

Strategi Penetapan Harga Jangka Panjang dan Adaptasi Usaha Katering Mama Dian Kitchen dalam Merespons Dinamika Pasar

Purwanti^{1*}, Riska Yunia Andiani², M. Ilham Noer Arif³

^{1,2,3}Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

Alamat: Jl. Inspeksi Kalimalang No.9, Cibatu, Cikarang Sel., Kabupaten Bekasi, 17530

Korespondensi penulis: wantiupb@gmail.com

Abstract. Pricing plays an important role in maintaining the competitiveness and sustainability of a catering business. This research explores Mama Dian Kitchen's long-term pricing strategy and its adaptation to market changes. Using a qualitative case study method through observation, interviews and documentation, the study found that a combination of cost-based and market-response approaches helped increase customer loyalty and maintain profitability. Flexibility in adjusting prices to consumer conditions is a key factor in business sustainability. The findings are relevant to the development of MSME business strategies in the catering sector, especially in the face of market dynamics and changes in consumer behavior.

Keywords: Catering, Customer Loyalty, Market Adaptation, Pricing

Abstrak. Penetapan harga berperan penting dalam menjaga daya saing dan keberlanjutan usaha katering. Penelitian ini mengeksplorasi strategi penetapan harga jangka panjang Mama Dian Kitchen serta adaptasinya terhadap perubahan pasar. Menggunakan metode studi kasus kualitatif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, studi ini menemukan bahwa kombinasi pendekatan berbasis biaya dan respons pasar membantu meningkatkan loyalitas pelanggan serta menjaga keuntungan. Fleksibilitas dalam menyesuaikan harga dengan kondisi konsumen menjadi faktor kunci keberlangsungan usaha. Temuan ini relevan bagi pengembangan strategi bisnis UMKM di sektor katering, terutama dalam menghadapi dinamika pasar dan perubahan perilaku konsumen.

Kata kunci: Adaptasi Pasar, Katering, Loyalitas Pelanggan, Penetapan Harga

1. LATAR BELAKANG

Harga merupakan komponen strategis yang memengaruhi daya saing, profitabilitas, dan keberlanjutan usaha. Dalam industri kuliner, menentukan harga jual produk adalah krusial untuk keberhasilan bisnis. Harga jual harus tidak hanya menutupi biaya barang yang terjual (COGS) tetapi juga memberikan margin keuntungan yang wajar (Sudarmaji et al., 2023:263). Dalam konteks tersebut, strategi penetapan harga menjadi instrumen penting yang membantu bisnis menjaga keseimbangan antara nilai, biaya, dan ekspektasi konsumen.

Strategi penetapan harga digunakan oleh bisnis untuk meningkatkan pendapatan. Untuk menaikkan atau menurunkan daya beli konsumen, sangat penting untuk memiliki kebijakan atau rencana untuk menetapkan harga (Rizky et al., 2023:110). Strategi penetapan harga merupakan salah satu elemen penting dalam pemasaran yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Harga tidak hanya mencerminkan nilai produk, tetapi juga berperan dalam membangun persepsi merek dan loyalitas pelanggan (Banurea & Riofita, 2023:97). Oleh sebab itu, perusahaan harus memiliki pemahaman yang baik mengenai dampak strategi harga

terhadap persepsi dan kepuasan konsumen, serta bagaimana strategi tersebut dibentuk, diimplementasikan, dan dievaluasi secara berkala guna memastikan keberlanjutan usaha.

Mama Dian Kitchen adalah contoh UMKM kuliner yang mampu bertahan dan berkembang di tengah tantangan ekonomi. Strategi harganya tidak hanya berbasis biaya, tetapi juga mempertimbangkan pesaing, loyalitas pelanggan, dan nilai tambah layanan. Penetapan harga dalam industri kuliner tidak hanya didasarkan pada biaya produksi, tetapi juga harus memperhitungkan dinamika pasar, daya beli konsumen, serta tren yang terus berubah. Tantangan utama meliputi fluktuasi bahan baku, perubahan pola konsumsi, dan persaingan dengan layanan katering digital.

