

ANALISIS BIAYA OPERASIONAL DAN PENDAPATAN PADA CV. HM HAJIRA GALON DI KECAMATAN WAWO KABUPATEN KOLAKA UTARA

Afta¹; Sabarudin²; Bustang³

Universitas Sembilanbelas November Kolaka
Jln. Pemuda No. 339 Kolaka Sulawesi Tenggara
E-mail : aftawadame@gmail.com (Koresponding)

Abstract: This research aims to evaluate the structure of operational costs and revenue generated by CV. HM Hajira Galon, located in Wawo District. The findings indicate that one of the company's key strategies is maintaining the quality of raw materials to ensure the consistent quality of its bottled water products. This commitment to product quality has a positive impact on customer satisfaction, which in turn fosters customer loyalty toward Hajira Refillable Drinking Water Depot. The pricing strategy adopted by the company follows the cost-plus pricing method, resulting in a selling price that is relatively higher than the company's previous pricing calculations. In terms of operational expenditures, the total monthly production cost amounts to IDR 18,838,000, while administrative expenses are recorded at IDR 2,600,000 per month. The total monthly revenue reaches IDR 30,000,000. After deducting total operational costs of IDR 21,438,000, the business earns a net profit of IDR 8,562,000 per month.

Keywords: *Operational costs; Income; Gallon Business*

Pesatnya pertumbuhan dalam dunia bisnis saat ini menuntut setiap perusahaan untuk terus memperkuat kapabilitas serta daya saing agar dapat meraih tujuan yang telah ditetapkan. Secara garis besar, tujuan utama dari suatu entitas bisnis adalah untuk memaksimalkan profit serta memastikan keberlangsungan operasionalnya dalam jangka panjang. Keberhasilan perusahaan dalam mencapai laba yang optimal dan mempertahankan eksistensinya sangat bergantung pada kinerja perusahaan itu sendiri.

Untuk memperoleh keuntungan secara optimal, perusahaan perlu melakukan evaluasi kinerja secara berkala guna mengetahui apakah perusahaan mengalami kemajuan atau justru mengalami kemunduran. Apabila terjadi kemunduran, perusahaan harus segera mengambil langkah strategis dan mencari solusi yang tepat untuk meningkatkan kembali kinerjanya. Salah satu cara yang bisa diterapkan guna mengevaluasi kinerja suatu perusahaan adalah melalui analisis terhadap laporan keuangan yang telah disusun secara terstruktur oleh pihak manajemen (Herawati, 2019).

Melihat laporan keuangan apabila penjualan lebih besar dari biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan dapat memperoleh laba. Berkembangnya sebuah perusahaan, maka organisasi perusahaan juga ikut berkembang, sehingga akan menyebabkan permasalahan.

Kualitas produk yang dihasilkan sangat dipengaruhi oleh mutu bahan baku yang dipakai. Keberhasilan suatu perusahaan dalam proses produksi ditentukan oleh sejauh mana ketelitian dan kecermatan dalam memilih bahan baku yang tepat, hal ini penting untuk menghindari kesalahan dalam produksi atau terjadi produksi ulang, menurut penelitian biaya bahan baku memiliki pengaruh dalam meningkatkan harga jual produksi. (Yani, 2023).

Biaya tersebut meliputi seluruh pengeluaran tidak langsung yang mendukung jalannya proses produksi, seperti penggunaan listrik, perawatan peralatan, penyusutan aset tetap, serta upah bagi tenaga kerja yang tidak terlibat langsung dalam pembuatan produk. Walaupun tidak berkaitan secara langsung

dengan proses manufaktur, komponen biaya ini tetap memiliki peran penting dalam keseluruhan aktivitas produksi, biaya overhead tetap berperan penting dalam menentukan total biaya produksi dan, pada akhirnya, mempengaruhi efisiensi serta profitabilitas perusahaan (Jeni Irnawati, 2022).

