

Penyuluhan Penetapan Harga Pokok Produksi Barang/Jasa Bagi Anggota AMPI/HKTI Bandung Barat

Nelli Novyarni¹, Muhammad Anhar², Sumitro³, Maserih⁴

^{1,2,3,4}Ekonomi

¹S1 Akuntansi

²S1 Manajemen

³ S1 Manajemen

⁴ S1 Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta

¹sweetynovyarni@gmail.com

²m.anhar@ymail.com

³sumtro@stei.ac.id

⁴ aristaary14@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this community service is to provide an understanding of how to determine the basic production price of cow's milk products for dairy farmers in Pengalengan and to provide an understanding of marketing strategies for cow's milk products for dairy farmers in Pengalengan. The method used is interactive where the speaker and participants ask each other questions and answers regarding the counseling given. The result of this community service is that the participants understand how to calculate the cost of production for goods and services sold in the form of cow's milk and agricultural products such as potatoes and vegetables. The implication of this community service is the application of the correct calculation of the cost of production for livestock breeders and farmers in canning so as to produce competitive selling prices.

Keywords: cost of production, goods, services, AMPI, HKTI

ABSTRAK

Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan pemahaman tentang cara menetapkan harga pokok produksi produk susu sapi bagi para peternak sapi perah di Pengalengan dan memberikan pemahaman tentang strategi pemasaran produk susu sapi bagi para peternak sapi perah di Pengalengan. Metode yang digunakan adalah interaktif dimana pembicara dan peserta saling bertanya jawab mengenai penyuluhan yang diberikan. Hasil pengabdian masyarakat ini adalah para peserta memahami cara-cara perhitungan harga pokok produksi dari barang dan jasa yang dijual berupa susu sapi dan hasil-hasil pertanian seperti kentang dan sayuran. Implikasi dari pengabdian masyarakat ini adalah penerapan perhitungan harga pokok produksi yang tepat bagi para peternak dan petani di pengalengan sehingga menghasilkan harga jual yang kompetitif.

Kata kunci: harga pokok produksi, barang, jasa, AMPI, HKTI

PENDAHULUAN

Salah satu rahasia kesuksesan bisnis adalah strategi pemasaran dan menentukan harga jual produk dengan benar. Pemasaran produk dan penetapan harga jual produk merupakan dua hal penting yang pasti dihadapi oleh persahaan, tak terkecuali oleh usaha peternakan sapi perah. Usaha peternakan sapi perah merupakan salah satu usaha kecil menengah secara umum yang bisa menjadi kekuatan penggerak roda perekonomian bangsa Indonesia. Sebagai pebisnis, tentunya para peternak ingin produk dari usaha yang dijual harus ditentukan dengan harga pokok produksi yang tepat, sehingga harga jualnya tidak terlalu rendah yang dapat merugikan ataupun terlalu tinggi yang dapat mengakibatkan menurunkan daya saing dalam industri.

Isu pertama adalah penentuan harga pokok penjualan (HPPj). HPPj ditetapkan setelah menghitung harga pokok produksi (HPPr). HPPr sangat penting bagi perusahaan. Selain untuk menentukan harga jual, harga pokok produksi berguna untuk memantau realisasi biaya produksi yang aktual dengan yang direncanakan, apakah sesuai target atau tidak. Jika tidak sesuai dengan target, hal ini bisa dijadikan bahan evaluasi untuk mendalami sumber masalahnya dan mengambil tindakan perbaikan atas masalah tersebut. Selain itu, HPP berguna untuk menghitung laba/rugi, dimana dalam menghitung laba/rugi diperlukannya data pendapatan dan biaya produksi.

Dalam penentuan harga pokok produksi, informasi yang dibutuhkan oleh para peternak adalah informasi yang mengenai biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung maupun tenaga kerja tidak langsung, serta biaya overhead pabrik. Ketiga hal tersebut harus ditentukan secara cermat, baik dalam pencatatan maupun penggolongannya. Dengan demikian, informasi mengenai HPP (harga pokok produksi) yang dihasilkan dapat diandalkan untuk menghitung harga jual produk yang mempengaruhi laba/rugi.