Penelitian ini bertujuan menganalisis metode penetapan harga jangka panjang yang diterapkan oleh Mama Dian Kitchen, serta mengevaluasi strategi adaptif dalam merespons perubahan pasar. Penelitian ini juga akan mengidentifikasi faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan terhadap harga yang ditetapkan. Hasil studi ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pelaku UMKM dalam merancang strategi harga yang efektif guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

2. KAJIAN TEORITIS

Akuntansi Biaya

Menurut (Mulyadi Dalam Melati et al., 2022:633) Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk atau jasa dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya.

Biaya

Dikutip dari Wikipedia Indonesia, biaya merupakan aliran sumber daya keuangan atau lainnya yang dihitung dalam satuan moneter yang dikeluarkan untuk membeli atau membayar persediaan, jasa, tenaga kerja, produk, peralatan, dan barang lainnya yang digunakan untuk keperluan bisnis atau memproduksi barang atau jasa.

Menurut (Simamora, Dalam Rozi & Shuwiyandi, 2022:126) untuk membantu manajemen menganalisa produksi, biaya produksi pada umumnya diklasifikasikan menjadi tiga komponen, yaitu:

1. Bahan Baku Langsung
2. Tenaga Kerja Langsung
3. Biaya Overhead Pabrik

Harga

Harga adalah sejumlah nilai yang konsumen keluarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. terdapat empat indikator yang harga yaitu antar lain: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat. (Kotler dan Amstrong, Dalam Ariyanto et al., 2022:670).

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga

Menurut (Kotler dan Keller, dalam Melati et al., 2022:635), keputusan penetapan harga sebuah perusahaan dipengaruhi baik dari faktor internal maupun dari faktor eksternal, yaitu:

1. Faktor internal

Faktor internal yang mempengaruhi penetapan harga meliputi:

- a) Tujuan perusahaan
- b) Strategi bauran pemasaran
- c) Biaya
- d) Pertimbangan organisasi

2. Faktor eksternal

Faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan penetapan harga meliputi:

- a) Pasar dan permintaan
- b) Biaya, harga, dan penawaran pesaing
- c) Keadaan perekonomian.

3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan studi kasus sebagai pendekatannya. Proses pengumpulan data mencakup wawancara dengan pemilik usaha dan pengamatan terhadap aktivitas operasional, serta telah terhadap dokumen keuangan sederhana dan catatan penjualan. Analisis data dilakukan secara induktif, dimulai dari proses reduksi, penyajian informasi, hingga perumusan kesimpulan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Mama Dian Kitchen, usaha mikro kuliner yang dikelola oleh Ibu Sulasmi dan putrinya Arifah Dian, berdiri sejak awal 2023. Usaha katering rumahan ini melayani kebutuhan makanan praktis, higienis, dan terjangkau. Meskipun baru, usaha ini berkembang pesat dengan meningkatnya pesanan dari pelanggan tetap dan baru. Menu yang ditawarkan fleksibel, meliputi layanan harian, mingguan, hingga acara khusus. Keberhasilan Mama Dian Kitchen

didorong oleh kualitas rasa, kebersihan, pelayanan responsif, dan strategi penetapan harga jangka panjang yang tetap kompetitif di tengah fluktuasi biaya dan pasar.

Strategi Penetapan Harga Jangka Panjang

1. Metode Berdasarkan Biaya (*Cost-Plus Pricing*)

Dalam pendekatan ini, Mama Dian Kitchen menggunakan metode Total Biaya Produksi dengan mark-up 60-70%. Komponen total biaya produksi tersebut terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead variabel. Berikut rincian biaya produksi untuk 100 porsi nasi box ayam goreng sebagai dasar penentuan harga jual per porsi.

Tabel 1. Biaya Bahan Baku Untuk 100 Nasi Box Ayam Goreng

Keterangan	Jumlah	Harga
Beras	12 Kg	Rp216.000
Ayam	25 Ekor	Rp750.000
Cabai Merah	½ Kg	Rp35.000
Tomat	½ Kg	Rp13.000
Timun	2 Kg	Rp20.000
Selada	1 Kg	Rp17.000
Bawang Merah	½ Kg	Rp30.000
Bawang Putih	¼ Kg	Rp10.000
Rempah Lainnya	½ Kg	Rp35.000
Penyedap Rasa + Gula + Garam	1 Bungkus	Rp15.000
Terasi	5 Buah	Rp5.000
Kerupuk	1 Kg	Rp30.000
Minyak	4 Liter	Rp54.000
Total		Rp1.230.000

Berdasarkan tabel yang tertera di atas, Mama Dian Kitchen mengalokasikan biaya sebesar Rp1.259.000 untuk pembelian bahan baku.

