

Pelatihan Penentuan Harga Pokok Produksi UMKM Serta Strategi Pemasaran Demi Meningkatkan Profitabilitas

Kholida Atiyatul Maula *¹, Irvan Yoga Pardistyia ², Indah Laily Hilmi ³, Fitri Aprilia⁴, Suhono⁵, Seia Piantara⁶

¹Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

² Politeknik Tri Mitra Karya Mandiri, Indonesia

e-mail: *¹Kholida.maula@fe.unsika.ac.id, ²Irvan.yoga@fe.unsika.ac.id,

³Indah.laily@unsika.ac.id, ⁴Fitri.Aprilia@fe.unsika.ac.id, ⁵suhono@fe.unsika.ac.id,

⁶Seia.piantara23@gmail.com

Abstrak

Usaha kecil dan menengah (UMKM) dianggap sangat strategis dan penting, tidak hanya untuk pertumbuhan ekonomi tetapi juga untuk pemerataan pendapatan. Meskipun memiliki peran vital, sebagian besar UMKM mengalami keterbatasan sumber daya manusia dengan minimnya keterampilan teknis, bisnis, dan manajemen. Pelatihan penentuan harga pokok produksi dilakukan untuk memberikan bekal kepada UMKM agar dapat memperkuat daya saingnya. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini mencakup wawancara, tutorial, diskusi, dan pendampingan. Tujuannya adalah membantu UMKM, khususnya yang binaan Koperasi Pemuda Karawang Sejahtera, untuk berkembang dan meningkatkan keuntungan dari penjualan produk. Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa UMKM di Karawang memahami metode penentuan harga pokok produksi dan dapat menghitung biaya produksi secara akurat. Melalui bimbingan intensif, pemahaman tentang pembuatan laporan keuangan sesuai Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) juga meningkat. Ini tidak hanya meningkatkan transparansi keuangan UMKM tetapi juga membuka peluang untuk mendapatkan dukungan finansial yang lebih besar. Kesimpulannya, pelatihan ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan UMKM di bidang penentuan harga dan manajemen keuangan, membantu mereka menjadi lebih kompetitif di pasar.

Kata kunci: Harga Pokok Produksi, Koprasi Pemuda Karawang Sejahtera, Laporan Keuangan, UMKM

1. PENDAHULUAN

Saat ini kondisi ekonomi dan gaya hidup masyarakat Indonesia dapat dipandang dari segi perekonomian, yang umumnya berada pada kategori menengah ke bawah. Sebagian besar penduduk terdiri dari berbagai kelompok, seperti pedagang, petani, nelayan, serta berbagai profesi lainnya seperti PNS, pegawai swasta, TNI, Polri, guru/dosen, dan sebagainya [1]. Untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan pendapatan yang terbatas, masyarakat sering berinteraksi dan melakukan transaksi di sektor riil atau sektor informal, terutama melalui Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), menjadi sangat penting. Keberadaan UMKM memberikan kontribusi signifikan dalam memenuhi kebutuhan ekonomi masyarakat dan menjadi faktor penting dalam perencanaan anggaran pendapatan dan belanja rumah tangga [2].

Pengetahuan dasar tentang keuangan tak hanya penting bagi manajer keuangan, namun juga memiliki relevansi yang signifikan untuk semua lapisan masyarakat. Menurut Oseifuah

dan kawan-kawan (2018), literasi keuangan memiliki dampak yang besar pada tingkat individu, keluarga, dan perekonomian secara menyeluruh. Pemahaman terhadap keuangan juga memberikan kontribusi positif dalam proses pengambilan keputusan finansial yang lebih baik, tidak hanya bagi individu dan rumah tangga, tetapi juga bagi pelaku usaha, termasuk UMKM [3].

Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 mengklasifikasikan UMKM ke dalam tiga kategori, yakni usaha mikro, kecil, dan menengah, dengan setiap kategori memiliki kriteria kekayaan bersih dan penjualan tahunan yang berbeda. UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia dengan kontribusi penjualan mencapai 970 triliun pada tahun 2018, menyumbang 60,34 persen terhadap total ekonomi, dan menyerap 97,22 persen tenaga kerja. Terlebih lagi, UMKM terbukti lebih resisten selama krisis ekonomi, seperti yang terjadi pada tahun 2008 dan 1997 [4].