Dalam menentukan harga pokok produksi perhitungannya meliputi komponen bahan baku, biaya tenaga kerja langsung maupun tenaga kerja tidak langsung, biaya overhead pabrik, biaya penyimpanan, biaya pengiriman barang, retur dan potongan harga. Dari semua komponen-komponen tersebut harus dianalisis secara teliti supaya dapat dikategorikan dengan tepat sehingga dapat menghasilkan Harga Pokok Produksi yang akurat. Ada beberapa item yang dikecualikan dari aspek Harga Pokok Produksi yaitu biaya non operasional seperti bunga dan belanja modal.

Pentingnya penetapan harga adalah sebagai berikut:

1. Untuk menarik pelanggan.

Harga yang ditetapkan memberikan kesan pertama dan bisa mempengaruhi pelanggan untuk membeli produk Anda.

2. Menggambarkan nilai.

Harga pada dasarnya bisa menggambarkan mengenai nilai dari produk. Mungkin kita sering mendengarkan pepatah ‘ada harga ada kualitas’. Orang-orang seringkali menggambarkan produk yang lumayan mahal dengan kualitas baik.

3. Menentukan profitabilitas.

Penetapan harga dalam pemasaran adalah salah satu kunci untuk menentukan pendapatan penjualan serta profitabilitas. Hal ini juga bertujuan untuk mendorong penjualan dan membangun loyalitas pelanggan.

Menentukan harga jual produk dengan tepat dapat meningkatkan jumlah penjualan produk, menciptakan fondasi sebagai dasar bisnis akan berhasil. Penentuan harga jual produk yang salah akan membuat masalah yang mungkin tidak dapat diatasi oleh perusahaan kedepannya.

Ada berbagai jenis strategi penetapan harga dalam bisnis. Namun perlu diingat, strategi dalam bisnis tidak ada yang pasti. Perlu pendekatan yang cocok untuk semua jenis produk, bisnis, atau pasar. Dalam menentukan harga jual produk biasanya melibatkan beberapa faktor-faktor kunci tertentu, termasuk menentukan target pelanggan, mengetahui berapa banyak pesaing dalam segmen produk yang sama, dan memahami hubungan antara kualitas dan harga.

Para peternak sapi perah di Pengalengan masih menggunakan metode perhitungan harga pokok produksi konvensional, belum menggunakan metode perhitungan harga pokok produksi spesifik yang sistematis. Metode perhitungan harga pokok produksi spesifik yang sistematis akan memudahkan bagi para peternak yang tidak menggunakan jasa akuntansi untuk dapat menghitung harga pokok penjualan. Dengan metode perhitungan harga pokok produksi spesifik yang sistematis diharapkan harga pokok produksi dapat ditentukan secara riil dan para peternak dapat mengoptimalkan harga penjualan produknya.

Penjelasan tentang bagaimana cara menentukan harga pokok produksi, harga jual produk, faktor apa yang perlu dipertimbangkan ketika menentukan harga, dan bagaimana menentukannya akan diberikan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Isu ke dua yang tidak kalah penting adalah strategi pemasaran. Strategi pemasaran bermanfaat untuk mengkomunikasikan tentang informasi produk yang dihasilkan kepada konsumen mulai dari kelebihan, fitur dan sejumlah informasi detail mengenai produk. Tanpa strategi pemasaran yang baik dan terencana maka penjualan pun akan sulit untuk memperoleh hasil yang maksimal. Dalam era globalisasi, dimana tingkat persaingan bisnis yang sangat tajam, maka setiap perusahaan harus memperhatikan salah satu aspek yang sangat vital dalam manajemen perusahaan yaitu bidang pemasaran. Dengan menggunakan konsep dan strategi pemasaran dalam menjalankan kegiatan bisnis, diharapkan perusahaan dapat menghadapi persaingan sekaligus dapat meraih keberhasilan bisnis bagi perusahaan bersangkutan.

Dalam kehidupan dunia usaha yang sekarang ini telah dilanda arus globalisasi mengharuskan perusahaan untuk selalu mengikutinya dengan penuh kesadaran untuk lebih memantapkan pelaksanaan manajemen profesional dalam pasar terbuka agar perusahaan tersebut tetap dapat mempertahankan eksistensi dan pengembangan usahanya di masa-masa mendatang. Oleh karena itu, dalam era globalisasi ini, persaingan dikalangan pelaku ekonomi tentunya akan semakin tajam, sedangkan arena pemasaran juga akan semakin ketat persaingannya. Dengan persaingan yang amat tajam dan ketat inilah mengharuskan setiap perusahaan agar lebih memperhatikan salah satu aspek yang amat vital dalam manajemen perusahaan yaitu bidang “Pemasaran” atau “Marketing”. Disadari bahwa berhasil tidaknya suatu perusahaan salah satunya sangat ditentukan oleh berhasil tidaknya implementasi manajemen strategik khususnya bidang pemasaran secara profesional dalam perusahaan, sehingga perusahaan dapat hidup dan berkembang ditengah persaingan usaha yang semakin kompetitif sekarang ini.

