

ANALISIS PERBANDINGAN BIAYA DAN HARGA PADA RUMAH MAKAN KHAS MELAYU DAN RUMAH MAKAN PADANG DI KOTA PEKANBARU

Nurhidayati Utami¹⁾, Jahrizal²⁾, Wahyu Hamidi²⁾

1) Mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau

2) Dosen Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau

Email : nurhidayatiutami10@gmail.com

Comparison Analysis Of Cost And Price In The Industry Of Typical Malay Restaurants And Padang Restaurants In The City Of Pekanbaru

ABSTRACT

This study aims to determine the cause of the high price of food in a typical Malay restaurant in Pekanbaru City and to find out the price competition with other regional restaurants, namely Padang restaurants. The sample in this study were Malay and Padang restaurant entrepreneurs in Pekanbaru City, which amounted to 10 restaurant units. Types of data include primary data and secondary data. Data collection techniques include questionnaires, interviews, and documentation. The researcher's data analysis technique used descriptive and quantitative descriptive. Based on the results of the study, it can be concluded that the total costs incurred per year by restaurants are 3:1 for Malay restaurants. The biggest cost incurred by restaurants, especially Malay restaurants, is for the purpose of providing raw materials for production. Based on the results of the research, the cause of the relatively high cost of cooking in typical Malay restaurants is the difficulty of obtaining the main raw materials in the production process. The selling price of products in typical Malay restaurants ranges from Rp. 16,000 – Rp. 200,000/portion, while the selling price of products at Padang restaurants ranges from Rp. 10,000 – Rp. 25,000/portion. The pricing strategy used by typical Malay restaurants is Skim the cream pricing or skimming pricing, which is the setting of the highest price to cover the costs incurred, development and promotion. While the price strategy used by Padang restaurants is Penetration Pricing, which means setting the lowest possible price with the aim of achieving the maximum sales volume in a relatively short time.

Keywords: Restaurant Industries, Cost, Price

PENDAHULUAN

Di berbagai negara saat ini, industri kreatif terangkum dalam ekonomi kreatif diyakini dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian bangsanya. Indonesia pun mulai melihat bahwa berbagai subsektor dalam industri kreatif berpotensi untuk dikembangkan, karena bangsa Indonesia kaya akan sumber daya insani kreatif dan

warisan budaya. Dewasa ini, perkembangan salah satu subsektor ekonomi kreatif yang paling menarik perhatian adalah kuliner. Hal ini dapat dilihat dari kontribusi sektor kuliner terhadap perekonomian. Berdasarkan data yang dihimpun dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2017, subsektor kuliner memberikan kontribusi nilai tambah

bruto sebesar 33% terhadap total nilai tambah bruto industri kreatif Indonesia. Nilai ini merupakan yang terbesar dibandingkan kontribusi subsektor lainnya (Lazuardi, 2015).

Perkembangan industri kuliner pada saat ini dapat dikatakan berkembang dengan sangat pesat, dan salah satunya adalah bisnis rumah makan. Rumah makan dengan sangat mudah dijumpai di sekitar kita berbagai jenis dan rupa. Bisnis rumah makan memang semakin tumbuh subur seiring dengan perkembangan jumlah penduduk dan gaya hidup masyarakat yang ingin serba cepat tersaji. Sadar atau tidak, dengan pertumbuhan penduduk yang semakin banyak begitu juga kebutuhan pangan yang harus disediakan.

Wisata kuliner merupakan salah satu aset wisata Indonesia yang dominan, karena keragaman budaya dan hasil pertanian ataupun perkebunan daerah yang ada di Indonesia mempengaruhi keragaman masakannya juga. Setiap daerah memiliki kuliner yang berbeda-beda, sehingga wisatawan lokal maupun mancanegara tertarik untuk mengunjungi daerah-daerah di Indonesia untuk menyempatkan diri mencicipi makanan dan minuman khas daerah makanan tradisional merupakan salah satu aset budaya bangsa yang perlu dilestarikan, supaya keberadaannya tetap langgeng/tidak punah karena peradaban dan kemajuan teknologi. Wisata kuliner ini memiliki cita rasa, tampilan penyajian yang unik. Wisata kuliner tersebut perlu dikelola secara profesional dengan adanya usaha restoran/rumah makan.

