

## PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN, PENDAMPINGAN, DAN PENGEMBANGAN DIVERSIFIKASI PRODUK BERBAHAN BAKU SINGKONG

Atty Tri Juniarti<sup>1</sup>, Bayu Indra Setia<sup>2</sup>, Erry S. R. Pangestu<sup>3</sup>, Erik Syawal Alghifari<sup>4</sup>,  
Lira Mustika Sari<sup>5\*</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Manajemen, Universitas Pasundan, Indonesia  
[liramustikasari@unpas.ac.id](mailto:liramustikasari@unpas.ac.id)<sup>5</sup>

---

### ABSTRAK

**Abstrak:** Desa Gandamekar memiliki produk unggulan namun dalam pemanfaatannya belum dilakukan secara maksimal sehingga produksi hanya sebatas menjual tape singkong. Permasalahan selanjutnya yang umum dialami yaitu permasalahan keuangan terutama dalam penentuan harga jual. Pelaku UMKM masih menghitung penentuan harga produknya dengan mengira-ngira sehingga pelaku usaha tidak mengetahui apakah produk yang ditawarkan memberikan keuntungan ataukah sebaliknya. Dalam memberikan solusi ini dilaksanakan proses penyelesaian dengan tiga tahapan diantaranya analisis kebutuhan, sosialisasi dan pembinaan kegiatan produksi (diversifikasi produk), hingga sosialisasi dan pelatihan penentuan harga pokok produksi serta harga jual produk. Subjek penelitian berjumlah 55 pelaku UMKM di Desa Gandamekar Kabupaten Garut. Evaluasi pelaksanaan menggunakan kuesioner. Hasil menunjukkan pemahaman atas materi yang disampaikan mencapai 75,09 persen sehingga sosialisasi dan pelatihan dapat terkategori baik. Sosialisasi diversifikasi produk dengan mengenalkan ide kreatif pengolahan singkong yang dapat menginspirasi dalam meningkatkan nilai tambah serta mengetahui jenis biaya yang menjadi dasar perhitungan harga pokok produksi secara manual hingga melalui aplikasi.

**Kata Kunci:** Diversifikasi Produk; Harga Pokok Produksi; Harga Jual; UMKM.

**Abstract:** Gandamekar Village has superior products but its utilization has not been carried out optimally so that production is only limited to selling cassava tape. The next problem that is commonly experienced is financial problems, especially in determining selling prices. MSME players still calculate the determination of the price of their products by guessing so that business actors do not know whether the products offered provide benefits or vice versa. In providing this solution, a settlement process is carried out with three stages including needs analysis, socialization and coaching of production activities (product diversification), to socialization and training on determining the cost of goods produced and selling prices of products. The research subjects amounted to 55 MSME actors in Gandamekar Village, Garut Regency. Evaluation of implementation using questionnaires. The results showed that the understanding of the material presented reached 75,09 percent so that socialization and training could be categorized well. Socialization of product diversification by introducing creative ideas for cassava processing that can inspire in increasing added value and knowing the types of costs that are the basis for calculating the cost of goods produced manually through the application.

**Keywords:** Product Diversification; Cost of Goods Produced; Selling Price; MSMEs.



#### Article History:

Received: 30-05-2023

Revised : 30-06-2023

Accepted: 30-06-2023

Online : 18-08-2023



This is an open access article under the  
CC-BY-SA license

## A. LATAR BELAKANG

Kabupaten Garut dengan luas lahan 3.065,19 Km<sup>2</sup>, berada diantara 60 57' 34"-70 44' 57" Lintang Selatan dan 107024'3" – 108024'34" Bujur Timur (Badan Pusat Statistik, 2022). Dengan daerah yang cukup luas dan potensi wilayah menjadikan Kabupaten Garut sebagai daerah berpotensi dalam mensejahterakan masyarakatnya. Dilihat secara geografis pun jumlah penduduk tertinggi di Kabupaten Garut berada pada usia produktif dengan rentang usia 15 hingga 24 tahun (Badan Pusat Statistik, 2022). Persebaran penduduk berdasarkan usia ini dapat menjadi potensi bagi wilayah Garut, Selain itu, Kabupaten Garut juga memiliki potensi yang menarik untuk dimanfaatkan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya seperti potensi wisata, pertanian, hingga kulinernya. Salah satu daerah yang menjadi pusat perhatian penulis yaitu Kecamatan Kadungora di Kabupaten Garut dengan luas wilayah sekitar 3.525, 124 Ha yang terdiri dari 14 desa, 172 Rukun Warga dan 580 Rukun Tetangga. Pada tahun 2021, jumlah penduduk di Kabupaten Garut kini mencapai 92,23 ribu orang (Badan Pusat Statistik, 2022).

