



Article info : *Received*: Juni 2026; *Revised* : Agustus 2026; *Accepted*: November 2026

Strategi Penerapan Harga Pada Menu Untuk Meningkatkan Keuntungan Di Restoran Cepat Saji

Ferdina Watiningsih¹; Udin Saprudin²; Pancagaluh Ratnasih³

¹⁻³Universitas Pamulang, Indonesia, Email: ¹dosen01640@unpam.ac.id; ²dosen00728@unpam.ac.id; ³dosen00578@unpam.ac.id

Abstrak. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas pengelola Restoran Cepat Saji Mie Aceh Limo-Cinere dalam menentukan harga menu yang rasional, kompetitif, dan berorientasi pada keuntungan berkelanjutan. Permasalahan yang diidentifikasi meliputi belum sistematisnya analisis biaya, keterbatasan dalam menghitung harga pokok penjualan (HPP), kecenderungan mengikuti harga pesaing, fluktuasi harga bahan baku, keterbatasan pemahaman mengenai value-based pricing, serta lemahnya pencatatan dan pengelolaan keuangan. Kegiatan dilaksanakan melalui penyuluhan secara luring, diskusi, tanya jawab, observasi, analisis struktur biaya, pelatihan, dan pendampingan langsung. Materi meliputi analisis laba rugi, identifikasi biaya tetap dan variabel, perhitungan HPP, cost-plus pricing, competitive pricing, value-based pricing, bundling menu, diferensiasi produk, dan manajemen keuangan sederhana. Hasil kegiatan menunjukkan bertambahnya pemahaman mitra mengenai struktur biaya dan penentuan harga menu yang lebih rasional. Mitra juga memperoleh kemampuan untuk mengidentifikasi menu dengan margin rendah serta mempertimbangkan penyesuaian harga atau komposisi bahan untuk meningkatkan efisiensi. Kegiatan ini memberikan dasar praktis bagi perbaikan keputusan penetapan harga dan penguatan keberlanjutan usaha kuliner.

Kata kunci: penetapan harga; harga pokok penjualan; margin keuntungan; value-based pricing; usaha kuliner

Abstract. This community service program aimed to strengthen the capacity of the Mie Aceh Limo-Cinere fast-food restaurant in determining menu prices that are rational, competitive, and oriented toward sustainable profit. The main problems identified were the absence of systematic cost analysis, limited accuracy in calculating cost of goods sold (COGS/HPP), reliance on competitors' prices, fluctuations in raw-material costs, limited understanding of value-based pricing, and weak financial record management. The program was implemented through offline counseling, discussion, question-and-answer sessions, observation, cost-structure analysis, training, and direct mentoring. The activities covered profit-and-loss analysis, identification of fixed and variable costs, HPP calculation, cost-plus pricing, competitive pricing, value-based pricing, menu bundling, product differentiation, and simple financial management. The activity results indicated increased partner understanding of cost structure and more rational menu-price determination. The partner was also able to identify low-margin menus and consider adjustments to prices or ingredient composition for efficiency. The program provides a practical foundation for improving pricing decisions and strengthening the sustainability of the culinary business.

Keywords: menu pricing; cost of goods sold; profit margin; value-based pricing; culinary business

PENDAHULUAN

Usaha kuliner merupakan salah satu sektor ekonomi kreatif yang berkembang dan memiliki peluang besar dalam menciptakan lapangan kerja serta pendapatan masyarakat. Mie Aceh memiliki karakteristik produk yang kuat melalui cita rasa rempah, tingkat kepedasan yang dapat disesuaikan, serta variasi menu. Dalam persaingan restoran cepat saji, harga menjadi salah satu keputusan penting karena berhubungan langsung dengan pendapatan, margin keuntungan, persepsi konsumen, dan daya saing usaha.

