

**EDUKASI DAN PENERAPAN PERHITUNGAN HARGA POKOK
PENJUALAN SEBAGAI SOLUSI KEUANGAN PADA UMKM
KAOS BRAND JOGJA**

**Ardhya Yudistira Adi Nanggala¹, Lita Permata Sari², Ika Wahyuni³, Lusiana
Tulhusnah⁴, Nur Faiza⁵, Dian Widiarti⁶, M. Hartono Cahyo Wijoyo⁷, Alfa Ayu
Miftakhul Jannah⁸, Abelia Maulani⁹, Nur Malika Putri¹⁰**

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10} Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

Email : ardhya_nanggala@unars.ac.id

ABSTRACT

Knowledge of calculating The Cost Of Goods Sold (COGS) is very important so that SMEs can maximize their business development potential. Several errors in calculating COGS can result in losses for the company. Therefore, doing some assistance process in determining the basic selling price is very important for MSMEs to gain a competitive advantage and realize the company's full development potential. MSMEs are independent and profitable businesses, usually run by people or organizations that are not divisions or branches of large companies that are directly or indirectly owned, controlled, or part of them. Jogja Brand T-Shirt MSMEs are business actors in this activity. This community service activity aims to increase MSMEs's potential by providing education to participants about how to calculate the cost of goods sold. To boost sales of Jogja Brand T-shirt MSMEs, the strategy developed in this activity is to socialize the calculation of the cost of goods sold. The obstacles facing MSMEs stem from their ignorance about calculating the cost of goods sold in their business activities, which revolves around calculating the cost of goods sold and selling prices incorrectly. MSMEs believe that lack the expertise needed to calculate the cost of goods sold accurately and correctly. Thus, activities related to calculating COGS can provide insight, knowledge, and skills to business actors to know calculate the best of the COGS, so that it will be immediately implemented in their operational activities.

Keywords: MSME, Cost Of Goods Sold, Financial Management, Entrepreneurship.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan

mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, sektor UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia (Akbar et al., 2024). Dengan cakupan usaha yang mencakup skala mikro, kecil, dan menengah, UMKM diharapkan dapat berperan dalam pembangunan ekonomi nasional serta pengembangan usaha berbasis potensi daerah yang berorientasi pada pasar (Mayasari et al., 2022).

Salah satu kendala utama yang dihadapi UMKM, khususnya di sektor dagang, adalah pengelolaan keuangan yang belum optimal, terutama dalam menentukan Harga Pokok Penjualan (HPP). HPP menjadi elemen krusial dalam bisnis karena berpengaruh terhadap penetapan harga jual produk serta tingkat profitabilitas usaha. Menurut (Safitri Sembiring et al., 2023), HPP mencakup seluruh biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi, baik secara langsung

maupun tidak langsung, seperti biaya bahan baku, upah tenaga kerja, serta biaya operasional lainnya. Sayangnya, banyak pelaku UMKM masih menghadapi kesulitan dalam menghitung HPP secara akurat.

Dalam sektor dagang, perhitungan HPP menghadapi berbagai tantangan, seperti fluktuasi harga bahan baku, skala produksi yang bervariasi, serta biaya tambahan seperti pengemasan dan distribusi. Kesalahan dalam perhitungan HPP dapat berdampak negatif pada keberlangsungan usaha, misalnya harga jual yang kurang kompetitif, margin keuntungan yang tidak optimal, atau bahkan kerugian finansial. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan dan edukasi terkait perhitungan HPP dapat membantu UMKM meningkatkan ketepatan dalam menetapkan harga jual serta memperkuat daya saing mereka di pasar (Frisca et al., 2021).

Pemahaman yang baik mengenai HPP dapat membantu pelaku UMKM mengoptimalkan strategi bisnis

mereka, menekan biaya produksi tanpa mengorbankan kualitas, serta meningkatkan efisiensi operasional. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengeksplorasi metode dan strategi yang dapat digunakan oleh UMKM dalam melakukan perhitungan HPP secara lebih tepat dan sistematis. Dengan pemahaman yang lebih baik terkait HPP, diharapkan UMKM mampu meningkatkan daya saing dan menjaga keberlanjutan bisnis mereka dalam kondisi pasar yang semakin kompetitif (Khuluqi et al., 2024).

METODE PENELITIAN

Perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) dilakukan menggunakan analisis deskriptif untuk memberikan gambaran secara rinci mengenai proses perhitungan HPP bagi para pelaku UMKM. Terdapat dua pendekatan yang digunakan dalam perhitungan HPP, yaitu metode *full costing* dan metode *variable costing* (Kurnianto & Wafa, 2024).

Metode *full costing* adalah pendekatan yang mencakup semua

komponen biaya produksi, seperti bahan baku, tenaga kerja langsung, serta biaya overhead pabrik baik yang bersifat tetap maupun variabel (Kurnianto & Wafa, 2024). Di sisi lain, metode *variable costing* hanya menghitung biaya produksi yang bersifat variabel, seperti bahan baku, tenaga kerja langsung, dan overhead variabel, yang berubah sesuai volume produksi (Kurnianto & Wafa, 2024).

Metode *full costing* banyak digunakan dalam penerapan dikarenakan keunggulannya yang mampu mencakup semua elemen biaya sehingga memberikan gambaran komprehensif mengenai pengeluaran dalam proses produksi (Kurnianto & Wafa, 2024). Namun, kelemahan dari metode ini adalah harga jual produk cenderung lebih tinggi dibandingkan metode *variable costing*, sehingga penggunaannya lebih cocok untuk produk kebutuhan pokok yang memiliki pasar yang stabil (Kurnianto & Wafa, 2024).

Tahapan pelaksanaan perhitungan HPP pada UMKM

dilakukan dalam tiga tahap utama, yaitu:

1. Tahap Perencanaan

Pada tahap ini, dilakukan berbagai persiapan awal seperti melakukan observasi yang merupakan langkah awal yang penting dalam memahami proses perhitungan HPP. Pada tahap ini melakukan pengamatan langsung terhadap :

- Pengelolaan bahan baku : Mengamati sistem pengadaan bahan baku, pencatatan stok.
- Distribusi dan pemasaran : Mengamati proses penyaluran produk hingga ke konsumen, yang dapat memengaruhi biaya distribusi dalam perhitungan HPP.

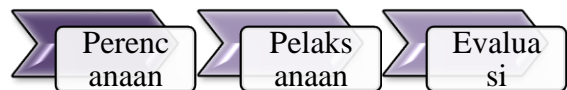
2. Tahap Pelaksanaan

Tahapan ini meliputi kegiatan secara nyata dan melakukan wawancara terkait produk dan pemahaman pemilik UMKM tentang HPP. Selain itu, dilakukan pula dokumentasi proses produksi langsung mengenai cara menghitung HPP berdasarkan

metode *full costing*.

3. Tahap Evaluasi

Tahap akhir ini meliputi evaluasi terhadap keseluruhan proses pelaksanaan, penyusunan artikel hasil kegiatan, serta diskusi untuk menampung masukan dan kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Evaluasi ini bertujuan untuk memberikan umpan balik yang dapat digunakan untuk menyempurnakan pelaksanaan berikutnya.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

Pelatihan Harga Pokok Penjualan

Dengan pelaksanaan pelatihan ini, diharapkan para pelaku UMKM dapat memahami metode perhitungan HPP dengan lebih baik sehingga mampu meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam menentukan harga jual produk mereka.

HASIL DISKUSI DAN PEMBAHASAN

Tahap perencanaan dengan melakukan observasi terhadap sistem pengelolaan bahan baku menunjukkan bahwa UMKM telah memiliki sistem pencatatan stok, meskipun masih sederhana. Namun, masih terdapat beberapa kekurangan seperti ketidakkonsistenan dalam pencatatan keluar-masuk bahan baku.

Pengamatan pada distribusi dan pemasaran menunjukkan bahwa UMKM menggunakan metode distribusi langsung ke konsumen melalui toko fisik di Pasar Beringharjo. Proses distribusi yang sederhana ini, meminimalkan biaya transportasi tetapi kurang memanfaatkan peluang distribusi online.



Gambar 2. Tahapan Observasi

Selanjutnya, melakukan tahap pelaksanaan yang dilakukan melalui wawancara dengan pemilik UMKM Kaos Brand Jogja yaitu salah satu UMKM di Pasar Beringharjo, untuk memahami tingkat pemahaman mereka

terkait HPP. Hasilnya menunjukkan bahwa pemilik UMKM belum sepenuhnya memahami metode perhitungan HPP secara komprehensif, terutama yang menggunakan metode full costing.

Pada tahap ini, juga melakukan dokumentasi pada proses penjualan, dimana menunjukkan bahwa penghitungan harga jual dilakukan secara manual dengan memperkirakan

keuntungan tanpa mempertimbangkan seluruh komponen biaya produksi, seperti biaya *overhead* tetap.



Gambar 3. Tahapan Pelaksanaan (Wawancara)

Dan melakukan simulasi perhitungan HPP, menggunakan metode full costing berhasil dilakukan dengan bimbingan tim. Pemilik

UMKM diberikan tabel dan panduan perhitungan untuk membantu mencatat biaya produksi secara terperinci.

	A	B	C	D	E	F
1	Periode		Januari 2025		Harga Jual	Rp 35.000
2	Persediaan Awal		Rp 6.250.000		Barang Terjual	450
3	Pembelian Bersih					
4	Pembelian		Rp 8.750.000			
5	Retur Pembelian		Rp -			
6	Diskon Pembelian		Rp -			
7	Biaya Overhead Produksi					
8	termasuk biaya listrik, biaya kirim, dll (isi jika ada)		Rp 1.000.000			
9	Biaya Tenaga Kerja Langsung		Rp 1.000.000			
10	Pembelian Bersih		Rp 10.750.000			
11	Persediaan Akhir		Rp 3.750.000			
12	Harga Pokok Penjualan		Rp 13.250.000			
13	Jumlah Persediaan Akhir		150			
14	HPP per Produk		Rp 29.444			
15	Pendapatan Penjualan		Rp 15.750.000			
16	Harga Pokok Penjualan		Rp 13.250.000			
17	Laba Kotor		Rp 2.500.000			

Gambar 4. Perhitungan Harga Pokok Penjualan

Berdasarkan tahapan evaluasi, para pelaku UMKM merasa terbantu dengan adanya pelatihan tentang perhitungan HPP. Namun, terdapat kendala dalam konsistensi pencatatan biaya dan stok bahan baku karena keterbatasan waktu dan sumber daya. Selain itu, pemilik UMKM menyadari pentingnya menghitung HPP secara

akurat untuk menentukan harga jual yang kompetitif tetapi tetap menguntungkan. Dengan adanya tahapan tersebut, selanjutnya melakukan diskusi yang menghasilkan beberapa saran, seperti penerapan aplikasi sederhana untuk pencatatan biaya produksi.



Gambar 5. Tahapan Evaluasi

Pelaksanaan kegiatan ini memberikan manfaat nyata bagi pelaku UMKM dalam memahami dan menerapkan metode perhitungan HPP, khususnya dengan pendekatan full costing. Metode ini dipilih karena memberikan gambaran yang lebih

lengkap mengenai pengeluaran sehingga memungkinkan pemilik UMKM untuk menentukan harga jual produk dengan lebih akurat.

Namun, hasil kegiatan menunjukkan beberapa kendala :

- Kurangnya pencatatan yang terstruktur, terutama untuk biaya

overhead tetap dan variabel. Hal ini membuat estimasi HPP tidak sepenuhnya akurat.

- Pemilik UMKM cenderung mengandalkan pengalaman pribadi untuk menentukan harga jual, yang rentan terhadap kesalahan estimasi biaya produksi.

Melalui pengabdian ini, UMKM dapat mengidentifikasi elemen biaya yang selama ini terlewatkan, seperti biaya listrik, sewa toko, dan tenaga kerja langsung. Dengan menggunakan metode full costing, mereka kini dapat menghitung HPP sebagai berikut :

$$\text{HPP} = \text{Persediaan Awal} + \text{Pembelian Bersih} + \text{Biaya Produksi} - \text{Persediaan Akhir.}$$

Selain itu, pelaku UMKM menyadari pentingnya penggunaan teknologi, seperti aplikasi pencatatan sederhana contohnya aplikasi Money+, untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan dan stok. Adopsi metode ini juga diharapkan dapat meningkatkan daya saing UMKM, terutama di pasar tradisional

seperti Pasar Beringharjo.

KESIMPULAN

Pelatihan perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) bagi UMKM, khususnya UMKM Kaos Brand Jogja, memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha dalam menentukan harga jual yang lebih akurat. Metode full costing yang digunakan dalam pelatihan ini membantu memberikan gambaran menyeluruh mengenai seluruh biaya produksi, sehingga memungkinkan penetapan harga yang lebih kompetitif dan menguntungkan.

Meskipun demikian, masih terdapat tantangan dalam pencatatan biaya yang belum sepenuhnya terstruktur, terutama pada biaya overhead tetap dan variabel. Selain itu, banyak pelaku usaha yang masih mengandalkan intuisi dalam menentukan harga jual tanpa mempertimbangkan seluruh komponen biaya produksi. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan UMKM dapat menerapkan pencatatan yang lebih sistematis dan memahami pentingnya perhitungan HPP

secara akurat untuk meningkatkan efisiensi operasional serta daya saing bisnis

UCAPAN TERIMA KASIH

Atas limpahan rahmat, hidayah dan karunia Allah SWT penulis sampaikan puji syukur kepada-Nya dengan berlangsungnya kegiatan dan selesainya jurnal pengabdian dengan baik. Rasa terima kasih yang sebesar-besarnya pada kesempatan ini, penulis sampaikan pada pihak-pihak yang berkontribusi dalam penyelenggaraan kegiatan pengabdian ini, terutama kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Muhammad Yusuf Ibrahim, S.H., M.H., selaku Rektor Universitas Abdurachman Saleh, Situbondo;
2. Ibu Lita Permata Sari, S.E., M.S.A. Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh, Situbondo;
3. Pada UMKM Kaos Brand Jogja yang telah memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk melaksanakan wawancara dalam kegiatan penelitian

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. A., Akramann, D., & Daniyal, E. A. (2024). Analisis Harga Pokok Produksi dan Penjualan pada UMKM Boembu Rumah Catering. 4, 348–358.
- Frisca, W., Putri, S., Hendawati, H., Nawangsasi, Y., Maulana, D., Ansori, S., & Sukiman, I. (2021). Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Penjualan Dalam Menentukan Harga Jual Barang Dagang Pada Umkm Di Desa Cimekar Kabupaten Bandung. *Jurnal Abdimas Sang Buana*, 02(02), 63–68.
- Khuluqi, K., Sugeng, A., & Soeparyono, R. D. (2024). Edukasi Perhitungan Harga Pokok Penjualan untuk Meningkatkan Penjualan pada Kube Wanita UMKM Pamulang Estate. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 4(2), 310–320.
<https://doi.org/10.37481/pkmb.v4i2.896>
- Kurnianto, F., & Wafa, Z. (2024). Pelatihan Penentuan Harga Pokok Penjualan Kue Mochi dengan Metode Full Costing. 5(4), 1501–1509.

Mayasari, A. K., Aly, N. J. R., Kartim, Y. M., & Fauziah, M. (2022). Pemberdayaan UMKM Di RT/RW 05/06 Desa Waru Jaya, Parung, Bogor. Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LP UMJ, 1(1).
[http://jurnal.umj.ac.id/index.php/se
mnaskat](http://jurnal.umj.ac.id/index.php/se
mnaskat)

Safitri Sembiring, A., Laila, N., & Wahyuni Lubis, A. (2023). Analisis

Harga Pokok Penjualan dan Laba Kontribusi terhadap Volume Penjualan pada Perum Bulog Divre Sumut. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 7(1), 109–123.
<https://doi.org/10.30631/iltizam.v7i1.1841>