

Received: September 2021

Accepted: November 2021

Published: Januari 2022

Article DOI: <http://dx.doi.org/10.24903/jam.v6i1.1141>

## **Edukasi Penentuan Harga Jual Produk UMKM melalui Perhitungan Harga Pokok Produksi**

*Muhammad Hamdan Sayadi**Universitas Indo Global Mandiri*[\*hamdansayadi@uigm.ac.id\*](mailto:hamdansayadi@uigm.ac.id)

### **Abstrak**

Kegiatan ini bertujuan melakukan pendampingan perhitungan harga pokok produksi yang dijadikan pertimbangan utama dalam penentuan harga jual produk. Kegiatan ini akan dilakukan dengan mitra yang fokus pada penjualan produk deodoran spray rumahan. Kegiatan ini dilaksanakan pada bulan Mei – Juni 2021. Beberapa hal yang menjadi permasalahan mitra antara lain, belum pernah menghitung harga pokok produksi, penentuan harga jual produk hanya menggunakan asumsi pribadi, tidak diketahui apakah harga jual produk diatas atau dibawah harga pokok produksi. Langkah pertama melakukan perhitungan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan bahan baku sebagai bahan untuk membuat produk deodoran. Langkah selanjutnya melakukan perhitungan biaya yang digunakan untuk membuat deodoran selain biaya bahan baku langsung. Kesalahan dalam perhitungan harga pokok produksi akan mengakibatkan kesalahan dalam menentukan harga jual. Awal mula kerugian suatu bisnis berawal dari kesalahan dalam menentukan harga jual. Mitra selama ini melakukan perhitungan hanya berdasarkan harga perkiraan dalam menentukan harga jual produk deodoran spray ukuran 60 dan 100ml. Mitra tidak mengetahui cara menentukan harga yang akan digunakan sebagai dasar produk untuk dijual. Dapat disimpulkan bahwa selama ini mitra tidak mengetahui dengan pasti harga pokok produksi untuk membuat sebuah produk deodoran spray baik ukuran 60ml dan 100ml. Setelah kegiatan ini, mitra diharapkan dapat mengetahui cara perhitungan harga pokok produksi dan penentuan harga jual dan mengetahui pentingnya penentuan tersebut melalui perhitungan yang sesuai standar.

**Kata Kunci:** Harga Pokok Produksi, Laporan Keuangan, Pencatatan, Harga Jual

### **Pendahuluan**

Indonesia saat ini memasuki fase perkembangan ekonomi hingga ke daerah-daerah terpencil dengan begitu pesat. Hal tersebut ditandai dengan menjamurnya para pelaku UMKM khususnya di era digital seperti sekarang ini. Dilihat dari jumlah pertumbuhan, UMKM merupakan unit usaha yang paling cepat pertumbuhannya. Jenis-jenis UMKM yang banyak bermunculan seperti UMKM dalam bidang,jasa, perdagangan, manufaktur dan lain sebagainya (Hutauruk, 2020).

UMKM merupakan salah satu kelompok usaha yang dapat dijadikan oleh pemerintah sebagai langkah untuk mengurangi tingkat kemiskinan di Indonesia (Firmansyah dkk, 2019). UMKM

yang berada hingga jauh ke pedesaan dapat mengurangi kesenjangan ekonomi di Indonesia bila dibandingkan dengan perusahaan besar yang secara umum hanya fokus di kota-kota besar. Dengan potensi yang tersebut, pemerintah sudah sepatutnya harus terus mendukung perkembangan dan pertumbuhan serta kemajuan UMKM bukan hanya pada level pedesaan melainkan level nasional bahkan mancanegara.

Hafni dan Rozali (2015) laju pertumbuhan ekonomi yang baik dapat menggunakan indikator penyerapan tenaga kerja yang tinggi, terutama UMKM yang berkontribusi mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. UMKM dapat memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga, mengurangi tingkat pengangguran, dan memenuhi kebutuhan masyarakat akan berbagai variasi makanan (Undari dan Lubis, 2021).