Tabel 2. Biaya Overhead Produksi Untuk 100 Nasi Box Ayam Goreng

Keterangan	Jumlah	Harga
Gas 3 Kg	2 Tabung	Rp48.000
Kemasan	100 Pcs	Rp68.000
Total		Rp116.000

Data tersebut menunjukkan total biaya overhead produksi adalah sebesar Rp116.000. Dalam proses pembuatan pesanan sebanyak 100 porsi nasi box ayam goreng, Mama Dian Kitchen mempekerjakan satu orang tenaga kerja dengan upah sebesar Rp70.000 untuk sekali produksi.

Tabel 3. Perhitungan Total Biaya Produksi Untuk 100 Nasi Box Ayam Goreng

Keterangan	Jumlah
Biaya Bahan Baku	Rp1.230.000
Biaya Overhead Produksi	Rp116.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp70.000
Total	Rp1.416.000

Dari perolehan biaya tersebut, total biaya produksi per unit dapat dihitung dengan membagi total biaya produksi dengan jumlah keseluruhan unit pesanan. Total Biaya Produksi Per Unit = $\text{Rp1.416.000} : 100 = \text{Rp14.160}$

Untuk pesanan kali ini, Mama Dian Kitchen menetapkan mark-up sebesar 60%. Setelah seluruh biaya produksi dihitung, mark-up kemudian ditambahkan untuk menentukan harga jual akhir dari setiap porsi nasi box. Perhitungan harga jual dilakukan sebagai berikut: $\text{Harga Jual} = \text{Rp14.160} + (\text{Rp14.160} \times 60\%) = \text{Rp22.656}$.

Dari hasil perhitungan tersebut, diperoleh harga jual sebesar Rp22.656 per unit. Namun, untuk mempermudah dalam hal pemasaran dan transaksi, Mama Dian Kitchen membulatkan harga jual tersebut menjadi Rp23.000 per unit.

2. Metode Berdasarkan Pasar (*Market-Based Pricing*)

Selain mempertimbangkan biaya, Mama Dian Kitchen juga memantau harga pasar dari usaha katering serupa di wilayahnya. Jika harga pasar rata-rata untuk paket katering harian adalah Rp25.000, maka harga internal disesuaikan agar tetap kompetitif namun menguntungkan. Strategi ini memberikan fleksibilitas untuk menyesuaikan harga tanpa mengorbankan kualitas.

Adaptasi Mama Dian Kitchen terhadap Dinamika Pasar

Dalam menghadapi perubahan pasar, Mama Dian Kitchen menerapkan strategi operasional yang fleksibel dan adaptif. Untuk mengatasi fluktuasi harga bahan baku dan perubahan pola konsumsi, mereka mengganti bahan mahal dengan alternatif lebih terjangkau, seperti menggunakan santan peras dan mengganti daging dengan tahu atau tempe bacem. Selain itu, berbelanja di pasar tradisional dan menanam bumbu dapur sendiri, seperti daun salam, serai, dan cabai, berhasil menurunkan pengeluaran harian hingga 10-15%.

Untuk menghadapi kenaikan harga bahan baku, Mama Dian Kitchen mengganti bahan mahal dengan alternatif seperti telur, tahu, atau tempe, serta menyesuaikan menu sesuai musim dan hari besar. Efisiensi operasional dilakukan melalui pengaturan ulang pengiriman, opsi pengambilan langsung, serta optimalisasi bahan baku dan pengurangan pemborosan. Strategi ini membantu menjaga margin keuntungan tetap stabil di tengah inflasi.

Dengan strategi yang cermat dan efisien, Mama Dian Kitchen mampu bertahan di tengah tekanan ekonomi sekaligus menjaga kepuasan pelanggan. Pendekatan ini menjadi kunci keberlanjutan usaha katering rumahan di tengah dinamika pasar yang terus berubah.

