



IMPLEMENTASI PENENTUAN HPP DALAM RANGKA MENINGKATKAN PROFITABILITAS PADA UMKM KULINER “ BURGERAK”

Rita J D Atarwaman, Muza Syahraini Prabowo¹, Putri Zahra Thahir², Sitra Yani Belasa³, Windy⁴, Aulia Azzahra Anakoda⁵, Rahmawati Rahman⁶, Nunung Anastasia Aco⁷, Mutia Amalia⁸, Nurlina Belasa⁹, Novianti Monaten¹⁰, Jesika Saiya¹¹, Gabriela Alfarenita Telussa¹², Goldameir Adriana Pattikawa¹³, Piter Rumawatine¹⁴, Sri Devi Rajab¹⁵

¹⁻¹⁵ Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pattimura, Indonesia

e-mail: rita.atarwaman72@gmail.com

raniprbwo@gmail.com¹, thahirzahra14@gmail.com², sitrayanibelasa@gmail.com³,

windynurlita12@gmail.com⁴, anakodaaulia@gmail.com⁵, rahmawt360@gmail.com⁶,

nunungnatasya1@gmail.com⁷, larasatimutia020506@gmail.com⁸,

nonimonaten@gmail.com⁹, Nurhayatirajab15@gmail.com¹⁰, nurlinabelasa@gmail.com¹¹, [\[elatelussa4@gmail.com\]\(mailto:elatelussa4@gmail.com\)¹², \[jesika.saiya@gmail.com\]\(mailto:jesika.saiya@gmail.com\)¹³, \[piterfrumawatine@gmail.com\]\(mailto:piterfrumawatine@gmail.com\)¹⁴, \[\\[rpattikawa@gmail.com\\]\\(mailto:rpattikawa@gmail.com\\)¹⁵\]\(mailto:goldameir</p>
</div>
<div data-bbox=\)](mailto:gabri</p>
</div>
<div data-bbox=)

DOI: <https://doi.org/10.62567/jpi.v1i2.972>

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) Burgerak is a micro-enterprise in the culinary field that focuses on providing fast food products in the form of burgers with local flavors. Established from the initiative of young entrepreneurs who see great opportunities in the modern food trend that continues to grow, Burgerak is present to provide quality, affordable, and suitable culinary alternatives for the people of Ambon City. The main advantage of Burgerak lies in the innovation of menus that combine classic burger recipes with local ingredients such as regional sambal, traditional processed meat, and soft and uniquely flavored bread. This research uses a qualitative approach with a case study method. "Burgerak" was chosen as the research subject because it is representative of MSMEs in Ambon that have growth potential but are still limited in terms of financial management. Data collection is done through observation, in-depth interviews with the owner and employees of "Burgerak", and analysis of available financial documents. "Burgerak" begins to implement a more organized recording system, including the use of simple accounting software. This enables business owners to make more precise decisions, such as determining optimal selling prices, controlling production costs, and planning business development strategies. The method of data collection is done through in-depth interviews, direct observation, and documentation of costs and simple financial reports. The determination of the cost of goods sold is calculated using the job order costing and activity-based costing (ABC) methods to obtain a comprehensive picture of the cost structure incurred. The results of the research show that with the application of accurate cost determination methods, MSME actors can set appropriate selling prices, avoid losses, and increase cost efficiency.

Keywords: MSMEs, Burgerak, Local Culinary.

Abstrak

UMKM Burgerak merupakan sebuah usaha mikro di bidang kuliner yang berfokus pada penyediaan produk makanan cepat saji berupa burger dengan cita rasa khas lokal. Berdiri dari inisiatif wirausaha muda yang melihat peluang besar dalam tren makanan modern yang terus berkembang, Burgerak hadir



