibatan aktif pelaku usaha dalam proses identifikasi masalah, penyusunan solusi, hingga implementasi sistem pencatatan biaya produksi secara mandiri.

Subjek pengabdian dalam kegiatan ini adalah pemilik UMKM kuliner Nasi Goreng Bara yang berlokasi di Jl. Limo Raya No. 71, Kecamatan Limo, Kota Depok, Jawa Barat. Usaha ini bergerak pada bidang kuliner makanan cepat saji berbasis nasi goreng dengan berbagai varian menu dan beroperasi setiap hari pada pukul 17.00–23.00 WIB. Pemilik usaha berperan sebagai subjek utama sekaligus mitra dampingan yang terlibat langsung dalam seluruh tahapan kegiatan pengabdian, mulai dari proses identifikasi permasalahan hingga evaluasi hasil pendampingan.

Tahap awal kegiatan dilakukan melalui proses observasi lapangan untuk memahami kondisi operasional usaha secara menyeluruh. Observasi dilakukan terhadap alur produksi, penggunaan bahan baku, kapasitas produksi harian, pola pembelian bahan, penggunaan tenaga kerja, serta aktivitas pelayanan kepada konsumen. Selain itu, tim pengabdian juga melakukan pengamatan terhadap sistem pencatatan keuangan yang telah diterapkan oleh pelaku usaha. Hasil observasi menunjukkan bahwa pencatatan biaya produksi dan pengelolaan keuangan usaha masih dilakukan secara sederhana dan belum terstruktur, sehingga pelaku usaha mengalami kesulitan dalam menentukan Harga Pokok Produksi (HPP) secara akurat.



Gambar 1. Observasi Lapangan terhadap Proses Produksi Nasi Goreng Bara
Sumber : Dokumentasi Pribadi Tim Pengabdian (2025)

Setelah tahap observasi, dilakukan wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan pemilik usaha untuk memperoleh data primer terkait biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya *overhead*, jumlah produksi, harga jual produk, serta estimasi omset bulanan. Wawancara dilakukan secara semi terstruktur agar pelaku usaha dapat memberikan informasi secara lebih fleksibel dan mendalam terkait kondisi usaha yang dijalankan. Pada tahap ini, keterlibatan subjek dampingan sangat penting karena seluruh data biaya dan aktivitas operasional diperoleh langsung dari pengalaman serta aktivitas harian pelaku usaha.

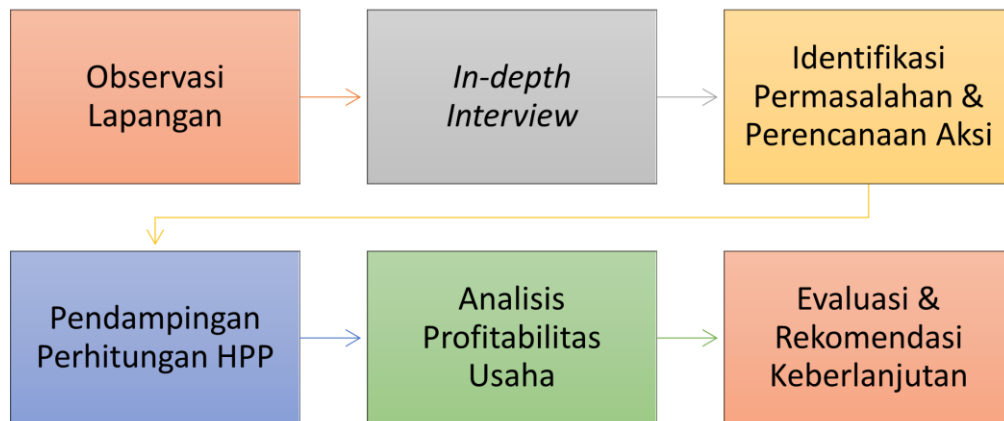
Tahapan berikutnya adalah proses diskusi partisipatif dan perencanaan aksi bersama komunitas dampingan. Tim pengabdian bersama pemilik usaha melakukan identifikasi akar permasalahan utama yang memengaruhi profitabilitas usaha, khususnya pada aspek penentuan harga jual dan pengendalian biaya produksi. Dari hasil diskusi tersebut disusun rencana aksi berupa pendampingan penyusunan sistem pencatatan biaya sederhana, pengelompokan komponen biaya produksi, serta perhitungan HPP menggunakan metode *full costing*. Dalam proses ini, pelaku usaha dilibatkan secara aktif agar mampu memahami konsep biaya produksi dan dapat menerapkannya secara mandiri setelah kegiatan pengabdian selesai.

