

Pengabdian masyarakat : membangun kemampuan penetapan harga produk makanan sesuai tren pasar dan target konsumen bagi UMKM

Aliah Ghina, Leriza Desitama Anggraini, Reny Aziatul Pebriani

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri, Indonesia

Penulis korespondensi : Aliah Ghina

E-mail : ghinaaliah93@uigm.ac.id

Diterima: 12 Mei 2024 | Direvisi: 02 Juni 2024 | Disetujui: 02 Juni 2024 | © Penulis 2024

Abstrak

UMKM di Indonesia memainkan peran penting dalam perekonomian nasional. Namun, banyak UMKM masih mengalami kesulitan dalam menentukan harga produk makanan yang optimal. Hal ini dapat menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membangun kemampuan UMKM dalam menetapkan harga produk makanan yang sesuai dengan tren pasar dan target konsumen. Penerapan metode kegiatan ini melibatkan pemanfaatan teknik pelatihan, pendampingan, dan konsultasi. Materi pelatihan mencakup konsep penetapan harga, analisis tren pasar, analisis target konsumen, dan strategi penetapan harga yang efektif. Hasil kegiatan menyatakan bahwa ada perubahan yang terjadi dalam peningkatan pemahaman UMKM tentang konsep penetapan harga, peningkatan kemampuan UMKM dalam menganalisis tren pasar dan target konsumen, peningkatan kemampuan UMKM dalam menetapkan harga produk makanan yang optimal.

Kata kunci: UMKM; harga produk penjualan; harga jual; tren pasar; target konsumen

Abstract

MSMEs in Indonesia play an important role in the national economy. However, many MSMEs still experience difficulties in determining optimal prices for food products. This can hinder the growth and sustainability of their business. The aim of this community service activity is to build the ability of MSMEs to set prices for food products in accordance with market trends and consumer targets. This activity method is carried out using training, mentoring and consultation methods. Training materials cover pricing concepts, market trend analysis, consumer target analysis, and effective pricing strategies. The results of the activity stated that there were changes that occurred in increasing MSMEs' understanding of the concept of pricing, increasing the ability of MSMEs in analyzing market trends and target consumers, increasing the ability of MSMEs in setting optimal prices for food products.

Keywords: MSMEs; product sales prices; selling prices; market trends; consumer targets

PENDAHULUAN

Indonesia dianugerahi dengan potensi ekonomi yang luar biasa, ditopang oleh kekayaan alam yang melimpah, sumber daya manusia (SDM) yang melimpah dan peran penting UMKM. Kombinasi ketiganya menjadi pilar utama dalam mendorong pertumbuhan dan stabilitas ekonomi nasional. Indonesia diberkati dengan kekayaan alam yang beragam, mulai dari hutan tropis yang lebat, mineral yang melimpah, hingga lautan yang luas dengan sumber daya kelautan yang tak terhitung jumlahnya. Kekayaan alam ini menjadi modal dasar bagi berbagai sektor industri, seperti pertambangan, pertanian, perikanan, dan pariwisata. Indonesia memiliki jumlah penduduk terbesar keempat di dunia yang sebagian besar merupakan penduduk usia produktif. Hal ini merupakan aset berharga bagi bangsa, yang dapat dimanfaatkan untuk mendorong kemajuan ekonomi di berbagai sektor. SDM yang terampil

dan berdaya saing menjadi kunci dalam meningkatkan produktivitas dan inovasi dalam berbagai bidang usaha (Ismail et al. 2024).

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, usaha kecil merupakan suatu kegiatan produksi yang dilakukan oleh seseorang atau badan usaha yang tidak dimiliki, dikuasai atau dimiliki sebagian langsung oleh anak perusahaan atau cabang dari sebuah perusahaan atau tidak langsung dari perusahaan menengah atau besar dan memenuhi kriteria lain yang ditetapkan oleh Menteri yang mengatur urusan di bidang koperasi dan usaha kecil dan menengah. Jumlah UMKM diperkirakan akan mencapai 64 juta pada tahun 2022, menurut Kementerian Koperasi UMKM. Meskipun mengalami sedikit penurunan dari tahun 2020, UMKM tetap menjadi sektor vital dalam perekonomian Indonesia, dengan pangsa 99,99% dari jumlah total pelaku usaha Indonesia, jauh melampaui usaha berskala besar yang hanya mencapai 0,01%. Walaupun pandemi Covid-19 telah memberi kesan negatif kepada usaha UMKM, sektor ini menunjukkan ketangguhan dan daya tahan yang luar biasa. Dengan dukungan pemerintah dan berbagai pemangku kepentingan lainnya, UMKM diharapkan dapat terus berkembang dan berkontribusi dalam memajukan perekonomian nasional (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008).