Tabel 1 Perkembangan Jumlah Unit Usaha Industri Kreatif Sub Sektor Kuliner di Kota Pekanbaru Tahun 2015-2019

No.	Sub Sektor Kuliner	Jumlah Unit Usaha				
		2015	2016	2017	2018	2019
1	Rumah Makan Padang	120	125	131	142	151
2	Rumah Makan Khas Melayu	21	22	26	27	29
3	Rumah Makan Vegetarian	4	6	9	16	15
4	Catering	21	32	44	56	59
5	Cafe dan Resto	86	84	93	161	143

Sumber : *Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru 2020*

Berdasarkan tabel 1, jumlah unit usaha industri kreatif subsektor kuliner di kota pekanbaru mengalami peningkatan. Rumah makan melayu mempunyai unit usaha yang berjumlah sedikit dibandingkan dengan rumah makan padang. Berdasarkan data dari dinas kebudayaan dan pariwisata Kota Pekanbaru, jumlah rumah makan khas melayu dan rumah makan padang mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada 2018 rumah makan khas melayu berjumlah 29 unit sedangkan rumah makan padang berjumlah 151 unit.

Usaha rumah makan tradisional merupakan rumah makan yang menyajikan menu makanan tradisional yang mencirikan suatu daerah. Setiap rumah makan tradisional menyediakan makanan yang menjadi ciri khas suatu daerah tersebut. Selain makanan, desain dari rumah makan tradisional tersebut juga disesuaikan dengan ciri khas dan kebudayaan daerah tersebut (Robiah, 2009). Kota Pekanbaru sebagai ibukota Provinsi Riau yang merupakan tempat tumbuh dan berkembangnya budaya Melayu sehingga Kota Pekanbaru kaya akan kuliner khas Melayu. Produk kuliner khas Melayu harus diangkat dan

diperkenalkan kepada masyarakat luas. Hidangan khas melayu dapat dijumpai di rumah makan khas melayu yang telah lama berkembang.

Adapun perbandingan harga bahan baku pada industri rumah makan khas Melayu dan rumah makan Padang di Kota Pekanbaru untuk menghasilkan produk sejenis adalah sebagai berikut :

Tabel 2 Harga Beli dan Harga Jual Bahan Baku Rumah Makan Khas Melayu di Kota Pekanbaru

No.	Rumah Makan Khas Melayu			Rumah Makan Padang		
	Bahan Baku	Harga Beli (Rp.)	Harga Jual (Rp.)	Bahan Baku	Harga Beli (Rp.)	Harga Jual (Rp.)
1	Ikan Patin Sungai	55.000 / Kg	140.000 - 200.000 / Porsi	Ayam Broiler	25.000 / kg	12.000 / potong
2	Ikan baung	50.000 / Kg	140.000/ Kepala dan Badan Ikan	Udang Vaname	81.000 / Kg	33.000 / Porsi
3	Udang Galah	85.000 / Kg	75.000 - 200.000 /Porsi	Ikan tambak (Mas, Lele, Bawal)	24.000 - 40.000 / Kg	15.000 - 20.000 / Porsi
4	Ikan selais	170.000 / Kg	35.000/ Porsi	Ikan laut (Tongkol)	28.000 / Kg	15.000 / potong
5	Ayam Kampung	90.000 / kg	75.000/porsi	Telur	30.000 / papasan	8.000 / Porsi

Sumber : Hasil Pra Penelitian

Pada tabel 2 dapat dilihat bahwa harga beli bahan baku pada rumah makan khas melayu di Kota Pekanbaru relatif mahal, dikarenakan bahan baku tersebut sulit untuk ditemukan. Hal ini berdampak terhadap harga jual makanan yang disajikan juga menjadi mahal. Dimana harga beli termurah untuk bahan baku rumah makan khas Melayu di Kota Pekanbaru adalah Rp.40.000/Kg, sedangkan harga jual termurah masakan yang disajikan adalah Rp.20.000/porsi. Sedangkan harga bahan baku yang digunakan dalam masakan di rumah makan padang cenderung murah karena bahan baku tersebut gampang

ditemukan di pasaran. Hal ini menjadikan harga jual terhadap masakan yang disajikan menjadi lebih murah juga. Harga beli bahan baku termurah untuk masakan padang adalah Rp.24.000/kg, sedangkan harga jual termurah untuk masakan yang disajikan adalah Rp.8.000/porsi.

Perbedaan dari produk yang dipasarkan dibandingkan produk saingan dapat memenangkan persaingan, sehingga konsumen merasakan adanya perbedaan yang bersifat positif dibandingkan dari produk lainnya. Perusahaan dapat memperkenalkan ciri-ciri baru pada produk yang di pasarkan. Dengan hal ini dapat dijadikan sebagai jalan alternatif dalam menyiasati ketatnya persaingan dan akibat-akibat yang ditimbulkan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah

1. Mengapa harga makanan di rumah makan khas Melayu yang ada di Kota Pekanbaru relatif mahal dibandingkan dengan rumah makan Padang?
2. Bagaimana persaingan harga antara rumah makan Khas Melayu dengan harga rumah makan Padang?