Rosita (2020) menyatakan UMKM terkena dampak covid-19 pada beberapa sektor seperti, penyedia akomodasi, pariwisata, dan makan minum, perdagangan besar dan eceran dll. Sementara peran UMKM memiliki arti penting bagi perekonomian daerah sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi (Halim, 2020). UMKM juga digadang-gadang sebagai ekonomi kerakyatan berbasis kearifan lokal (Rosmadi, 2019) dan sebagai pilar dalam meningkatkan perekonomian negara (Sarfiyah dkk, 2019).

UMKM yang baik merupakan mereka yang mampu mengelola keberadaan dan keberlangsungan usahanya dengan baik. Salah satu tolak ukur yang dapat digunakan untuk mengetahui suatu UMKM termasuk kategori baik atau tidak ialah dengan melihat pengelolaan keuangannya. Para pemilik UMKM seharusnya memisahkan aset-aset pribadi mereka dengan aset-aset entitas usaha agar mereka dapat mengetahui dengan benar jumlah laba, aset, maupun modal entitas usahanya. Pengelolaan keuangan yang baik juga akan memberikan dampak yang baik untuk keberlangsungan usaha UMKM seperti mendapat kepercayaan para investor. Investor tidak akan mau menginvestasikan dana mereka pada entitas usaha yang tidak jelas pengelolaan keuangannya. Laporan keuangan merupakan aspek penting yang pertama kali dilihat oleh para investor sebelum mereka memutuskan apakah akan melakukan investasi pada suatu entitas atau tidak. Laporan keuangan untuk UMKM dapat mengikuti panduan sesuai standar yang berlaku untuk EMKM (IAI, 2016).

Awal mula pengelolaan keuangan yang baik dilakukan dengan melakukan pencatatan atau dalam bahasa akuntansi disebut dengan jurnal. Pencatatan dilakukan pada setiap transaksi yang dilakukan oleh entitas bisnis, seperti pembelian barang, penjualan barang, hutang kepada pihak lain, pelanggan yang membeli dengan kredit dan lain sebagainya. Apabila UMKM tidak melakukan pencatatan atau jurnal atas setiap transaksi yang terjadi pada entitas usaha mereka, mustahil untuk bisa mengetahui dengan pasti jumlah laba yang diperolehnya. Tidak dilakukannya pencatatan merupakan langkah awal suatu entitas usaha menuju kerugian atau bahkan mengalami kebangkrutan di masa mendatang.

Komponen lainnya yang sering dilalaikan oleh para pelaku UMKM ialah perhitungan harga pokok produksi. Kebanyakan UMKM masih menerapkan metode penentuan harga jual hanya berdasarkan perkiraan atau asumsi pribadi tanpa melakukan perhitungan sendiri atau bertanya pada pihak yang berkompeten seperti para akuntan. Kesalahan dalam menentukan harga jual akan mengakibatkan kerugian pada entitas usaha bahkan dapat mengalami kebangkrutan. Tanda awal masalah keuangan yang akan dihadapi oleh para pelaku UMKM apabila tidak benar dalam menentukan harga jual ialah dengan merasa entitas usaha mereka seperti tidak mendapatkan keuntungan padahal pesanan atau penjualan terus berdatangan.

### Permasalahan Mitra

Setiap penggiat UMKM pasti menghendaki keuntungan atas bisnis yang dikelolanya. Namun keuntungan yang didambakan dapat berubah menjadi kerugian apabila tanpa didasari ilmu dalam mengelola laporan keuangan khususnya tentang perhitungan harga pokok produksi. Kesalahan dalam perhitungan harga pokok produksi akan mengakibatkan kesalahan dalam menentukan harga jual. Awal mula kerugian suatu bisnis berawal dari kesalahan dalam menentukan harga jual. Sayadi (2019) menyatakan bahwa harga pokok produksi yang ditentukan dengan benar akan memengaruhi keuntungan perusahaan.

Beberapa hal yang menjadi permasalahan mitra antara lain, belum pernah menghitung harga pokok produksi, penentuan harga yang dijadikan dasar untuk memasarkan produk hanya menggunakan asumsi pribadi, dan tidak diketahui apakah harga jual produk diatas atau dibawah harga pokok produksi.