Pelaksanaan pendampingan dilakukan melalui beberapa sesi praktik langsung dalam menghitung biaya produksi setiap menu. Tim pengabdian membantu mengklasifikasikan biaya ke dalam kategori bahan baku langsung, biaya *overhead*, dan biaya tenaga kerja. Selanjutnya dilakukan simulasi perhitungan HPP per porsi untuk masing-masing varian nasi goreng yang menjadi produk utama usaha. Metode *full costing* digunakan karena mampu memberikan gambaran biaya produksi secara menyeluruh dengan memasukkan seluruh unsur biaya ke dalam perhitungan harga pokok produk.

Selain analisis HPP, dilakukan pula analisis margin kontribusi dan profitabilitas usaha untuk mengetahui tingkat keuntungan masing-masing produk. Analisis dilakukan dengan membandingkan antara total biaya produksi, biaya operasional bulanan, harga jual produk, dan estimasi omset usaha. Hasil analisis kemudian digunakan sebagai dasar dalam penyusunan rekomendasi strategi penetapan harga yang lebih efektif dan berorientasi pada keberlanjutan usaha.

Tahap akhir kegiatan berupa evaluasi dan refleksi bersama pelaku usaha terhadap hasil pendampingan yang telah dilakukan. Evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat pemahaman pelaku usaha terkait pencatatan biaya dan perhitungan HPP, serta untuk mengetahui efektivitas metode pendampingan yang telah diterapkan. Pada tahap ini, tim pengabdian juga

memberikan rekomendasi lanjutan terkait pengelolaan keuangan sederhana, pengendalian biaya operasional, dan strategi peningkatan profitabilitas usaha secara berkelanjutan.



Gambar 2. Tahapan Penelitian/Pengabdian
Sumber : Olahan Penulis (2025)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Berdasarkan data yang dihimpun, berikut adalah hasil analisis biaya produksi dan profitabilitas usaha Nasi Goreng Bara.

Tabel. 1 Rincian Bahan Baku dan Margin Per Produk (Per Porsi)

Nama Produk	Harga Jual (Rp)	HPP Bahan Baku/Porsi (Rp)	Margin/Porsi (Rp)	Margin	Total Pembelian/Bulan (RP)	Omset/Bulan (Rp)
Nasi Goreng Sosis Bakso	22.000	12.100	9.900	45,0%	1.003.000	1.760.000
Nasi Goreng Daun Jeruk	18.000	10.400	7.600	42,2%	848.000	1.440.000
Nasi Goreng Mawut	22.000	11.400	10.600	48,2%	914.000	1.760.000
Nasi Goreng Ati Ampela	22.000	12.200	9.800	44,5%	978.000	1.760.000
Nasi Goreng Gila	25.000	13.500	11.500	46,0%	1.082.000	2.000.000
Total	109.000	59.600	49.400	45,2%	4.825.000	8.720.000

Sumber: Perhitungan HPP Kelompok 5, 2026

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa kelima varian produk Nasi Goreng Bara memiliki HPP Biaya Bahan Baku (BBB) yang beragam, berkisar antara Rp 10.400 (Nasi Goreng Daun Jeruk) hingga Rp 13.500 (Nasi Goreng Gila). Biaya Bahan Baku (BBB) sendiri merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan-bahan utama yang secara langsung digunakan dan wujudnya dapat ditelusuri pada produk jadi, seperti beras, bumbu, telur, dan aneka topping (sosis, bakso, ati ampela, dll). Margin keuntungan berbasis bahan baku secara

keseluruhan adalah 45,2%, dengan Nasi Goreng Mawut mencatat margin tertinggi sebesar 48,2% dan Nasi Goreng Daun Jeruk mencatat margin terendah sebesar 42,2%. Total omset bulanan dari seluruh varian produk mencapai Rp 8.720.000, dengan kontribusi terbesar dari Nasi Goreng Gila sebesar Rp 2.000.000 per bulan.