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan di atas dapat dikemukakan tujuan yang menjadi objek analisis penelitian. Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui penyebab mahalnya harga masakan yang ada di rumah makan khas Melayu dibandingkan dengan rumah makan Padang yang ada di Kota Pekanbaru
2. Untuk mengetahui persaingan harga antara rumah makan khas

Melayu dan rumah makan Padang yang ada di Kota Pekanbaru

Tinjauan Pustaka

Industri

Menurut Departemen Perindustrian dan Perdagangan (UU No 3 Tahun 2014), tentang perindustrian. Disebutkan bahwa industri adalah suatu kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi penggunaannya, tidak termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri.

Teguh (2010) mengungkapkan ilmu ekonomi industri adalah ilmu ekonomi yang mempelajari mengenai perilaku perusahaan-perusahaan industri. Perilaku perusahaan adalah berhubungan erat dengan tujuan-tujuan perusahaan, dan dengan demikian setiap keputusan bisnis yang diambil oleh produsen industri sudah barang tentu akan sejalan pula dengan tujuan-tujuan ekonomi yang ditentukan/ditetapkan sebelumnya oleh perusahaan.

Industri Kreatif

Industri kreatif merupakan industri yang menggunakan sumber daya yang terbarukan dapat memberikan kontribusi di beberapa aspek kehidupan tidak hanya ditinjau dari sudut pandang ekonomi semata tetapi juga ditinjau dari dampak positif yang ditimbulkan terutama bagi peningkatan citra dan identitas bangsa menumbuhkan inovasi dan kreativitas anak bangsa, serta dampak sosial lainnya. Moelyono

(2010) mengatakan ada beberapa arah dari pengembangan ekonomi kreatif yaitu dengan menitikberatkan pada industri berbasis ; (1) lapangan usaha kreatif dan budaya (*creative cultural industry*); (2) lapangan usaha kreatif (*creative industry*); atau (3) hak kekayaan intelektual seperti hak cipta (*copyright industry*). Untuk mengembangkan industri kreatif diperlukan sebuah kolaborasi yang padu, saling menyangga, dan bersimbiosis mutualisme antara aktor-aktor yang terlibat, yaitu kelompok intelektual (*intellectuals*), bisnis (*business*), dan kelompok pemerintah (*government*) yang kemudian disebut sebagai sistem *triple helix* (Moelyono, 2010).

Menurut departemen perdagangan RI (2008) industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Simatupang (2008) juga menjelaskan bahwa industri kreatif adalah industri yang mengandalkan talenta, ketrampilan dan kreativitas yang merupakan elemen dasar setiap individu. Unsur utama industri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasional intelektual. Sementara itu, di kalangan para pakar dalam bidang tersebut, nampaknya tidak ada perbedaan pengertian yang mendasar antara ekonomi kreatif dan industri kreatif. Ditinjau dari aspek kebutuhan praktis, sebenarnya bukan merupakan persoalan yang serius. Secara umum dapat dikatakan

bahwa keduanya mengandung pengertian sebagai kreativitas berbasis kreativitas yang berpengaruh terhadap perekonomian atau kesejahteraan masyarakat.

Makanan Tradisional

Menurut Ernayanti (2003) dalam Ensiklopedi Makanan Tradisional di Pulau Jawa dan Pulau Madura memberikan pengertian tentang makanan tradisional memiliki nilai budaya, tradisi, serta kepercayaan yang bersumber pada budaya lokal (local indigenous).

Menurut Murdijati (2017), makanan tradisional ini dapat dikategorikan menjadi tiga kelompok, antara lain:

1. Makanan tradisional yang hampir punah,

Makanan tradisional yang hampir punah ini langka dan hampir jarang dapat ditemui mungkin disebabkan karena ketersediaan bahan dasarnya mulai sulit atau masyarakat pembuatnya mulai tidak mengerjakan lagi atau terdesak oleh produk makanan lain, contohnya karangan, cethot, entog-entog, getas, es semlo, dan hawuk-hawuk.