### Metode

Metode yang biasa digunakan dalam program PKM antara lain 1) metode ceramah, 2) metode tutorial, dan 3) metode diskusi (Sayadi, 2021). Metode yang digunakan dalam pembahasan ini ialah metode edukasi. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan mengumpulkan data pembuatan produk deodoran dan melakukan perhitungan harga pokok produksi serta menentukan harga jual yang tepat bagi UMKM.

Melakukan penentuan harga jual berdasarkan harga pokok produksi. Penulis menghitung harga pokok produksi produk UMKM berupa deodoran. Langkah pertama melakukan perhitungan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan bahan baku sebagai bahan untuk membuat produk deodoran. Langkah selanjutnya melakukan perhitungan biaya yang digunakan untuk membuat deodoran selain biaya bahan baku langsung.

Rincian masalah:

1. Belum pernah menghitung harga pokok produksi.
2. Penentuan harga yang dijadikan dasar untuk memasarkan produk hanya menggunakan asumsi pribadi.
3. Tidak diketahui apakah harga jual produk diatas atau dibawah harga pokok produksi.



1. Penjelasan tentang pentingnya melakukan perhitungan harga pokok produksi sebelum menentukan harga yang digunakan untuk memasarkan produk
2. Melakukan perhitungan harga pokok produksi dan penentuan harga yang digunakan untuk memasarkan produk



1. Kegiatan berjalan dengan lancar
2. Perhitungan dilakukan oleh orang yang berkompeten



1. Mitra mengetahui cara perhitungan harga pokok produksi dan penentuan harga jual
2. Mitra mengetahui pentingnya penentuan harga pokok produksi dan harga jual

Gambar 1. Metode Pelaksanaan

### Hasil dan Pembahasan

Produk UMKM berupa deodoran ini memiliki ukuran berbeda-beda. Deodoran ini dipasarkan dengan konsep yang berbeda dengan produk serupa pada umumnya. Jika pada umumnya deodoran dipasarkan dengan bentuk atau model roll on, produk UMKM ini menggunakan deodoran berbentuk spray atau semprotan. Ukuran deodoran spray ini seperti 60 ml dan 100 ml. Bahan baku yang digunakan untuk membuat deodoran spray ini berupa alum stone yang merupakan tawas atau kristal garam natural.

### Penentuan harga untuk deodoran spray ukuran kecil (60ml) adalah sebagai berikut:

Penentuan biaya pembuatan deodoran spray ukuran 60ml

Bahan Baku	Harga
Alum stone/tawas	Rp 100
Air mineral	Rp 400
Botol dan tutupnya	Rp 2.500
<b>Total Biaya Bahan Baku</b>	<b>Rp 3.000</b>

Tabel 1. Biaya Bahan Baku Pembuatan Deodoran Spray

Komponen	Harga(Rp)
produk perjam	Rp 12.000
Produksiper produk 5 menit (60ml)	Rp 1.000
<b>Total Biaya Upahper produk (60ml)</b>	<b>Rp 1.000</b>

Tabel 2. Upah (Komponen)

Komponen Operasi	Harga(Rp)
BahanBakar	Rp 5.000
<b>Total dari komponen operasional</b>	<b>Rp 5.000</b>

Tabel 3. Komponen Operasi

### Perhitungan HPP

Total BiayaProduksi = Bahanbaku yang digunakan + Komponen upah + Komponen operasional

$$= \text{Rp } 3.000 + \text{Rp } 1.000 + \text{Rp } 5.000$$

$$= \text{Rp } 9.000$$

$$\text{Harga Pokok Produksi} = \text{Total biaya produksi} + \text{Nilai persediaan (saldo awal)} - \text{Nilai persediaan (Saldo akhir)}$$

$$= \text{Rp } 9.000 + 0 + 0$$

$$= \text{Rp } 9.000$$

$$\% \text{ Mark Up} = \text{Rp } 9.000 + (50\% \times \text{Rp } 9.000)$$

$$= \text{Rp } 13.500$$

$$\text{Laba} = \text{Harga Jual} - \text{Harga Pokok Produksi}$$

$$= \text{Rp } 13.500 - \text{Rp } 9.000$$

$$= \text{Rp } 4.500$$

Jika dalam 1 bulan UMKM dapat menjual 100 buah deodoran spray ukuran 60 ml, maka penjual mendapat keuntungan sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual} \quad \text{Rp } 13.500 \times 100 \quad = \text{Rp } 1.350.000$$

$$\text{Harga Pokok Produksi} \quad \text{Rp } 9.000 \times 100 \quad = \text{Rp } 900.000$$