Keberlanjutan bisnis UMKM menjadi fokus perhatian pemerintah karena pentingnya peran mereka. Dapat dilihat melalui kebijakan pemerintah yang mendorong sektor perbankan untuk menyediakan pembiayaan usaha kepada pelaku UMKM di Indonesia. [5] [6] [7].

Dalam konteks ini, kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan pelaku UMKM di Kabupaten Karawang. Ini mencakup edukasi dasar manajemen keuangan, termasuk pemahaman tentang laporan keuangan, profitabilitas, dan strategi pemasaran. Selain itu, kegiatan ini bertujuan untuk menyebarkan informasi mengenai pentingnya memiliki laporan keuangan bagi pelaku UMKM di Kabupaten Karawang.

Manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini adalah peningkatan pengetahuan dan pemahaman mengenai manajemen keuangan, dorongan bagi peserta untuk mengoptimalkan strategi pemasaran guna mengembangkan bisnis UMKM, serta mendorong pelaku UMKM untuk belajar membuat laporan keuangan dan merencanakan strategi pemasaran secara bertahap.

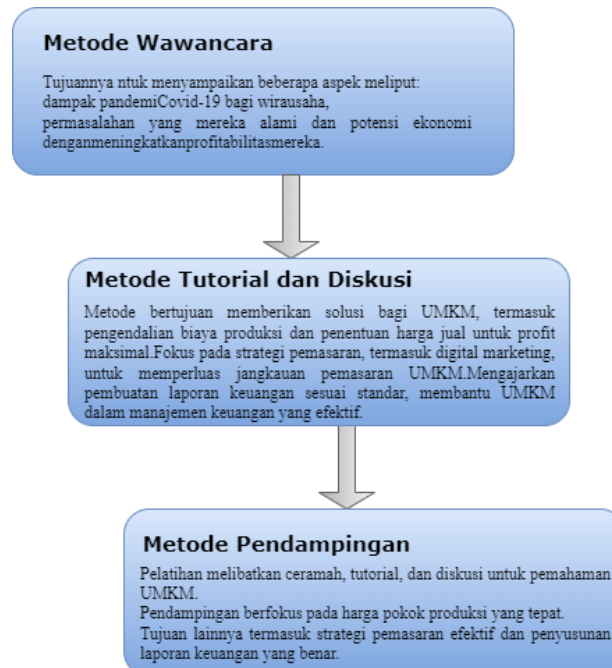
2. METODE

Melalui program pelatihan penentuan harga pokok produksi dan strategi pemasaran untuk UMKM di Kabupaten Karawang, kegiatan pengabdian masyarakat bertujuan meningkatkan profitabilitas. Diharapkan, inisiatif ini dapat memberikan dukungan kepada UMKM agar dapat menjalankan usaha mereka secara berkelanjutan dan meningkatkan keuntungan dari penjualan produk, terutama bagi UMKM yang tergabung dalam Koperasi Pemuda Karawang Sejahtera, mitra kami dalam kegiatan pengabdian ini. Kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari tiga bagian yang pelaksanaannya melibatkan partisipasi mitra. Metode kegiatan yang digunakan diharapkan dapat mencapai tujuan yang ditetapkan, sebagaimana tergambar dalam Tabel 1.