Kecamatan Kadungora merupakan salah satu kecamatan yang memiliki potensi usaha terbesar di bidang pertanian dan perdagangan. Apabila dihubungkan dengan jumlah penduduk tertinggi, penduduk yang ada di Kabupaten Garut berada pada usia produktif namun 23.276 penduduknya tidak memiliki pekerjaan. Hal ini tentu menjadi permasalahan daerah sekitar yang menunjukkan urgensi peningkatan jiwa kewirausahaan perlu dilakukan. Kewirausahaan menjadi penggerak penting dalam pembangunan ekonomi dan pemecahan masalah pengangguran (Ratnamiasih & Setia, 2016).

Berdasarkan data yang diperoleh, terdapat beberapa sentra yang saat ini sedang berjalan diantaranya sentra produksi baik dibidang pertanian, perkebunan, peternakan, *home industry* (UMKM), maupun pengolahan hasil perkebunan hingga objek wisata yang tersebar di 14 desa. Salah satu Desa yang menarik perhatian kami yaitu Desa Gandamekar sehingga dalam kegiatan pengabdian akan difokuskan pada pendampingan bagi pelaku UMKM pada Desa tersebut. Pelaku UMKM menjadi fokus utama dalam kegiatan pengabdian ini mengingat kemampuan dari usaha yang berskala menengah maupun kecil yang mampu bertahan pada keadaan krisis ekonomi yang terjadi tahun 1998 dibandingkan dengan perusahaan yang berskala besar (Komara *et al.*, 2020). Tak hanya kemampuannya bertahan dalam kondisi krisis ekonomi, tetapi juga kemampuan UMKM untuk menyerap jumlah tenaga kerja yang menunjukkan peran strategis UMKM dalam mengurangi tingkat pengangguran maupun kemiskinan (Sarfiyah *et al.*, 2019).

Pemilihan Desa Gandamekar sebagai lokasi untuk melaksanakan pengabdian mengingat dimilikinya produk unggulan yang tidak dimiliki desa lainnya yaitu menjadi desa dengan penghasil singkong yang berkualitas. Meskipun Desa Gandamekar ini memiliki produk unggulan namun dari sisi

pemanfaatannya belum dilakukan secara maksimal sehingga produksi hanya sebatas menjual produk tape singkong saja. Hal tersebut juga menjadi tuntutan bagi perusahaan untuk bertahan, ketepatan menentukan strategi pemasaran dengan karakteristik konsumen berubah memberikan dampak pengembangan produk baru melalui strategi diversifikasi produk menjadi hal yang perlu untuk dilakukan (L. Hermawan, 2015).

Lingkungan bisnis yang semakin dinamis menuntut tercapainya sinergi pelaksanaannya di pasar sehingga diperlukan diversifikasi yang berperan sebagai katalis dimilikinya keunggulan kompetitif terutama untuk perusahaan ataupun usaha yang menghasilkan produk serupa (Oladimeji & Udosen, 2019). Dengan nilai tambah dari suatu produk sangat memungkinkan bagi pelaku usaha untuk meraih segmen pasar yang baru. Kegiatan diversifikasi yang dilakukan berbeda dengan produk aslinya dalam memberikan pengembangan aktivitas dengan nilai tambah yang lebih tinggi (Tallott & Hilliard, 2016). Diversifikasi produk memberikan dampak yang signifikan dan positif terhadap kinerja sebab diversifikasi produk dapat menjadi strategi dalam memperluas pasar (Njuguna, 2018). Diversifikasi menjadi salah satu upaya yang dapat diterapkan pelaku UMKM sebagai strategi ketika memasuki *Product Life Cycle* (PLC) yang menuju pada fase penurunan (*decline*).