---


$$\text{Laba} \quad = \text{Rp } 450.000$$

**Penentuan harga untuk produk deodoran spray ukuran besar (100ml) adalah sebagai berikut:**

Penentuan biaya pembuatan deodoran spray ukuran 100ml

<b>Bahan Baku</b>	<b>Harga</b>
Alum stone/tawas	Rp 150
Air mineral	Rp 500
Botol dan tutupnya	Rp 3.000
<b>Total Biaya Bahan Baku</b>	<b>Rp 3.650</b>

Tabel 4. Biaya Bahan Baku Pembuatan Deodoran Spray

<b>Biaya Upah</b>	<b>Harga</b>
Upah perjam	Rp 12.000
Lama produksi per produk 5 menit (60ml)	Rp 1.000
<b>Total Biaya Upah per produk (60ml)</b>	<b>Rp 1.000</b>

Tabel 5. Biaya Upah

<b>Biaya Operasional</b>	<b>Harga</b>
Biaya Bahan Bakar (transport)	Rp 5.000

Total Biaya Operasional Rp 5.000

Tabel 6. Biaya Operasional

**Perhitungan HPP**

Total Biaya Produksi = Bahan baku yang digunakan + Komponen upah + Komponen operasional  
 = Rp 3.650 + Rp 1.000 + Rp 5.000  
 = Rp 9.650

Harga Pokok Produksi = Total biaya produksi + Nilai persediaan (saldo awal) – Nilai persediaan (Saldo akhir)  
 = Rp 9.650 + 0 + 0  
 = Rp 9.650

% Mark Up = Rp 9.650 + (50% x Rp 9.650)  
 = Rp 14.475

Laba = Harga Jual – Harga Pokok Produksi  
 = Rp 14.475 – Rp 9.650  
 = Rp 4.825

Jika dalam 1 bulan UMKM dapat menjual 100 buah deodoran spray ukuran 100 ml, maka penjual mendapat keuntungan sebagai berikut:

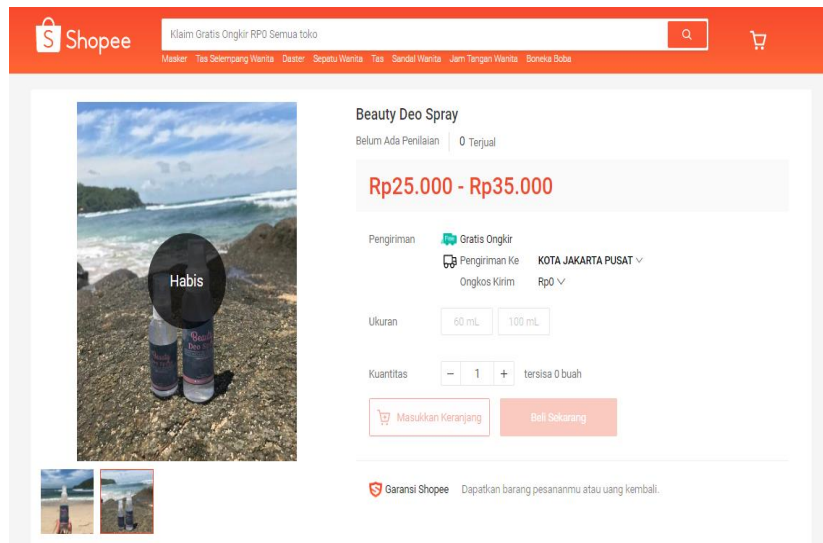
Harga Jual Rp 14.475 x 100 = Rp 1.447.500  
 Harga Pokok Produksi Rp 9.650 x 100 = Rp 965.000