Pada usaha mikro dan kecil, penetapan harga sering dilakukan berdasarkan perkiraan atau mengikuti harga pesaing tanpa analisis biaya yang memadai. Kondisi tersebut dapat menyebabkan harga jual tidak mencerminkan biaya produksi sebenarnya sehingga margin keuntungan sulit diukur. Fluktuasi harga mie, daging, telur, rempah-rempah, dan bahan pelengkap juga dapat mengganggu kestabilan margin apabila tidak diikuti dengan evaluasi biaya dan penyesuaian harga yang tepat.

Laporan PKM menunjukkan bahwa mitra juga menghadapi keterbatasan dalam pencatatan dan pengelolaan keuangan, termasuk pencampuran keuangan pribadi dan usaha. Di sisi lain, pendekatan value-based pricing belum banyak dimanfaatkan, padahal karakteristik produk Mie Aceh, variasi topping, tingkat kepedasan, kualitas bahan, penyajian, dan pelayanan dapat menjadi sumber nilai bagi konsumen. Strategi seperti bundling, paket hemat, diskon pada waktu tertentu, dan diferensiasi porsi juga berpotensi memperluas segmentasi pasar apabila dirancang dengan mempertimbangkan margin keuntungan.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian difokuskan pada transfer pengetahuan dan pendampingan dalam perhitungan HPP, analisis biaya, penetapan harga, pengelolaan keuangan, serta pengembangan strategi harga yang sesuai dengan karakteristik pasar lokal. Pendekatan partisipatif digunakan agar pelaku usaha menjadi subjek aktif dalam proses pembelajaran dan penerapan.

Tujuan kegiatan adalah meningkatkan kemampuan mitra dalam menentukan harga menu yang kompetitif sekaligus memberikan margin keuntungan yang optimal, meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya pencatatan keuangan, serta memperkuat kemampuan pengelolaan usaha agar lebih profesional dan berkelanjutan.

METODOLOGI PELAKSANAAN

Kegiatan dilaksanakan secara offline di Restoran Mie Aceh Cinere Limo, Sawangan, Depok. Dalam laporan kegiatan, pelaksanaan dijadwalkan selama tiga hari, yaitu 8–10 April 2026. Tahapan kegiatan mencakup persiapan materi, observasi dan identifikasi permasalahan, penyampaian materi, diskusi dan tanya jawab, simulasi analisis biaya serta harga, dan pendampingan penerapan.

Tabel 1 Tahap Kegiatan

Tahap	Kegiatan Utama	Luaran
Persiapan	Menyiapkan materi analisis laba rugi, HPP, strategi harga, dan manajemen keuangan.	Materi pelatihan dan perangkat pendampingan
Identifikasi	Mengidentifikasi permasalahan harga, biaya, pencatatan keuangan, dan kondisi usaha.	Peta permasalahan mitra
Pelatihan	Menyampaikan konsep HPP, cost-plus, competitive pricing, value-based pricing, bundling, dan diferensiasi.	Peningkatan pemahaman konsep

Simulasi	Menganalisis komponen biaya dan menyusun alternatif harga menu.	Alternatif harga berbasis biaya dan nilai
Pendampingan	Mendampingi evaluasi harga dan penerapan fungsi manajemen keuangan.	Kemampuan implementasi strategi
Evaluasi	Diskusi, tanya jawab, review materi, dan evaluasi penerapan.	Masukan untuk perbaikan berkelanjutan

Materi inti analisis laba rugi diberikan melalui tujuh langkah: memulai dari pendapatan, mengevaluasi harga pokok penjualan, memeriksa laba kotor, meninjau biaya operasional, menganalisis pendapatan operasional, menelaah pendapatan dan pengeluaran lain, serta menilai laba bersih. Pendekatan tersebut digunakan untuk membantu mitra memperoleh gambaran yang lebih lengkap mengenai kinerja finansial usaha.