Secara keseluruhan, UMKM mempunyai peran atau kontribusi tertentu terhadap perekonomian Indonesia. Peran UMKM adalah memberikan jaring pengaman dalam menjalankan kegiatan perekonomian, khususnya bagi masyarakat berpendapatan rendah. UMKM juga berperan dalam pembentukan dan kontribusi terhadap PDB. Selain itu, perannya juga untuk memperluas penyerapan dan kesempatan kerja serta menciptakan lapangan kerja. UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, dengan kontribusinya mencapai 60,6% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap 97% tenaga kerja nasional. Keberadaan UMKM di berbagai pelosok negeri mendistribusikan pendapatan secara merata dan mendorong pertumbuhan ekonomi di daerah-daerah (Turangan 2021).



Gambar 1. Gambaran UMKM dalam Perekonomian Indonesia.

Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah menggambarkan besarnya kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional. Usaha kecil, menengah dan mikro menyumbang 96,9% dari angkatan kerja Indonesia, menyumbang 60,5% dari total PDB negara, 15,6% dari total ekspor usaha kecil dan menengah non-migas, dan 60,0% dari total investasi. Data tersebut menunjukkan bahwa

Pengabdian masyarakat : membangun kemampuan penetapan harga produk makanan sesuai tren pasar dan target konsumen bagi UMKM

usaha kecil, menengah, dan mikro merupakan salah satu pilar penggerak perekonomian nasional (Keuangan & Perekonomian, 2023).

Di satu sisi, UMKM di Indonesia berkembang sangat pesat. Di sisi lain, UMKM juga menghadapi berbagai kendala dalam operasionalnya. Salah satu kendala besar yang dihadapi UMKM adalah keterbatasan pengetahuan dan keterampilan para pelakunya dalam berbisnis. Hal ini mengakibatkan banyak pembisnis yang belum mencapai target keuntungan yang diharapkan. Banyak pelaku UMKM yang masih belum memahami konsep dasar akuntansi dan keuangan, sehingga kesulitan dalam mengelola keuangan usahanya dengan baik. Hal ini dapat mengakibatkan pencatatan keuangan yang tidak rapi, kesulitan dalam memantau arus kas, dan pengambilan keputusan keuangan yang tidak tepat. Di era digital ini, kemampuan memasarkan produk secara efektif menjadi kunci utama keberhasilan UMKM. Namun, banyak pelaku UMKM yang masih belum memahami strategi pemasaran yang sesuai dengan produk mereka, sehingga kesulitan dalam menjangkau target pasar dan meningkatkan penjualan. Dalam beberapa jenis usaha, diperlukan keterampilan teknis tertentu untuk menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas. Keterampilan ini mungkin tidak dimiliki oleh semua pelaku UMKM, sehingga berakibat pada kualitas produk atau jasa yang tidak konsisten dan tidak kompetitif (Yustitia & Adriansah, 2022).

Salah satu permasalahan besar yang dihadapi para pembisnis, khususnya UMKM ialah sulitnya menentukan harga jual dan harga pokok produk secara akurat. Hal ini, meskipun terkesan sepele, dapat berakibat fatal bagi kelangsungan usaha, terlebih bagi UMKM yang memiliki modal terbatas dan margin keuntungan yang tipis. Penentuan HPP merupakan proses yang kompleks dan vital dalam dunia bisnis. HPP didefinisikan sebagai total biaya yang dikeluarkan dalam memproduksi suatu barang atau jasa, termasuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Akurasi HPP menjadi landasan fundamental bagi beberapa aspek penting dalam bisnis,. Dengan mengetahui HPP yang tepat, barulah pelaku usaha dapat menghitung keuntungan yang diperoleh dari penjualan produk. Hal ini penting untuk mengevaluasi efektivitas strategi produksi dan menentukan harga jual yang optimal. Informasi HPP yang akurat membantu manajemen dalam mengambil keputusan strategis terkait alokasi sumber daya, seperti menentukan jumlah produk yang akan diproduksi, memilih pemasok bahan baku yang paling efisien, dan mengevaluasi efektivitas program pelatihan karyawan. Penetapan harga jual yang wajar dan kompetitif menjadi kunci utama untuk memenangkan persaingan pasar. HPP yang akurat menjadi dasar perhitungan harga jualnya tidak hanya menguntungkan bagi perusahaan tetapi juga menarik bagi konsumen (Wulandari, Prasetyo, & Purwanti, 2022).