Tabel 1 Metode Kegiatan dan Partisipasi Mitra

Tujuan Kegiatan Program	Metode	Partisipasi Mitra
Memberikan pemahaman kesadaran kepada mitra tentang penentuan harga pokok produksi, strategi pemasaran dan laporan keuangan	Wawancara dan Diskusi	<ul style="list-style-type: none"> - Mitra terlihat aktif menjelaskan kondisi usaha mereka terdampak pandemi Covid-19 - Mitra bercerita perihal permasalahan usaha mereka terkait profitabilitas - Meningkatkan pemahaman pentingnya penentuan harga pokok produksi terkait biaya, strategi pemasaran digital marketing dan laporan keuangan dalam berwirausaha
Mengembangkan pengetahuan dan kreativitas mitra	Diskusi dengan para ahli	Mitra terlihat aktif bertanya kepada para ahli selaku narasumber perihal penentuan harga pokok produksi, strategi pemasaran dan laporan keuangan
Pendampingan mitra dalam menentukan harga pokok produksi, strategi pemasaran dan laporan keuangan	Tutorial dan Pelatihan	<ul style="list-style-type: none"> - Mitra mulai melakukan penentuan harga pokok produksi untuk meningkatkan profitabilitas - Mitra melakukan inovatif marketing dengan strategi pemasaran produk mereka secara lebih luas dan tepat sasaran - Mitra mulai membuat laporan keuangan yang terstandarisasi berdasarkan PSAK untuk meningkatkan usaha mereka.

Untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh mitra usaha UMKM, penentuan program kegiatan pengabdian masyarakat ini melibatkan langkah-langkah pembelajaran. Ini mencakup pelatihan dan pendampingan dalam menentukan harga pokok produksi serta strategi pemasaran guna meningkatkan profitabilitas bagi UMKM yang tergabung dalam Koperasi Pemuda Karawang Sejahtera. Pendekatan ini menggunakan metode wawancara, tutorial, dan diskusi sebagai bagian dari kegiatan pendampingan [8] [9] [10], seperti yang digambarkan dalam bagan pada Gambar 1.



Gambar 1 Prosedur Pelaksanaan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam rangka pengabdian di Kabupaten Karawang, serangkaian kegiatan telah dilaksanakan, yang mencakup:

1. Sosialisasi

Sosialisasi ini dijalankan oleh dosen dan mahasiswa dari Universitas Singaperbangsa Karawang dengan fokus pada "Pelatihan Penentuan Harga Pokok Produksi pada UMKM serta Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Profitabilitas." Selama sosialisasi, mereka berinteraksi dengan UMKM binaan Koperasi Pemuda Karawang Sejahtera, mengadakan dengar pendapat, dan melakukan survei lokasi di tempat produksi Kopi Jiwa Muda. Hasilnya menggambarkan keinginan UMKM untuk menciptakan inovasi dalam pengolahan kopi dan meningkatkan pemahaman terkait harga pokok produksi, laporan keuangan, dan strategi pemasaran digital.

2. Pelatihan

Pelatihan yang diselenggarakan dijalankan dengan sukses, mengundang ahli eksternal yang memberikan keterampilan terkait penentuan harga pokok produksi, penyusunan laporan keuangan, dan strategi pemasaran. Mitra UMKM aktif terlibat sebagai peserta dalam pelatihan ini.

3. Pendampingan

Pendampingan diterapkan dengan pendekatan yang intens dan komunikatif, melibatkan interaksi baik secara langsung maupun tidak langsung dengan mitra terkait. Selain menyediakan bantuan dan pelatihan, inisiatif pengabdian ini juga memberikan dukungan kepada UMKM untuk memahami aspek-aspek seperti harga pokok produksi, laporan keuangan, dan strategi pemasaran. Pendampingan ini mencakup dukungan dalam menerapkan pengetahuan yang diperoleh, menciptakan lingkungan yang mendukung, serta memberikan kontribusi nyata terhadap perkembangan UMKM di Kabupaten Karawang.

Berbagai hasil dan pembahasan yang timbul dari inisiatif pengabdian ini melibatkan pendekatan penyelesaian masalah sebelumnya, mencakup wawancara, penilaian produk UMKM, dan pelaksanaan seminar, sebagaimana diuraikan di bawah ini:

1. Wawancara UMKM

Hasil dari wawancara dengan UMKM dalam konteks "Pelatihan Penentuan Harga Pokok Produksi UMKM serta Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Profitabilitas" menunjukkan adanya pemahaman yang lebih mendalam dari pihak UMKM terkait tantangan dan peluang di dalam bisnis mereka. Wawancara ini memberikan gambaran yang jelas mengenai kebutuhan spesifik UMKM dalam menentukan harga pokok produksi, dengan beberapa pelaku usaha menunjukkan keinginan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran guna meningkatkan profitabilitas mereka. Selain itu, hasil wawancara ini juga mencerminkan tingkat antusiasme dan kesiapan UMKM dalam menerapkan pengetahuan yang mereka peroleh selama pelatihan ke dalam praktik bisnis sehari-hari. Kesimpulannya, wawancara dengan UMKM merupakan bagian integral dari evaluasi dampak pengabdian ini, memperkuat bukti bahwa pendekatan pelatihan ini memberikan manfaat nyata dan relevan bagi pengembangan bisnis UMKM. Hasil dari wawancara dengan UMKM dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Wawancara UMKM

2. Hasil Produk UMKM

Hasil dari pengembangan produk UMKM, sebagai bagian dari inisiatif "Pelatihan Penentuan Harga Pokok Produksi UMKM serta Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Profitabilitas," mencerminkan kemajuan yang signifikan. Setelah menerima pelatihan dan bimbingan, beberapa UMKM mungkin telah berhasil menciptakan varian produk baru atau meningkatkan kualitas dan daya saing produk yang sudah ada. Hasil produk yang lebih inovatif dan berkualitas dapat memberikan dampak positif terhadap daya tarik pasar, meningkatkan pangsa pasar, dan pada gilirannya, berpotensi meningkatkan pendapatan dan profitabilitas UMKM. Evaluasi produk ini juga memberikan gambaran yang lebih kaya mengenai kemampuan adaptasi dan inovasi UMKM dalam merespon pelatihan, menunjukkan bahwa inisiatif pengabdian ini berhasil memotivasi dan mendorong perkembangan nyata dalam portofolio produk mereka, seperti yang dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3 Produk Salah Satu UMKM

3. Seminar

Hasil dari pelaksanaan seminar yang terkait dengan tema "Pelatihan Penentuan Harga Pokok Produksi UMKM serta Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Profitabilitas" mencerminkan dampak positif dalam memperluas pengetahuan dan pemahaman peserta, termasuk para pelaku UMKM. Melalui seminar ini, terlihat adanya pertukaran ide, diskusi mendalam, dan penggalian wawasan baru mengenai strategi harga, pemasaran, dan praktik bisnis yang efektif. Para peserta seminar dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang tren terkini dalam industri, teknologi yang relevan, dan cara menghadapi tantangan yang mungkin dihadapi oleh UMKM. Selain itu, seminar memberikan platform untuk membangun jaringan kolaboratif antara UMKM, ahli, dan pemangku kepentingan lainnya. Menciptakan lingkungan ini dapat merangsang pertukaran pengalaman praktis dan best practices di antara peserta, mendukung pembentukan komunitas yang saling mendukung. Kesimpulannya, hasil dari seminar mencerminkan kontribusi positif terhadap pemahaman dan keterlibatan peserta dalam konteks strategi pemasaran dan penentuan harga, menguatkan nilai tambah dari inisiatif pengabdian ini dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di Kabupaten Karawang, sebagaimana yang dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4 Seminar

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada UMKM di Karawang telah berlangsung sukses dan tanpa hambatan. Secara rinci, ringkasan kegiatan dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pemahaman dalam membuat harga pokok produksi. selama pelatihan, UMKM di Karawang berhasil memperoleh pemahaman mendalam tentang metode penentuan harga pokok produksi yang efektif. Hal ini membantu mereka untuk menghitung dengan akurat biaya produksi dan mengoptimalkan keuntungan.
2. Dengan bimbingan yang intensif, UMKM didorong untuk memahami pembuatan laporan keuangan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP). Kemampuan ini tidak hanya memperkuat transparansi keuangan mereka tetapi juga meningkatkan kemungkinan mendapatkan dukungan finansial.
3. Pemahaman pemasaran dalam bentuk digital seperti INSTAGRAM, GOFOOD, SHOPEE DLL. Para pelaku UMKM kini memiliki pemahaman yang lebih luas mengenai pemasaran digital, termasuk platform seperti Instagram, GoFood, Shopee, dan sebagainya. Dengan demikian, mereka dapat lebih efektif memasarkan produk mereka secara online, mencapai pangsa pasar yang lebih besar.
4. Melalui proyek pengabdian ini, pengembangan sungai tematik menunjukkan bahwa mitra menunjukkan ketertarikan yang besar untuk berwirausaha. Hal ini membuat produk UMKM tidak hanya dianggap sebagai usaha sampingan, tetapi juga memiliki nilai ekonomis yang signifikan. Adanya pengembangan sungai tematik menandakan bahwa mitra UMKM tidak hanya melihat bisnis mereka sebagai usaha sampingan, melainkan sebagai upaya ekonomis yang signifikan. Ini mencerminkan tekad dan semangat wirausaha yang kuat di kalangan UMKM di Karawang.