Keberadaan usaha ini menjadi respons terhadap meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi air minum yang higienis, aman, dan praktis. Sebagai bagian dari pola hidup sehat, konsumsi air minum dalam kemasan (AMDK) terus mengalami peningkatan. Tren tersebut turut mendorong pertumbuhan industri AMDK yang tercatat mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Dinamika pasar yang terus berkembang turut mendorong lahirnya berbagai pelaku usaha baru, sehingga menciptakan iklim persaingan yang semakin kompetitif. Namun demikian, persaingan tersebut dapat dikategorikan sebagai persaingan sehat, karena pada akhirnya menguntungkan konsumen melalui penyediaan berbagai pilihan produk dengan variasi harga, kualitas, dan layanan yang berbeda.

Berdasarkan hasil observasi awal harga pokok produksi air mulai dari kemasan, label, pengeluaran untuk tenaga kerja serta biaya overhead lainnya memberikan dampak langsung terhadap tingkat pendapatan usaha air minum dalam kemasan galon, karena pengeluaran untuk memenuhi harga pokok produksi tersebut sering menggunakan pendapatan yang diperoleh selama satu hari, namun penjualan barang tidak bisa habis dalam sehari.

Sehingga usaha Galon CV. HAJIRA harus mengeluarkan biaya diluar dari pendapatan penjualan air. usaha Galon wawo menjual air galon ke berbagai tempat dengan menawarkan produknya dan mendapatkan pelanggan tetap, namun untuk masyarakat sekitar akan memesan air kemasan dalam jumlah banyak apabila ada keramaian atau hajatan, untuk produk air galon usaha Galon wawo sudah memiliki pelanggan tetap yang akan didatangi tiga kali dalam seminggu.

Apabila CV. HAJIRA ingin mempertahankan eksistensinya di tengah dinamika persaingan industri air minum dalam kemasan—khususnya pada segmen produk air isi ulang galon—maka diperlukan upaya strategis yang terencana untuk memenangkan preferensi konsumen. Salah satu aspek krusial yang harus menjadi perhatian. Di antara berbagai faktor tersebut, biaya produksi memegang peranan penting, karena biaya ini memiliki keterkaitan erat dengan efisiensi operasional dan penetapan harga jual produk. Dengan pengelolaan biaya produksi yang optimal, perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan margin keuntungan, tetapi juga menciptakan ruang yang lebih fleksibel dalam menghadapi tekanan harga dari kompetitor.

Akibat dari pengelolaan biaya produksi yang kurang efisien adalah pendapatan yang diperoleh perusahaan tidak sebanding dengan biaya yang telah dikeluarkan, khususnya yang berkaitan. Kondisi ini dapat menyebabkan penurunan pendapatan perusahaan. Setiap entitas bisnis pada dasarnya berupaya untuk mencapai efisiensi biaya produksi serendah mungkin, namun tetap menghasilkan output yang optimal, baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Hal ini disebabkan oleh peran strategis harga pokok produksi dalam menentukan struktur. Sementara kompetitor mampu menawarkan produk serupa dengan kualitas setara namun harga lebih kompetitif, maka posisi perusahaan dalam peta persaingan pasar akan melemah. Dalam kondisi demikian, konsumen cenderung beralih pada pilihan yang lebih ekonomis, yang pada akhirnya akan berdampak langsung terhadap penurunan pendapatan serta erosi daya saing. Penekanan terhadap elemen-elemen biaya yang tidak efisien merupakan langkah strategis yang wajib dilakukan guna meningkatkan profitabilitas dan menjaga kelangsungan usaha, terutama dalam kondisi pasar yang semakin kompetitif. Sebagai bahan analisis lebih lanjut, berikut disajikan data pelanggan air minum isi ulang di wilayah Kolaka Utara, yang dapat dijadikan acuan dalam mengkaji

potensi pasar dan perilaku konsumen di daerah tersebut :

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan Air Minum Menurut Kecamatan (Pelanggan) Kolaka Utara