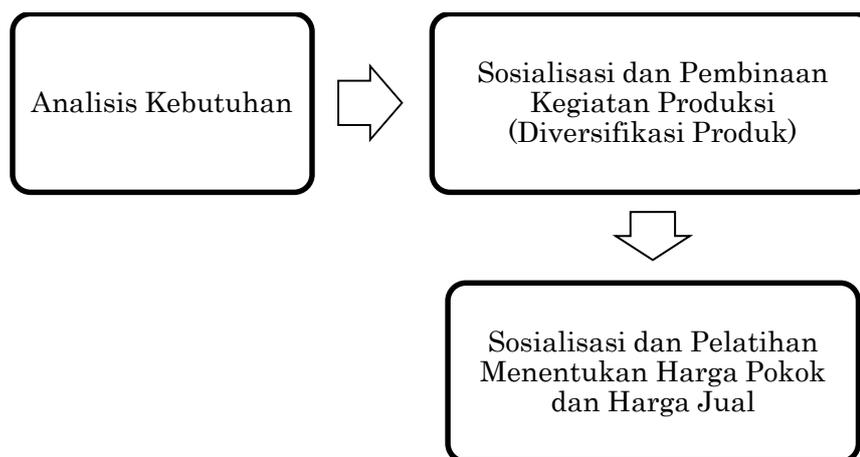
Permasalahan selanjutnya yang umum dialami oleh pelaku UMKM yaitu permasalahan keuangan terutama dalam penentuan harga jual. Pelaku UMKM masih menghitung penentuan harga produknya dengan cara mengira-ngira sehingga pelaku usaha tidak mengetahui apakah produk yang ditawarkan memberikan keuntungan ataukah sebaliknya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Cant dan Wiid (2013), permasalahan kesalahan dalam menentukan harga menjadi permasalahan utama pelaku UMKM, strategi penetapan harga yang kurang tepat terlebih lagi didukung permintaan produk yang rendah dapat berjalan bersamaan sebab harga rendah memberikan persepsi kualitas produk yang tidak sesuai standar sehingga memberikan kemungkinan besar konsumen memilih produk pesaing. Pentingnya penentuan harga pokok penjualan secara tepat terutama bagi perusahaan dagang, sebab hal ini menjadi acuan dalam menentukan harga jual yang berdampak pada perolehan keuntungan (Ningsih & Kusnidar, 2022).

Kesalahan dalam menentukan harga pokok produksi ini dapat terjadi disebabkan pengetahuan dalam penentuannya yang masih terbatas. Pelaku UMKM masih memiliki kendala yang berkaitan dengan permodalan, pelanggan yang jumlahnya masih terbatas, pengetahuan serta kemampuan berkewirausaha yang terbatas, kelola keuangan yang kurang baik, dan permasalahan-permasalahan lainnya (Tanan & Dhamayanti, 2020). Kondisi yang dialami pelaku usaha didominasi oleh permasalahan yang berkaitan dengan belum terpisahnya keuangan pribadi dan keuangan hasil usaha, penentuan harga pokok dari produk dilakukan secara sederhana serta

intuitif tanpa perhitungan biaya yang tepat, hingga pengelolaan catatan keuangan maupun pengelolaannya yang masih terbatas (Wardiningsih *et al.*, 2021). Merujuk pada latar belakang di atas, terdapat tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan sosialisasi dan pembinaan diversifikasi produk ini yaitu memberikan peningkatan pemahaman strategi diversifikasi produk serta penentuan harga pokok dan harga jual bagi masyarakat di Desa Gandamekar secara tepat.

## B. METODE PELAKSANAAN

Aktivitas pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dengan prosedur kerja yang terbagi kedalam tiga tahapan yang dimulai dengan analisis kebutuhan yang menjadi kendala masyarakat Desa Gandamekar yang berjumlah 55 pelaku UMKM, sosialisasi dan pembinaan kegiatan produksi (diversifikasi produk), sosialisasi dan pelatihan menentukan harga pokok dan harga jual dan dilanjutkan dengan pemberian kuesioner terkait dengan materi yang disampaikan pada sosialisasi dan pembinaan sehingga dapat diketahui tingkat keberhasilan dari sosialisasi yang dilakukan, seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Prosedur Kerja Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

### 1. Tahap Pertama: Analisis Kebutuhan

Pada tahap pertama, dilakukan analisa kebutuhan yang menjadi kendala bagi masyarakat Desa Gandamekar melalui *Focus Group Discussion* (FGD) kepada instansi pemerintah setempat, perwakilan kelompok usaha, dan perwakilan masyarakat. Kegiatan dilaksanakan dalam mengetahui kebutuhan masyarakat setempat sehingga ditemukan solusi terbaik atas permasalahan yang ada dan menjadi dasar penentuan materi sosialisasi yang akan dilaksanakan pada tahap kedua.

## 2. Tahap Kedua: Sosialisasi dan Pembinaan Kegiatan Produksi (Diversifikasi Produk)

Pada tahap kedua, dilaksanakan sosialisasi dan pembinaan kegiatan produksi produk-produk yang diusulkan untuk diversifikasi. Pada kegiatan ini akan diberikan pembinaan dimulai dengan pengenalan ide produk diversifikasi, informasi resep dalam membuat produk diversifikasi, hingga mempraktikkan pembuatan produk diversifikasi.