5. SARAN

Mengingat besarnya manfaat yang didapat dari kegiatan pengabdian terhadap UMKM di Karawang ini, maka selanjutnya diharapkan perlu dilakukannya:

1. Pendampingan terhadap para UMKM di Karawang dalam penyusunan laporan keuangan yang sesuai dengan SAK ETAP.
2. Pendampingan terhadap para UMKM di Karawang dalam memasarkan produknya dalam bentuk digital.
3. Membentuk kerjasama antara UMKM dengan berbagai pihak sebagai sarana dalam untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk para UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada Universitas Singaperbangsa Karawang dan Politeknik Tri Mitra Karya Mandiri, serta UMKM di Karawang yang telah bersedia berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Ayuni, P. Larasaty, A. I. Pratiwi, and dkk, "Laporan Perekonomian Indonesia 2021," *Badan Pus. Stat. Indones.*, pp. 1–210, 2021, [Online]. Available: www.freepik.com.
- [2] D. R. L. Tobing, "Analisis Hubungan Antara Pendapatan dengan Perilaku Konsumsi Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya)," *J. Ilm. Mhs. FEB*, vol. 3, no. 2, pp. 1–17, 2015, [Online]. Available: <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/2222>.
- [3] B. Setiawan and T. S. Saputra, "Literasi Keuangan Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Kota Palembang," *J. Abdimas Mandiri*, vol. 4, no. 2, pp. 70–75, 2021, doi: 10.36982/jam.v4i2.1258.
- [4] K. N. Srijani, "Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat," *Equilib. J. Ilm. Ekon. dan Pembelajarannya*, vol. 8, no. 2, p. 191, 2020, doi: 10.25273/equilibrium.v8i2.7118.
- [5] Sultan, "Penggunaan Kalimat dalam Artikel Ilmiah Hasil Penelitian," *J. Penelit. Pendidik. Insa.*, vol. 14, no. 1, pp. 33–38, 2013, [Online]. Available: [http://eprints.unm.ac.id/13024/1/Artikel Insani.pdf](http://eprints.unm.ac.id/13024/1/Artikel%20Insani.pdf).
- [6] A. Fidela, A. Pratama, and T. Nursyamsiah, "Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Program Pemasaran Desa Jambu Raya di Desa Jambu , Kabupaten Sumedang," *J. Pus. Inov. Masy.*, vol. 2, no. 3, pp. 493–498, 2020.
- [7] Darwanto, "Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi dan Kreativitas," *J. Bisnis dan Ekon.*, vol. 20, no. 2, pp. 142–149, 2013.
- [8] Y. C. Ramadhani, "Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Perekonomian Indonesia," *J. Samudra Ekon. dan Bisnis*, vol. 14, no. 2, pp. 200–212, 2023, doi: 10.33059/jseb.v14i2.4395.
- [9] R. F. Hudiyono, "Analisis Program Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Danmenengah (Umkm) Oleh Pt Lima Pondasi Bersama," *J. Adm. Bisnis Terap.*, vol. 4, no. 2, 2022, doi: 10.7454/jabt.v4i2.1026.
- [10] P. Studi Ekonomi Pembangunan, "TEGUH SANTOSA 1 , YENIASARI RIZKIA BUDI 2 teguh@ibm.ac.id 1 , yeniasari@ibm.ac.id 2," pp. 57–64, 2017.