

ANALISIS DAMPAK KENAIKAN HARGA BAHAN POKOK TERHADAP LABA USAHA RUMAH MAKAN GAHAYO TABIK

Dzaaifa Azkia Mulvira, Irma Suryani, Winda Utami Siregar

Program Studi Akuntansi Syariah, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Email: dzaaifaazkia@gmail.com, synirma22@gmail.com, windautamisrg96@gmail.com,
yenni.samri@uinsu.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana fluktuasi harga bahan pokok memengaruhi margin laba pada Rumah Makan Gahayo Tabik, sebuah unit usaha mikro di lingkungan mahasiswa UINSU. Menggunakan metode deskriptif kuantitatif, data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan adanya kenaikan signifikan pada komoditas cabai dan daging ayam dalam tiga bulan terakhir yang meningkatkan biaya produksi. Namun, melalui strategi segmentasi harga antara konsumen mahasiswa dan pekerja, usaha ini mampu menjaga stabilitas volume penjualan dan mempertahankan laba kotor mingguan sebesar Rp3.640.000.

Kata Kunci: Bahan Pokok, Laba Usaha, Strategi Adaptasi, Segmentasi Harga.

Article History

Received: Januari 2026

Reviewed: Januari 2026

Published: Januari 2026

Plagirism checker no 1687

Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.359

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/)

I. Pendahuluan

Kenaikan harga bahan pokok merupakan dinamika ekonomi yang berdampak langsung pada sektor usaha kecil, khususnya usaha kuliner yang sangat bergantung pada bahan baku seperti beras, daging, dan cabai. Rumah Makan Gahayo Tabik merupakan salah satu penyedia konsumsi utama bagi mahasiswa UINSU. Lonjakan harga bahan pokok dalam beberapa bulan terakhir menimbulkan tantangan besar dalam menjaga keseimbangan antara harga jual yang terjangkau dengan margin keuntungan yang memadai. Penelitian ini mengkaji tren kenaikan harga dan strategi pengelola dalam merespons dinamika tersebut.

II. Tinjauan Pustaka

Secara teoritis, bahan pokok termasuk dalam komponen biaya variabel. Kenaikan harga bahan baku secara otomatis meningkatkan total biaya produksi yang, jika tidak diikuti penyesuaian harga jual, akan menurunkan margin laba. Penelitian terdahulu oleh Nanda (2023) dan Kusmiyati (2022) mengonfirmasi bahwa pelaku usaha mikro cenderung melakukan penyesuaian porsi atau harga sebagai respons terhadap fluktuasi biaya. Teori segmentasi pasar juga relevan dalam menjelaskan bagaimana pelaku usaha menetapkan harga berbeda berdasarkan daya beli kelompok konsumen.

III. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Data primer diperoleh melalui:

- Wawancara: Berdialog langsung dengan pemilik usaha (Ibu Ana).
- Observasi: Mengamati aktivitas penjualan dan sistem belanja harian.
- Kuesioner: Mengumpulkan data angka terkait volume penjualan dan harga komoditas dalam tiga bulan terakhir.

IV. Hasil dan Pembahasan

a. Profil Usaha dan Tren Harga

Rumah Makan Gahayo Tabik dikelola secara mandiri oleh keluarga Ibu Ana tanpa karyawan eksternal. Berdasarkan data lapangan, berikut adalah perbandingan harga bahan pokok utama:

Komoditas	Harga Sebelumnya (per kg)	Harga sesudahnya (per kg)
Cabai rawit	43.000	50.000
Cabai merah keriting	55.000	60.000
Ayam	25.000	32.000
Minyak goreng	16.000	18.000

b. Strategi Adaptasi: Segmentasi Harga

Guna mengatasi lonjakan biaya tanpa kehilangan pelanggan inti (mahasiswa), pemilik menerapkan segmentasi harga:

- Segmen Mahasiswa: Dijual seharga Rp12.000 per porsi tanpa mengurangi kualitas, demi menjaga loyalitas dan mempertimbangkan daya beli mahasiswa.
- Segmen Umum/Pekerja: Dijual seharga Rp14.000 per porsi sebagai upaya menyeimbangkan margin keuntungan.

c. Analisis Laba

Dengan total penjualan rata-rata 120 porsi per hari, estimasi pendapatan mingguan mencapai Rp10.640.000. Setelah dikurangi estimasi biaya bahan pokok mingguan sebesar Rp7.000.000, usaha ini masih menghasilkan laba kotor sebesar Rp3.640.000 per minggu.

V. Kesimpulan dan Saran

Kenaikan harga bahan pokok berdampak signifikan pada biaya operasional, namun tidak menurunkan volume penjualan berkat strategi segmentasi harga yang tepat. Keputusan untuk mempertahankan harga bagi mahasiswa merupakan strategi jangka panjang untuk membangun loyalitas. Disarankan bagi pemilik usaha untuk mulai mempertimbangkan diversifikasi bahan alternatif yang lebih stabil harganya untuk memitigasi risiko di masa depan.