2. Makanan tradisional yang kurang populer,

Kelompok makanan tradisional yang kurang populer adalah makanan tradisional yang masih mudah ditemui, tetapi makin tidak dikenal dan cenderung berkurang penggemarnya, dianggap mempunyai status sosial lebih rendah dalam masyarakat, contohnya kethak, adrem, wedang tahu, lemet, bothok sembukan, dan bajigur.

3. Makanan tradisional yang populer (tetap eksis).

Kelompok makanan tradisional yang populer merupakan

makanan tradisional yang tetap disukai masyarakat dengan bukti banyak dijual, laku, dan dibeli oleh konsumen bahkan beberapa menjadi ikon daerah tertentu seperti gudeg, emping melinjo, gatot, thiwul, tempe benguk, kipo, dan sate klathak.

Harga

Harga menurut Kotler (2001) harga adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli dan untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan.. Harga adalah salah satu aspek penting dalam kegiatan bauran pemasaran Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut di pasar.

Dalam memilih strategi harga, penjual dapat memilih diantara dua macam strategi harga yang dianggap paling ekstrim, yaitu:

- a. *Skim the cream pricing*

Skim the cream pricing atau *skimming pricing* merupakan strategi penetapan harga yang setinggi-tingginya. Harga yang tinggi tersebut dimaksudkan untuk menutup biaya penelitian, pengembangan dan promosi.

- b. *Penetration pricing*

Penetration pricing merupakan strategi penetapan harga yang serendah-rendahnya yang bertujuan untuk mencapai volume penjualan sebesar-besarnya dalam waktu yang relatif singkat. Dibandingkan *skim the cream*

pricing, strategi ini lebih agresif dan dapat memperkuat kedudukan perusahaan dalam persaingan.

Biaya

Biaya merupakan sebuah elemen yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas perusahaan. Biaya didefinisikan sebagai suatu sumber daya yang dikorbankan (*sacrificed*) atau dilepaskan (*forgone*) untuk mencapai tujuan tertentu (Horngren, dkk, 2008). Menurut Bustami dan Nurlela (2006), biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Sementara menurut Kuswardi (2005), biaya adalah semua pengeluaran untuk mendapatkan barang atau jasa dari pihak ketiga, baik yang berkaitan dengan usaha pokok perusahaan atau tidak. Biaya diukur dalam unit moneter dan digunakan untuk menghitung harga pokok produk yang diproduksi perusahaan.

Biaya total (*Total Cost*) pada suatu kegiatan adalah penjumlahan dari biaya tetap (biaya input tetap, *fixed cost*) dan biaya variabel (biaya input variabel, *variable cost*).

$$TC = TFC + TVC$$

Pendapatan

Pendapatan adalah sesuatu yang diperoleh dari menjual sesuatu yang menghasilkan keuntungan. Pendapatan adalah penerimaan yang diperoleh seorang pedagang setelah dikurangi dengan biaya-biaya. Pendapatan atau penghasilan adalah penerimaan dari berbagai penjualan barang dan jasa (Ma'ruf, 2013). Reksoprayitno (2004) mendefinisikan pendapatan

(*revenue*) dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau factor-faktor yang telah disumbangkan.

Keuntungan

Secara umum keuntungan adalah sebuah usaha yang memaksimalkan laba memilih output dari inputnya dengan satu tujuan untuk mencapai laba ekonomi yang maksimum. Yaitu, pengrajin berusaha untuk membuat selisih antara penerimaan total dengan biaya ekonomi totalnya sebesar mungkin (Nicholson, 2002).

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiric (Sugiyono, 2016). Berdasarkan kepada perumusan masalah dan tinjauan pustaka di atas penulis merumuskan masalah hipotesis yaitu tidak terdapat perbedaan antara biaya dan harga antara rumah makan khas Melayu dan rumah makan Padang di kota Pekanbaru.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Pekanbaru yaitu pada industri rumah makan khas melayu dan rumah makan padang yang berada Kota Pekanbaru. Lokasi ini diambil karena Kota Pekanbaru merupakan tempat perkembangan budaya melayu dan Kota Pekanbaru yang sedang menuju kota metropolitan dapat menjadi daya tarik bagi para investor untuk menanamkan modalnya dan ikut berinvestasi dalam usaha yang didirikan.

Populasi adalah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2013). Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah semua industri rumah makan khas melayu dan rumah makan padang yang berjumlah 180 unit rumah makan. Mengingat populasi dalam penelitian berjumlah 180 unit rumah makan maka sampel yang diambil adalah 10.