Pada strategi penetapan harga, pelatihan menekankan tiga pendekatan, yaitu cost-plus pricing, competitive pricing, dan value-based pricing. Pendekatan tersebut dipadukan dengan pengendalian biaya, evaluasi komposisi bahan, penyesuaian harga secara bertahap, bundling menu, paket hemat, diskon waktu tertentu, dan diferensiasi berdasarkan ukuran porsi atau tingkat kepedasan.

Evaluasi dalam kegiatan ini bersifat deskriptif berdasarkan hasil observasi, diskusi, tanya jawab, simulasi, dan pendampingan. Laporan sumber tidak menyediakan data numerik pre-test/post-test atau data penjualan dan laba sebelum-sesudah yang lengkap; karena itu, hasil tidak dinyatakan sebagai peningkatan persentase atau bukti statistik.

Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test yang dipadukan dengan observasi keaktifan, kualitas pertanyaan, jawaban peserta, dan kemampuan menjelaskan kembali konsep. Dokumen laporan tidak menyertakan rekap skor individual maupun agregat, sehingga analisis artikel ini bersifat deskriptif. Perubahan tidak dinyatakan dalam persentase atau ukuran statistik agar kesimpulan tetap sesuai dengan bukti yang tersedia. Indikator yang digunakan meliputi pemahaman perbedaan menabung dan investasi, karakteristik saham dan reksadana, hubungan risiko dan imbal hasil, diversifikasi, profil risiko, serta legalitas penyedia investasi.

HASIL DAN DISKUSI

Identifikasi Permasalahan Mitra

Identifikasi menunjukkan beberapa persoalan utama, yaitu ketidakakuratan penghitungan HPP, pencatatan biaya yang belum sistematis, ketergantungan pada harga pesaing, fluktuasi harga bahan baku, keterbatasan penerapan value-based pricing, minimnya inovasi bundling dan diferensiasi, serta lemahnya pemisahan keuangan pribadi dan usaha. Persoalan tersebut saling berkaitan karena keputusan harga yang tidak berbasis data biaya dapat menghasilkan margin yang terlalu tipis atau bahkan kerugian.

Tabel 2 Permasalahan dan Solusi

Permasalahan	Intervensi PKM	Indikator Pemahaman/Penerapan
HPP belum dihitung sistematis	Pelatihan klasifikasi biaya tetap dan variabel serta HPP	Mitra mampu mengidentifikasi komponen biaya per menu
Harga mengikuti pesaing	Perbandingan cost-plus dan competitive pricing	Mitra memahami batas harga berbasis biaya

Fluktuasi bahan baku	Evaluasi pemasok, persediaan, komposisi bahan, dan penyesuaian harga	Mitra memiliki dasar evaluasi biaya
Value produk belum dimanfaatkan	Value-based pricing dan diferensiasi	Mitra memahami nilai produk dari perspektif konsumen
Pencatatan keuangan lemah	Pencatatan pemasukan-pengeluaran dan pemisahan keuangan	Mitra memiliki dasar evaluasi kinerja usaha
Strategi menu terbatas	Bundling, paket hemat, diskon waktu tertentu	Mitra mampu merancang alternatif paket menu

Pelatihan Analisis Laba Rugi

Analisis laba rugi diperkenalkan sebagai alat untuk memahami profitabilitas, mengidentifikasi tren keuangan, dan mendukung keputusan strategis. Pendekatan dimulai dari pendapatan dan kemudian menghubungkannya dengan HPP, laba kotor, biaya operasional, pendapatan operasional, beban lain, hingga laba bersih. Bagi usaha restoran, pemahaman tersebut penting karena harga menu tidak dapat dipisahkan dari struktur biaya dan hasil akhir usaha.

Laporan kegiatan menyebutkan bahwa tim keuangan restoran diharapkan konsisten dan disiplin menerapkan fungsi manajemen keuangan. Dalam konteks pendampingan, analisis laba rugi tidak hanya diarahkan untuk mengetahui hasil akhir, tetapi juga untuk menemukan komponen biaya yang perlu diperbaiki.