Setelah menentukan harga pokok produksi (HPP) secara matang, langkah selanjutnya bagi pembisnis adalah penentuan harga penjualan terbaik atas produknya. Harga jual merupakan nilai tukar yang ditetapkan perusahaan terhadap pembeli atau pelanggan produk tersebut yang dihasilkannya. Menentukan harga jual yang sesuai dan akurat adalah aspek krusial dalam bisnis, karena hal ini dapat berdampak signifikan pada profitabilitas dan keberhasilan usaha (Yustitia & Adriansyah, 2022). Menghitung harga jual yang tepat dan akurat memerlukan perhitungan yang cermat dan pertimbangan berbagai faktor. Metode yang umum digunakan adalah penetapan harga mark-up di mana perusahaan menambahkan persentase keuntungan tertentu ke HPP untuk mendapatkan harga jual. Metode lain yang dapat digunakan adalah metode break-even analysis, di mana perusahaan menentukan harga jual minimum yang diperlukan untuk menutupi semua biaya dan mencapai titik impas (Bangun, Natsir, & Ngadiman, 2023).

Kemampuan menentukan harga jual yang tepat dan optimal merupakan kunci penting bagi keberhasilan usaha. Harga jual yang tepat dapat memaksimalkan keuntungan perusahaan, meningkatkan daya saing di pasar, dan menarik lebih banyak pelanggan. Dengan demikian, disarankan agar setiap pelaku usaha mempelajari dan memahami berbagai metode penentuan harga jual dan menerapkannya secara efektif dalam bisnisnya. Terletak di ujung selatan Pulau Sumatera, Sumatra Selatan (Sumsel) memancarkan pesonanya sebagai provinsi yang penuh potensi dan dinamika. Ibu kotanya, Palembang, merupakan sebuah kota bersejarah dengan budaya yang kaya dan infrastruktur yang terus berkembang. Pada akhir tahun 2023, populasi Sumsel mencapai 8.889.913 jiwa, menandakan

Pengabdian masyarakat : membangun kemampuan penetapan harga produk makanan sesuai tren pasar dan target konsumen bagi UMKM

pertumbuhan yang cukup pesat. Pertumbuhan ini didorong oleh berbagai sektor, termasuk industri, pertanian, dan yang tak kalah penting, UMKM (Limansete, n.d.).

UMKM di Sumatera Selatan ini telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir dan telah menjadi salah satu perusahaan dalam negeri sebagai penopang utama perekonomian daerah. Berbagai jenis UMKM bermunculan, mulai dari kuliner, fesyen, hingga kerajinan tangan. Kehadiran UMKM tidak hanya memberikan lapangan kerja kepada masyarakat, namun juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap PDB daerah Sumsel.(bpkgoid, n.d.).

Menurut (kemenkopukm, 2023) Pemerintah daerah Sumsel telah menunjukkan komitmennya untuk mendukung pertumbuhan UMKM melalui berbagai program dan kebijakan. Hal ini termasuk penyediaan akses permodalan, pelatihan dan pendampingan bagi pelaku usaha, serta pembangunan infrastruktur pendukung. Upaya ini telah membuahkan hasil, di mana UMKM di Sumsel terus berkembang dan menunjukkan peningkatan dalam hal kualitas dan daya saing. Potensi UMKM di Sumsel masih sangat besar untuk digali dan dikembangkan. Sumber daya alam yang kaya, budaya yang beragam, dan pasar yang luas merupakan modal utama yang akan mendorong berkembangnya UMKM di masa yang akan datang. Dengan dukungan yang berkelanjutan dari pemerintah, pelaku usaha, dan berbagai pemangku kepentingan lainnya, UMKM di Sumsel dapat menjadi lokomotif penggerak perekonomian lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Keuangan & Perekonomian, 2023).

Di era bisnis UMKM saat ini, yang paling berpeluang ialah bisnis jajanan kekinian. Ngemil kekinian adalah istilah yang mengacu pada makanan atau jajanan yang sedang populer. Ciri khasnya adalah unik, baru dan menarik dalam penampilan, rasa dan penyajian. Salah satu bisnis UMKM jajanan kekinian di Palembang ialah Egg Waffle. Egg Waffle ini merupakan nama jajanan khas Hong Kong. Wafel telur yang merupakan makanan pokok masa kanak-kanak bagi sebagian besar penduduk setempat telah mengalami lonjakan popularitas di seluruh dunia. Sebuah jaringan restoran di kota ini bahkan telah mendapat acungan jempol dari Panduan Michelin. Dibandingkan dengan perlakuan bintang yang selama ini didapat, camilan ini sebenarnya memiliki awal yang lebih sederhana (Risawati, Dihadjo, & Azizah, 2022).