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, kuesioner, observasi dan dokumentasi. Dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiono, 2008). Metode analisis

data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mencari biaya total dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rumus : } TC = TFC + TVC$$

Keterangan : TC : Biaya total industri rumah makan (Rp)

TFC : biaya tetap industri rumah makan (Rp)

TVC : biaya variabel industri rumah makan (Rp)

2. Untuk menghitung penerimaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rumus : } TR = P \times Q$$

Keterangan : TR : Penerimaan total usaha (Rp)

Q : Jumlah produksi (Rp)

P : Harga produk (Rp)

3. Untuk menghitung pendapatan dihitung melalui pengurangan antara total penerimaan dengan total biaya. Untuk melihat besarnya keuntungan usaha menggunakan rumus:

$$\text{Rumus : } \pi = TR - TC$$

Keterangan : π : Keuntungan (Rp)

TR : Penerimaan total usaha (Rp)

TC : Biaya total industri rumah makan (Rp)

Pembahasan

Biaya Tetap (FC)

Biaya tetap menurut Wijaksono (2006) didefinisikan sebagai biaya yang relatif tetap jumlahnya dan terus dikeluarkan walaupun produksi yang diperoleh banyak atau sedikit. Jadi besarnya biaya tetap tidak

tergantung pada besar kecilnya jumlah produksi yang diperoleh.

Tabel 3 Biaya Tetap Rumah Makan Khas Melayu dan Rumah Makan Padang Tahun 2020

No.	Nama Rumah	Tanah (Rp.)	Bangunan (Rp.)	Peralatan (Rp.)	Biaya Izin (Rp.)	Transportasi/Kendaraan (Rp.)
1	Rumah Makan Khas Melayu	550.000,00	720.000,00	20.400,00	2.250,00	110.000,00
2	Pondok Asam Pedas Mitra Kamar	-	-	10.360,00	1.500,00	95.000,00
3	Pondok Yurika	-	-	12.750,00	1.500,00	10.000,00
4	Pondok Asam Pedas Sinar Kamar	-	-	10.550,00	2.250,00	11.500,00
5	Pondok Ikan Selais	-	-	6.250,00	1.500,00	10.000,00
6	Simpanan Raya	-	-	40.540,00	1.500,00	11.000,00
7	Rumah Makan Sinar Jambu	-	-	15.380,00	1.500,00	10.000,00
8	Rumah Makan Pak Abas	-	-	25.150,00	1.500,00	21.000,00

9	Rumah Makan Sinar Muda	-	-	45.320,00	2.250,00	25.000,00
10	Rumah Makan Simpanan Ampek	-	-	24.750,00	1.500,00	10.000,00

Biaya Variabel

Biaya variabel yaitu biaya yang secara total meningkat secara proporsional terhadap peningkatan dalam aktivitas dan menurun secara proporsional terhadap penurunan dalam aktivitas. Yang termasuk dalam biaya variabel adalah biaya bahan baku perlengkapan, upah tenaga kerja, biaya listrik dan air, serta biaya sewa.

Table 4 Biaya Variabel Rumah Makan Khas Melayu dan Rumah Makan Padang Tahun 2021

No.	Nama Rumah	Perlengkapan (Rp.)	Biaya Bahan Baku (Rp.)	Upah Tenaga Kerja (Rp.)	Biaya Listrik, Air (Rp.)	Biaya Sewa (Rp.)
1.	Rumah Makan Khas Melayu	46.220,00	1.695.600,00	870,00	180,00	-
2.	Pondok Asam Pedas Mitra Kamar	22.320,00	1.234.800,00	110,40	10,80	60,00
3.	Pondok Yurika	18.690,00	1.282.320,00	504,00	90,00	36,00
4.	Pondok Asam Pedas	15.300,00	1.234.800,00	156,00	10,80	54,04

	Sinar Kampar					
5.	Pondok Ikan Selais	4.660. 000	1.010. 340.00 0	33.60 0.000	2.400. 000	36.00 0.000
6.	Simpan g Raya	26.220 .000	1.395. 400.00 0	670.0 00.00 0	10.80 0.000	43.00 0.000
7.	Rumah Makan Sinar Jambu	12.320 .000	1.034. 400.00 0	80.40 0.000	10.80 0.000	40.00 0.000
8.	Rumah Makan Pak Abbas	18.690 .000	1.112. 320.00 0	324.0 00.00 0	15.00 0.000	26.00 0.000
9.	Rumah Makan Sinar Muda	15.300 .000	1.034. 800.00 0	96.00 0.000	10.80 0.000	54.04 0.000
10.	Rumah Makan Simpan g Ampek	3.860. 000	1.015. 340.00 0	23.60 0.000	10.80 0.000	36.00 0.000

Biaya Total

Biaya total adalah biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan atau dengan kata lain biaya total ini merupakan jumlah dari biaya tetap dan biaya variable.

