

**EDUKASI PERHITUNGAN HARGA POKOK PENJUALAN UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PRODUK UMKM MAHASISWA
STIE PANCASETIA**

***THE ROLE OF COST OF GOODS SOLD (COGS) CALCULATION
TRAINING IN IMPROVING THE SALES OF STUDENT MICRO, SMALL,
AND MEDIUM ENTERPRISE (MSME) PRODUCTS AT STIE PANCASETIA***

Rukman

Department of Accounting and Management, STIE Pancasetia, Indonesia

Email: rukmancool83@gmail.com

Naskah diterima tanggal 17-11-2025, disetujui tanggal 28-2-2026 dipublikasikan tanggal 02-03-2026

Abstrak: Hampir seluruh pelaku UMKM belum mampu menghitung HPP secara tepat, dengan sering melakukan pengabaian pada biaya overhead dan biaya tidak langsung. Pengabdian ini bertujuan mengatasi permasalahan utama yang dihadapi UMKM Mahasiswa STIE Pancasetia, yakni kurangnya pengetahuan mendalam mengenai Harga Pokok Penjualan. Metode yang digunakan ialah workshop edukasi yang dilakukan melalui tahapan perencanaan, pelaksanaan sosialisasi dan diskusi, serta evaluasi / monitoring pasca kegiatan. Tema workshop ini yakni “Praktik Gila Marketing”. Luaran program ini ialah mahasiswa mampu untuk membuat dan melaporkan secara akuntabel laporan keuangan dari bisnis yang dijalkannya. Dampak pengabdian menunjukkan adanya peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam menghitung secara tepat HPP usaha. Program ini menjadi konsen akademisi dengan diikuti evaluasi bulanan pada para pelaku UMKM. Edukasi ini diharapkan menjadi jembatan pemahaman yang mendalam tentang konsep HPP dan manfaatnya sehingga pelaku UMKM mampu mengambil keputusan. Pengabdian ini terbatas pada jangkauan pelaku UMKM yang difokuskan pada mahasiswa STIE Pancasetia.

Kata Kunci: harga pokok penjualan; UMKM; edukasi

Abstract: *Nearly all MSME owners are currently unable to calculate the Cost of Goods Sold (COGS) accurately, frequently overlooking overhead and indirect costs. This community service project aims to address a primary challenge faced by student entrepreneurs at STIE Pancasetia: a lack of in-depth knowledge regarding COGS. The methodology employed was an educational workshop conducted through stages of planning, socialization/discussion, and post-activity evaluation and monitoring. The workshop was themed "Praktik Gila Marketing" (Crazy Marketing Practice). The intended output of this program is for students to be able to generate and report accountable financial statements for their businesses. The impact of the project indicates an improvement in the ability of MSME owners to precisely calculate business COGS. This program remains a focus for academics, supported by monthly evaluations of the participants. This education is expected to bridge the gap in understanding COGS concepts and their*

benefits, enabling MSME owners to make informed decisions. This project was limited in scope to MSMEs operated by STIE Pancasetia students.

Keywords: *cost of goods sold; UMKM; educate*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan usaha yang bersifat produktif dan dapat dijalankan baik oleh seseorang sebagai individu maupun badan usaha yang memenuhi kriteria sebagai usaha mikro, kecil, dan menengah. Pengklasifikasian UMKM diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 yang menggolongkan ukuran UMKM berdasarkan aset yang dimiliki dan omset yang diperoleh. Usaha mikro merupakan jenis usaha yang memiliki aset minimal (dalam Rupiah) 50 juta dan omset maksimal 300 juta. Usaha kecil memiliki aset lebih dari 50 juta hingga 500 juta dan omset maksimal 3 miliar, sedangkan usaha menengah merupakan jenis usaha yang memenuhi kriteria aset lebih dari 500 juta hingga 10 miliar dan omset lebih dari 2,5 miliar hingga 50 miliar.