Kecamatan	Jumlah Pelanggan Air Minum Menurut Kecamatan (Pelanggan) Kolaka Utara		
	2024	2023	2022
Ranteangin	401	415	762
Lambai	122	121	-
Wawo	170	185	-
Lasusua	3873	3852	3700
Katoi	-	-	-
Kodeoha	834	813	806
Tiwu	801	943	978
Ngapa	2835	2640	2675
Watunohu	-	-	-
Pakue	1316	1300	1304
Pakue Utara	887	907	932
Pakue Tengah	363	363	366
Batu Putih	-	-	-
Porehu	332	347	350
Tolala	225	227	224
Kolaka Utara	12159	12113	12097

Sumber Data : BPS Kolaka Utara 2025

Tabel 1.2 Estimasi Biaya Operasional usaha Galon isi Ulang

A	Operasional per Bulan	Biaya
1	Gaji karyawan 2 orang x @Rp. 800.000,- (detail penjabaran gaji karyawan bisa.	1.600.000
2	Uang Makan Rp. 7.000 /hari untuk 2 orang x 3 kali makah sehari X 30 hari.	1.260.000
3	Bensin/pertalite asumsi 1 bulan habis 45 liter x @Rp. 7.650 /Liter	344.250
-	Sub Total	3.204.250
B	LAIN-LAIN	-
1	Sapu lantai dan sapu halaman depan, masing-masing 1 buah	40.000
2	Tempat sampah 1 buah	30.000
3	Kain pel/keset 2 buah @Rp. 9.500	19.000
4	Kanebo untuk lap galon 1 buah	15.000
-	Sub Total	104.000
	Total Biaya operasional Bulanan	3.308.250

Sumber Data: Data Olah peneliti 2025

Tabel 1.3. Estimasi Pendapatan Penjualan usaha Galon isi Ulang

Penjualan air minum	Satuan
Harga Per Galon	Rp 5.000
Penjualan Rata- Rata per hari	35 Galon
Pendapatan Bulanan	35 x Rp 5.000 x 30 hari = Rp 5.250.000

Sumber Data: Data Olah peneliti 2025

Depot Galon Wawo merupakan salah satu bentuk usaha yang dalam praktiknya masih mengalami kendala dalam pengelolaan

biaya operasional atau biaya produksi secara terperinci dan sistematis. Pemilik usaha belum mampu membagi dan mencatat biaya-biaya yang dikeluarkan secara tepat, yang disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain keterbatasan sumber daya manusia (SDM), kurangnya pemahaman tentang akuntansi biaya, serta minimnya pengalaman dalam menjalankan kegiatan usaha secara profesional. Salah satu permasalahan utama terletak pada perbedaan pemahaman mengenai konsep biaya produksi antara versi pengusaha dan versi akuntansi. Dalam praktiknya, pemilik sering kali hanya menghitung biaya produksi berdasarkan biaya bahan baku dan pengeluaran langsung lainnya, tanpa memasukkan komponen penting lainnya seperti biaya overhead dan penyusutan aset. Padahal, menurut kaidah akuntansi, seluruh elemen biaya produksi—termasuk bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik—harus dihitung secara menyeluruh agar diperoleh perhitungan biaya produksi yang akurat dan representatif.

Berdasarkan realitas tersebut, data keuangan yang dimiliki oleh pemilik usaha belum mencerminkan kondisi keuangan yang sesungguhnya, sehingga menyulitkan dalam menilai sejauh mana usaha ini memberikan pendapatan yang sesuai dengan harapan dari waktu ke waktu. Untuk mengetahui tingkat pendapatan secara objektif, diperlukan analisis keuangan yang menyeluruh terhadap biaya operasional dan pendapatan usaha. Namun, hingga saat ini pengelolaan keuangan pada Depot Air Minum Isi Ulang Wawo belum dilakukan secara memadai. Hal ini terlihat dari metode perhitungan keuangan yang masih sangat sederhana, yaitu hanya dengan mengurangi total penjualan dengan biaya yang dikeluarkan, tanpa adanya verifikasi atau pencatatan yang sistematis. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, penulis tertarik guna mengerjakan riset dengan judul: *Analisis Biaya Operasional dan Pendapatan pada CV. HM Hajira Galon di Kecamatan Wawo, Kabupaten Kolaka Utara.*