Tabel 5 Biaya Total Rumah Makan Khas Melayu dan Rumah Makan Padang Tahun 2021

No	Responden	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Biaya Total
1	Rumah Makan Khas Melayu	Rp 1.402.650. 000	Rp 1.925.732. 000	Rp 3.328.382. 000
2	Pondok Asam Pedas Mitra Kampar	Rp 106.860.00 0	Rp 996.000.00 0	Rp 1.102.860. 000
3	Pondok Yurika	Rp 132.940.00 0	Rp 1.346.262. 000	Rp 1.479.202. 000

4	Pondok Asam Pedas Sinar Kampar	Rp 114.250.00 0	Rp 735.816.00 0	Rp 850.066.00 0
5	Pondok Ikan Selais	Rp 16.210.000	Rp 506.260.00 0	Rp 522.470.00 0
6	Simpang Raya	Rp 127.430.00 0	Rp 1.021.250. 000	Rp 1.148.680. 000
7	Rumah Makan Sinar Jambu	Rp 118.700.00 0	Rp 987.290.00 0	Rp 1.105.990. 000
8	Rumah Makan Pak Abbas	Rp 189.570.00 0	Rp 1.340.190. 000	Rp 1.529.760. 000
9	Rumah Makan Sinar Muda	Rp 124.310.00 0	Rp 1.103.100. 000	Rp 1.227.410. 000
10	Rumah Makan Simpang Ampek	Rp 109.840.00 0	Rp 932.510.00 0	Rp 1.042.350. 000

Harga

Harga jual menurut Achmad (2002) merupakan perkiraan nilai tukar dari produk yang ditentukan dengan uang. Harga Jual adalah harga pada waktu menjual. Harga jual adalah harga yang diperoleh dari penjumlahan biaya produksi total ditambah dengan *mark up* yang digunakan untuk menutup biaya *overhead* pabrik perusahaan.

Table 6 Harga Produk Industri Rumah Makan Khas Melayu dan Rumah Makan Padang di Kota Pekanbaru Tahun 2021

Rumah Makan Melayu		Rumah Makan Padang	
Produk	Harga	Produk	Harga
Rendang Ayam Kampung	Rp. 16.000/potong	Rendang Ayam	Rp. 12.000 /potong
Gulai Ikan (Patin Sungai/Baung)	Rp. 20.000- Rp.30.000/Potong	Gulai Ikan (Tongkol/Patin)	Rp. 10.000- Rp.20.000/potong
Asam Pedas (Patin Sungai/Baung)	Rp.140.0000/ porsi	Asam Padeh (Tongkol/Patin)	Rp. 17.000- Rp.25.000/potong
Udang Goreng (Galah)	Rp. 200.000/Porsi	Udang Goreng	Rp.33.000/porsi
Sop Ayam Kampung	Rp.75.000/porsi	Sop Ayam	Rp. 25.000/porsi

Pendapatan

Untuk menetapkan besarnya penerimaan yang diterima oleh pengusaha ialah antara harga produk dikali dengan jumlah produk yang diproduksi dilihat pada table berikut:

Tabel 7 Jumlah Pendapatan Rumah Makan Khas Melayu dan Rumah Makan Padang di Kota Pekanbaru Tahun 2021

No.	Responden	Jenis Rumah Makan	Jumlah Pendapatan (Rp.)
1.	Rumah Makan Khas Melayu	Melayu	4.082.400.000
2.	Pondok Asam Pedas Mitra Kampar	Melayu	2.017.800.000
3.	Pondok Yurika	Melayu	2.392.600.000
4.	Pondok Asam Pedas Sinar Kampar	Melayu	1.933.560.000
5.	Pondok Ikan Selais	Melayu	1.307.880.000
6.	Simpang Raya	Padang	2.280.160.000
7.	Rumah Makan Sinar Jambu	Padang	1.629.960.000
8.	Rumah Makan Pak Abbas	Padang	2.738.000.000
9.	Rumah Makan Sinar Muda	Padang	1.343.400.000
10.	Rumah Makan Simpang Ampek	Padang	1.174.200.000
	Jumlah	-	20.899.960.000
	Rata-rata	-	1.741.663.333

Sumber : Data Olahan tahun 2021

Keuntungan

Keuntungan diperoleh dari total penerimaan dikurangi dengan total biaya usaha (Soekartawi, 2006). Untuk mengetahui keuntungan masing-masing industri rumah makan khas