Menurut (Risawati et al., 2022) Wafel telur pertama kali muncul di jalan-jalan kota pada tahun 1950-an sebagai cara untuk memanfaatkan pecahan telur yang tidak dapat dijual. Alih-alih dibuang, telur-telur ini dicampurkan ke dalam adonan dengan tepung, gula, dan susu evaporasi. Itu dituangkan ke dalam waffle iron dan dimasak di atas api arang. Untuk mendapatkan tampilan khas wafel, cetakan dibalik segera setelah adonan dituangkan. Hasilnya adalah wafel lezat yang renyah di luar dan lembut di dalam. Dalam pengabdian ini, penulis menjadikan Egg Gin Wafle sebagai objek penelitian untuk membantu peniaga yang kesulitan dalam menentukan hpp dan harga jual. Pengabdian mengembangkan program yang dapat membantu peniaga menentukan harga pokok penjualan dan harga jual produk. Program yang akan dilaksanakan yaitu membantu UMKM dalam menentukan harga pokok penjualan dan harga jual Egg Gin Waffle di Mall OPI Palembang.

METODE

Pelatihan cara menentukan harga pokok penjualan (HPP) egg waffle dan harga jual dilaksanakan dalam tiga tahap, yaitu tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi. Berikut penjelasan lebih rinci tentang setiap tahapan:

1. Tahap Perencanaan

Tahap perencanaan merupakan fase awal yang krusial bagi kelancaran pelatihan. Pada tahap ini, tim trainer melakukan beberapa langkah penting, meliputi:

- a) Pembentukan tim dan pembagian tugas: Tim trainer dibentuk dengan mempertimbangkan keahlian dan pengalaman masing-masing anggota. Pembagian tugas dilakukan secara jelas dan terstruktur untuk memastikan setiap anggota tim memiliki tanggung jawab yang spesifik.
- b) Persiapan perlengkapan: Perlengkapan yang diperlukan untuk pelatihan disiapkan dengan cermat, seperti alat tulis, papan tulis, laptop, dan proyektor. Pastikan semua perlengkapan dalam kondisi baik dan berfungsi dengan optimal.

Pengabdian masyarakat : membangun kemampuan penetapan harga produk makanan sesuai tren pasar dan target konsumen bagi UMKM

- c) Penyusunan materi pelatihan: Materi pelatihan dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhan dan tingkat pemahaman peserta. Materi dibagi menjadi beberapa sesi yang terstruktur dan mudah dipahami, dengan dilengkapi contoh-contoh kasus yang relevan dengan usaha Egg Gin Waffle.

2. Tahap Pelaksanaan

Menurut (Turangan, 2021) Tahap pelaksanaan merupakan fase dimana pelatihan berlangsung secara aktif. Pada tahap ini, tim trainer melakukan beberapa langkah, yaitu:

- Membawa seluruh perlengkapan ke lokasi pelatihan: Tim trainer memastikan semua perlengkapan yang telah disiapkan pada tahap perencanaan dibawa ke lokasi pelatihan dengan aman dan tepat waktu.
- Kedatangan tim ke lokasi: Tim trainer tiba di lokasi pelatihan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.
- Pelaksanaan tugas tim: Setiap anggota tim trainer Setiap orang menjalankan tugasnya dan bertanggung jawab penuh. Hal ini meliputi:
- Merekam segala kegiatan produksi Egg Gin Waffle untuk mendapatkan data yang akurat terkait biaya produksi.
- Memberikan pelatihan kepada owner Egg Gin Waffle tentang cara menentukan HPP dan HPPn. Pelatihan dilakukan dengan metode yang interaktif dan mudah dipahami, dengan memanfaatkan contoh-contoh kasus yang relevan dengan usaha Egg Gin Waffle.
- Memfasilitasi sesi tanya jawab untuk memberikan kesempatan kepada owner Egg Gin Waffle untuk bertanya dan mendapatkan penjelasan lebih lanjut terkait materi pelatihan.
- Membuat laporan atas kegiatan yang telah dilakukan untuk mendokumentasikan proses pelatihan dan sebagai bahan evaluasi di masa depan.

3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi merupakan fase akhir yang bertujuan untuk menilai efektivitas pelatihan dan mengidentifikasi area-area yang perlu diperbaiki di masa depan. Pada tahap ini, tim trainer melakukan beberapa langkah, yaitu:

- Melakukan evaluasi proses pelatihan: Tim trainer melakukan evaluasi terhadap keseluruhan proses pelatihan, mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Evaluasi dilakukan dengan cara menganalisis laporan kegiatan, hasil sesi tanya jawab, dan feedback dari owner Egg Gin Waffle.
- Menampung masukan dan kendala: Tim trainer menampung masukan dan kendala yang dialami oleh owner Egg Gin Waffle selama menjalankan proses usaha. Masukan dan kendala ini akan dianalisis untuk menjadi acuan dalam menyusun materi pelatihan yang lebih baik di masa depan.
- Membuat laporan evaluasi: Tim trainer membuat laporan evaluasi yang berisi kesimpulan dan rekomendasi untuk perbaikan pelatihan di masa depan. Laporan evaluasi ini akan digunakan sebagai bahan acuan untuk meningkatkan kualitas pelatihan dan memberikan manfaat yang lebih maksimal bagi para peserta.