METODE

Penelitian deskriptif berfokus pada pengumpulan dan penyajian data sebagaimana adanya untuk menggambarkan kondisi aktual yang terjadi di lapangan. Dalam konteks ini, penelitian berupaya menuturkan dan menganalisis pemecahan masalah berdasarkan data-data yang diperoleh secara langsung dari subjek atau objek studi. Dengan demikian, pendekatan deskriptif sangat relevan digunakan untuk menggambarkan secara mendalam bagaimana proses penetapan biaya produksi dan harga jual diterapkan oleh CV. HM Hajira, serta bagaimana hal tersebut memengaruhi tingkat efisiensi usaha dan pendapatan yang diperoleh. Penekanan utama dari pendekatan ini bukan pada pengujian hipotesis, melainkan pada upaya memahami situasi dan praktik yang terjadi secara nyata melalui dokumentasi data dan interpretasi informasi secara kualitatif. Penelitian ini menggunakan data wawancara Untuk menganalisis biaya operasional dan pendapatan pada CV. Hajira Galon Kecamatan wawo Kabupaten Kolaka Utara.

HASIL

Biaya operasional, yang dalam istilah manajerial dikenal sebagai operating expenses, merupakan sejumlah pengeluaran yang secara sistematis dikeluarkan oleh perusahaan untuk menjamin kelangsungan aktivitas usahanya secara menyeluruh. Jenis biaya ini tidak termasuk dalam komponen harga pokok penjualan (HPP) maupun depresiasi atas aset tetap, namun memiliki kontribusi esensial dalam mendukung fungsi-fungsi pendukung operasional seperti pemasaran dan administrasi internal. Pada umumnya, biaya operasional terbagi ke dalam dua kelompok besar, yaitu biaya penjualan dan biaya administrasi, yang keduanya berperan dalam memperkuat performa finansial perusahaan melalui efisiensi dan optimalisasi proses bisnis.

Dalam lingkup aktivitas produksi, biaya operasional juga dapat dimaknai sebagai keseluruhan biaya yang berhubungan dengan pengelolaan bahan baku hingga

menjadi produk akhir yang siap diedarkan ke pasar. Jika ditinjau dari sudut pandang objek pengeluarannya, biaya produksi secara umum diklasifikasikan ke dalam tiga elemen utama, yakni biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Biaya bahan baku serta tenaga kerja langsung dikategorikan sebagai prime cost atau biaya utama, karena keduanya merupakan elemen pokok dalam pembentukan produk; sedangkan biaya tenaga kerja langsung yang dikombinasikan dengan overhead pabrik diklasifikasikan sebagai conversion cost, mengingat keduanya berperan dalam proses transformasi bahan mentah menjadi barang jadi yang mempunyai nilai jual. Dalam penelitian ini, analisis terhadap biaya operasional difokuskan pada dua indikator utama yang dijadikan sebagai tolok ukur, yakni biaya produksi dan biaya administrasi, yang masing-masing akan dijelaskan secara lebih mendalam pada bagian pembahasan berikutnya.

Menurut hasil kajian yang dikerjakan, diperoleh gambaran bahwa biaya produksi pada CV. HM Hajira terdiri dari beberapa komponen utama, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya bahan penolong, serta biaya overhead pabrik. Dalam praktik operasionalnya, perusahaan menggunakan pendekatan biaya produksi standar, yaitu suatu formula atau pedoman biaya yang ditetapkan oleh perusahaan sebagai acuan dalam perhitungan harga pokok produksi. Biaya standar ini disusun untuk memberikan kemudahan dalam pengendalian biaya dan penyusunan laporan keuangan produksi.