Strategi Penetapan Harga Menu

Cost-plus pricing digunakan sebagai dasar untuk memastikan harga mencakup biaya dan target margin. Competitive pricing membantu mitra memahami posisi harga terhadap pesaing, tetapi tidak dianjurkan digunakan secara tunggal karena harga pesaing belum tentu mencerminkan struktur biaya internal. Sementara itu, value-based pricing mengarahkan perhatian pada nilai yang dirasakan konsumen melalui cita rasa, kualitas bahan, variasi topping, tingkat kepedasan, penyajian, dan pelayanan.

Kombinasi ketiga pendekatan memungkinkan harga ditetapkan secara lebih adaptif. Biaya memberikan batas ekonomi, kondisi pesaing memberikan konteks pasar, sedangkan nilai pelanggan memberikan ruang untuk diferensiasi. Dengan demikian, keputusan harga dapat menghindari perang harga yang berpotensi menekan margin.

Pendampingan Intensif

Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan intensif untuk memastikan karyawan mampu menerapkan strategi manajemen stres dalam aktivitas kerja sehari-hari. Pendampingan ini meliputi: Pemantauan penerapan teknik relaksasi dan *mindfulness* selama jam kerja. Konsultasi individu untuk membahas masalah spesifik yang dialami oleh karyawan. Evaluasi rutin terhadap tingkat stres melalui kuesioner dan observasi. Pemberian saran adaptasi terhadap beban kerja dan interaksi dengan pelanggan.

Pendampingan bertujuan agar perubahan perilaku menjadi lebih permanen dan karyawan dapat mandiri dalam mengelola stres tanpa selalu bergantung pada tim pengabdian.

Bundling dan Diferensiasi Produk

Pelatihan juga memperkenalkan bundling menu, paket hemat, diskon pada jam tertentu, dan diferensiasi berdasarkan ukuran porsi atau tingkat kepedasan. Strategi tersebut ditujukan untuk meningkatkan daya tarik produk, memperluas segmentasi, dan meningkatkan nilai transaksi per pelanggan. Namun, setiap promosi perlu dihitung kembali agar peningkatan daya tarik tidak mengorbankan margin keuntungan.

Untuk restoran Mie Aceh, diferensiasi dapat dibangun melalui pilihan tingkat kepedasan, topping, ukuran porsi, dan kualitas penyajian. Diferensiasi tersebut memungkinkan pelanggan memilih produk sesuai preferensi dan daya beli, sementara pengelola memiliki lebih banyak alternatif dalam menyusun struktur harga.

Pengendalian Biaya dan Fluktuasi Bahan Baku

Fluktuasi harga bahan baku merupakan salah satu faktor yang dapat mengurangi margin. Oleh karena itu, mitra diarahkan mengevaluasi pemasok, mengelola persediaan, meninjau komposisi bahan setiap menu, dan melakukan penyesuaian harga secara bertahap. Evaluasi berkala diperlukan agar harga jual tetap relevan terhadap perubahan biaya tanpa menimbulkan resistensi konsumen secara berlebihan.

Pengendalian biaya juga perlu diikuti pencatatan yang konsisten. Dengan data biaya yang tersedia, perubahan harga dapat didasarkan pada informasi aktual, bukan sekadar perkiraan.

Penguatan Pencatatan dan Manajemen Keuangan

Kegiatan memberikan penguatan mengenai pencatatan pemasukan dan pengeluaran, pemisahan keuangan pribadi dengan keuangan usaha, dan penyusunan laporan keuangan sederhana. Pencatatan yang lebih tertib menjadi dasar untuk mengevaluasi kinerja dan menentukan harga secara lebih tepat. Hal ini juga membantu pengelola memahami hubungan antara penjualan, biaya, margin, dan laba bersih.