Laba = Rp 482.500

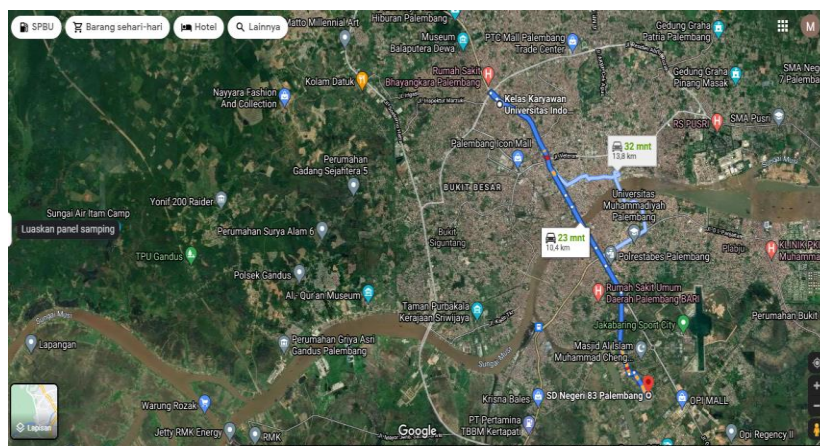


Gambar 2. Produk Deodoran UMKM





Gambar 3. Media Pemasaran Produk melalui Media Sosial



Gambar 4. Lokasi Mitra ditempuh dari Universitas

## Simpulan dan rekomendasi

### Simpulan

Mitra selama ini melakukan perhitungan hanya berdasarkan harga perkiraan dalam menentukan harga jual produk deodoran spray ukuran 60 dan 100ml. Mitra tidak mengetahui cara menentukan harga yang akan digunakan sebagai dasar produk untuk dijual. Dapat disimpulkan bahwa selama ini mitra tidak mengetahui dengan pasti harga pokok produksi untuk membuat sebuah produk deodoran spray baik ukuran 60ml dan 100ml.

### Rekomendasi

Penentuan harga pokok produksi sebaiknya dilakukan oleh setiap UMKM agar tidak terjadi kesalahan dalam menentukan harga jual. Harga jual yang berada dibawah harga pokok produksi akan menyebabkan kerugian, sementara harga yang dijadikan dasar sebagai tolak ukur produk yang dijual terlalu tinggi dari harga dasar akan menyebabkan produk tidak laku di pasaran.

### Daftar Pustaka

- Firmansyah, A., Amardianto, A., & Aji, M. E. N 2019, 'Edukasi Akuntansi dan Bimbingan Teknis Penyusunan Laporan Keuangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah', *JPM Wikrama Parahita*, vol. 3, no. 2, pp 57-63.
- Hafni, R., & Rozali, A 2015, 'Analisis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Di Indonesia', *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, vol. 15, no. 2, pp 77-96.
- Halim, A 2020, 'Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju', *GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, vol. 1, no. 2, pp 157-172.
- Hutauruk, M. R 2020, 'Pelatihan Akuntansi Entitas Dagang pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah melalui Aplikasi Zahir Accounting Versi 6', *Jurnal Abdimas Mahakam*, vol. 4, no. 02, pp 227-237.
- Ikatan Akuntan Indonesia 2016, '*Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah*', Penerbit Dewan Standar Akuntansi Keuangan. Jakarta.
- Rosita, R 2020, 'Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia', *Jurnal Lentera Bisnis*, vol. 9, no. 2, pp 109-120.
- Rosmadi, M. L. N 2019, 'Analisis Faktor-faktor Penunjang Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)', *Seminar Nasional Ekonomi & Bisnis Dewantara*, pp 41-48.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M 2019, 'UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa', *Jurnal Riset Ekonomi Pembangunan*, vol. 4, no. 2, pp 137-146.
- Sayadi, M. H 2019, 'Inisiasi Pembuatan Kemasan Kopi Untuk Meningkatkan Perekonomian Desa Alun Dua di Kecamatan Pagar Alam Utara', *Jurnal Abdimas Mandiri*, vol. 3, no. 2, pp 104-108.
- Sayadi, M. H 2021, 'Pelatihan Pembuatan Laporan Keuangan pada UMKM di Kota Palembang', *Jurnal Abdimas Mahakam*, vol. 5, no. 01, pp 111-118.
- Undari, W., & Lubis, A. S 2021, 'Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat', *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, vol. 6, no. 1, pp 32-38.