Informasi tambahan yang berhasil dihimpun peneliti melalui wawancara dengan pihak manajemen CV. HM Hajira mengungkapkan bahwa dalam proses penyusunan harga pokok produksi, unsur air sebagai bahan utama tidak secara eksplisit dimasukkan ke dalam komponen biaya bahan baku. Keputusan ini didasarkan pada fakta bahwa air yang digunakan dalam proses produksi berasal dari sumber air tanah milik sendiri, sehingga tidak melalui

proses pengadaan atau transaksi pembelian eksternal. Dengan kata lain, air dianggap sebagai sumber daya internal yang tersedia secara bebas dan tidak menimbulkan beban biaya langsung bagi perusahaan. Kebijakan ini tentu memiliki implikasi terhadap struktur pembiayaan produksi, di mana perhitungan harga pokok lebih difokuskan pada komponen-komponen lain yang benar-benar menimbulkan pengeluaran riil, seperti pengemasan, tenaga kerja langsung, serta biaya operasional pendukung lainnya. Oleh karena itu, perusahaan tidak mengklasifikasikan air sebagai bahan baku utama, melainkan memasukkan biaya yang timbul dari proses pengambilan dan pengolahan air (seperti penggunaan mesin pompa) ke dalam kategori biaya overhead pabrik. Dengan demikian, komponen biaya bahan baku pada perusahaan tidak mencakup biaya pengadaan air.

Selama periode operasional tahun 2024, yang berlangsung dari bulan Januari hingga Desember, CV. HM Hajira mencatat seluruh aktivitas produksinya melalui sistem akuntansi internal, khususnya pada bagian produksi yang bertanggung jawab atas pencatatan dan pengendalian biaya.

Berdasarkan hasil analisis terhadap data akuntansi yang telah dihimpun, penulis memperoleh informasi terkait struktur biaya produksi yang dipakai perusahaan sebagai acuan dalam menentukan harga pokok produksi per satuan produk. Data tersebut mencerminkan pendekatan standar biaya (*standard costing*) yang diterapkan oleh perusahaan guna memastikan efisiensi dan konsistensi dalam pengendalian biaya produksi. Rincian lebih lanjut mengenai elemen-elemen biaya produksi yang dimaksud akan disajikan dan dianalisis secara sistematis pada bagian berikutnya sebagai dasar dalam memahami struktur pembiayaan operasional perusahaan secara menyeluruh.

Tabel 4.1 Biaya Operasional (Biaya Produksi) usaha Galon isi Ulang

A	Komponen Biaya Operasional per Bulan	Biaya
1	Biaya Bahan Baku	
	- Air	5.000.000
	- Galon Kosong	900.000

	- Tisu da penutup	200.000
	- Biaya angkut bahan baku	1.000.000
-	Sub Total	7.100.000
2	Gaji karyawan 2 orang x @Rp. 800.000,- (detail penjabaran gaji karyawan bisa naik atau turun	1.600.000
3	Uang Makan Rp. 7.000 /hari untuk 2 orang x 3 kali makah sehari X 30 hari	1.260.000
4	Bensin/pertalite asumsi 1 bulan habis 45 liter x @Rp. 7.650 /Liter	344.250
-	Sub Total	3.204.250
B	LAIN-LAIN	-
1	Sapu lantai dan sapu halaman depan, masing-masing 1 buah	40.000
2	Tempat sampah 1 buah	30.000
3	Kain pel/keset 2 buah @Rp. 9.500	19.000
4	Kanebo untuk lap galon 1 buah	15.000
5	Biaya Overhead/ bulan	700.000
-	Sub Total	104.000
	Total Biaya operasional Bulanan	11.108.000

Sumber: Data Olah peneliti 2025

Penjualan merupakan suatu kegiatan terpadu yang bertujuan guna mengembangkan strategi-strategi yang diarahkan pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, dengan harapan dapat menghasilkan volume penjualan yang memberikan keuntungan bagi perusahaan. Dalam konteks ini, strategi penjualan yang efektif menjadi faktor penting dalam pencapaian tujuan bisnis, terutama dalam meningkatkan pendapatan dan mempertahankan posisi perusahaan di pasar.