## 3. Tahap Ketiga: Sosialisasi dan Pelatihan Menentukan Harga pokok dan Harga Jual

Pada tahapan ketiga, pelaku UMKM Desa Gandamekar akan diberikan pemahaman dan edukasi yang terkait dengan keuangan yang dimulai dengan merinci biaya yang dikeluarkan dalam menghasilkan suatu produk, menentukan harga pokok produksi, hingga penentuan harga jual dari suatu produk. Selain memberikan pemahaman, pada tahapan ini juga dilakukan pendampingan perhitungan harga pokok dan harga jual sehingga pelaku UMKM dapat mengetahui harga jual produknya secara akurat. Pada tahapan inipun dilakukan pemberian kuesioner untuk mengetahui tingkat keberhasilan sosialisasi dan pelatihan dengan indikator pemahaman peserta atas materi yang disampaikan.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian Kepada Masyarakat mulai dilaksanakan pada bulan Agustus 2022 sebagai wujud implementasi tridharma perguruan tinggi yang tak hanya sebagai sebuah kewajiban melainkan juga memberikan kebermanfaatn bagi masyarakat yang berada di wilayah sekitar. Pada praktik pelaksanaannya kegiatan di lakukan dengan empat tahapan yang dimulai dengan:

### 1. Tahap Pertama: Analisis Kebutuhan

Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat (PPM) yang dilaksanakan di Desa Gandamekar Kabupaten Garut pada pelaksanaannya terbagi kedalam dua kegiatan. Kegiatan pertama dilaksanakan pada tanggal 2 Agustus 2022 dengan agenda FGD (*Focus Group Discussion*) yang diikuti oleh Lurah beserta jajaran Desa Gandamekar dan pelaku UMKM di Desa Gandamekar, seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Foto Kegiatan *Focus Group Discussion* (FGD) Desa Gandamekar

Berdasarkan hasil FGD yang dilakukan kendala yang dialami pelaku UMKM yaitu dalam memanfaatkan sumber daya alam yang begitu banyak tetapi pengelolaan yang masih terbatas mengakibatkan rendahnya harga jual. Hal tersebutlah yang mengakibatkan UMKM yang ada di Desa Gandamekar mengalami kesulitan untuk berkembang. Pengelolaan dalam keuangan tidak hanya berkaitan dengan pembukuan maupun pencatatan setiap transaksi saja tetapi juga ketepatan dalam menentukan harga jual produk (Septiawan et al., 2023). Hasil FGD tersebut sudah menunjukkan bahwa permasalahan yang kini dialami yaitu terkait dengan diversifikasi produk yang kemudian ditambahkan dengan pelatihan terkait penentuan harga pokok produksi dan harga jual. Penentuan harga jual menjadi hal yang penting dalam memasarkan produknya. Penentuan harga produk menjadi penting baik bagi usaha kecil maupun perusahaan besar dengan pertimbangan konsumen yang menjadi sasaran maupun dalam persaingan (Novansa & Ali, 2017).

## 2. Tahap Kedua: Sosialisasi dan Pembinaan Kegiatan Produksi (Diversifikasi Produk)

Tahap kedua, dilakukannya sosialisasi diversifikasi produk yang berbahan baku singkong pada tanggal 23 Agustus 2022 dimulai dengan proses produksi dan menentukan harga pokok produksi hingga menentukan harga jual yang dapat diterapkan oleh masyarakat desa Gandamekar. Diversifikasi produk yang disosialisasikan yaitu pembuatan singkong viral, sate nugget tape, donat tape, dan keripik daun singkong. Diversifikasi produk yang dilakukan tidak hanya pada umbi singkongnya saja melainkan juga memanfaatkan juga daun dari pohon singkong tersebut. Berikut merupakan resep dari diversifikasi produk yang dilakukan, seperti terlihat pada Gambar 3.



a



b



c



d

**Gambar 3.** Produk Hasil Diversifikasi, (a) Singkong Viral, (b) Sate Nugget Tape, (c) Donat Tape, dan (d) Keripik Daun Singkong

a. Singkong Viral

Dalam pengolahan singkong viral ini terdapat beberapa bahan baku yang perlu disiapkan untuk satu resepnya dimulai dengan 1 kg singkong, 230 gr gula pasir, 2 butir telur yang sudah dikocok, 50 gr tepung tapioca, 2 sendok makan margarin yang dilelehkan,  $\frac{1}{2}$  sendok teh garam, 400 ml santan kental, 1 sendok teh vanili essence, serta topping yang disediakan sesuai selera baik itu (coklat, biji wijen, keju, ataupun lainnya).

b. Sate Nugget Tape

Pengelolaan sate nugget tape ini terdapat beberapa bahan baku diantaranya tape singkong sebanyak 500 gram, tepung singkong 100 gram, tepung tapioca 50 gram, gula pasir 50 gram, telur sebanyak 2 butir,  $\frac{1}{2}$  sendok teh untuk garam, vanili bubuk, dan baking powder, 1 sendok makan susu bubuk serta disediakan pula minyak secukupnya. Selanjutnya dilakukan pula persiapan dalam membuat pelapis dibutuhkan tepung terigu yang sudah dilarutkan sebanyak 75 gram serta tepung roti secukupnya.