untuk memberikan alternatif kuliner yang berkualitas, terjangkau, dan sesuai dengan lidah masyarakat Kota Ambon. Keunggulan utama dari Burgerak terletak pada inovasi menu yang memadukan resep burger klasik dengan bahan-bahan lokal seperti sambal khas daerah, daging olahan tradisional, serta roti buatan yang lembut dan bercita rasa unik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. "Burgerak" dipilih sebagai subjek penelitian karena representatif terhadap UMKM kuliner di Ambon yang memiliki potensi pertumbuhan, owner juga memiliki kemampuan dalam menganalisis laporan keuangan, seperti laporan laba rugi dan laporan arus kas. Hal ini memungkinkan pemilik usaha untuk membuat keputusan yang lebih tepat, seperti menentukan harga jual yang optimal, mengendalikan biaya produksi, dan merencanakan strategi pengembangan usaha. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam dengan pemilik dan karyawan "Burgerak", serta analisis dokumen keuangan yang tersedia. "Burgerak" mulai menerapkan sistem pencatatan yang lebih terorganisir, termasuk penggunaan software akuntansi sederhana.

Penentuan harga pokok dihitung menggunakan metode job order costing dan activity-based costing (ABC) untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai struktur biaya yang dikeluarkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan penerapan metode penentuan harga pokok yang akurat, pelaku UMKM dapat menetapkan harga jual yang sesuai, menghindari kerugian, serta meningkatkan efisiensi biaya.

Kata Kunci: UMKM, Burgerak, Kuliner Lokal.

1. PENDAHULUAN

Burgerak merupakan UMKM kuliner lokal yang menghadirkan cita rasa burger khas dengan sentuhan rasa Indonesia. Didirikan oleh generasi muda kreatif, Burgeran lahir dari semangat untuk menyediakan makanan cepat saji yang tidak hanya lezat, tetapi juga terjangkau oleh semua kalangan. Dengan bahan-bahan segar dan olahan daging berkualitas, Burgeran menyajikan beragam varian burger—mulai dari burger original, burger ayam crispy, hingga inovasi khas. Kombinasi rasa gurih, pedas, dan lembutnya roti homemade membuat setiap gigitan penuh kenikmatan. Berawal dari gerobak kecil di pinggir jalan, Burgerak kini terus tumbuh dan menjadi favorit pelanggan di berbagai lapisan masyarakat. Selain fokus pada rasa, UMKM ini juga menjaga kualitas pelayanan, kebersihan, dan menggunakan kemasan ramah lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab sosial. Burgerak berkomitmen menjadi pelaku usaha mikro yang mampu bersaing, menciptakan lapangan kerja, dan memperkuat ekonomi lokal melalui produk kuliner inovatif dan berkualitas. Dengan tagline "Burger Lokal, Rasa Nasional", Burgeran siap menjadi ikon kuliner modern dengan cita rasa Nusantara. Sebuah bisnis diharapkan bukan hanya bisa diterima dan menjadi besar sesuai dengan penambahan usia operasionalnya, namun juga bisa menjadi berkembang sehingga hasil yang didapatkan dan keberlangsungannya menjadi terarah. Ada salah satu bisnis yang dapat dilakukan oleh banyak orang yang sangat terjangkau yaitu bisnis kuliner, dan lewat bisnis ini sudah banyak orang diluar sana yang menjadi kaya karena usaha makanan dan minuman ini, karena kita tahu sendiri bahwa makanan adalah kebutuhan primer bagi manusia dan tidak ada seorangpun yang bisa terlepas dari yang namanya makanan. Bisnis menurut (Griffin dan Ebert, 2008) merupakan aktifitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan atau diinginkan oleh konsumen. Di Kota Ambon sendiri bisnis kuliner ini sudah menjadi salah satu favorit berbagai kalangan, dengan berbagai jenis makanan dan minuman tradisional yang selalu ditawarkan selalu menggugah mulut para pecinta kuliner. Tetapi disamping makanan tradisional, Kota Ambon sendiri lewat berbagai UMKM yang ada sudah mengenalkan berbagai makanan yang menjadi favorit anak muda yang diluar kebiasaan masyarakat kota ambon dengan Ikan kuah kuning khas mereka namun dihadirkan dengan berbagai jenis makanan olahan hingga fast food yang menarik banyak perhatian anak muda yang ada di kota Ambon UMKM Burgerak salah satunya. ini menjadi pusat perhatian banyak pecinta kuliner mulai dari anak-anak sampai kalangan muda dan dewasa. Burgerak menawarkan berbagai produk makanan dan minuman dengan rasa yang tidak kalah enak dengan masakan hotel berbintang. Dengan menawarkan berbagai produk dengan