Metode pelaksanaan pelatihan ini dirancang dengan sistematis dan terstruktur, dengan memperhatikan setiap tahapan dan langkah-langkah yang diperlukan untuk memastikan kelancaran dan efektivitas pelatihan. Dengan metode ini, diharapkan owner Egg Gin Waffle dapat memahami dengan baik cara menentukan HPP dan HPPn, sehingga dapat menerapkannya dengan tepat dalam pengelolaan usahanya (Luh Gede Bevi Libraeni et al., 2022).

Tabel 1. Indikator Ketercapaian Program

No	Sebelum Pendampingan	Indikator Keberhasilan	Tolak Ukur
----	----------------------	------------------------	------------

1.	Pelaku usaha belum memahami pentingnya menghitung harga pokok penjualan dan harga jual.	Pelaku usaha memahami pentingnya menghitung harga pokok penjualan dan harga jual.	Pelaku usaha memahami pentingnya menghitung Harga Pokok Penjualan dan Harga Jual.
2.	Pelaku usaha kurang terampil dalam menghitung harga pokok penjualan dan harga jual.	Pengetahuan dan kemampuan pelaku usaha dalam menentukan harga pokok penjualan dan harga jual.	Pelaku usaha memahami dan mampu menentukan harga jual dan harga jualan



Gambar 2. Tahapan pelaksanaan kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis melakukan kegiatan pengabdian pada masyarakat guna fokus membantu pelaku usaha di OPI Mall salah satu mall di Palembang dalam penentuan harga pokok penjualan (HPP) dan harga jual (HJ). Kegiatan ini dilaksanakan selama dua hari, dengan mempertimbangkan kondisi waktu saat mall ramai dikunjungi pengunjung untuk memaksimalkan jangkauan dan efektivitas program (Publikasi et al., 2023).

Berdasarkan hasil wawancara pendahuluan, teridentifikasi beberapa permasalahan utama yang dihadapi pelaku usaha terkait HPP dan HJ. yang terdiri dari :

- 1) Kurangnya pemahaman tentang arti penting HPP dan HJ: Banyak pelaku usaha belum memahami secara mendalam peran krusial HPP dan HJ dalam menentukan profitabilitas dan keberlanjutan usaha. Hal ini dapat berakibat pada penetapan harga jual yang tidak optimal, sehingga berpotensi merugikan usaha.
- 2) Kurangnya pemahaman unsur-unsur penghitungan HPP dan HJ: Pelaku usaha kesulitan dalam mengidentifikasi dan memahami unsur-unsur yang perlu dihitung dalam HPP dan HJ. Hal ini dapat menyebabkan perhitungan harga yang tidak akurat, sehingga mengaburkan gambaran profitabilitas usaha yang sebenarnya.
- 3) Kurang kemahiran mengira HPP dan HJ: Keupayaan pelaku perniagaan mengira HPP dan HJ dengan tepat masih perlu dipertingkatkan. Ini mungkin disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan, minimnya pelatihan, atau kurangnya akses terhadap alat bantu perhitungan.

Tabel 2. Pelaksanaan kegiatan pendampingan

Pertemuan	Hari, Tanggal	Materi
1	Senin, 5 Maret 2024	Peninjauan awal untuk mengidentifikasi permasalahan pada pelaku usaha
2	Selasa, 6 Maret 2024	Membuat program yang memecahkan masalah bagi pelaku bisnis
3	Rabu, 7 Maret 2024	Mengkoordinasikan dan menyetujui pelaksanaan rencana yang telah disiapkan
4	Kamis, 8 Maret 2024	Memberikan contoh kasus untuk menghitung harga pokok penjualan dan harga jual. Serta membuat catatan kecil tentang pentingnya harga pokok penjualan dan harga jual.