c. Donat Tape Singkong

Pembuatan donat tape singkong untuk satu resepnya dibutuhkan 500 gram tepung terigu, gula pasir sebanyak 100 gram, susu bubuk 50 gram, tape sebanyak 100 gram, 20 gr mentega yang dicairkan, 200 cc susu cair ataupun air matang (hangat), 1 bungkus fermipan, dan 2 butir telur (kuningnya saja). Adapun beberapa pilihan topping yang dapat disediakan diantaranya topping pop ice dengan bahan yang diperlukan gula halus 100 gram, pop ice 1 bungkus, 30 ml minyak sayur, dan 30 ml susu cair serta dapat juga dibuatkan topping gula bubuk dengan bahan yang diperlukan gula halus 100 gram, sedikit vanila, 1 sendok makan mentega, serta air panas secukupnya.

d. Keripik Daun Singkong

Pembuatan keripik daun singkong untuk satu resepnya membutuhkan beberapa bahan diantaranya  $\frac{1}{4}$  kilogram tepung beras,

bawang merah dan putih, 1 ons tepung tapioca,  $\frac{1}{2}$  sendok teh garam, 3 ikat daun singkong, 600 ml air, dan minyak goreng sebanyak 2 liter.

Kegiatan demo proses produksi ini diikuti lebih dari 50 pelaku UMKM dengan latar belakang yang berbeda-beda dimulai dari petani, pedagang, hingga pelaku UMKM yang memproduksi singkong menjadi produk tradisional. Strategi diversifikasi produk yang memberikan peluang keterbukaan inovasi dalam prosesnya (Crema *et al.*, 2014). Fleksibilitas yang kemampuan beradaptasi yang dimiliki UKM jika dibandingkan dengan perusahaan menunjukkan tetap diperlukannya penentuan strategi yang tepat dalam persaingan hingga tercapainya keberlanjutan yang berjangka panjang (Kornilaki *et al.*, 2019), seperti terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Dokumentasi Kegiatan Demo Diversifikasi Produk

### 3. Tahap Ketiga: Sosialisasi dan Pelatihan Menentukan Harga pokok produksi serta Harga Jual Produk

Pada tahap ketiga ini dilakukan sosialisasi terkait dengan perhitungan harga pokok produksi untuk selanjutnya pelaku UMKM dapat menentukan harga jual produknya sendiri secara tepat. Hal ini menjadi penting mengingat masih adanya pelaku UMKM yang menetapkan harga jual menggunakan perkiraan sehingga tidak mengetahui biaya produksi sebenarnya yang dikeluarkan untuk menghasilkan satu unit produk. Dengan menggunakan perkiraan inilah maka penentuan harga jual pun menjadi keliru. Penentuan harga jual dengan menggunakan praduga atau insting masih menjadi permasalahan bagi pelaku UMKM sehingga perhitungan harga pokok tidak dilakukan secara terperinci yang dapat memberikan masalah pada aspek lainnya misalnya terkait dengan pemasaran produk (Ariyani *et al.*, 2023). Kesalahan dalam menentukan harga pokok produksi dapat memberikan pengaruh dalam menetapkan harga jual baik terlalu tinggi atau rendah yang selanjutnya memberikan dampak pada arus kas masuk begitupun sebaliknya (Septiawan *et al.*, 2022). Kemampuan UMKM dalam melakukan pengelolaan keuangan menjadi tantangan tersendiri mengingat skala usaha yang berbeda dengan perusahaan besar dan ini dapat

menjadi salah satu faktor dalam mendorong keberhasilan UMKM (Darwin *et al.*, 2023).

Dalam kegiatan sosialisasi, pelaku UMKM diperkenalkan pengenalan terkait dengan jenis-jenis ataupun kelompok biaya apa saja yang disertakan dalam perhitungan harga pokok produksi. Setelah dikenalkan dengan kelompok biaya-biaya tersebut, selanjutnya pelaku UMKM dikenalkan dengan bagaimana cara menghitung biaya tersebut secara manual yang dapat dilakukan menggunakan bantuan excel sehingga dapat diketahui berapa harga pokok produksi untuk setiap unitnya yang nantinya menjadi acuan dalam penentuan harga jual. Perhitungan secara manual diberikan untuk meningkatkan pemahaman secara mendalam dalam menentukan harga pokok produksi dan harga jual. Berikut merupakan langkah-langkah perhitungan harga pokok yang dapat diterapkan dimulai dengan pengelompokan masing-masing biaya hingga penentuan harga jual, seperti terlihat pada Tabel 1, Tabel 2, Tabel 3 dan Tabel 4.