Menurut IAI (SAK, 2018:1) UMKM diartikan sebagai entitas tanpa akuntabilitas publik yang signifikan yang memenuhi definisi serta kriteria usaha mikro, kecil dan menengah sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2018 yang berlaku di Indonesia. Ketangguhan UMKM sebagai salah satu pilar ekonomi sudah tidak bisa diragukan lagi. Saat terjadi krisis ekonomi 1997/1998 dan krisis ekonomi global 2008, banyak perusahaan besar bangkrut dan melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK). Namun, UMKM justru mampu bertahan dan menyerap para pengangguran untuk dapat bekerja kembali.

Menurut IAI (SAK, 2018:1) UMKM diartikan sebagai entitas tanpa akuntabilitas publik yang signifikan yang memenuhi definisi serta kriteria usaha mikro, kecil dan menengah sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2018 yang berlaku di Indonesia. Ketangguhan UMKM sebagai salah satu pilar ekonomi sudah tidak bisa diragukan lagi. Saat terjadi krisis ekonomi 1997/1998 dan krisis ekonomi global 2008, banyak perusahaan besar bangkrut dan melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK). Namun, UMKM justru mampu bertahan dan menyerap para pengangguran untuk dapat bekerja kembali.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam perekonomian Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari kedudukan dan fungsi penting yang secara bersama-sama dengan Badan Usaha Milik Negara atau swasta dalam melakukan berbagai usaha demi tercapainya kesejahteraan bagi masyarakat. Fungsi UMKM yaitu, sebagai usaha dalam mempersatukan, mengarahkan dan mengembangkan daya kreasi, daya cipta, serta daya usaha rakyat, terutama mereka yang serba terbatas kemampuan ekonominya agar mereka dapat turut serta dalam kegiatan perekonomian. Pertumbuhan UMKM memberikan kontribusi bagi perekonomian di Indonesia dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dan penyerapan tenaga kerja yang menganggur. Berdasarkan rencana strategis Kementerian Koperasi dan UMKM Tahun 2020-2024, diperoleh data peranan strategis UMKM dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Data terbaru menunjukkan bahwa, UMKM mampu menyerap kurang lebih 97% tenaga kerja di Indonesia. Berkontribusi mencapai 61,07% terhadap PDB, berkontribusi mencapai 14,37% terhadap ekspor non migas Indonesia dan berkontribusi mencapai 60,42% dalam hal penciptaan modal atau investasi (Anatan, 2020).

Persaingan global memicu timbulnya ekonomi kreatif yang identik dengan industri kreatif (Rachmawati dkk, 2022). Rasio jumlah wirausaha di Indonesia masih kecil jika dibandingkan dengan sejumlah negara lain di Asia Tenggara. Khususnya bagi generasi muda, dapat dilihat dari fasilitas pinjaman untuk berusaha dari pemerintah masih belum terserap dengan baik. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), rasio jumlah wirausaha di Indonesia masih sebesar 3,47 persen atau hanya sekitar 9 juta orang dari total jumlah penduduk. Kendati naik dari 2016 yakni 3,1 persen, tetapi jumlah wirausaha masih kalah banyak dari negara tetangga seperti Singapura.

Proses pembuatan laporan keuangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sangat dipengaruhi oleh perhitungan harga pokok penjualan (HPP) yang tepat. Oleh karena itu, pelaku bisnis saat ini membutuhkan metode perhitungan yang tepat dan benar. untuk mengevaluasi bisnis mereka di masa mendatang. Tidak diragukan lagi, laporan keuangan yang akurat menunjukkan hasil usaha yang baik.

Dalam perdagangan, pelaku harus mengetahui tujuan perhitungan HPP agar perhitungan mereka dapat meningkatkan keuntungan bisnis mereka. Tujuan menghitung HPP adalah untuk menentukan berapa banyak biaya yang dikeluarkan untuk membuat barang dan jasa. Salah satu komponen laporan laba rugi adalah HPP. Pelaku usaha juga harus memahami manfaat menghitung Harga Pokok Penjualan setelah mengetahui tujuannya. Manfaat lain dari perhitungan ini termasuk kemampuan untuk menghitung laba rugi, menggunakannya sebagai alat untuk menentukan biaya produksi yang terpenuhi, dan, terakhir, menentukan harga jual barang.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan pada UMKM Masiswa Stiepan, diperoleh hasil bahwa permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM Mahasiswa Stiepan adalah kurangnya informasi mengenai cara perhitungan Harga Pokok Penjualan. Para pelaku UMKM juga tidak menyadari bahwa dalam melakukan kegiatan usaha, Harga Pokok Penjualan sangat berperan penting bagi para pelaku UMKM untuk menentukan harga jual di pasaran. Dalam melakukan kegiatan produksi dan penjualan, para UMKM banyak tidak menyadari bahwa setiap pengeluaran dalam transaksi yang mereka lakukan harus dirinci dan dicatat dalam setiap kegiatannya. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi kesalahan dalam menentukan harga jual di pasaran. Dan tentunya pencatatan transaksi yang mereka lakukan menjadi dasar untuk menentukan harga jual dalam bisnis yang mereka lakukan. Pelaku UMKM sangat perlu untuk dapat meningkatkan pengetahuan tentang cara perhitungan Harga Pokok Penjualan agar mampu memaksimalkan potensi untuk dapat mengembangkan usahanya. Setiap unit bisnis pasti mempertimbangkan harga pokok penjualan (HPP) atau *cost of good sold* di setiap proses bisnis (Widiyati dkk, 2023). Pelaku usaha menyertakan harga pokok penjualan untuk setiap barang yang dijual sebagai bagian dari keuntungan yang diambil oleh perusahaan. Harga pokok penjualan diatur sedemikian rupa agar sesuai dengan target pasar yang dituju dan dapat diterima oleh masyarakat. Harga pokok penjualan merupakan hal sederhana yang jika salah penentuannya, perusahaan bisa mengalami kerugian.

Harga pokok penjualan atau yang biasa disingkat HPP adalah jumlah pengeluaran dan beban yang secara langsung atau tidak langsung untuk menghasilkan produk atau jasa di dalam kondisi dan tempat dimana barang dapat dijual dan digunakan. Untuk menghadapi permasalahan UMKM tersebut yaitu dengan cara memberikan edukasi dan sosialisasi mengenai perhitungan harga pokok penjualan dalam meningkatkan penjualan pada UMKM Mahasiswa Stiepan. Dengan memahami perhitungan harga pokok penjualan, diharapkan UMKM Mahasiswa Stiepan dapat menetapkan harga jual yang tepat sehingga mendapatkan keuntungan, meningkatkan penjualan, dan dapat mengkalkulasi pendapatan yang diperoleh dari usaha yang dijalankan, serta dapat melakukan pengembangan usaha dan mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia (STIE Pancasetia) Banjarbaru, membuat pelaksanaan Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka dengan Praktik Bisnis Gila Marketing (PB Gilmar) yang di laksanakan oleh mahasiswa semester VI kelas regular siang dan kelas regular malam. Kegiatan ini mewajibkan mahasiswa untuk mengembangkan bisnisnya yang diharapkan mahasiswa tidak hanya mampu memanfaatkan ilmunya untuk berwirausaha akan tetapi juga dapat memberikan lapangan pekerjaan untuk orang lain. Selain itu, Praktik Gila Marketing ini diharapkan mahasiswa mampu untuk membuat dan melaporkan secara akuntabel laporan keuangan dari bisnis yang dijalanannya.

METODE

Metode yang digunakan pada pengabdian masyarakat ini dalam bentuk workshop mengenai perhitungan harga pokok penjualan. Metode pelaksanaan yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terdapat 3 (tiga) tahapan, yaitu:

1). Tahap Perencanaan

Tahap perencanaan ini dilaksanakan sejak beberapa minggu sebelum tahap pelaksanaan. Agar kegiatan ini berjalan secara maksimal, maka diperlukan perencanaan secara tepat, yaitu:

- a. Observasi dengan pihak mitra UMKM guna mengidentifikasi masalah-masalah yang dihadapi; Menganalisis masalah dan merumuskan solusi yang bisa ditawarkan;
- b. Menyusun proposal program pengabdian kepada masyarakat;
- c. Menyusun waktu pelaksanaan kegiatan;
- d. Mempersiapkan peralatan dan perlengkapan untuk pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) pada UMKM Mahasiswa Stiepan;
- e. Mempersiapkan tim pelaksana untuk melakukan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di UMKM Mahasiswa Stiepan.

2). Tahap Pelaksanaan

Berikut ini metode pelaksanaan ketika kegiatan:

- a. Melakukan wawancara kepada peserta kegiatan;
- b. Memberikan edukasi perhitungan harga pokok penjualan untuk meningkatkan penjualan pada UMKM Mahasiswa Stiepan yang dipaparkan oleh narasumber dan tim;
- c. Melakukan sesi tanya jawab pada forum diskusi dimana para peserta dapat bertanya secara langsung kepada narasumber mengenai kesulitan pemahaman atas materi ataupun kesulitan yang dihadapi dalam menerapkan perhitungan harga pokok penjualan.

3). Tahap Evaluasi

Berikut ini evaluasi yang dilaksanakan setelah kegiatan yaitu Kunjungan setelah kegiatan penyuluhan. Tim PKM kami juga melakukan kunjungan untuk memonitoring UMKM Mahasiswa Stiepan apakah telah menerapkan perhitungan harga pokok penjualan mengetahui kesulitan yang dialami. Diharapkan program ini dapat terus berlanjut, sehingga tim dapat mendampingi mitra dalam melaksanakan kedua hal tersebut. Mitra dalam kegiatan pengabdian Masyarakat ini berpartisipasi dalam hal penyediaan tempat kegiatan dan mencari referensi cara perhitungan harga pokok penjualan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan acara berjalan dengan lancar. Pelaksanaan yang diawali dengan pembukaan, kemudian sambutan dari Ketua TIM PKM Dosen Stiepan, Ketua UMKM Mahasiswa Stiepan, kemudian dilanjutkan pemaparan materi edukasi perhitungan harga pokok penjualan oleh pemateri. Acara berlangsung dengan singkat namun memberikan kesan yang mendalam bagi para peserta. Peserta sangat berantusias dalam kegiatan ini, hal itu terlihat dari peserta yang banyak mengajukan berbagai macam pertanyaan mengenai bagaimana menghitung harga pokok penjualan yang tepat dan dapat diterapkan dalam kegiatan usahanya. Ketua UMKM Mahasiswa Stiepan berharap setelah diadakan kegiatan pengabdian masyarakat ini usahanya mampu memutuskan dan menerapkan perhitungan harga pokok penjualan tepat untuk usahanya, sehingga nantinya dapat berdampak positif dan lebih baik terhadap usaha yang dijalankannya.

Dengan adanya praktek pengabdian kepada masyarakat ini, kami berharap semoga peserta yaitu pelaku usaha dalam kelompok Praktik bisnis (Gila Marketing UMKM Kampus Stie Pancasetia mendapatkan ilmu dan wawasan yang lebih luas lagi mengenai perhitungan harga pokok penjualan untuk meningkatkan penjualan sehingga dapat menentukan harga jual yang tepat sehingga mendapatkan keuntungan lebih optimal dan usaha kedepannya menjadi lebih maju dan berkembang.

1. Analisis Tahap Perencanaan: Identifikasi Kesenjangan Pengetahuan

Berdasarkan observasi awal dan wawancara mendalam, ditemukan fenomena "blind pricing" di kalangan mahasiswa pelaku UMKM. Fenomena ini terjadi ketika pelaku usaha menetapkan harga jual hanya dengan melihat harga pasar (kompetitor) tanpa memahami ambang batas biaya produksi mereka sendiri. Kesenjangan pengetahuan utama terletak pada pemahaman biaya overhead. Sebagian besar mahasiswa tidak memasukkan biaya penyusutan alat, biaya listrik rumah tangga yang digunakan untuk produksi, serta biaya transportasi dalam komponen HPP. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa UMKM sering kali terjebak dalam kondisi "omzet besar, namun laba nihil" karena ketidaktelitian dalam identifikasi biaya tidak langsung.

2. Implementasi Workshop: Transformasi Teori ke Praktik

Pada tahap pelaksanaan, workshop "Praktik Gila Marketing" tidak hanya memberikan teori pemasaran, tetapi juga menekankan bahwa pemasaran yang hebat harus didukung oleh struktur biaya yang sehat. Penekanan materi diberikan pada tiga elemen utama pembentuk HPP: Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja Langsung, dan Biaya Overhead Pabrik.

Dalam sesi praktik, mahasiswa diminta membedah produk mereka. Sebagai contoh, mahasiswa yang bergerak di bidang kuliner mulai menghitung biaya gas dan air sebagai bagian dari HPP, bukan lagi sebagai biaya pribadi. Diskusi interaktif mengungkapkan bahwa selama ini mereka sering mengalami underpricing (menjual terlalu murah) yang sebenarnya menggerus modal usaha secara perlahan. Dengan pemahaman HPP yang baru, mahasiswa mampu menentukan margin keuntungan yang rasional untuk menjaga keberlangsungan usaha (*sustainability*).



Gambar 1. Pelaksanaan Diskusi Pelaku UMKM

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PANCASETIA BANJARMASIN
PRESENSI KUNJUNGAN PENGABDIAN KEGIATAN MASYARAKAT
PRAKTEK BISNIS GILA MARKETING (PB GILMAR) PROGRAM MERDEKA BELAJAR
KAMPUS MERDEKA -KEWIRAUSAHAAN TAHUN AKADEMIK 2024/2025

NO	NAMA	NPM	KELAS/URUSAN	TTD
1	DYNA AULIA	22113220217363	REG S / MANAJEMEN	A.A.
2	SITI HALIMAH	22113220217344	REG S / MANAJEMEN	Siti
3	LISA PURWATI	22113220217332	REG S / MANAJEMEN	Lisa
4	NOOR HALISAH	22113220217417	REG S / MANAJEMEN	Noor
5	NUR FITRIANI	22113220217339	REG S / MANAJEMEN	Nur
6	LIA SITANTRI	22113220217350	REG S / MANAJEMEN	Lia
7	ELLY ERLIANI	22113220217389	REG S / MANAJEMEN	Elly
8	ARTITA CERRY S	22113220217358	REG S / MANAJEMEN	Artita
9	NOORMAYLITA	22113220217331	REG S / MANAJEMEN	Noor
10	SITI HADIJAH	22113220217437	REG S / MANAJEMEN	Siti
11	BIYAH AYU H	22113220217346	REG S / MANAJEMEN	Biyah
12	TRY HIDAYATI	22113220217336	REG S / AKUNTANSI	Try
13	RACHEL AMANDA	22113220217312	REG P / AKUNTANSI	Rachel
14	PEBRIANO KURNIAWAN M	22113220217384	REG P / AKUNTANSI	Pebriano
15	ANTONIUS MUNDI N	22113220217486	REG M / AKUNTANSI	Antoni
16	NANDA ATMA SARI	22113220217318	REG P / MANAJEMEN	Nanda
17	HUMAIRA RADA AZ	22113220217386	REG P / MANAJEMEN	Humaira
18	YUNIAR TIKA SAPUTRI	22113220217438	REG P / MANAJEMEN	Yuniar
19	RENATA PRATIYANI	22113220217272	REG P / MANAJEMEN	Renata
20	RINA MELATI	22113220217290	REG P / AKUNTANSI	Rina

Gambar 2. Presensi Praktik Bisnis Gila Marketing



Gambar 3. Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan

3. Dampak dan Evaluasi Pasca Kegiatan

Tahap evaluasi dan monitoring yang dilakukan secara bulanan menunjukkan perubahan signifikan pada perilaku manajerial mahasiswa. Salah satu luaran nyata adalah kemampuan mahasiswa dalam menyusun laporan arus kas dan laporan laba rugi yang lebih akurat.

Data pasca-kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan teknis sebesar 80% dalam hal ketepatan menghitung HPP. Mahasiswa kini mampu melakukan analisis varians; mereka tahu kapan harus menaikkan harga atau mencari supplier bahan baku yang lebih murah ketika HPP meningkat. Program ini juga berhasil menanamkan kedisiplinan dalam memisahkan rekening pribadi dan rekening usaha. Pemisahan ini merupakan langkah krusial dalam akuntansi UMKM untuk menghindari penggunaan modal usaha untuk kepentingan konsumsi pribadi.

Tabel 4. Target Luaran Pengabdian kepada Masyarakat

Target	Luaran
Untuk memperkenalkan dan memahami dari edukasi perhitungan HPP	Dapat memahami tentang kegunaan dari edukasi perhitungan HPP
Untuk memberikan pengetahuan tentang pentingnya cara kerja perhitungan HPP di UMKM Kampus Stie Pancasetia	Pemahaman tentang pentingnya HPP dalam penentuan harga jual dan pengambilan keputusan bisnis
Untuk memberikan pendampingan bimbingan pembuatan laporan keuangan menggunakan edukasi HPP	Mampu membuat, memahami, dan membaca hasil pembuatan laporan keuangan laba/rugi

Sumber: Data diolah (2025)

Sebagian besar pelaku UMKM masih belum menyadari pentingnya perhitungan yang lebih mendalam terhadap HPP. Mereka lebih cenderung melihat transaksi secara kasat mata, hanya berdasarkan uang yang diterima dari penjualan dan uang yang dikeluarkan untuk membeli barang (Laksmiwati et al., 2023). Padahal, untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai keuntungan yang sebenarnya, penting bagi mereka untuk memperhitungkan seluruh biaya yang terlibat dalam proses produksi dan penjualan, termasuk biaya-biaya tidak langsung yang sering kali diabaikan.

Bagi pelaku UMKM yang bergerak dalam usaha dagang, perhitungan keuntungan memang lebih mudah dilakukan. Mereka hanya perlu mengurangi harga beli barang dengan harga jual untuk mengetahui margin keuntungan (Putri et al., 2021; Utomo et al., 2024). Namun, perhitungan tersebut masih sangat terbatas karena mereka tidak memperhitungkan biaya lainnya yang mungkin cukup signifikan, seperti biaya listrik untuk operasional toko, biaya tenaga kerja, serta biaya lainnya seperti biaya transportasi dan gas yang digunakan dalam proses penjualan.

Kesulitan dalam mencatat dan memisahkan keuangan ini juga memperburuk ketidakmampuan mereka dalam merencanakan strategi keuangan jangka panjang. Tanpa data yang akurat mengenai biaya dan keuntungan, pelaku UMKM akan kesulitan untuk membuat keputusan yang tepat terkait pengembangan usaha mereka (Khasanah, 2024; Kholili, 2019; Syahrenny et al., 2021). Misalnya, mereka tidak akan bisa menentukan apakah perlu menaikkan harga jual atau mencari cara untuk mengurangi biaya produksi agar tetap mendapatkan keuntungan yang optimal.

Dengan demikian, pelatihan dan pemahaman mengenai perhitungan HPP menjadi sangat penting bagi para pelaku UMKM. Mereka perlu diajarkan bagaimana cara menghitung HPP secara benar, serta bagaimana memisahkan antara keuangan pribadi dan usaha. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai HPP, pelaku UMKM diharapkan dapat mengambil keputusan yang lebih cerdas dalam mengelola usaha mereka, meningkatkan efisiensi biaya, serta memperoleh keuntungan yang lebih maksimal.

KESIMPULAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan pilar vital bagi pembangunan ekonomi Indonesia. Kontribusi pengabdian ini diharapkan dapat mengisi kekosongan gap di Kota Banjarmasin, mengenai permasalahan UMKM yang memiliki kendala dalam pemahaman dan ketidakmampuan menghitung Harga Pokok Penjualan. Progam pengabdian ini berjalan sukses dan lancar. Kegiatan ini diharapkan dapat membekali pelaku UMKM dengan pengetahuan yang diperlukan agar mampu menetapkan harga jual yang tepat. Melalui workshop "Praktik Gila Marketing," mahasiswa berhasil membekali diri dengan kemampuan teknis untuk merinci setiap komponen biaya, mulai dari bahan baku hingga biaya tenaga kerja. Dampak signifikan yang terlihat adalah meningkatnya kesadaran mahasiswa untuk memisahkan keuangan pribadi dari modal usaha, yang merupakan fondasi utama dalam menciptakan laporan keuangan yang sehat dan transparan. Secara keseluruhan, edukasi ini telah menjadi jembatan yang efektif bagi mahasiswa untuk mengambil keputusan bisnis yang lebih cerdas dan strategis. Diharapkan model pendampingan serupa dapat terus dikembangkan secara berkelanjutan untuk memperluas jangkauan manfaat bagi ekosistem UMKM yang lebih luas di Kota Banjarmasin.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada LPPM STIE Pancasetia yang telah mendanai kegiatan ini. Serta rekan-rekan UMKM Mahasiswa STIE Pancasetia yang terlibat dalam kegiatan edukasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anatan, L. (2020). Sosialisasi Strategi Bersaing Era Revolusi Industri 4.0 Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Bandung. In Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat (Vol. 1, pp. SNPPM2020EK-25).
- IAI. (2018). Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah. Dewan Standar Akuntansi Keuangan: Ikatan Akuntan Indonesia.

- Khasanah, U. (2024). Analisis Penentuan Harga Pokok Penjualan dalam Meningkatkan Profitabilitas UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Masa Kini*, 3(1).
- Kholili, M. (2019). Manajemen Keuangan bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2).
- Laksmiwati, M., dkk. (2023). Pendampingan Laporan Keuangan bagi UMKM: Memisahkan Keuangan Pribadi dan Usaha. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat (JPKM)*, 9(1), 45-52.
- Putri, A. R., dkk. (2021). Perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) sebagai Dasar Penetapan Harga Jual pada UMKM. *Jurnal Riset Akuntansi*, 13(2).
- Rachmawati, D., dkk. (2022). Industri Kreatif dan Peran Strategis UMKM dalam Persaingan Global. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 5(3).
- Rizal, N., dkk. (2021). Pentingnya Pemisahan Keuangan Pribadi dan Usaha bagi Kelangsungan Bisnis UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(4).
- Syahrenny, N., dkk. (2021). Edukasi Perhitungan Harga Pokok Penjualan pada Pelaku Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 88-95.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Utomo, S., dkk. (2024). Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Penjualan Berbasis SAK EMKM bagi UMKM Mahasiswa. *Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(1), 112-120.
- Widiyati, S., dkk. (2023). Analisis Cost of Goods Sold (COGS) dalam Menentukan Strategi Harga Jual. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 11(2)