Tabel. 2 Estimasi Biaya Overhead dan Tenaga Kerja (Per bulan)

Komponen Biaya	Jenis	Estimasi Min (Rp)
Listrik	<i>Overhead</i>	350.000
Sewa Tempat / Lapak + Air	<i>Overhead</i>	3.000.000
Kemasan (plastik, kresek)	<i>Variabel</i>	100.000
Gas LPG (1–2 tabung)	<i>Variabel</i>	60.000
Arang/Bara	<i>Variabel</i>	200.000
Tebaga Kerja (2 Pegawai)	<i>Variabel</i>	5.000.000
BOP + BTKL	-	8.710.000
BOP + BTKL per Porsi	-	3.854

Sumber: Perhitungan HPP Kelompok 5, 2026

Tabel 2 menunjukkan struktur Biaya *Overhead* Pabrik (BOP) dan Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKL) usaha Nasi Goreng Bara. Sebagai pemahaman, Biaya Overhead Pabrik (BOP) merupakan seluruh biaya produksi selain bahan baku dan tenaga kerja langsung yang diperlukan untuk menunjang operasional usaha, seperti sewa lapak, gas, listrik, hingga kemasan. Sementara itu, Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKL) adalah kompensasi atau upah yang dibayarkan kepada pekerja yang terlibat langsung dalam proses memasak atau mengolah produk. Komponen terbesar adalah biaya tenaga kerja dua orang pegawai sebesar Rp 5.000.000 per bulan (57,4% dari total BOP+BTKL), diikuti oleh biaya sewa tempat/lapak termasuk air sebesar Rp 3.000.000 (34,4%). Biaya variabel lainnya meliputi kemasan sebesar Rp 100.000, arang/baras sebesar Rp 200.000, gas LPG sebesar Rp 60.000, dan listrik sebesar Rp 350.000. Total BOP dan BTKL per bulan mencapai Rp 8.710.000, yang kemudian dialokasikan sebesar Rp 3.854 per porsi berdasarkan estimasi 60 porsi per varian per bulan.

Tabel. 3 HPP Penuh Per Porsi (BBB + BTKL + BOP)

Nama Produk	HPP Bahan Baku/Porsi (Rp)	HPP Penuh/Porsi (BBB+BTKL+BOP) (Rp)
Nasi Goreng Sosis Bakso	12.100	15.954
Nasi Goreng Daun Jeruk	10.400	14.254
Nasi Goreng Mawut	11.400	15.254
Nasi Goreng Ati Ampela	12.200	16.054
Nasi Goreng Gila	13.500	17.354
Total Keseluruhan	59.600	78.870

Sumber: Perhitungan HPP Kelompok 5, 2026

Tabel 3 menyajikan perbandingan antara HPP berbasis bahan baku saja dengan HPP penuh yang mencakup alokasi BTKL dan BOP. Dengan metode *full costing*, HPP per porsi meningkat secara signifikan, yang dimana Nasi Goreng Sosis Bakso dari Rp 12.100 menjadi Rp 15.954, Nasi Goreng Daun Jeruk dari Rp 10.400 menjadi Rp 14.254, Nasi Goreng Mawut dari Rp 11.400 menjadi Rp 15.254, Nasi Goreng Ati Ampela dari Rp 12.200 menjadi Rp 16.054, dan

Nasi Goreng Gila dari Rp 13.500 menjadi Rp 17.354. Perbandingan antara HPP penuh dengan harga jual menunjukkan bahwa seluruh produk masih menjual di atas HPP penuh, namun margin yang tersisa sangat tipis untuk beberapa varian.

4.2 Diskusi

Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode *full costing*, diperoleh gambaran yang lebih komprehensif dan realistis tentang kondisi keuangan usaha Nasi Goreng Bara dibandingkan jika hanya menggunakan perhitungan berbasis bahan baku saja.

Dari sisi margin berbasis bahan baku, seluruh varian produk menunjukkan margin positif dengan rata-rata 45,2%. Nasi Goreng Mawut memiliki margin tertinggi (48,2%) berkat kombinasi harga jual Rp 22.000 dan HPP bahan baku yang relatif efisien sebesar Rp 11.400, menjadikannya produk dengan efisiensi bahan baku terbaik. Sebaliknya, Nasi Goreng Daun Jeruk memiliki margin terendah (42,2%) karena harga jualnya yang lebih rendah (Rp 18.000). Namun demikian, Nasi Goreng Gila tetap menjadi produk unggulan dari sisi kontribusi omset, dengan penerimaan bulanan tertinggi sebesar Rp 2.000.000.

Ketika seluruh komponen biaya diperhitungkan melalui pendekatan *full costing*, gambaran profitabilitas usaha berubah secara signifikan. Total BOP dan BTKL sebesar Rp 8.710.000 per bulan melampaui total omset sebesar Rp 8.720.000, mengindikasikan bahwa usaha ini saat ini berada pada titik impas (*break-even*) atau bahkan sedikit merugi. Kondisi ini terutama disebabkan oleh beban biaya tenaga kerja yang besar (Rp 5.000.000 atau 57,4% dari total BOP+BTKL) dan biaya sewa yang tinggi (Rp 3.000.000 atau 34,4%).