**Tabel 1.** Perhitungan Bahan Baku untuk Produk Donut Tape Singkong

Nama Bahan Baku	Harga per kg/gram/liter/ butir/sachet	Berat (kg/ml)	Satuan	Biaya per unit
Tepung terigu(500gr)	Rp11.000	0,5	kg	Rp5.500
Susu Cair ( 150cc)	Rp17.000	1	sachet	Rp17.000
Telur ( 2btr )	Rp30.000	0,124	butir	Rp3.720
Fermipan	Rp4.500	1	sachet	Rp4.500
Blue Band Cake(50gr)	Rp76.000	0,05	kg	Rp3.800
Susu bubuk(50gr)	Rp93.500	0,05	kg	Rp4.675
Gula Pasir(100gr)	Rp13.500	0,1	kg	Rp1.350
Minyak goreng( 500cc)	Rp14.000	0,5	liter	Rp7.000
Tape	Rp7.000	0,1	kg	Rp700
Ceres	Rp33.000	0,11	kg	Rp3.630
Total Biaya				Rp51.875
Jumlah Produk/resep		28		
Estimasi Produksi :		56	unit donat	

Sumber: Data diolah penulis.

**Tabel 2.** Perhitungan Biaya Tenaga Kerja

Keterangan	Gaji /bln	Hari kerja/ bln	Jam kerja	Kerja/jam /bulan	Gaji/j am	Waktu pembuatan (menit)	Q	Jumlah Gaji
Tenaga Kerja	Rp 1.200.000	30	8	240	Rp 5.000	15	56	Rp 70.000

Sumber: Data diolah penulis.

**Tabel 3.** Perhitungan Biaya *Overhead*

Biaya <i>Overhead</i> (Penyusutan)	Harga	Umur ekonomis	Penyusutan/tahun	Penyusutan/hari
Timbangan makanan	Rp 32.000	3	Rp 10.667	Rp 30
Wajan penggorengan	Rp 65.000	3	Rp 21.667	Rp 60
Sumpit kayu	Rp500	1	Rp 500	Rp 1
Saringan minyak	Rp25.000	1	Rp 25.000	Rp 69
Wadah plastik	Rp24.000	1	Rp 24.000	Rp 67
Kain	Rp6.000	1	Rp 6.000	Rp 17
Cetakan donat	Rp12.500	1	Rp 12.500	Rp 35
Box plastik	Rp196.000	1	Rp 196.000	Rp 544
Kompas	Rp180.000	5	Rp 36.000	Rp 100
Tabung gas	Rp165.000	5	Rp 33.000	Rp 92
		<b>Total</b>		<b>Rp 1.015</b>

Sumber: Data diolah penulis.

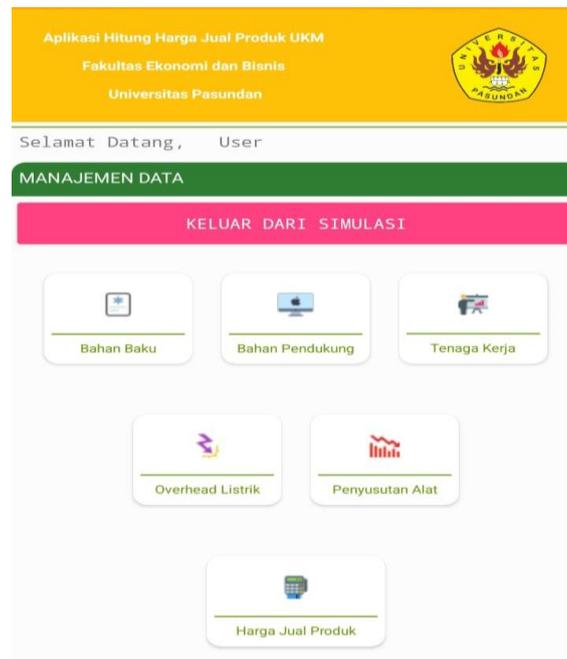
**Tabel 4.** Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Jual

Keterangan	Satuan	Harga	Jumlah	Total
<b>A. Biaya Bahan Baku</b>				
Tepung terigu	kg	Rp 11.000	1	Rp11.000
Susu cair	sachet	Rp 17.000	2	Rp34.000
Telur	butir	Rp 30.000	0,248	Rp7.440
Fermipan	sachet	Rp 4.500	2	Rp9.000
Blue band cake	kg	Rp 76.000	0,1	Rp7.600
Susu bubuk	kg	Rp 93.500	0,1	Rp9.350
Gula pasir	kg	Rp 13.500	0,2	Rp2.700
Minyak goreng	liter	Rp 14.000	1	Rp14.000
Tape	kg	Rp 7.000	0,2	Rp1.400
Coklat/ceres/keju	kg	Rp 36.000	0,22	Rp7.920
Sub Total				Rp104.410
<b>B. Biaya Bahan Pendukung</b>				
Plastik	pcs	Rp 150	56	Rp 8.400
Gas	hari	Rp 3.286	1	Rp 3.286
Sub Total				Rp 11.686
<b>C. Biaya Tenaga Kerja</b>				
				Rp 70.000
<b>D. Biaya Overhead</b>				
Biaya Penyusutan				Rp 1.015
Sub Total				Rp 1.015
Total Biaya				Rp187.111
HPP per pcs	pcs		56	Rp 3.341
Markup				20%
Harga Jual				Rp 4.010

Sumber: Data diolah penulis.