memperhatikan kualitas dan rasa, Burgerak menjadi idola banyak kalangan dan diperkirakan akan terus eksis di kota ambon sebagai salah satu penyedia produk kulineran di Kota Ambon. Pemilik berharap banyak masyarakat luas yang mengetahui seberapa berpengaruh Burgerak dalam persaingan kulineran di Kota Ambon yang menawarkan makanan dan minuman dengan rasa yang tidak main-main. Akan tetapi demi menjaga efektifitas Burgerak tentunya pemilik perlu memperhatikan berbagai hal dan aspek untuk terus mengembangkan usaha pemilik menjadi lokasi kuliner yang luar biasa.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian untuk memahami, mengumpulkan dan menganalisis data yang bersifat deksriptif dan kontekstual. Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, serta dokumentasi biaya dan laporan keuangan sederhana. Penentuan harga pokok dihitung menggunakan metode job order costing dan activity-based costing (ABC) untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai struktur biaya yang dikeluarkan.

1. Wawancara

Wawancara dilakukan secara mendalam antara kedua belah pihak yang bertujuan agar kita dapat memperoleh informasi dan data tentang Metode Penentuan Harga Pokok Dan Strategi Meningkatkan Profitabilitas yang kita ambil kali ini.

2. Observasi

Melihat dan mengamati secara langsung aktivitas jual beli yang terjadi pada usaha kuliner “Burgerak”, serta kondisi usaha, respon penjual dan pelanggan.

3. Dokumentasi biaya

Biaya yang dikeluarkan untuk usaha tersebut kita tanyakan langsung kepada Owner atau Pelaku Usaha untuk dirangkum secara ringkas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1 Profile Pemilik dan Toko

a. Profile Pemilik

Nama Pemilik : Aqsha bahaweres

Faris bahaweres

Alamat : Jl. Jendral Sudirman, Kel/Desa Batumerah, Kec. Sirimau, Kota Ambon, Maluku.

instagram : @axabahaweres

@aisbahaweres

b. Profile Usaha

Nama Usaha : Burgerak

Alamat : Jl. Jendral Sudirman, Kel/Desa Batumerah, Kec. Sirimau, Kota Ambon, Maluku.

Instagram : @burgerak.id

2. Metode Penentuan Harga Pokok Kuliner Burgerak

Metode penentuan harga pokok adalah cara yang digunakan untuk menghitung harga pokok produksi (HPP) suatu produk atau jasa. Dalam wawancara kami mengetahui bahwa metode penentuan harga pokok produksi (HPP) yang digunakan di Usaha Kulier Burgerak menggunakan metode job order costing, metode ini digunakan untuk menghitung harga pokok produksi untuk setiap pesanan atau proyek yang spesifik atau sama persis.

a. Order Beli



Pada rencana order beli Kuliner Burgerak membeli bahan makanan dari Swalayan atau Pasar Tradisonal dengan cara memesan bahan baku makanan secara banyak di langganan, Hal ini dilakukan agar lebih menghemat biaya, waktu dan tenaga serta mendapat potongan harga dari langganan pasar. Selain rencana order beli yang terjadi untuk bahan baku makanan, rencana order beli juga berlaku di tempat usaha pada saat pelanggan atau pembeli memesan Burger pada karyawan, makanan harus dipesan terlebih dahulu setelah itu karyawan akan membuat orderan tersebut kemudian pesanan akan diantarkan oleh waiterss.

b. Ringkasan Biaya

1. Sumber Modal

Sumber modal berasal dari tabungan dari kedua pelaku usaha dengan nilai kurang lebih Rp. 100.000.000, yakni penggabungan uang dari pelaku usaha dengan masing-masing sebesar Rp.50.000.000.