Secara teoritik, penetapan harga berbasis biaya (*cost-based pricing*) yang diterapkan Nasi Goreng Bara sudah menunjukkan kesadaran dasar terhadap struktur biaya bahan baku. Namun, pemilik usaha belum sepenuhnya mempertimbangkan seluruh komponen biaya dalam kalkulasi harga jual, khususnya alokasi tenaga kerja dan overhead per porsi. Di sisi lain, aspek nilai yang dirasakan konsumen (*perceived value*) dan posisi harga kompetitor juga belum menjadi pertimbangan eksplisit dalam strategi penetapan harga (Kotler & Armstrong, 2018).

Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa titik impas (*break-even point*) usaha ini berada jauh di atas kapasitas produksi saat ini apabila dihitung hanya dari 5 produk sampel. Dengan total biaya operasional Rp 8.710.000 per bulan dan rata-rata margin kontribusi bahan baku Rp 9.800 per porsi (Rp 49.000 / 5 sampel produk), diperlukan penjualan sekitar 889 porsi per bulan hanya untuk menutup BOP dan BTKL, di luar HPP bahan baku. Angka ini jauh melampaui kapasitas produksi saat ini yang hanya 80-100 porsi per bulan untuk 5 produk sampel. Namun demikian, perlu diingat bahwa usaha ini sebenarnya memiliki 36 menu, sehingga total penjualan aktual seluruh menu berpotensi jauh lebih besar dari yang tercatat dalam analisis sampel ini. Jika seluruh menu berkontribusi pada pendapatan, beban BOP dan BTKL per porsi akan terdiluasi secara signifikan, dan profitabilitas keseluruhan usaha mungkin lebih baik dari yang tergambarkan dalam analisis 5 produk ini. Dengan demikian, perluasan analisis HPP ke seluruh 36 menu menjadi langkah penting berikutnya yang perlu dilakukan.

Meskipun kondisi saat ini tampak menantang, usaha Nasi Goreng Bara memiliki beberapa keunggulan kompetitif yang dapat dioptimalkan. Pertama, konsep memasak menggunakan arang/baru memberikan cita rasa khas yang sulit ditiru oleh penjual nasi goreng biasa, menciptakan diferensiasi produk yang kuat. Kedua, lokasi di kawasan permukiman Limo, Depok, memberikan akses kepada pasar lokal yang potensial. Ketiga, jam operasional sore-malam (17.00-23.00) sesuai dengan pola konsumsi masyarakat yang cenderung makan malam di luar rumah. Keunggulan-keunggulan ini dapat menjadi pondasi untuk strategi pertumbuhan yang lebih agresif di masa mendatang.

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat pada usaha Nasi Goreng Bara menghasilkan temuan bahwa kelima varian produk memiliki Harga Pokok Produksi (HPP) bahan baku antara Rp 10.400 hingga Rp 13.500 per porsi, dengan rata-rata margin keuntungan yang cukup sehat sebesar 45,2%. Namun demikian, perhitungan menggunakan metode full costing yang memperhitungkan Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKL) dan Biaya Overhead Pabrik (BOP) menunjukkan bahwa HPP penuh per porsi meningkat ke kisaran Rp 14.254 hingga Rp 17.354, meskipun masih berada di bawah harga jual produk. Usaha ini terindikasi berada pada kondisi keuangan yang kritis karena total BOP dan BTKL bulanan sebesar Rp 8.710.000 nyaris setara dengan total omset yang didapat yakni Rp 8.720.000, sehingga sangat membutuhkan peningkatan volume penjualan secara signifikan. Adapun dari segi kinerja produk, Nasi Goreng Gila berpotensi dipromosikan lebih agresif karena menyumbang omset terbesar, sedangkan Nasi Goreng Mawut mencatatkan efisiensi bahan baku terbaik dengan margin sebesar 48,2%.