Strategi pemasaran adalah salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan baik itu untuk perusahaan yang memproduksi barang atau jasa. Strategi pemasaran dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh. Alasan lain yang menunjukkan pentingnya strategi pemasaran adalah semakin kerasnya persaingan yang dihadapi oleh perusahaan pada umumnya. Dalam situasi yang demikian, tidak ada lagi pilihan lain bagi perusahaan kecuali berusaha untuk menghadapinya atau sama sekali keluar dari arena persaingan. Oleh karena itu pemasaran perlu perhatian serius oleh manajemen, terutama pada penetapan strategi pemasaran yang harus betul-betul matang sehingga strategi pemasaran yang digunakan

nantinya betul-betul bisa menembus pasar di tengah persaingan yang semakin banyak. Kesalahan dalam strategi pemasaran yang sering terjadi adalah kurangnya komunikasi dengan konsumen. Seringkali pelaku usaha menganggap konsumen, terlebih pelanggan hanya sebagai sumber pendapatan semata. Selama mereka membutuhkan produk kita, mereka pasti akan membelinya, dan selama tidak ada komplain, berarti tidak perlu ada yang diperbaiki dengan produk yang dijual.

Para peternak sapi perah di Pengalengan merupakan pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Penjelasan tentang strategi pemasaran bagi UMKM akan diberikan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Dengan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mengambil tema penyuluhan: “Penetapan Harga Pokok Produksi dan Strategi Pemasaran Susu Sapi Bagi Peternak Sapi di Pengalengan, Bandung, Jawa Barat.

METODE

Metode yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah metode interaktif dimana pembicara dan peserta bisa saling tanya jawab.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil dari pengabdian masyarakat ini adalah:

1. Tim Pelaksana

Tim pelaksana dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

Ketua	:	Dr. Muhammad Anhar, AK., M.Sc., CA
Sekretaris	:	Nelli Novyarni, SE, M.Si., Ak., CSRS., CSRA., CSP
Anggota	:	Drs. Sumitro, M.Si Maserih SE, MM
Nara Sumber	:	Nelli Novyarni, SE., M.Si., Ak., CSRS., CSRA., CSP., C.NSP.

2. Bentuk Kegiatan

Bentuk kegiatan ini adalah penyuluhan dengan tema: ”Penetapan Harga Pokok Produksi dan Strategi Pemasaran Susu Sapi Bagi Peternak Sapi di Pengalengan, Bandung,

Jawa Barat”. Sedangkan metode yang akan dilakukan adalah dalam bentuk ceramah dan diskusi interaktif.

Sesi 1 :

Materi 1 : Penetapan Harga Pokok Produksi Susu Sapi

Presenter : Nelli Novyarni, SE, M.Si

Moderator : Maserih SE, MM

3. Jadwal Kegiatan

Kegiatan Penyuluhan ”Penetapan Harga Pokok Produksi dan Strategi Pemasaran Susu Sapi Bagi Peternak Sapi di Pengalengan, Bandung, Jawa Barat” ini akan dilaksanakan pada :

Hari/Tanggal : Sabtu, 25 November 2023
 Jam : 09.00 s.d selesai
 Lokasi : Sekretariat AMPI/HKTI
 Jalan Kaum Selatan, Batu Jajar, Bandung Barat
 Peserta : 10 orang pengurus AMPI/HKTI

4. SUSUNAN ACARA

Jam	Topik	Pembicara
09.00 – 09.30	Registrasi	Panitia
09.30 – 09.45	Sambutan Ketua Panitia	Dr. Muhammad Anhar, AK., M.Sc., CA
09.45 – 10.00	Sambutan Perwakilan Peternak Sapi Perah	Dadang Rahmat, SE., MM.
10.00 – 12.00	Materi 1 : ”Penetapan Harga Pokok Produksi Barang/Jasa bagi Anggota AMPI/HKTI” Diskusi :	Pemateri: Nelli Novyarni, SE, M.Si Maserih SE, MM Drs. Sumitro, M.Si Dr. Muhammad Anhar, AK., M.Sc., CA.
12.00 – 12.15	Penutupan	MC: Nelli Novyarni
12.15 – selesai	Ishoma	