Melayu dan rumah makan Padang di Kota Pekanbaru dapat dilihat pada tabel 5.19 berikut:

Tabel 8 Keuntungan Industri Rumah Makan Khas Melayu Dan Rumah Makan Padang Di Kota Pekanbaru Tahun 2021

No	Responden	Penerimaan (Rp.)	Biaya Total (Rp.)	Keuntungan (Rp.)
1	Rumah Makan Khas Melayu	4.082.400.000	3.328.382.000	754.018.000
2	Pondok Asam Pedas Mitra Kampar	2.017.800.000	1.102.860.000	914.940.000
3	Pondok Yurika	2.392.600.000	1.479.202.000	913.398.000
4	Pondok Asam Pedas Sinar Kampar	1.933.560.000	850.066.000	1.083.494.000
5	Pondok Ikan Selais	1.307.880.000	522.470.000	785.410.000
6	Simpang Raya	3.377.160.000	1.148.680.000	1.131.480.000
7	Rumah Makan Sinar Jambu	1.929.960.000	1.105.990.000	523.970.000
8	Rumah Makan Pak Abbas	3.510.000.000	1.529.760.000	1.208.240.000
9	Rumah Makan Sinar Muda	1.643.400.000	1.227.410.000	115.990.000
10	Rumah Makan Simpang Ampek	1.474.200.000	1.042.350.000	131.850.000
	Jumlah	13.337.170.000	23.668.960.000	7.562.790.000
	Rata-rata	1.333.717.000	2.366.896.000	756.279.000

Sumber : Data Olahan tahun 2021

Analisis Biaya Industri Rumah Makan Khas Melayu dan Rumah Makan Padang di Kota Pekanbaru

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa dari 10 industri rumah makan hanya terdapat 1 rumah makan yang mempunyai tanah dan banunan pribadi yaitu rumah makan Khas Melayu, sedangkan 9 rumah makan lainnya tidak mempunyai tanah dan

bangunan pribadi. Biaya izin rumah makan baik rumah makan Khas Melayu maupun rumah makan Padang berkisar antara Rp 1.500.000 – Rp 2.250.000. Dengan demikian rumah makan yang mengeluarkan biaya tetap terbanyak adalah rumah makan Khas Melayu.

Hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa dari 10 industri rumah makan hanya terdapat 1 rumah makan yang tidak membayar biaya sewa yaitu rumah makan Khas Melayu, sedangkan 9 rumah makan lainnya mempunyai tanggungan untuk membayar biaya sewa. Biaya bahan baku terbesar dikeluarkan oleh rumah makan khas Melayu sedangkan biaya bahan baku terendah adalah pondok ikan selais yaitu masing-masing Rp.1.695.600.000 dan Rp.1.020.340.000 per tahun. Biaya Perlengkapan berkisar antara Rp.3.860.000 – Rp.46.220.000. upah tenaga kerja tertinggi dikeluarkan oleh rumah makan khas Melayu disusul oleh Pondok yurika yakni sebesar Rp.870.000.000 dan Rp.504.000.000 per tahun. Secara keseluruhan rumah makan yang mengeluarkan biaya variabel terbanyak per tahun adalah rumah makan rumah makan khas Melayu .

Analisis Variabel Harga pada Industri Rumah Makan Khas Melayu dan Rumah Makan Padang di Kota Pekanbaru

Harga menurut Kotler (2001) harga adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli dan untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan. Harga adalah salah satu aspek penting

dalam kegiatan bauran pemasaran Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut di pasar.

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa harga jual produk masakan industri rumah makan khas melayu dan rumah makan padang yaitu masing-masing berkisar antara Rp.16.000 - Rp.200.000/porsi dan Rp.10.000 – Rp.25.000/porsi.

Analisis Pendapatan pada Industri Rumah Makan Khas Melayu dan Rumah Makan Padang di Kota Pekanbaru

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa penerimaan total industri rumah makan khas Melayu dan rumah makan Padang di Kota Pekanbaru adalah Rp 13.337.170.000. Rata-rata penerimaan total industri rumah makan khas Melayu dan rumah makan Padang di Kota Pekanbaru adalah Rp 1.333.717.000. Total penerimaan terbesar pada rumah makan khas Melayu yaitu sebesar Rp 4.082.400.000, sedangkan yang mendapat penerimaan terkecil adalah pondok ikan selais yairu sebesar Rp 1.307.880.000

Analisi Variabel Profit/Laba pada Industri Rumah Makan Khas Melayu dan Rumah Makan Padang di Kota Pekanbaru

Keuntungan adalah Sebuah usaha yang memaksimalkan laba memilih ouput dari inputnya dengan satu tujuan untuk mencapai laba

ekonomi yang maksimum. Yaitu Pelaku usaha berusaha untuk membuat selisih antara penerimaan total dengan biaya ekonomi totalnya sebesar mungkin (Nicholson, 2002).