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara mendalam yang dilakukan dengan pihak manajemen CV. HM Hajira, diketahui bahwa perusahaan menerapkan pendekatan *standard costing* dalam menetapkan biaya produksinya. Metode ini merupakan suatu sistem penghitungan biaya produksi yang mengacu pada formula baku yang telah ditetapkan sebelumnya, dengan mempertimbangkan estimasi biaya yang diproyeksikan secara rasional, termasuk kemungkinan fluktuasi harga bahan baku maupun biaya operasional lainnya dari tahun ke tahun. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk mengontrol biaya secara lebih efisien dan menjadi dasar perbandingan antara biaya aktual dan biaya standar dalam evaluasi kinerja produksi. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pemilik usaha, biaya produksi air minum isi ulang ditetapkan

sebesar Rp25.000.000 sebagai standar biaya awal yang digunakan dalam perencanaan dan penghitungan harga pokok produksi. Selanjutnya, peneliti menghitung harga pokok produksi dengan memakai acuan standar biaya tersebut untuk memperoleh gambaran yang lebih akurat mengenai struktur biaya produksi aktual. Rincian lengkap mengenai perhitungan harga pokok produksi akan dijelaskan secara sistematis pada bagian pembahasan berikutnya.

Tabel 4.2 Biaya produksi AMDK /Galon Tahun 2024

No	Komponen	Harga Satuan	Jumlah perbal	Biaya perbal
	Galon	450	24	10.800
	Tutup galon	56	24	1.344
	Bak karton	2.600	1	2.600
	Label	38	24	912
	Cup seal	13	24	312
	isolasi	70	1	70
	Ongkos angkut bahan baku	500	1	500
	Total Bahan Baku	-	-	16.538
	Biaya Tenaga kerja	800	2	1.600
	Biaya Overhead Pabrik	700	1	700
	Harga Pokok Produksi/ operasional	-	-	18.838

Sumber : Data diolah peneliti 2025

Mengacu pada informasi dalam tabel, diketahui bahwa perusahaan menetapkan besaran biaya produksi untuk setiap galon produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) sebesar Rp18.838,75. Nilai tersebut merupakan hasil perhitungan dari tiga komponen utama, yaitu biaya bahan baku, upah tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Perhitungan ini menggunakan pendekatan metode biaya standar (standard costing), yang konsisten digunakan oleh perusahaan guna menetapkan harga pokok produksinya.

Pendapatan

Pendapatan dapat diartikan sebagai kompensasi finansial yang diterima seseorang sebagai hasil dari pemanfaatan berbagai faktor produksi yang dimilikinya, seperti tenaga kerja, modal, lahan, maupun keterampilan. Dalam konteks ekonomi mikro,

pendapatan masyarakat sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk tingkat permintaan terhadap suatu barang atau jasa. Permintaan tersebut dipengaruhi oleh sejumlah variabel, seperti jumlah penduduk, tingkat pendapatan, selera konsumen, harga barang, serta tingkat kepuasan terhadap produk. Hal ini juga berlaku pada permintaan air minum isi ulang di Kecamatan Wawo, Kabupaten Kolaka Utara. Peningkatan jumlah penduduk dan perkembangan teknologi menjadi faktor signifikan yang mendorong peningkatan konsumsi air minum isi ulang di daerah tersebut. Selain itu, kemudahan akses, kecepatan pelayanan, serta tingkat kebersihan yang ditawarkan oleh depot air minum isi ulang menjadikannya lebih diminati dibandingkan air minum yang dimasak secara konvensional. Jika ditinjau dari segi harga, air minum isi ulang di depot sekitar Rp5.000 per galon memiliki nilai guna yang serupa dengan produk bermerek seperti AQUA, namun dengan biaya yang lebih ekonomis.

Hasil observasi penulis menunjukkan bahwa usaha air minum isi ulang yakni salah satu bentuk kegiatan ekonomi di sektor perdagangan makanan dan minuman yang memanfaatkan tempat usaha yang bersih dan representatif. Umumnya, usaha ini beroperasi sejak pagi hingga sore hari, bahkan beberapa depot melayani hingga malam, guna memenuhi kebutuhan masyarakat, termasuk rumah tangga dan anak-anak sekolah. Keberadaan usaha ini terbukti memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian masyarakat Kecamatan Wawo. Sebelum hadirnya usaha air minum isi ulang, sebagian warga tidak memiliki pekerjaan tetap. Namun, dengan adanya usaha ini, tercipta lapangan kerja baru yang bisa menyerap tenaga kerja lokal. Bahkan, tidak sedikit dari mereka yang telah memiliki pengalaman kemudian mendirikan usaha serupa secara mandiri. Dengan demikian, usaha air minum isi ulang tidak hanya memenuhi kebutuhan pokok masyarakat, tetapi juga berperan sebagai penggerak ekonomi lokal dan berkontribusi

kepada peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat.