REALISASI KEGIATAN

No.	Tanggal	Jam	Waktu	Kegiatan
1.	03 Oktober 2023	Jam 10 – 13.	3 jam	Diskusi panitia tentang topik dan tempat
2.	07 Oktober 2023	Jam 10 – 14	4 jam	Menyusun proposal untuk tempat acara
3.	17 Oktober 2023	Jam 10 – 13	3 jam	Survey lokasi
4.	21 Oktober 2023	Jam 10 – 14	4 jam	Rapat & diskusi mengenai logistic
5.	23 Oktober 2023	Jam 10 – 14	4 jam	Menyusun proposal diajukan ke PPM STEI
6.	28 Oktober 2023	Jam 10 – 14	4 jam	Rapat persiapan acara, materi, logistik dll
7.	29 Oktober 2023	Jam 10 – 13	3 jam	Persiapan materi kegiatan
8.	04 November 2023	Jam 9 – 12	3 jam	Persiapan perlengkapan dan peralatan
9.	11 November 2023	Jam 10 – 13	3 jam	Diskusi persiapan acara pengabdian
10.	19 November 2023	Jam 9 – 15	6 jam	Pelaksanaan kegiatan penyuluhan, pengarahan
11.	25 November 2023	Jam 9 – 15	6 jam	Evaluasi dan pembuatan laporan hasil kegiatan
	Total jam		43 jam	

B. Pembahasan

Kegiatan penyuluhan dalam pengabdian masyarakat ini dihadiri oleh 10 anggota pengurus HKTI dan AMPI, mereka dari latar belakang anggota AMPI, peternak dan petani. Mereka sangat antusias dalam mengikuti acara penyuluhan ini. Nelli Novyarni selaku pembicara menyampaikan bahwa dalam menghitung harga pokok produksi susu sapi dan sayuran seperti kentang memiliki unsur-unsur harga pokok bahan baku, tenaga kerja dan biaya overhead. Perhitungan biaya tersebut harus dianalisis secara tepat sehingga dapat menjadikan harga jual yang bersaing.

Kegiatan ini juga akan diadakan follow-up di semester depan guna pembahasan lanjutan. Peserta sangat antusias sekali dalam mengikuti acara ini dan akan terus mengikuti kelanjutan acara ini.

SIMPULAN

Simpulan yang dapat diambil dalam acara pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

1. Dalam menentukan harga pokok produksi susu sapi dan sayuran haruslah menganalisis elemen biaya/unsur biaya dalam pembuatan susu dan sayuran seperti Bahan baku, Tenaga kerja dan Biaya Oerhead
2. Perhitungan harga pokok produksi yang tepat akan menghasilkan harga jual yang tepat sehingga dapat bersaing di pasaran.

DAFTAR REFERENSI

- Cravens, W. David. (2020) Pemasaran Strategis. Edisi Keempat Jilid I & II, Erlangga, Jakarta.
- Horngren, Foster, and Datar. (2020). Cost Accounting. Prentice Hall Business Publishing.
- Kotler, Philip. (2020) Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian. Edisi Kedelapan Jilid I & II. Salemba Empat, Jakarta.
- Novyarni, Nelli., Santosa, Aprih dan Kemala, Putri Ayu. (2023). Akuntansi Manajemen. CV. Eureka Media Aksara.
- Swastha, Basu. (2020) Azas-Azas Marketing, Edisi Ketiga, Liberty, Yogyakarta.
- Swastha B. Dan Irawan. (2020) Manajemen Pemasaran Modern. LAMP Yogyakarta.
- William K. Carter. (2020). Cost Accounting (Terjemahan). Salemba Empat, Jakarta.
- <https://www.sap-express.id/blog/begini-pentingnya-strategi-penetapan-harga-untuk-bisnis-anda/> diunduh 31 Oktober 2023.
- <https://cpssoft.com/blog/manajemen/mengetahui-pentingnya-menentukan-harga-jual-produk/> diunduh 31 Oktober 2023.
- <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/jeb/article/view/581> diunduh 31 Oktober 2023.
- <http://knia.stialanbandung.ac.id/index.php/knia/article/view/112/pdf> diunduh 31 Oktober 2023.