Pendampingan diarahkan agar pengetahuan yang diperoleh tidak berhenti pada sesi penyuluhan. Mitra didorong melakukan evaluasi harga menu secara berkala dan menggunakan hasil pencatatan sebagai bahan pengambilan keputusan.

Manfaat dan Dampak Solusi

Solusi yang diterapkan melalui program “*StressLess Crew*” diharapkan memberikan manfaat yang signifikan, antara lain:

1. **Bagi karyawan:** meningkatnya kemampuan dalam mengelola stres, kesehatan mental yang lebih baik, motivasi kerja yang meningkat, dan peningkatan produktivitas.
2. **Bagi manajemen restoran:** terciptanya karyawan yang lebih fokus, loyal, dan produktif, yang berdampak pada efisiensi operasional dan kualitas layanan.
3. **Bagi pelanggan:** pelayanan yang lebih cepat, akurat, dan ramah, sehingga kepuasan dan loyalitas pelanggan meningkat.
4. **Bagi lingkungan usaha:** terciptanya budaya kerja yang sehat dan suportif, serta pengurangan risiko konflik internal dan turnover karyawan.

program “*StressLess Crew*” menawarkan solusi menyeluruh yang mengintegrasikan pengembangan kapasitas individu dan perbaikan lingkungan kerja. Pendekatan ini tidak hanya menangani gejala stres, tetapi juga mengatasi akar permasalahan, sehingga memberikan dampak jangka panjang bagi kesejahteraan karyawan dan kinerja organisasi secara keseluruhan.

Hasil Pelaksanaan dan Implikasi

Secara kualitatif, kegiatan menunjukkan bertambahnya wawasan mitra mengenai struktur biaya dan penetapan harga. Mitra memperoleh pemahaman untuk mengidentifikasi menu dengan margin rendah serta mempertimbangkan penyesuaian harga maupun komposisi bahan. Materi dan simulasi juga memberikan dasar bagi pengembangan strategi harga yang lebih fleksibel.

Implikasi utama kegiatan adalah terbentuknya kerangka pengambilan keputusan harga: menghitung biaya, menentukan margin, melihat kondisi pesaing, menilai nilai produk, kemudian memilih strategi harga dan promosi yang sesuai. Kerangka tersebut dapat menjadi dasar evaluasi berkelanjutan di restoran maupun direplikasi pada usaha kuliner sejenis.

Pernyataan hasil dalam artikel ini dibatasi pada temuan yang didukung laporan PKM. Laporan tidak menyediakan rangkaian data keuangan rinci sebelum dan sesudah program sehingga peningkatan laba atau keuntungan secara kuantitatif tidak dapat disimpulkan secara statistik.

Pendekatan Keberlanjutan

Program ini dirancang agar dapat berkelanjutan setelah pengabdian selesai. Strategi keberlanjutan meliputi:

- Pembekalan karyawan untuk menerapkan teknik manajemen stres secara mandiri.

- Pelatihan *train-the-trainer* bagi beberapa karyawan sebagai fasilitator internal.
- Penyusunan panduan tertulis yang mudah diakses dan dipahami oleh semua karyawan.
- Rekomendasi manajemen untuk menciptakan budaya kerja yang mendukung kesejahteraan mental.

Indikator Keberhasilan

Keberhasilan program diukur berdasarkan beberapa indikator:

1. Penurunan tingkat stres karyawan berdasarkan hasil kuesioner.
2. Peningkatan produktivitas dan kinerja kerja, termasuk kecepatan pelayanan dan ketepatan pesanan.
3. Peningkatan kepuasan karyawan terhadap lingkungan kerja.
4. Terbentuknya budaya kerja suportif di antara karyawan dan manajemen.
5. Dampak positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Dengan metode dan tahapan pelaksanaan yang sistematis ini, program "*StressLess Crew*" diharapkan mampu memberikan solusi nyata terhadap masalah stres kerja karyawan, meningkatkan kinerja individu maupun tim, serta menciptakan lingkungan kerja yang lebih sehat dan kondusif di Restoran Cepat Saji Mie Aceh Limo Cinere. Program ini tidak hanya menekankan pengembangan keterampilan individu, tetapi juga mendorong perubahan budaya organisasi, sehingga memberikan dampak jangka panjang bagi kesejahteraan karyawan dan kesuksesan operasional restoran.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Restoran Mie Aceh Limo-Cinere memberikan penguatan kapasitas dalam strategi penetapan harga menu dan pengelolaan keuangan. Pendekatan yang diberikan mencakup analisis laba rugi, perhitungan HPP, pengelompokan biaya tetap dan variabel, cost-plus pricing, competitive pricing, value-based pricing, bundling, diferensiasi produk, pengendalian biaya, serta pencatatan keuangan sederhana.

Hasil pelaksanaan menunjukkan bertambahnya pemahaman mitra dalam menyusun struktur biaya dan menentukan harga jual secara lebih rasional. Pendampingan juga membantu mitra mengenali menu dengan margin rendah dan mempertimbangkan penyesuaian harga atau komposisi bahan. Keberlanjutan manfaat kegiatan memerlukan pencatatan biaya dan penjualan yang konsisten serta evaluasi harga secara berkala.

Untuk pengembangan berikutnya, disarankan dilakukan pencatatan data penjualan, HPP, margin, dan laba sebelum dan sesudah penerapan strategi secara lebih terukur sehingga dampak program terhadap kinerja keuangan dapat dievaluasi secara kuantitatif.

Ucapan Terima Kasih

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Universitas Pamulang melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM), pihak Restoran Mie Aceh Cinere Limo, serta seluruh pihak yang mendukung pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat tahun akademik 2025/2026.

Lampiran



Gambar 1 Peserta PKM

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). Dasar-dasar manajemen keuangan. Salemba Empat.
- Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2021). Akuntansi manajerial. Salemba Empat.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2018). Managerial accounting: Akuntansi manajerial. Salemba Empat.
- Harahap, S. S. (2015). Analisis kritis atas laporan keuangan. RajaGrafindo Persada.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). Manajemen operasi. Salemba Empat.
- Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2018). Cost accounting: A managerial emphasis. Pearson.
- Kasmir. (2021). Analisis laporan keuangan. Rajawali Pers.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen pemasaran. Erlangga.
- Mulyadi. (2016). Akuntansi biaya. UPP STIM YKPN.
- Rudianto. (2018). Akuntansi manajemen: Informasi untuk pengambilan keputusan strategis. Erlangga.
- Samryn, L. M. (2015). Akuntansi manajemen: Informasi biaya untuk mengendalikan aktivitas operasi dan investasi. Kencana.
- Swastha, B. (2014). Manajemen penjualan. BPFE.
- Tjiptono, F. (2019). Strategi pemasaran. Andi Offset.
- Warren, C. S., Reeve, J. M., & Duchac, J. E. (2020). Accounting. Cengage Learning.

- Avlonitis, G. J., & Indounas, K. A. (2005). Pricing objectives and pricing methods in the services sector. *Journal of Services Marketing*, 19(1), 47–57.
- Indounas, K. A. (2006). Making effective pricing decisions. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 21(7), 462–471.
- Ingenbleek, P. T. M. (2007). Value-informed pricing in its organizational context. *Journal of Marketing*, 71(3), 78–98.
- Liozu, S. M., & Hinterhuber, A. (2013). Pricing orientation, pricing capabilities, and firm performance. *Management Decision*, 51(3), 594–614.
- Monroe, K. B. (2003). *Pricing: Making profitable decisions*. McGraw-Hill/Irwin.
- Nagle, T. T., Hogan, J. E., & Zale, J. (2016). *The strategy and tactics of pricing: A guide to growing more profitably*. Routledge.