Tabel 4.3 Pendapatan Penjualan usaha Galon isi Ulang

Penjualan air minum	Satuan
Harga Per Galon	Rp 5.000
Penjualan Rata- Rata per hari	200 Galon
Pendapatan Bulanan	150 Galon x Rp 5.000 x 30 hari = Rp 30.000.000
Biaya operasional	Rp 18.838.000
Biaya adm dan Overhead	Rp. Rp 2.600.000
Total pendapatan bersih	Rp. 8.562.000

Sumber : Data diolah peneliti 2025

Pada Tabel diatas dapat dilihat bahwa pendapatan galon CV HAJIRA setiap harinya cukup tinggi karena kompetitor masih minim. Hal yang mempengaruhi pendapatan adalah biaya variabel dan jumlah penerimaan. Hal ini sesuai pendapat Sudrajat dan Isyanto (2021) Volume penjualan yakni salah satu faktor krusial yang secara langsung memengaruhi tingkat pendapatan yang dapat didapatkan oleh pelaku usaha galon dalam menjalankan aktivitas produksinya. Di sisi lain, harga jual produk merepresentasikan nilai moneter atas setiap unit barang yang dipasarkan, yang dalam konteks usaha galon berarti nilai yang ditetapkan untuk setiap galon air minum isi ulang yang dijual kepada konsumen. Harga ini berfungsi sebagai alat ukur untuk menghargai produk berdasarkan nilai guna dan proses produksi yang telah dilalui. Namun demikian, dalam praktiknya, terdapat perbedaan harga jual antara galon yang diambil langsung oleh konsumen di lokasi produksi dan galon yang dikirim melalui layanan pengantaran. Perbedaan tersebut mencerminkan adanya tambahan biaya operasional yang dibebankan kepada konsumen atas jasa antar, yang meliputi ongkos transportasi, tenaga kerja, serta waktu distribusi. Oleh karena itu, strategi penetapan harga dalam usaha galon perlu mempertimbangkan tidak hanya aspek biaya produksi, tetapi juga skema layanan dan preferensi konsumen di masing-masing segmen pasar.

Pendapatan dalam kegiatan usaha galon diperoleh dari kelebihan nilai penerimaan penjualan setelah dikurangi seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi. Sementara itu, harga jual produk

dapat diartikan sebagai representasi nilai moneter yang ditetapkan atas setiap unit barang yang dihasilkan oleh suatu kegiatan usaha. Dalam konteks usaha galon, harga jual mencerminkan besaran uang yang harus dibayarkan oleh konsumen sebagai bentuk apresiasi terhadap produk air minum yang telah melalui proses produksi tertentu. Penetapan harga ini tidak hanya mencerminkan biaya-biaya yang telah dikeluarkan selama proses produksi, tetapi juga mencakup unsur margin keuntungan serta pertimbangan pasar seperti daya beli konsumen, tingkat persaingan, dan nilai persepsi terhadap kualitas produk. Oleh karena itu, harga jual berfungsi sebagai instrumen strategis yang tidak hanya berdampak terhadap penerimaan pendapatan, tetapi juga memengaruhi posisi dan daya saing produk di pasar.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya operasional bulanan CV. HM Hajira mencapai Rp 21.438.000, sementara pendapatan kotor sebesar Rp 30.000.000, sehingga diperoleh laba bersih Rp 8.562.000. Kondisi ini mencerminkan usaha air minum isi ulang masih memberikan keuntungan meski beban biaya relatif tinggi.

Dari perspektif efisiensi biaya, hasil ini mendukung temuan Irnawati (2022) yang menegaskan pentingnya pengendalian biaya overhead dan tenaga kerja agar profitabilitas tetap terjaga. Pada CV. HM Hajira, biaya terbesar berasal dari bahan baku kemasan, galon, dan tenaga kerja, yang perlu dikelola secara lebih efisien, misalnya dengan negosiasi pemasok, pengendalian jam kerja, dan penggunaan peralatan produksi hemat energi.

