BAB VI
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

6.1 Kesimpulan

Melalui evaluasi komprehensif terhadap aplikasi strategi *Cost Plus Pricing* (CPP) di lingkungan operasional UMKM Bobabox, penelitian ini mengkristalisasi beberapa poin kesimpulan fundamental yang diuraikan di bawah ini:

1) Berdasarkan analisis perbandingan harga jual aktual UMKM Bobabox dengan harga jual berdasarkan metode Cost Plus Pricing, diketahui bahwa dari total 36 varian menu yang diteliti, terdapat 20 menu yang tergolong overprice dan 16 menu yang tergolong underprice. Menu-menu yang tergolong overprice didominasi oleh minuman berbasis teh, cokelat, kopi, serta minuman jelly, sedangkan menu underprice terdiri dari Brown Sugar Fresh Milk ukuran Large dan Medium serta Kopi Susu Gula Aren ukuran Large, yang juga merupakan produk dengan volume penjualan tertinggi selama periode penelitian.
2) Hasil perbandingan laporan laba rugi sebelum dan sesudah penerapan metode Cost Plus Pricing menunjukkan bahwa laba bersih UMKM Bobabox mengalami penurunan secara nominal, dari Rp35,923,225 sebelum CPP menjadi Rp35.141.543,52 setelah simulasi penerapan CPP selama periode Januari hingga Juni 2025. Penurunan laba bersih ini terjadi karena adanya penyesuaian harga jual yang dihitung secara lebih rasional dan berbasis biaya, khususnya pada produk-produk yang sebelumnya berada dalam kondisi overprice, sementara struktur biaya produksi dan biaya operasional relatif tetap.
3) Analisis kondisi overprice dan underprice menunjukkan implikasi manajerial yang berbeda terhadap kinerja usaha. Produk-produk yang tergolong overprice memberikan kontribusi positif terhadap laba per unit, namun berpotensi menurunkan daya saing harga apabila selisih harga terlalu jauh dari harga pasar pesaing. Sebaliknya, produk-produk yang tergolong underprice, terutama pada menu best seller dengan volume penjualan tinggi, menunjukkan adanya potensi laba yang belum dimaksimalkan. Kondisi ini dapat melemahkan profitabilitas usaha dalam jangka panjang apabila tidak dilakukan penyesuaian harga yang sesuai dengan struktur biaya dan target laba yang diinginkan.

6.2 Rekomendasi

Guna menindaklanjuti signifikansi temuan yang telah dipaparkan, maka sejumlah rekomendasi strategis dirumuskan sebagai berikut:

1) UMKM Bobabox disarankan untuk melakukan evaluasi dan penyesuaian harga jual secara bertahap, khususnya pada produk-produk yang tergolong underprice, terutama menu best seller dengan volume penjualan tinggi. Penyesuaian harga yang moderat diharapkan dapat meningkatkan laba tanpa menurunkan minat beli konsumen secara signifikan.
2) Untuk produk-produk yang tergolong overprice dengan selisih harga yang cukup besar, UMKM Bobabox perlu mempertimbangkan strategi diferensiasi produk, seperti peningkatan kualitas bahan baku, inovasi rasa, ukuran porsi, atau pelayanan, agar harga jual yang lebih tinggi tetap sebanding dengan nilai yang dirasakan oleh konsumen.
3) UMKM Bobabox disarankan untuk menjadikan metode Cost Plus Pricing sebagai dasar utama dalam penetapan harga, dengan tetap mempertimbangkan kondisi

4) pasar dan harga pesaing. Kombinasi antara pendekatan berbasis biaya dan pendekatan pasar diharapkan mampu menghasilkan harga jual yang kompetitif sekaligus menguntungkan.
5) Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan analisis dengan memasukkan faktor permintaan pasar, elastisitas harga, dan perilaku konsumen, sehingga penetapan harga tidak hanya berfokus pada aspek biaya, tetapi juga mempertimbangkan respon pasar secara lebih komprehensif.