Langkah selanjutnya, dilakukan pula keikutsertaan teknologi dalam mengatasi permasalahan UMKM dengan diluncurkannya aplikasi perhitungan harga pokok produksi dan harga jual. Keterlibatan teknologi menjadi hal yang penting sebab kini sudah memasukinya revolusi 4.0 dengan berbagai fasilitas teknologi dan digital yang tersedia menjadi perlu untuk dimanfaatkan. Penggunaan aplikasi dalam mencatat keuangan sangat

diperlukan pelaku UMKM dalam memberikan kemudahan pengawasan, seperti terlihat pada Gambar 5.



**Gambar 5.** Kegiatan Sosialisasi Proses Produksi dan Penentuan Harga Pokok Produksi dan Harga Jual

Pengenalan aplikasi ini juga menjadi upaya penulis dalam mengenalkan pelaku UMKM akan teknologi sehingga pelaku UMKM dapat melek akan digitalisasi dan dapat memanfaatkan berbagai akses yang bermanfaat bagi usahanya. Perkembangan teknologi dapat merubah aktivitas konvensional ke arah digital yang berdampak pada berbagai bidang (A. Hermawan et al., 2022). Aplikasi perhitungan harga pokok produksi dan harga jual ini dapat diunduh secara gratis oleh pelaku UMKM pada Appstore dengan cara kerja yang lebih mudah. Pelaku UMKM cukup menginputkan biaya-biaya apa saja yang dikeluarkan selama proses produksi sesuai dengan icon yang terdapat dalam aplikasi selanjutnya sistem akan mengolah secara otomatis dan mengeluarkan angka harga pokok produksinya.

Setelah dilakukannya kegiatan sosialisasi dan pelatihan, menyebarkan kuesioner pun dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman atas materi yang disampaikan, Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa tingkat pemahaman pelaku UMKM atas materi yang disampaikan sebesar 75,09 persen. Hal tersebut juga memberikan gambaran kegiatan sosialisasi dan pelatihan dapat terkategori cukup berhasil walaupun memiliki keterbatasan dalam waktu pelaksanaan yang tergolong singkat, seperti terlihat pada Tabel 5.

**Tabel 5.** Tingkat Keberhasilan Sosialisasi dan Pelatihan yang Dilaksanakan

Pertanyaan	Jumlah Responden dengan Jawaban Benar	Tingkat Pemahaman
1	42	76,36%
2	43	78,18%
3	42	76,36%
4	43	78,18%
5	33	60,00%
6	38	69,09%
7	39	70,91%
8	45	81,82%
9	44	80,00%
10	44	80,00%
Rata-Rata		75,09%

Sumber: Data diolah penulis.

#### D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) dilaksanakan di Kabupaten Garut Desa Gandamekar mengingat jumlah wilayah yang tergolong luas, jumlah penduduk yang cukup besar, serta potensi alam yang belum dioptimalkan mendorong penulis untuk mengetahui potensi untuk dikembangkan sehingga memberikan dampak perekonomian yang lebih baik. Potensi Desa Gandamekar yang menjadi penghasil singkong terbaik dalam pengelohannya hanya dijadikan tape singkong saja. Kendala selanjutnya yang dihadapi yaitu kesulitannya pelaku UMKM dalam hal pengelolaan keuangan termasuk salah satunya dalam menentukan harga jual yang masih menggunakan perkiraan. Dilatarbelakangi oleh permasalahan tersebut, penulis memberikan beberapa alternatif solusi untuk menyelesaikan permasalahan ini yaitu dengan dilaksanakannya sosialisasi pentingnya diversifikasi produk (singkong viral, sate nugget tape, donat tape, dan keripik daun singkong) dalam meningkatkan nilai tambah atas produk serta edukasi pelaku UMKM dalam menentukan harga pokok produksi dan harga jual produknya. Evaluasi setelah sosialisasi dan pelatihan pun dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pertanyaan terkait materi yang disampaikan yang menunjukkan tingkat pemahaman pelaku UMKM atas materi yang disampaikan mencapai 75,09 persen sehingga kegiatan sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan dapat terkategoriikan baik.