Pengabdian masyarakat : membangun kemampuan penetapan harga produk makanan sesuai tren pasar dan target konsumen bagi UMKM

Pertemuan	Hari, Tanggal	Materi
5	Jumat, 9 Maret 2024	Menjelaskan waktu, tempat dan teknis cara pelaksanaan acara
6	Sabtu, 10 Maret 2024 - Minggu, 11 Maret 2024	Pelaksanaan kegiatan
7	Senin, 12 Maret 2024	Evaluasi kegiatan
8	Selasa, 13 Maret 2024	Penyusunan laporan

Pelaksanaan Kegiatan

Langkah awal dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah dengan melakukan pendampingan dan wawancara mendalam kepada para pelaku bisnis OPI Mall di Palembang. Pendampingan dan wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi dan memahami secara komprehensif mengenai kondisi usaha mereka, pengetahuan dan pemahaman mereka tentang HPP dan HJ, serta permasalahan yang mereka hadapi dalam menentukan HPP dan HJ.



Gambar 1. Suasana Pelatihan Penyusunan HPP



Gambar 2. Suasana Pelatihan Penyusunan Harga Jual

Tabel 3. Pertanyaan dan jawaban dari wawancara dengan pelaku UMKM Egg Ghin Waffle di OPI Mall Palembang

Pertanyaan	Jawaban
Berapa lama usaha Egg Ghin Waffle sudah beroperasi?	3 tahun
Berapa banyak produk yang ditawarkan Egg Ghin Waffle?	5 jenis waffle dengan berbagai topping dan berbagai rasa
Berapa rentang harga jual produk Egg Ghin Waffle?	Rp 15.000 - Rp 25.000
Bagaimana cara menentukan harga jual produk Egg Ghin Waffle?	Berdasarkan harga bahan baku dan perkiraan keuntungan
Apakah Anda pernah menghitung HPP dan HJ produk Egg Ghin Waffle?	Belum pernah
Apakah Anda memahami arti penting HPP dan HJ bagi usaha Anda?	Kurang memahami
Permasalahan apa yang Anda hadapi dalam menentukan HPP dan HJ?	Kesulitan menghitung biaya produksi dan menentukan harga jual terbaik

Pengabdian masyarakat : membangun kemampuan penetapan harga produk makanan sesuai tren pasar dan target konsumen bagi UMKM

Berdasarkan pendampingan dan hasil wawancara, masih banyak pelaku perekonomian khususnya usaha kecil, menengah dan mikro yang belum memiliki pemahaman mendalam tentang konsep dan peran penting harga pokok penjualan (HPP) dan harga jual (HJ) dalam stabilitas usahanya. dan profitabilitas. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti minimnya edukasi dan pelatihan tentang HPP dan HJ, kurangnya akses terhadap informasi dan sumber daya terkait, atau keterbatasan kemampuan dalam mengelola keuangan usaha.

Setelah memahami permasalahan tersebut, penulis mulai mengembangkan program pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku korporasi dalam menentukan HPP dan HJ untuk produknya. Program ini diharapkan dapat membantu pelaku korporasi mencapai profitabilitas dan keberlanjutan usaha yang lebih baik. Sebelum melaksanakan program pengabdian, penulis melakukan koordinasi dan perizinan yang diperlukan. Hal ini dilakukan untuk memastikan kelancaran dan kesuksesan program. Penulis berkoordinasi dengan pihak-pihak terkait, seperti OPI Mall Palembang dan UMKM Egg Ghin Waffle, untuk mendapatkan persetujuan dan dukungan dalam pelaksanaan program (Bangun et al., 2023).

Setelah mendapatkan izin, penulis mempersiapkan bahan dan materi yang akan disampaikan dalam kegiatan pengabdian. Materi tersebut dirancang dengan cermat, mempertimbangkan kebutuhan dan tingkat pemahaman para pelaku usaha. Pada tanggal 10 dan 11 Maret 2024, penulis melaksanakan kegiatan pengabdian di UMKM Egg Ghin Waffle yang berlokasi di OPI Mall Palembang. Pada tanggal 10 Maret 2024, pukul 12.30 WIB, penulis tiba di UMKM Egg Ghin Waffle dan memulai kegiatan dengan menyampaikan materi dasar tentang pentingnya menentukan HPP dan HJ produk.

Materi disajikan secara interaktif dan mudah dipahami. Penulis menggunakan berbagai metode pembelajaran seperti pemaparan materi, diskusi, dan tanya jawab untuk memastikan para pelaku bisnis dapat memahami materi dengan baik. Penulis juga memberikan studi kasus terkait bisnis Egg Ghin Waffle untuk membantu pelaku usaha memahami penerapan HPP dan HJ dalam konteks bisnisnya (Bangun et al., 2023).

Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat membawa manfaat yang nyata bagi pengusaha usaha kecil, menengah, dan mikro Egg Ghin Waffle. Dengan memahami dan menerapkan HPP dan HJ secara tepat, diharapkan para pelaku usaha dapat meningkatkan profitabilitas dan keberlanjutan usaha mereka, serta berkontribusi positif bagi perekonomian lokal (Handayani & Manajemen, 2020).

