

---

**PELATIHAN PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI UNTUK  
MENENTUKAN HARGA JUAL PADA UMKM DIENDY'S KITCHEN**

**M. Hari Purnomo**

STIE Gici Business School

[mhpsukrisno@gmail.com](mailto:mhpsukrisno@gmail.com)

**Abstrak**

Salah satu kendala UMKM dalam mengembangkan usahanya adalah keterbatasan kemampuan akuntansi dalam melakukan perhitungan Harga Pokok Produksi dengan benar, sehingga selanjutnya kesulitan dalam menyusun Laporan Keuangan. Penentuan harga jual pada UMKM masih berdasarkan taksiran dengan mempertimbangkan harga jual produk yang telah ada di pasar. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan memberikan pemahaman dan pelatihan perhitungan Harga Pokok Produksi untuk menentukan harga jual produk pada mitra UMKM Diendy's Kitchen. Hasil evaluasi kegiatan ini menunjukkan bahwa mitra mengalami peningkatan pemahaman dilihat dari hasil *pre-test* dan *post-test*, mampu mengidentifikasi biaya dan sudah mampu melakukan perhitungan biaya produksi dan menentukan harga jual yang sesuai dengan kaidah akuntansi.

**Kata Kunci:** Harga Pokok Produksi, Harga Jual, UMKM

**Abstract:**

*One of the obstacles for MSMEs in developing their business is the limited accounting skills in calculating the cost of goods produced correctly, so that further difficulties in preparing financial reports. Determination of selling prices in MSMEs is still based on estimates by considering the selling price of products that already exist in the market. This Community Service activity aims to provide insights and skills in the calculation of Cost of Goods Manufactured to determine the selling price of products for MSMEs partner – Diendy's Kitchen. The evaluation results of this activity show that the partner has increased understanding seen from the results of the pre-test and post-test, is able to identify costs and has been able to calculate production costs and determine the selling price in accordance with accounting rules.*

**Keywords:** *Cost of Goods Manufactured, Selling Price, MSMEs*

**PENDAHULUAN**

Menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah, UMKM didefinisikan sebagai berikut :

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
- c. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang atau perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai ataupun menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil ataupun usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

Selanjutnya Undang-undang tersebut mengklasifikasikan usaha mikro, kecil dan menengah berdasarkan kriteria jumlah aset dan hasil penjualan (omzet) tahunan usaha tersebut, sebagai berikut :

**Tabel 1. Klasifikasi UMKM**

No.	Kategori	Kriteria	
		Aset (Tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)	Omzet (dalam setahun)
1	Usaha Mikro	Maksimal Rp.50 juta	Maksimal Rp.300 juta
2	Usaha Kecil	Lebih dari Rp.50 juta - Rp.500 juta	Lebih dari Rp.300 juta - Rp.2,5 miliar
3	Usaha Menengah	Lebih dari Rp.500 juta - Rp.10 miliar	Lebih dari Rp.2,5 miliar - Rp.50 miliar
4	Usaha Besar	Lebih dari Rp.10 miliar	Lebih dari Rp.50 miliar

UMKM telah terbukti mampu berkontribusi secara signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi, penyediaan lapangan kerja untuk mengurangi angka pengangguran, serta mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. Pertumbuhan jumlah UMKM di Indonesia cukup pesat dan mampu menyerap hampir 97,2% tenaga kerja dari total angkatan kerja yang ada (Zulfiar, dkk., 2023). Karakteristik UMKM antara lain adalah kegiatan usaha yang mudah dilakukan, memiliki sumber modal yang terbatas (berasal dari pemilik), pengelolaan/manajemen usaha masih dilakukan secara sederhana, area pemasaran dan penjualan produk/jasa bersifat lokal, dan keterbatasan pada akses pembiayaan.

Diendy's Kitchen merupakan mitra UMKM yang bergerak di bidang usaha produksi dan penjualan kue kering berupa keripik bawang. Usaha ini dimulai oleh Ibu Dianka sejak 2018 di perumahan Griya Bukit Perdana, Depok Jawa Barat dengan target pasar adalah masyarakat kelas menengah. Proses produksi dilakukan oleh 2 (dua) orang karyawan dan dipasarkan secara langsung maupun *online*. UMKM Diendy's Kitchen saat ini menentukan harga jual produk dan keuntungan menggunakan taksiran berdasarkan pengalaman historis dengan

mempertimbangkan harga jual produk yang telah ada di pasar dan melakukan pencatatan akuntansi secara sederhana sebatas biaya yang dikeluarkan dan penjualan yang dihasilkan serta pengelolaan kekayaan pemilik dan manajemen masih menjadi satu sehingga informasi keuangan secara lengkap belum disajikan.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Diendy's Kitchen bertujuan untuk memberikan pemahaman dan pelatihan perhitungan Harga Pokok Produksi dalam menentukan harga jual produk sesuai dengan kaidah akuntansi.

Berdasarkan hasil komunikasi awal dan analisis situasi tersebut, maka dapat digambarkan permasalahan dan solusi yang ditawarkan di bawah ini:

**Tabel 2. Permasalahan dan Solusi yang ditawarkan**

<b>PERMASALAHAN MITRA</b>	<b>SOLUSI YANG DITAWARKAN</b>
Keterbatasan kemampuan akuntansi dalam melakukan perhitungan Harga Pokok Produksi untuk menentukan harga jual produk.	Memberikan sosialisasi, diskusi dan tutorial kepada pelaku UMKM Diendy's Kitchen dalam melakukan perhitungan Harga Pokok Produksi untuk menentukan harga jual produk.

Target Luaran dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilaksanakan ini diantaranya adalah:

1. Pelaku UMKM dapat menggunakan melakukan perhitungan Harga Pokok Produksi untuk menentukan harga jual produk sesuai kaidah akuntansi
2. Publikasi hasil pengabdian masyarakat ke jurnal nasional

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini, sebagai berikut:

a. Metode Sosialisasi

Pelaku UMKM diberikan sosialisasi materi terkait Harga Pokok Produksi dalam menentukan harga jual produk. Sebelum sosialisasi pelaku UMKM diberikan *pre-test* dan pada akhir kegiatan diberikan *post-test*.

b. Metode Diskusi

Pelaku UMKM berkesempatan melakukan tanya-jawab membahas permasalahan yang ada terkait Harga Pokok Produksi dalam menentukan harga jual produk

c. Metode Tutorial

Pelaku UMKM dibimbing untuk dapat mengidentifikasi biaya produksi, menghitung Harga Pokok Produksi dalam menentukan harga jual produk

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan dalam 2 (dua) hari, baik secara daring melalui media zoom dan secara luring di lokasi usaha.



**Gambar 1. Sosialisasi materi secara daring**

3 (tiga) macam penggolongan biaya berdasarkan fungsi pokok menurut Mulyadi (2018) yaitu:

1. Biaya produksi, merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.
2. Biaya pemasaran, merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.
3. Biaya administrasi dan umum, merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk.

Harga pokok produksi (HPP) meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Harga pokok produksi melekat pada barang yang kemudian menjadi persediaan yang siap dijual. Saat barang terjual, harga pokok tersebut ditandingkan dengan pendapatan penjualan yang kemudian pada akhir periode disajikan dalam laporan laba rugi untuk memperoleh laba kotor (Wiralestari, dkk., 2018).

Standar Akuntansi Keuangan menetapkan penyajian harga pokok produksi menggunakan metode *Full Costing*. *Full Costing* adalah metode penentuan harga pokok produk dengan memasukkan seluruh komponen biaya produksi sebagai unsur harga pokok, yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik variabel dan biaya overhead pabrik tetap. Di dalam metode *full costing*, biaya overhead pabrik yang bersifat variabel maupun tetap dibebankan kepada produk yang dihasilkan atas dasar tarif yang ditentukan di muka pada kapasitas normal atau atas dasar biaya overhead pabrik sesungguhnya. Oleh karena itu biaya overhead pabrik tetap akan melekat pada harga pokok persediaan produk selesai yang belum dijual, dan baru dianggap sebagai biaya (elemen harga pokok penjualan) apabila produk selesai tersebut telah dijual (Wulandari, dkk., 2022)

Biaya produksi dalam metode *full costing* menurut Mulyadi (2018) dapat dirumuskan terdiri dari unsur-unsur biaya sebagai berikut :

Biaya Bahan Baku	Rp xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp xxx
Biaya Overhead Pabrik Tetap	Rp xxx
Biaya Overhead Pabrik Variabel	Rp xxx +
	<hr/>
Biaya produksi	Rp xxx

Dalam menentukan harga jual, Mulyadi (2018) juga mengungkapkan penggunaan metode *Cost-Plus Pricing*. Metode ini menentukan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Harga jual produk dalam *Cost-Plus Pricing* dapat dirumuskan dengan cara:

Harga jual = taksiran biaya penuh + laba yang diharapkan



**Gambar 2. Hasil Produk UMKM Diendy's Kitchen**

Kegiatan diawali dengan pemberian pertanyaan tertulis sebelum sosialisasi materi (*pre-test*) kepada pelaku UMKM, kemudian dilanjutkan dengan sosialisasi materi terkait Harga Pokok Produksi dalam menentukan harga jual produk. Selanjutnya pelaku UMKM melakukan diskusi membahas permasalahan yang ada terkait Harga Pokok Produksi dalam menentukan harga jual produk. Dalam sesi diskusi, mitra secara khusus meminta penjelasan bagaimana cara mengidentifikasi biaya overhead pabrik dan pembebanannya kepada produk. Penjelasan yang diberikan telah dipahami dengan baik oleh pelaku UMKM.

Pada sesi akhir mitra dibimbing dalam mengidentifikasi biaya-biaya yang dikeluarkannya sesuai kategori biaya yang benar, kemudian melakukan penghitungan Harga Pokok Produksi atas produk yang dihasilkan dan laba yang diharapkan sehingga memperoleh harga jual produk yang siap untuk dipasarkan. Harga jual produk harus telah mempertimbangkan target pasar yang dituju, harga jual produk oleh pesaing/kompetitor, biaya pemasaran dan biaya operasional (administrasi dan umum), serta target laba yang memadai. Sesi ini ditutup dengan Pelaku UMKM mengisi pertanyaan tertulis yang telah pernah ditanyakan sebelumnya pada awal kegiatan (*post-test*).

Evaluasi kegiatan menunjukkan bahwa berdasarkan jawaban pelaku UMKM dari pertanyaan tertulis di awal dan di akhir kegiatan (*pre-test* dan *post-test*) diperoleh informasi terdapat peningkatan pemahaman atas harga pokok produksi, dan pelaku UMKM telah mampu mengidentifikasi biaya-biaya sesuai klasifikasi biaya yang benar dan juga sudah mampu melakukan perhitungan biaya produksi dalam menentukan harga jual yang sesuai dengan kaidah akuntansi.

**Tabel 3. Pertanyaan tertulis kegiatan pelatihan perhitungan HPP**

No.	Pertanyaan	Pre-Test		Post-Test	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Apakah anda mengetahui cara pengklasifikasian biaya-biaya?		X	X	
2	Apakah anda mengetahui Harga Pokok Produksi (HPP)?		X	X	
3	Apakah anda dapat menghitung Biaya Bahan Baku?	X		X	
4	Apakah anda dapat menghitung Biaya Tenaga Kerja Langsung?	X		X	
5	Apakah anda dapat menghitung Biaya Overhead Pabrik (BOP)?		X	X	
6	Apakah anda dapat menghitung dan mencatat penyusutan atas Aset Tetap?	X		X	
7	Apakah anda mengetahui tentang biaya penjualan/pemasaran?	X		X	
8	Apakah anda mengetahui tentang biaya administrasi dan umum?		X	X	
9	Apakah anda dapat menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) untuk menentukan harga jual produk?		X	X	

## SIMPULAN

Kegiatan pelatihan perhitungan harga pokok produksi untuk menentukan harga jual pada UMKM Diendy's Kitchen berdampak positif bagi pelaku UMKM. Hasil evaluasi kegiatan ini menunjukkan bahwa mitra mengalami peningkatan pemahaman dilihat dari hasil *pre-test* dan *post-test*, mampu mengidentifikasi biaya dengan benar dan sudah mampu melakukan perhitungan biaya produksi dan menentukan harga jual yang sesuai dengan kaidah akuntansi. Mitra hendaknya melanjutkan pencapaian ini dengan memulai penyusunan laporan keuangan yang merupakan hal dasar untuk memudahkan memperoleh akses kepada permodalan sehingga dapat lebih mengembangkan usahanya di masa depan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Mulyadi. (2018). Akuntansi Biaya edisi 5. Yogyakarta UPP STIM YKPN ISBN 79-3532-08-4
- Republik Indonesia. 2008. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Wiralestari, W., Firza, E., & Mansur, F. (2018). Pelatihan perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan full costing sebagai dasar penentuan harga jual pempek pada UMKM Pempek Masayu 212. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 2(1), 46-52.
- 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*, 4(2), 311-317.
- Zulfiar, E., Zulkarnaini, Z., Mawaddah, N., Safaruddin, S., Sa'diyah, H., & Busra, B. (2023). PELATIHAN PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI PADA UMKM DJ AND CAKE COOKIES LHOKSEUMAWE. *Jurnal Vokasi*, 7(2), 140-148.