Dampak Penetapan Harga Jangka Panjang terhadap Loyalitas Pelanggan

Pada tahun pertama berdirinya, Mama Dian Kitchen menghadapi tantangan dalam hal volume pemesanan, dengan jumlah order dalam satu kali pesanan hanya berkisar antara 25 hingga 50 box. Kondisi ini berlangsung selama kurang lebih satu tahun awal operasional. Namun, perubahan signifikan mulai terlihat sejak awal tahun 2024, ketika Mama Dian Kitchen mulai menerapkan strategi penetapan harga jangka panjang yang lebih terstruktur dan adaptif terhadap kebutuhan pasar.

Dalam tiga bulan pertama setelah strategi diterapkan, jumlah pesanan melonjak hingga mencapai 100 box dalam satu kali pemesanan, hal ini menunjukkan peningkatan sebesar 100% hingga 300% dibandingkan periode sebelumnya. Seiring waktu dan semakin baiknya penyesuaian terhadap permintaan pasar, volume pemesanan terus bertumbuh. Saat ini, Mama Dian Kitchen mampu melayani hingga 200 box dalam satu kali order, yang merepresentasikan kenaikan sebesar 300% hingga 700% dari kondisi awal.

Strategi harga yang stabil dan transparan, didukung oleh layanan yang konsisten, berkontribusi besar pada peningkatan loyalitas pelanggan. Dalam tiga bulan pertama, jumlah pelanggan tetap naik 25%. Tingginya pemesanan ulang dan rekomendasi menunjukkan bahwa pendekatan harga jangka panjang yang adil mampu membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan pelanggan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, usaha katering Mama Dian Kitchen berhasil berkembang pesat berkat strategi harga jangka panjang yang adaptif dan berkualitas. Dengan mengutamakan kualitas dan pelayanan responsif, usaha ini mampu menarik pelanggan tetap dan baru. Penerapan strategi harga berbasis biaya dan pasar yang kompetitif meningkatkan volume pemesanan hingga 700% sejak awal 2024 dan meningkatkan loyalitas pelanggan sebanyak 25%.

Strategi adaptif dalam mengganti bahan baku, menyesuaikan menu, dan efisiensi operasional membantu menjaga margin keuntungan. Stabilitas dan keterbukaan harga menciptakan loyalitas pelanggan dan mendukung usaha tetap berjalan secara berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

- Ariyanto, A., Ivantan, I., & Purwanti, P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak pada Loyalitas Pelanggan Pemakai Paket Data Internet Indosat Ooredoo (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen S-1 Universitas Pamulang). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(2). <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i2.623>
- Banurea, S. R., & Riofita, H. (2023). Analisis Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Ekonodinamika: Jurnal Ekonomi Dinamis*, 2(1). <https://journalpedia.com/1/index.php/jed>
- Kencana, S. (2019). Analisis Strategi Penetapan Harga SKM.Clothing. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 6681(2). <https://doi.org/10.55916/frima.v0i2.136>
- Melati, L. S. A., Saputra, G., Najiyah, F., & Asas, F. (2022). Perhitungan harga pokok produksi berdasarkan metode Full Costing untuk penetapan harag jual produk pada CV. Silvi MN Paradilla Parengan. *Owner*, 6(1). <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.611>
- Rizky, A. F., Rosyidi, S., & Sari, D. A. (2023). Pengaruh Relationship Marketing, Kualitas Pelayanan, Dan Penetapan Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Tingkat Kepuasan Konsumen Jasa Pelayanan Grab Bike Di Rembang Kota). *Jurnal Mirai Management*, 8(2).
- Rozi, F., & Shuwiyandi, K. (2022). Analisis Biaya Produksi Guna Menentukan Harga Jual Pt. Selera Rodjo Abadi Semarang. *Worksheet : Jurnal Akuntansi*, 1(2). <https://doi.org/10.46576/wjs.v1i2.2121>
- Sudarmaji, E., Nawasiah, N., Hendratni, T. W., Astuti, B., & Keiko, A. (2023). Menghitung Angka : Mengoptimalkan Margin Keuntungan Melalui Strategi HPP Dan Harga Jual. *Suluh: Jurnal Abdimas*, 5(2).