2. Ringkasan Harga Bahan Baku

Daging sapi : Rp.120.000 – Rp.150.000/kg
 Roti Burger : Rp.24.000 – Rp.32.000/bungkus
 Tomat : Rp.25.000/kg
 Selada : Rp.17.000/bungkus
 Bawang Merah : Rp.38.000 – Rp.50.000
 Keju : Rp. 13.000 – Rp.30.000/pack
 Minyak Goreng : Rp.17.000 – Rp.50.000/liter

3. Ringkasan Harga Makanan dan Minuman

Burger Rp.25.000 – Rp.43.000
 Kebab Rp.17.000 – Rp.25.000
 Snack Rp.15.000 - Rp.40.000
 Minuman Rp.5.000 Rp.30.000

4. Biaya Overhead

Biaya Sewa Rp.7.000.000
 Biaya Listrik,Air Dan Gas Rp.8.000.00



4. KESIMPULAN

Usaha UMKM Burgerak telah menunjukkan potensi pertumbuhan yang menjanjikan sebagai bisnis kuliner kekinian dengan konsep burger lokal yang unik dan terjangkau. Dengan mengedepankan kualitas bahan, cita rasa yang khas, serta pelayanan yang ramah, Burgerak berhasil menarik perhatian konsumen dari berbagai kalangan, terutama anak muda dan keluarga.

Melalui strategi pemasaran digital dan promosi lokal yang efektif, Burgerak terus memperluas jangkauan pasarnya sekaligus membangun brand awareness yang kuat. Dalam operasionalnya, Secara keseluruhan, Burgerak bukan hanya sekadar usaha makanan cepat saji, tetapi juga representasi dari semangat kewirausahaan lokal yang kreatif, adaptif, dan berkelanjutan. Dengan terus berinovasi dan menjaga kualitas, Burgerak memiliki peluang besar untuk berkembang. Implementasi strategi penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) yang akurat dan efektif dapat membantu UMKM kuliner BURGERAK meningkatkan profitabilitasnya. Dengan menggunakan metode penentuan HPP yang tepat, seperti Activity-Based Costing (ABC) atau Job Order Costing, BURGERAK dapat mengetahui biaya produksi yang sebenarnya dan membuat keputusan yang lebih tepat untuk mengelola biaya dan meningkatkan efisiensi usaha. Implementasi strategi ini dapat membawa manfaat seperti meningkatkan profitabilitas, mengurangi kerugian, dan meningkatkan efisiensi usaha. Oleh karena itu, BURGERAK dapat menggunakan metode penentuan HPP yang tepat, mengelola biaya produksi dengan efektif, dan meningkatkan efisiensi usaha untuk meningkatkan profitabilitasnya dan menjadi lebih kompetitif di pasar kuliner.

5. DAFTAR PUSTAKA

Mulyadi. (2016). Akuntansi Biaya. Edisi 5. Jakarta: Salemba Empat.

Referensi utama untuk memahami metode penentuan harga pokok seperti full costing dan variable costing.



Supriyono, R. A. (2018). Akuntansi Manajemen: Pengambilan Keputusan Strategis. Jakarta: BPFE-Yogyakarta.

Menjelaskan peran informasi biaya dalam pengambilan keputusan strategis oleh manajemen UMKM.

Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2020). Laporan Data UMKM Tahun 2020.

<https://kemenkopukm.go.id>

Data resmi terkait jumlah dan kondisi UMKM di Indonesia, termasuk wilayah Maluku dan Kota Ambon.

Puspasari, D., & Aisjah, S. (2019). “Pengaruh Penentuan Harga Pokok Produksi Terhadap Laba Perusahaan (Studi pada UMKM Makanan di Surabaya)”. Jurnal Ilmu Manajemen (JIM), 7(1), 23-30. Studi empiris yang membahas hubungan antara metode penentuan HPP dan laba pada UMKM.

Wiyono, H. (2021). “Strategi Penetapan Harga Pokok Produksi Dalam Meningkatkan Profitabilitas UMKM”. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 6(2), 45–55.

Relevan untuk menunjukkan pentingnya strategi harga dalam UMKM.

Pendahuluan : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Ambon. (2022). Data UMKM Kota Ambon Tahun 2021–2022.

Studi literatur : Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.

Metode : Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.