Evaluasi

Tahap evaluasi merupakan fase penting dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk mengukur efektivitas program dan mengidentifikasi area-area yang perlu diperbaiki di masa depan. Dalam kegiatan ini, penulis menggunakan pendekatan partisipatif, di mana para pelaku usaha UMKM Egg Ghin Waffle secara aktif terlibat dalam proses evaluasi. Pendekatan ini memungkinkan penulis memperoleh informasi lebih dalam mengenai pengetahuan pelaku usaha dalam menerapkan materi yang telah disampaikan sebelumnya.

Pada tahap evaluasi, penulis memberikan pendampingan langsung kepada peniaga dalam perhitungan dan penentuan harga jual produknya. Penulis mengamati dengan cermat bagaimana para pelaku usaha menghitung HPP dan HJ, dan memberikan bimbingan serta arahan yang diperlukan. Penulis juga mendorong para pelaku usaha untuk mendiskusikan kesulitan yang mereka hadapi dalam proses perhitungan, dan bersama-sama mencari solusi yang tepat.

Dari pengamatan tersebut, penulis mengidentifikasi beberapa kendala yang dihadapi peniaga dalam menghitung harga pokok penjualan dan harga jual. Kendala yang paling umum adalah kurangnya kebiasaan dalam menghitung seluruh biaya produksi. Hal ini menyebabkan para pelaku usaha terkadang lupa atau tidak memasukkan beberapa komponen biaya dalam perhitungan mereka. Untuk mengatasi kendala tersebut, penulis dan pelaku usaha berdiskusi dan sepakat untuk mencatat secara cermat seluruh bahan baku, bahan penolong, dan (overhead pabrik) dalam produksi. Dengan cara ini diharapkan tidak ada lagi bagian biaya produksi yang hilang.

Pengabdian masyarakat : membangun kemampuan penetapan harga produk makanan sesuai tren pasar dan target konsumen bagi UMKM

Secara keseluruhan, hasil evaluasi menggambarkan bahwa para pelaku usaha UMKM Egg Ghin Waffle mengalami kemajuan positif dalam menentukan harga jual produknya. Hal ini terlihat dari kemampuan mereka dalam menghitung harga jual produk dengan terlebih dahulu menghitung HPP. Perkembangan ini menggambarkan bahwa peningkatan pemahaman dan kemampuan peniaga dalam menghitung COGS dan HJ, sehingga diharapkan dapat membantu mereka mencapai profitabilitas dan keberlanjutan usaha yang lebih baik.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian berbasis penelitian (PBP) bertajuk “Membantu UMKM Wafel Kuning Telur OPI Mall dalam Penetapan Harga Pokok Produksi (HPP) dan Harga Jual” berjalan lancar meski menghadapi beberapa kendala. Bantuan tersebut bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku usaha UMKM Egg Ghin Waffle dalam menentukan HPP dan HJ, sehingga dapat membantu mereka dalam mencapai profitabilitas dan keberlanjutan usaha yang lebih baik. Berikut adalah beberapa hasil yang dicapai dari kegiatan pendampingan ini: 1). Peningkatan pemahaman pelaku usaha tentang arti penting HPP: Sebelum pendampingan, banyak pelaku usaha yang belum memahami dengan jelas harga pokok penjualan berperan penting dalam menentukan harga suatu produk dijual. Melalui bantuan ini, para pelaku usaha menyadari bahwa harga pokok penjualan merupakan faktor penting dalam menentukan profitabilitas dan daya saing usahanya di pasar; 2). Peningkatan kemampuan pelaku usaha dalam menghitung HPP: Pada awal pendampingan, sebagian besar pelaku usaha belum memiliki kemampuan untuk menghitung HPP secara akurat. Melalui pelatihan dan pendampingan yang diberikan, para pelaku usaha sudah mampu memahami elemen-elemen yang perlu dihitung dalam HPP dan dapat menghitung HPP produk mereka dengan lebih tepat; 3). Peningkatan kesadaran pelaku usaha dalam menerapkan HPP dan HJ: Padahal pelaku usaha sudah paham dan mampu menghitung HPP, masih ada beberapa yang ragu dalam menerapkannya dalam menentukan harga jual produk. Pendampingan ini membantu para pelaku usaha untuk memahami manfaat menerapkan HPP dan HJ dalam meningkatkan keuntungan usaha mereka.