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa keuntungan total industri rumah makan khas Melayu dan rumah makan Padang di Kota Pekanbaru adalah Rp. 7.562.790.000. Rata-rata keuntungan total industri rumah makan khas Melayu dan rumah makan Padang di Kota Pekanbaru adalah Rp. 756.279.000.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai analisis perbandingan biaya dan harga pada industri rumah makan khas melayu dan rumah makan padang di Kota Pekanbaru dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan biaya total produksi dalam setahun industri rumah makan khas Melayu dan rumah makan Padang adalah biaya total tertinggi yang dikeluarkan oleh industri rumah makan khas Melayu dan rumah makan Padang masing-masing adalah Rp 3.328.382.000 dan Rp 522.470.000. Biaya terbesar yang dikeluarkan oleh rumah makan khususnya rumah makan khas Melayu adalah untuk keperluan penyediaan bahan baku produksi. Berdasarkan hasil penelitian penyebab relatif mahalnya masakan di rumah makan khas Melayu adalah karena susahny memperoleh bahan baku utama dalam proses produksi.

2. Berdasarkan harga jual produk rumah makan khas melayu dan rumah makan padang dengan perbandingan produk yang sejenis, harga jual tertinggi terjadi pada rumah makan melayu. Harga jual produk yang ada pada rumah makan rumah makan melayu berkisar antara Rp 16.000 – Rp 200.000/porsi, sedangkan harga jual produk dirumah makan padang berkisar antara Rp 10.000 – Rp 25.000/porsi. Strategi harga yang dipakai oleh rumah makan Khas Melayu adalah *Skim the cream pricing* atau *skimming pricing* merupakan penetapan harga yang setinggi-tingginya untuk menutup biaya yang dikeluarkan, pengembangan dan promosi. Sedangkan strategi harga yang digunakan oleh rumah makan Padang adalah *Penetration Pricing* yang berarti penetapan harga yang serendah-rendahnya yang bertujuan untuk mencapai volume penjualan sebesar-besarnya dalam waktu yang relatif singkat.

Saran

1. Pemerintah diharapkan dapat memberikan perhatian kepada pelaku usaha rumah makan untuk memperoleh bahan baku produksi, khususnya rumah makan khas Melayu yang sulit didapat. Pemerintah juga harus berperan aktif dalam mempromosikan rumah makan khas melayu sebagai salah satu ciri khas dan identitas Provinsi Riau serta rumah makan Padang sebagai salah satu usaha kerakyatan yang dominan dan

- menunjang perekonomian Provinsi Riau.
2. Para pelaku usaha rumah makan diharapkan dapat mempertahankan cita rasa yang menjadi ciri khas masing-masing masakan pada setiap hidangan yang disediakan di rumah makan.
 3. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis perbandingan biaya dan harga pada industri rumah makan khas melayu dan rumah makan padang di Kota Pekanbaru, maka perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk melakukan kajian terkait faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan industri kreatif rumah makan yang ada di Kota Pekanbaru.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. 2019. *Persebaran Rumah Makan di Kota Pekanbaru*. Pekanbaru
- Horngren, C. T., & et al. 2008. *Akuntansi Biaya*. Edisi 7. PT INDEKS kelompok GRAMEDIA: Jakarta
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Lazuardi, M., & Triady, M. S. (2015). *Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019*. PT Republik Solusi. Jakarta
- Moelyono, M. (2010). *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Mulyadi. 2004. *Akuntansi Manajemen, jilid 2*. Penerbit STIE YKPN. Yogyakarta
- Mulyadi.2012. *Akuntansi Biaya, Edisi lima*. Universitas Gajah Mada
- Nicholson, W. 2002. *Mikroekonomi Intermediate dan Aplikasinya*, Erlangga, Jakarta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. ALFABETA: Bandung
- Teguh, M. (2014). *Metode Kuantitatif untuk Analisis Ekonomi dan Bisnis Ed. 1, Cet. 1*. Rajawali Pers. Jakarta
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa, Edisi Pertama*, Penerbit Bayumedia Publishing. Yogyakarta
- Undang-Undang No. 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian.