

## **Mendorong Pertumbuhan UMKM Lebak Banten Melalui Penetapan Harga Pokok , Harga Jual Dan Pemasaran Produk**

Alfida Aziz<sup>1</sup>, Faisal Marzuki<sup>2</sup>, Nurmatias<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta  
Jl. R.S Fatmawati No. 1, Jakarta Selatan, 12450

E-mail: [alfidaaziz@upnvj.ac.id](mailto:alfidaaziz@upnvj.ac.id), [fm\\_denai@yahoo.co.id](mailto:fm_denai@yahoo.co.id), [nurmatias2011@gmail.com](mailto:nurmatias2011@gmail.com).

### ***ABSTRAK***

Di Indonesia Peranan UMKM tidak dapat diragukan lagi terbukti dapat bertahan pada saat krisis melanda Indonesia dan menjadi penggerak ekonomi , sector ini telah terbukti memberikan lapangan kerja dan memberikan kesempatan untuk berkembang di masyarakat, Namun UMKM masih banyak menghadapi masalah seperti keterbatasan modal kerja,sumber daya manusia yang rendahdalam mengelola usaha,kurang cakupnya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi, informasi dan jaringan pasar,kemudahan akses pendanaan, serta peningkatan daya saing, sehingga diperlukan sinergi semua pihak dalam bentuk pelatihan dan pendampingan kepada UMKM di Indonesia. Pengabdian masyarakat ini dilakukan di Desa Daroyon Kecamatan Cileles Lebak Banten sebagai lanjutan dari Pengabdian yang telah dilakukan tahun 2020.Luaran yang diinginkan dari kegiatan abdimas ini adalah memberikan solusi pada pelaku UMKM agar dalam mengelola usahanya memiliki kemampuan,menghitung harga pokok produksi, menghitung harga jual dan melakukan pemasaran produk dengan tepat kepada konsumen sasaran, sehingga usaha yang dikelola mengalami pertumbuhan dan dapat dijadikan binaan oleh Bank Jabar serta dapat menjadi usaha formal. Sebelum abdimas dilaksanakan ,para peserta diminta melakukan pengisian kuesioner untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mereka tentang modal. Harga pokok produksi , harga jual dan pemasaran produk sebanyak 85% mereka belum memahaminya. Diakhir pelatihan dan penyuluhan pemahaman mereka terhadap pengelolaan modal, perhitungan harga pokok produksi dan harga jual serta pemasaran produk meningkat menjadi 95% dan akan melakukan pada usaha yang mereka kelola.

Kata kunci : UMKM, Modal, Harga Pokok Produksi, Harga Jual, Pemasaran

## ***ABSTRACT***

### Encouraging the Growth of Small and Medium Enterprises in Lebak Banten through Determination of Cost of Goods, Selling Prices and Product Marketing

In Indonesia, the role of MSMEs can no doubt be proven to survive when the crisis hit Indonesia and become an economic driver, this sector has been proven to provide jobs and provide opportunities to develop in society, however MSMEs still face many problems such as limited working capital, human resources. low levels of business management, incompetent mastery of science and technology, information and market networks, easy access to funding, and increased competitiveness, so that synergies from all parties are needed in the form of training and assistance to MSMEs in Indonesia. This community service is carried out in Daroyon Village, Cileles District, Lebak Banten as a continuation of the service that has been carried out in 2020. The desired outcome of this community service activity is to provide solutions to MSME actors so that in managing their business they have the ability, calculate the cost of production, calculate the selling price and conduct product marketing appropriately to target consumers, so that the managed business experiences growth and can be used as guidance by Bank Jabar and can become a formal business. Before the service was carried out, the participants were asked to fill out a questionnaire to find out the extent of their understanding of capital. The cost of production, selling price and product marketing as much as 85% of them do not understand it. At the end of the training and counseling on their understanding of capital management, the calculation of the cost of production and selling price as well as product marketing increased to 95% and will carry out the business they manage.

Keywords: MSME, Capital, Cost of Production, Selling Price, Marketing

## 1. PENDAHULUAN

Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tidak dapat dihapus atau dihindarkan dari masyarakat Indonesia, karena UMKM dapat mendistribusikan pendapatan masyarakat, mampu menyerap tenaga kerja dalam skala besar sehingga dapat mengurangi pengangguran dan dapat meningkatkan pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Kabupaten Lebak Propinsi Banten terdiri dari 28 Kecamatan, 340 Desa dan 5 kelurahan, adapun jumlah UMKM sebanyak 50.338 unit antara lain industri rumahan, kerajinan tangan seperti logam, tas, dompet konveksi, batik serta jenis aneka makanan (kabupaten Lebak dalam angka)

Tabel : 1. Jumlah usaha kecil dan menengah menurut jenis usaha di Kelurahan Daroyon Cileles Lebak Banten

No	Jenis Usaha	Jumlah (unit)	Jumlah tenaga kerja terserap (orang)
1.	Produksi bahan bangunan	3	3
2.	Usaha Kerajinan	1	10
3.	Usaha toko/Kios	3	6
4	Usaha Kelontong	37	37
5.	Usaha pengecer gas /bahan bakar	22	22
6.	Usaha Isi ulang air mineral	3	3
7	Usaha Transportasi	4	8
Jumlah		73	89

Dapat dilihat UMKM yang terbanyak di Daroyon Cileles Banten adalah usaha kelontong sebesar 50 % atau 37 warung, yang dikelola oleh 37 orang kepala keluarga. Namun ada beberapa kendala yang mereka hadapi

dalam pengembangan usahanya, permasalahan yang paling mendasar yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah kurang memiliki ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan pengelolaan usaha seperti, mengelola modal, penetapan harga pokok produksi dan harga jual serta pemasaran produk kepada konsumen sasaran dan akses pemasaran .

## 2. PERMASALAHAN

Hasil dari survey awal yang dilakukan pada pelaku UMKM Lebak Banten ini di temukan beberapa masalah yang relevan dengan pengelolaan usaha antara lain:

Terbatasnya pengetahuan dan ketrampilandalam pengembangan usaha dikarenakan

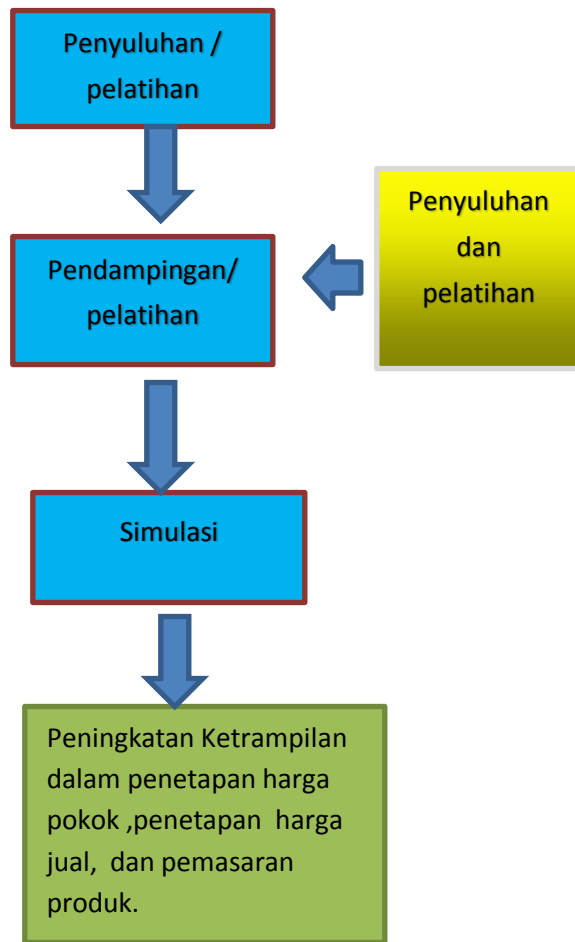
- a. Belum pahamnya mereka dalam melakukan pengelolaan modal
- b. Belum pahamnya mereka dalam penetapan harga pokok produksi dan penetapan harga jual
- c. Terbatasnya akses sarana dan prasaran dalam pemasaran produk sehingga pemasaran produk yang dilakukan belum sampai ke konsumen sasaran.

## 3. METODOLOGI

Adapun metode kegiatan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dengan penyuluhan dan melakukan pelatihan terstruktur serta simulasi dengan ceramah, diskusi informasi dan dilanjutkan dengan pelatihan langsung di internet tentang mengelola modal kerja penetapan harga pokok produksi dan penetapan harga

jual, serta menetapkan konsumen sasaran.

Gambar 1. Bagan alur pelaksanaan Pendampingan dan Pelatihan.



Agar pelaksanaan kegiatan sesuai dengan yang diharapkan dilakukan proses evaluasi dengan menentukan kriteria dan indikator keberhasilan sebagai berikut:

Kegiatan	Kriteria	Indikator Keberhasilan
Ceramah/ Tanya jawab	Meningkatkan pemahaman	Meningkatkan pengetahuan dan

		pemahaman tentang mengelola Harga pokok melalui : a. Motivasi mengelola usaha dengan manajemen sederhana b. Motivasi mengelola usaha dengan ketrampilan yang didapat
Pelatihan (simulasi )	Meningkatkan pengetahuan	Mampu menetapkan harga pokok produksi, harga jual dan konsumen sasaran
Pendampingan	Mampu menerapkan pada usaha yang dikelola	a. 30% menerapkan penetapan harga pokok b. 50% menerapkan penetapan harga jual c. 100% menerapkan penjualan kepada konsumen sasaran

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilakukan di desa Daroyon Kecamatan Cileles Lebak Banten sebagai lanjutan dari kegiatan pengabdian tahun 2020 dan dilakukan secara online pada link : [https://drive.google.com/drive/u/6/folders/1DrU8d5sgV4bz0MVyizcam\\_VAR7gOrllu](https://drive.google.com/drive/u/6/folders/1DrU8d5sgV4bz0MVyizcam_VAR7gOrllu)



Gambar 2. Pembukaan oleh ibu alfida Aziz

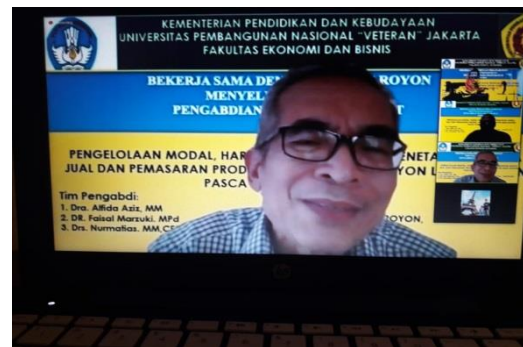
Karena masih diberlakukannya PPKM oleh pemerintah DKI Jakarta maupun pemerintah daerah Banten yang dihadiri oleh 20 orang terdiri dari 16 orang pelaku UMKM dan satu orang Kepala Desa serta 3 orang staf desa Daroyon.



Gambar3: Peserta sedang mendengarkan materi pendampingan

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini pelaksanaan terdiri dari 2 ( dua) session antara lain

- a. Session I ( pertama) melakukan pendampingan dalam penetapan biaya<sup>2</sup> yang ada dalam pengelolaan usaha tanggal 9 Agustus 2021 pukul 9.00 WIB sampai dengan pukul 12.00 WIB



Gambar 4. Pelaksanaan pendampingan session 1. Oleh bpk Nurmatias

- b. Session 2 ( dua) melakukan pelatihan perhitungan harga pokok produksi, harga jual dan penetapan konsumen sasaran tanggal 9 Agustus 2021 pukul 13.30 WIB sampai dengan pukul 17.30 WIB



Gambar 5. Sesion 2 pelatihan penetapan HPP dan Harga Jual oleh Bpk Faisal Marzuki.

Target yang ingin dicapai dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

- a. Peningkatan dan Pemahaman pengetahuan pelaku UMKM tentang penetapan, harga pokok produksi, harga jual dan pemasaran produk.
- b. Penerapan perhitungan harga pokok produksi dan harga jual serta konsumen sasaran pada usaha yang dikelola.

Hasil yang di dapat dari kegiatan Pengabdian Masyarakat ini adalah sebagai berikut:

- Semua peserta yang hadir mengikuti pre test 85% atau 16 orang belum mengetahui / memahami tentang penetapan harga pokok produksi , harga jual serta pemasaran hasil usaha.
- Setelah pengabdian selesai post test dilakukan kembali , dari 16 orang pelaku usaha yang hadir pemahaman mereka tentang penetapan harga pokok produksi dan harga jual serta pemasaran hasil usaha kepada konsumen sasaran, pemahaman peserta abdimas mengalami kenaikan sebesar 80 % atau 13 (tiga belas orang) dan akan mengimplementasikan pada usaha yang dikelola.

## 5. KESIMPULAN

Pelaksanaan abdimas dilakukan kepada para pelaku UMKM secara online dengan link

[https://drive.google.com/drive/u/6/folder/s/1DrU8d5sgV4bz0MVyizcam\\_VAR7gOrllu](https://drive.google.com/drive/u/6/folder/s/1DrU8d5sgV4bz0MVyizcam_VAR7gOrllu)

1. Pengabdian ini dilakukan pada hari Senin tanggal 9 Agustus 2021 sebelum pelaksanaan, dilakukan evaluasi melalui pengisian kuesioner oleh peserta untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan mereka, mengenai harga pokok produksi/ penjualan dan pemasaran produk yang diproduksi/ di jual dari 16 orang pelaku UMKM yang hadir 85% atau 16 ( enam belas orang) belum memahami tentang , harga pokok produksi dan harga jual serta pemasaran produk
2. Pelaksanaan abdimas dilakukan dalam bentuk penyuluhan dan pelatihan serta monitoring kegiatan pelaksanaan pengelolaan, harga pokok produksi dan harga jual serta pemasaran produk.
3. Setelah pelaksanaan penyuluhan /pelatihan penetapan harga pokok produksi dan penetapan harga jual serta pemasaran / penetapan konsumen sasaran pemahaman peserta meningkat menjadi 80% atau 13 (tiga belas orang) dan akan menerapkan pada usaha yang mereka kelola.

## DAFTAR PUSTAKA

Aziz, A. & Ermawati, E. (2020). Model AFN sebagai Pengelolaan Modal Tambahan pada UMKM Cileles Banten. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 90-105.

Brigham, E., & Houston, J. (2019). *Fundamentals of financial Management* (10th Ed). Singapore: Cengage Learning.

*Buku VI Format Profil Desa Daroyon Kecamatan Cileles.*

Kao, J. (1993). *Entrepreneurship Creativity and Organization; Text Case and Reading*, Newyork: Mc Grow Hill.

Kasali, R. (2010). *Kewirausahaan untuk program Strata 1 Modul manual untuk instruktur (dosen)*. Bekasi: Rumah Perubahan.

Mangantar, M. (2016). Usaha Mikro Makanan Tradisional di Kelurahan Dendengan dalam Kota Manado tentang Manajemen Modal Kerja. *Jurnal LPPM Bidang Ekosos Budkum*, 3(1). 80-91.

Marka, M., Meilia., Azis. Noor, & Alfiana. M. (2018). Pengembangan UMKM Madumongso Melalui Manajemen Usaha dan Legalitas Usaha. *Jurnal Abdimas*, 22(2), 185-192.

Septyanto, D., & Hendrani, A. (2017). Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Usaha Kecil dan Menengah di Lingkungan Kelurahan Paninggilan Utara, Kecamatan Ciledug Kota Tangerang. *Jurnal Abdimas*, 3(2).