Meskipun kegiatan pendampingan ini telah mencapai beberapa hasil yang positif, Masih terdapat beberapa kendala, antara lain: 1). Kekurangan pengetahuan dan pengalaman para pelaku usaha dalam mengelola keuangan usaha: Hal ini menyebabkan beberapa pelaku usaha masih kesulitan dalam memahami konsep HPP dan HJ secara mendalam; 2). Minimnya akses terhadap informasi dan sumber daya terkait HPP dan HJ: Para pelaku usaha mengalami kesulitan dalam mencari informasi dan sumber daya yang dapat membantu mereka dalam menghitung dan menerapkan HPP dan HJ dengan tepat; 3). Keterbatasan waktu pendampingan: Durasi pendampingan yang terbatas tidak memungkinkan para pelaku usaha untuk mendapatkan pelatihan dan pendampingan yang lebih mendalam.

Meskipun terdapat beberapa kendala, secara keseluruhan kegiatan pendampingan ini dapat dikatakan berhasil. Pelaku usaha menunjukkan pemahaman dan kemampuan yang lebih baik dalam menentukan HPP dan HJ, sehingga diharapkan dapat membantu mereka mencapai profitabilitas dan keberlanjutan usaha yang lebih baik.

Disarankan bagi UMKM peserta bantuan ini untuk menerapkan dan menerapkan ilmu yang diperoleh dari kegiatan pengabdian ini. Tujuannya untuk memahami efektivitas penghitungan biaya produksi yang dimiliki suatu usaha. Dengan penerapan yang konsisten dan berkelanjutan, pengetahuan tentang HPP dan HJ diharapkan dapat menjadi kunci bagi para pelaku usaha UMKM di Palembang untuk mencapai profitabilitas, daya saing, dan keberlanjutan usaha yang lebih baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Indo Global Mandiri yang sudah mendukung terlaksananya kegiatan Pengabdian melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat : Membangun Kemampuan Penetapan Harga Produk Makanan Sesuai Tren Pasar Dan Target Konsumen Bagi UMKM. Selain itu penulis juga mengucapkan terima

Pengabdian masyarakat : membangun kemampuan penetapan harga produk makanan sesuai tren pasar dan target konsumen bagi UMKM

kasih kepada para peserta pelatihan UMKM yang telah bekerjasama dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

DAFTAR RUJUKAN

- Bangun, N., Natsir, K., & Ngadiman, N. (2023). Pelatihan Penentuan Harga Pokok Produksi Pada Kelompok UMKM di Kelapa Dua Tangerang. *Jurnal Bakti Masyarakat ...*, 6(2), 321–328.
- bpkgoid. (n.d.). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Handayani, R., & Manajemen, P. S. (2020). *Sosialisasi Penghitungan Harga Pokok Penjualan Dan Harga*. 6(1), 1–8.
- Keuangan, S., & Perekonomian, D. A. N. (2023). *9102-28625-1-Sm*. 11(2), 133–144.
- Limansete, H. (n.d.). UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia.
- Luh Gede Bevi Libraeni, Desmayani, N. M. M. R., Devi Valentino Waas, Ayu Gede Willdahlia, Gede Surya Mahendra, Ni Wayan Wardani, & Putu Gede Surya Cipta Nugraha. (2022). Pelatihan Penentuan Harga Pokok Penjualan pada Toko Kue Dapur Friska. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 3(2), 255–265. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v3i2.973>
- Publikasi, A. J., Fahriani, D., Dwi Anggraini, A., Wadhah, A. N., Syarif'ah, S. N., & Pramesari, F. T. (2023). 614-618) 2,3,4,5 Fakultas Ekonomi. *Rangkah Kidul Sidoarjo*, 1(6), 61234.
- Risawati, Dihadjo, D., & Azizah, N. (2022). Pengabdian Deli Sumatera Jurnal Pengabdian Masyarakat Pengabdian Deli Sumatera Jurnal Pengabdian Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 2–4.
- Turangan, J. A. (2021). Perhitungan Harga Pokok Penjualan Dan Harga Jual Produk Untuk Keberlangsungan Umkm Dapur Pipit, Jambi. *Prosiding SENAPENMAS*, 735. <https://doi.org/10.24912/psenapenmas.v0i0.15096>
- Wulandari, E., Prasetyo, M. S., & Purwanti, T. (2022). Pengabdian Kepada Masyarakat Di Usaha Sepatu Mojo, Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi (Hpp) Dalam Menentukan Harga Jual. *Budimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 1–7. <https://doi.org/10.29040/budimas.v4i2.5704>
- Yustitia, E., & Adriansah, A. (2022). Pendampingan Penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) dan Harga Jual pada UMKM di Desa Sawahkulon. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1–9. https://doi.org/10.32764/abdimas_ekon.v3i1.2506