Strategi penetapan harga dengan cost plus pricing terbukti mampu menutup biaya produksi dan menghasilkan margin keuntungan. Hal ini sesuai teori Mulyadi (2016) bahwa penetapan harga berbasis biaya merupakan metode yang umum digunakan UMKM karena sederhana dan lebih menjamin kelangsungan usaha. Namun, kelemahan metode ini adalah

keterbatasannya dalam menghadapi tekanan harga dari kompetitor yang mungkin lebih efisien. Oleh karena itu, perlu dipertimbangkan strategi harga berbasis nilai (*value-based pricing*) agar tetap kompetitif.

Dari sisi pendapatan, tingginya kebutuhan masyarakat terhadap air minum isi ulang menjadi peluang pasar yang signifikan. Sejalan dengan penelitian Sudrajat & Isyanto (2021), volume penjualan dan harga jual merupakan faktor utama yang menentukan pendapatan. CV. HM Hajira sudah memiliki pelanggan tetap, namun konsumsi juga meningkat saat hajatan atau acara besar. Artinya, pola permintaan bersifat fluktuatif sehingga perusahaan perlu strategi manajemen persediaan dan distribusi yang fleksibel.

Selain itu, keberadaan usaha ini tidak hanya memberikan keuntungan finansial bagi pemilik, tetapi juga berdampak sosial-ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja baru. Hal ini mendukung pandangan bahwa UMKM berperan penting dalam menggerakkan ekonomi lokal.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa meskipun usaha galon masih menguntungkan, terdapat ruang perbaikan khususnya dalam pengendalian biaya dan strategi pemasaran. Optimalisasi efisiensi operasional serta inovasi harga dan layanan akan meningkatkan daya saing dan memperkuat posisi usaha di tengah kompetisi industri air minum isi ulang yang semakin ketat

SIMPULAN

Menurut capaian kajian penelitian yang sudah diuraikan pada bab sebelumnya, serta mengacu pada fokus permasalahan yang dikaji dengan menggunakan pendekatan kualitatif, maka dapat disusun kesimpulan sebagai berikut: Penetapan harga jual produk air minum pada CV. Hajira menggunakan pendekatan *cost plus pricing*, yang secara konseptual menghitung harga jual berdasarkan total biaya produksi ditambah dengan persentase margin keuntungan tertentu.

Adapun struktur biaya operasional

pada CV. Hajira Kecamatan Wawo menunjukkan bahwa total biaya produksi yang dikeluarkan setiap bulan mencapai Rp 18.838.000, sedangkan biaya administrasi tercatat sebesar Rp 2.600.000 per bulan. Dengan demikian, total pengeluaran bulanan perusahaan berjumlah Rp 21.438.000. Sementara itu, pendapatan kotor yang diperoleh dari total penjualan air minum isi ulang mencapai Rp 30.000.000 per bulan. Setelah dikurangi dengan keseluruhan biaya operasional, maka pendapatan bersih yang dapat diakumulasi oleh perusahaan sebesar Rp 8.562.000 per bulan. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun struktur biaya tergolong cukup tinggi, perusahaan masih mampu memperoleh keuntungan bersih yang stabil, meskipun terdapat potensi peningkatan efisiensi yang dapat ditempuh melalui optimalisasi pengendalian biaya dan peninjauan ulang terhadap strategi penetapan harga jual produk.

DAFTAR RUJUKAN

- Herawati, H., Prajanti, S. D. W., & Kardoyo, K. (2019). Predicted purchasing decisions from lifestyle, product quality and price through purchase motivation. *Journal of Economic Education*, 8(1), 1-11.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Yani, I. P. (2023). Analisis Pelayanan Check-In Counter Terhadap Kepuasan Penumpang Pada Maskapai Lion Air Di Bandar Udara Internasional Ahmad Yani Semarang. *Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi*, 3(2), 175-179.