Langkah selanjutnya kedepan diperlukan pembinaan secara kontinu dalam jangka waktu lebih panjang sehingga hasil dari kegiatan PPM dapat terlihat secara praktiknya. Tidak menutup kemungkinan dapat PPM dimasa mendatang akan dilakukannya kelanjutan atas kegiatan PPM yang kini sudah terselenggara yaitu dengan membantu memasarkan produk yang dihasilkan pelaku UMKM.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih penulis sampaikan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung yang sudah memfasilitas kegiatan pengabdian ini sehingga kegiatan ini dapat terselenggarakan dengan baik.

## DAFTAR RUJUKAN

- Ariyani, A. D., Fajri, R. N., Hidayah, N., Layli, M., Setiawan, D. F., Sari, S. W. H. P., Maula, D. I., & Hisyam, M. (2023). Pendampingan Pengelolaan Keuangan dan Pemasaran Bisnis Digital Untuk Pelaku UMKM. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 7(1), 477–490.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Kabupaten Garut Dalam Angka*.
- Cant, M. C., & Wiid, J. A. (2013). Establishing The Challenges Affecting South African SMEs. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 12(6), 707. <https://doi.org/10.19030/iber.v12i6.7869>
- Crema, M., Verbano, C., & Venturini, K. (2014). Linking strategy with open innovation and performance in SMEs. *Measuring Business Excellence*, 18(2), 14–27. <https://doi.org/10.1108/MBE-07-2013-0042>
- Darwin, K., Arizah, A., Fuada, N., & Sulistiyanti, R. (2023). *Peningkatan Daya Saing Usaha Kuliner Setelah Pandemi COVID-19*. 7(2), 1–2.
- Hermawan, A., Gunardi, A., & Sari, L. M. (2022). Intention to Use Digital Finance MSMEs: The Impact of Financial Literacy and Financial Inclusion. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 17(1). <https://doi.org/10.24843/JIAB.2022.v17.i01.p12>
- Hermawan, L. (2015). Dilema Diversifikasi Produk: Meningkatkan Pendapatan Atau Menimbulkan Kanibalisme Produk? *Jurnal Studi Manajemen*, 9(2), 142–153.
- Komara, B. D., Setiawan, H. C. B., & Kurniawan, A. (2020). Jalan Terjal UMKM dan Pedagang Kecil Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19 dan Ancaman Krisis Ekonomi Global. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 342–359.
- Kornilaki, M., Thomas, R., & Font, X. (2019). The sustainability behaviour of small firms in tourism: the role of self-efficacy and contextual constraints. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(1), 97–117. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1561706>
- Ningsih, N. A., & Kusnidar, A. A. (2022). *Price Of Sales PT Fanos Asia Unit Pringswu Lampung*. 12(3), 2191–2200.
- Njuguna, V. N. (2018). Influence of Product Diversification Strategy on Performance of Non-Financial Firms Listed At the Nairobi Securities Exchange , Kenya. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 6(6), 60–83.
- Novansa, H., & Ali, H. (2017). Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case Study SMECO Indonesia SME products). *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(8), 621–632. <https://doi.org/10.21276/sjhss>
- Oladimeji, M. S., & Udosen, I. (2019). The Effect of Diversification Strategy on Organizational Performance. *Journal of Competitiveness*, 11(4), 120–131. <https://doi.org/10.7441/joc.2019.04.08>
- Ratnamiasih, I., & Setia, B. I. (2016). Internal and External Factors that Influence Student Entrepreneurship Intention on Private Universities in Bandung. *8th Widyatama International Seminar on Sustainability*, 395–400.
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Septiawan, B., Alghifari, E. S., Herdiansyah, E., Nurwulan, L. L., & Lisda, R. (2023). *UMKM Melalui Aplikasi Berbasis Android*. 2, 275–282.

- Septiawan, B., Jayadi, A., Lisdianti, T., Falaq, G. N., Luqmansyah, J., & Rahim, M. F. (2022). Perhitungan Harga Pokok Produksi Freshtime Yogurt 250 ML Menggunakan Metode Activity Based Costing Pada Koperasi Peternak Sapi. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(5), 4329–4341. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i5.10784>
- Tallott, M., & Hilliard, R. (2016). Developing dynamic capabilities for learning and internationalization. *Baltic Journal of Management*, 11(3), 328–347. <https://doi.org/10.1108/BJM-02-2015-0060>
- Tanan, C. I., & Dhamayanti, D. (2020). Pendampingan UMKM dalam Pengelolaan Keuangan Usaha Guna Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Distrik Abepura Jayapura. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 1(2), 173–185. <https://doi.org/10.37680/amalee.v1i2.408>
- Wardiningsih, R., Wahyuningsih, B. Y., & Sugianto, R. (2021). Pelatihan Pengelolaan Keuangan bagi Pelaku UMKM Penerima BPUM sebagai Dampak Covid-19 di Desa Jenggik Kecamatan Terara. *Nusantara : Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 258–266. <https://doi.org/https://doi.org/10.36088/nusantara.v3i2.1257>