Berdasarkan temuan penelitian tersebut, terdapat beberapa rekomendasi strategis yang perlu diimplementasikan oleh pemilik usaha. Pertama, pemilik disarankan untuk meningkatkan kapasitas produksi secara signifikan dengan target ideal minimal 150 hingga 200 porsi per bulan untuk setiap varian, guna mencapai skala ekonomis dan memaksimalkan utilisasi biaya tetap. Kedua, perlu dilakukan evaluasi terhadap kebutuhan tenaga kerja dengan mempertimbangkan model pembayaran berbasis komisi atau bagi hasil untuk mengurangi beban tetap. Ketiga, pemilik usaha sebaiknya mencoba menegosiasikan ulang biaya sewa lapak yang saat ini menjadi beban overhead terbesar kedua. Keempat, jangkauan pasar perlu diperluas dengan memanfaatkan platform penjualan digital seperti GoFood dan GrabFood. Kelima, praktik pencatatan keuangan secara rutin wajib dipertahankan menggunakan sistem yang telah disusun bersama tim pengabdian. Terakhir, pemilik direkomendasikan untuk mengeksplorasi strategi pemasaran kreatif, seperti penawaran paket bundling, diskon untuk pembelian dalam jumlah banyak, serta program loyalitas pelanggan guna meningkatkan frekuensi pembelian.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada pemilik usaha Nasi Goreng Bara yang telah memberikan akses penuh terhadap data operasional dan keuangan usaha, serta meluangkan waktu selama proses pendampingan berlangsung. Keterbukaan dan antusiasme pemilik usaha dalam mengikuti setiap tahapan kegiatan pengabdian sangat berkontribusi pada kelancaran dan keberhasilan program ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Dosen Pembimbing Lapangan yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan selama pelaksanaan program pengabdian masyarakat. Seluruh anggota Kelompok 5 yang telah bekerja keras dan bekerja sama dengan penuh dedikasi dalam menyelesaikan program pengabdian ini juga layak mendapat penghargaan yang setinggi-tingginya.

DAFTAR REFERENSI

- Afriani, S. A., & Mubarak, H. (2025). Perhitungan Harga Pokok Produksi dengan Metode Full Costing dalam Menentukan Harga Jual Produk UMKM. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 4(12), 4231–4241. <https://doi.org/10.55681/sentri.v4i12.5116>
- Alinsari, N. (2021). Peningkatan Literasi Keuangan pada UMKM melalui Pelatihan dan Pendampingan Pembukuan Sederhana. *Magistrorum et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 256–268. <https://doi.org/10.24246/jms.v1i22020p256-268>

- Amanda, A., & Widiati, E. (2024). Analisis Pengaruh Penggunaan Aplikasi Go Food Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UMKM Kuliner di Jakarta Pusat. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 7(1), 12.
- Asadi, S., & Inayah. (2025). Peningkatan kualitas UMKM Tahu Tek-Tek berbasis digital melalui metode *Participatory Action Research (PAR)*. *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3). <https://doi.org/10.55681/swarna.v4i3.1711>
- Cahya, A. D., Martha, D., & Prasetyanto, S. (2021). Analisis Layanan Go-Food dalam Meningkatkan Penjualan pada Kuliner di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 264–272. <https://doi.org/10.22219/jie.v5i3.16830>
- Catio, M., Sampurnaningsih, S. R., Hidayat, R., Faddilah, N., Hasbiyansyah, H., & Nandani, Y. C. (2025). Peningkatan Literasi Keuangan Bagi Pelaku UMKM Melalui Pelatihan Pencatatan Keuangan Digital di Kecamatan Sindang Jaya Kabupaten Tangerang. *Jabdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 37–39. <https://doi.org/10.56457/jabdimas.v3i1.218>
- Dinanti, M. P. (2023). Usulan Strategi Penetapan Value Based Pricing pada UMKM. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 9(1), 14–23. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v9i1.3443>
- Fahreza, M. R., & Sokarina, A. (2025). Mengungkap Penentuan Harga Jual pada Kedai Kopi Studi: Fenomenologi. *Mbia Journal Management, Business, and Accounting*, 24(1), 1–19. <https://doi.org/10.33557/26131m93>
- Fandriansyah, M. A. (2022). Pemanfaatan Market Place GrabFood & GoFood dalam Peningkatan Penjualan pada UMKM Food and Beverages Mao-Mao Cirebon. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*, 24(3), 11–18. <https://doi.org/10.32424/jeba.v24i3.11578>
- Farijah, A. N. (2018). Penetapan Harga Jual Produk (UMKM) di Sukabumi dengan Menggunakan Metode Cost Based Pricing: Studi pada CV. Midi Sukabumi (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Sukabumi).
- Fauzi, A., Rukmayani, E., Estevani, G., Gumelaraset, N., & Fahrezi, M. K. (2024). Analisis Break Even Point (BEP) Sebagai Alat Perencanaan Laba. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 2, 83–102. <https://doi.org/10.61597/jbe-ogzrp.v2i1.25>
- Fitri, D. A., Puspitasari, E. Y., & Dzulhasni, S. (2025). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Full Costing sebagai Dasar Penentuan Harga Jual: Studi Kasus UMKM Ayakh Ugan di Kota Baturaja. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 9(3). <https://doi.org/10.29040/jie.v9i3.17784>
- Ikawati, A. D. (2017). Penetapan Harga Jual dengan Metode Cost Plus Pricing pada Warung Sederhana 2 Jetis Kulon Surabaya. *Jurnal EMBA*, 5(2), 1–21.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. Diakses dari <https://kemenkopukm.go.id/data-umkm>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Purwanto, E. (2020). Analisis Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing dalam Penetapan Harga Jual. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 4(2), 248–253. <https://doi.org/10.30871/jama.v4i2.2402>
- Qomar, M. N., Karsono, L. D. P., Aniqoh, F. Z., Aini, C. N., & Anjani, Y. (2022). Peningkatan kualitas UMKM berbasis digital dengan metode *Participatory Action Research (PAR)*. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i1.3494>
- Rahayu, A. T., Prasetyo, P. D., Ashari, R. D., Sudarmiati, & Wiliandri, R. (2026). Pendampingan Berbasis Participatory Action Research pada UMKM Warung Sambal Cidero Kediri:

- Penguatan Sertifikasi Halal dan Strategi Price Value untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(2). <https://doi.org/10.59024/faedah.v4i2.1736>
- Rahayu, R. J., & Situngkir, T. (2023). Analisis Perbandingan Metode Full Costing dan Variable Costing untuk Menghitung Harga Pokok Produksi (Studi Kasus: UKM CJH Catering Purwakarta). *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(3), 6508–6519. Retrieved from <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/2883>
- Ramadani, P. P., & Hakim, H. M. Z. (2023). Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba Perusahaan (Studi pada Usaha Dagang Putra Singkong). *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 11, 33–38. <https://doi.org/10.33366/ref.v11i1.4387>
- Rumefi, U., & Afifah, S. (2023). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Metode Full Costing dalam Penetapan Harga Jual Produk (Studi Kasus pada UMKM Potacornor Pasuruan). *Jurnal Transparan Institut Teknologi dan Bisnis Yadika*, 15(2), 1–9. <https://doi.org/10.53567/jtsyb.v16i1.50>
- Rusmiati, R., Syam, M. Y., & Amalia, A. N. (2022). Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Laba pada Rumah Makan Berkah Cahaya di Desa Kerang Kecamatan Batu Engau. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3, 83–89. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i1.449>
- Setyowati, A. (2022). Makna Laba dalam Sudut Pandang Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Solusi*, 20, 20–26. <https://doi.org/10.26623/slsi.v20i1.4512>
- Simamora, C., & Mulyani, M. (2022). Analisis Break Even Point (BEP) Dalam Strategi Perencanaan Laba dan Perencanaan Penjualan bagi UMKM. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(6), 13322–13330. <https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i6.10464>
- Suriyok, K. (2021). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dan Harga Jual Ikan Bandeng Menggunakan Full Costign (Studi Pada Petani Ikan Bandeng Desa Madumulyorejo Gresik). *Jurnal Transparan Institut Teknologi dan Bisnis Yadika*, 13(1), 41–47. <https://doi.org/10.53567/jtsyb.v13i1.6>
- Wachyuni, S. S., & Hardiningsih, D. (2022). Analisis Penggunaan Aplikasi GoFood dalam Pemasaran UMKM Kuliner di Bekasi. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 7(3), 212–222. <https://doi.org/10.56743/jstp.v7i3.342>
- Wardana, L. W., Ahmad, Indrawati, A., Maula, F. I., Mahendra, A. M., Fatihin, M. K., Rahma, A., Nafisa, A. F., Putri, A. A., & Narmaditya, B. S. (2023). Do digital literacy and business sustainability matter for creative economy? The role of entrepreneurial attitude. *Heliyon*, 9(1), e12763. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e12763>
- Wiralestari, W., Firza, E., & Mansur, F. (2018). Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi dengan Menggunakan Full Costing Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual Pempek pada UMKM Pempek Masayu 212. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 2(1), 46–52. <https://doi.org/10.22437/jkam.v2i1.5430>