



## Efisiensi Rantai Pasok Melalui Pelatihan Harga Pokok Produksi: Solusi Bagi UMKM Kelompok Ibu Rumah Tangga

Anindita Rahmalia Putri ✉, Bayu Wahyudi, Tiara Wijaya, Ilham Setiawan

Universitas Muhammadiyah Palembang

Jl. Jenderal Ahmad Yani, 13 Ulu, Kec. Seberang Ulu II, Palembang, Sumatera Selatan 30263, Indonesia

| [anindita@um-palembang.ac.id](mailto:anindita@um-palembang.ac.id) ✉ | DOI: <https://doi.org/10.37729/abdimas.v9i1.5663> |

### Abstrak

Pelatihan Harga Pokok Produksi (HPP) yang dilaksanakan dalam program pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk membantu UMKM yang dikelola oleh ibu rumah tangga di Sako, Palembang. UMKM di wilayah ini sering menghadapi kendala dalam menetapkan harga jual produk akibat keterbatasan dalam menghitung biaya produksi secara tepat. Para pelaku usaha cenderung menggunakan intuisi dan metode tradisional dalam menentukan harga, yang seringkali tidak memperhitungkan komponen biaya seperti bahan baku, tenaga kerja, dan biaya overhead. Hal ini berdampak pada harga jual yang kurang kompetitif, yang pada gilirannya mempengaruhi kelangsungan usaha. Melalui pelatihan HPP, peserta diberikan pemahaman mengenai komponen biaya produksi serta dilatih untuk mengimplementasikan perhitungan HPP dalam kegiatan usaha mereka. Hasil dari pelatihan ini menunjukkan bahwa peserta dapat menetapkan harga jual produk yang lebih kompetitif, yang berdampak pada peningkatan efisiensi rantai pasok dan profitabilitas usaha. Program ini diharapkan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal serta memperkuat daya saing dan keberlanjutan UMKM yang dikelola oleh ibu rumah tangga di Sako, Palembang. Keberhasilan program ini menegaskan pentingnya peningkatan kapasitas manajerial dalam mengatasi tantangan bisnis di sektor UMKM.

**Kata Kunci:** UMKM, HPP, Pelatihan, Produksi, Rumah tangga



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## 1. Pendahuluan

Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan yang sangat vital dalam perekonomian Indonesia. UMKM bukan hanya sebagai penggerak utama ekonomi lokal tetapi juga sebagai penyerap tenaga kerja yang signifikan (Harahap *et al.*, 2023). Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia sangat penting, terutama dalam menghadapi krisis ekonomi dan mengurangi angka pengangguran. UMKM memiliki potensi besar untuk menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat, yang pada akhirnya dapat mengurangi tingkat kemiskinan di negara ini (Windusancono, 2021). Menurut data dari Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional, jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2017 mencapai 62.922.617 unit. Angka ini menunjukkan bahwa UMKM mendominasi sektor usaha di Indonesia, dengan usaha mikro mencapai 98,7 persen dari total UMKM. Sementara itu, usaha kecil dan menengah hanya sebesar 1,3 persen. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia lebih memilih untuk mengelola usaha mikro, yang cenderung lebih mudah dijalankan dan membutuhkan modal yang lebih kecil (Maiyuniarti & Oktafia, 2022).

UMKM memiliki kemampuan untuk berkontribusi secara signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Selain itu, UMKM juga berperan penting dalam ekspor nasional, dengan banyak produk UMKM yang kini menembus pasar internasional. Peran ini semakin diperkuat dengan adanya dukungan pemerintah yang memberikan berbagai insentif dan program untuk mengembangkan UMKM, termasuk pelatihan dan akses pembiayaan (Istiqamah *et al.*, 2024; Rahmawati, 2021). UMKM di Indonesia menghadapi beragam tantangan, seperti keterbatasan modal, akses pasar yang kurang memadai, serta rendahnya kemampuan dalam memanfaatkan teknologi dan inovasi. Kendala-kendala ini kerap menjadi penghambat utama bagi pertumbuhan dan perkembangan UMKM. Oleh karena itu, diperlukan strategi dan kebijakan yang tepat guna untuk membantu UMKM mengatasi berbagai permasalahan tersebut (Rauf *et al.*, 2024; Sedyastuti, 2018). Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah meningkatkan kemampuan manajerial dan keterampilan teknis para pelaku UMKM (Ria *et al.*, 2024). Pelaku UMKM di wilayah Sako, misalnya, sebagian besar adalah kelompok ibu rumah tangga yang masih memiliki keterbatasan dalam kemampuan manajerial, terutama terkait penentuan Harga Pokok Produksi (HPP). Akibatnya, penetapan harga jual produk sering kali didasarkan pada insting atau mengikuti harga pasar di daerah setempat, tanpa mempertimbangkan aspek keuangan yang lebih mendalam.

Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini untuk memberikan pelatihan dan keterampilan kepada ibu-ibu rumah tangga yang bergerak dalam UMKM dalam menata dan mengelola rantai pasok harga pokok produksi sehingga dapat menjamin keberlangsungan usaha dan produksinya sehingga meningkatkan nilai tambah dan ekonomi masyarakat.

## 2. Metode

---

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat dilakukan di wilayah Sako, tepatnya di Jl. Pupuk Raya RT 29 RW 12, kelurahan Sako, dengan mitra pengabdian berupa kelompok ibu rumah tangga pemilik UMKM jajanan pasar. Kegiatan ini akan berlangsung selama enam bulan. Tahapan pelaksanaan program ini meliputi: Pertama, tahapan persiapan meliputi pengumpulan data jumlah ibu-ibu pemilik UMKM jajanan pasar melalui observasi dan wawancara dengan ketua RT 29. Pengumpulan data akan dilakukan dengan dua acara yaitu observasi dan wawancara terhadap ketua RT. Kedua yaitu tahap pelaksanaan. Untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, akan diadakan sosialisasi terkait penentuan HPP. Adapun rincian pelaksanaan kegiatan PKM sebagai berikut: (1) melakukan survey lapangan ke Kelompok Ibu Rumah Tangga Pemilik UMKM, (2) mengumpulkan informasi seputar biaya produksi, biaya operasional dan lainnya, (3) mengurus surat perizinan ke Ketua RT setempat, (4) mengumpulkan dokumentasi penunjang terkait proses kegiatan yang ada di UMKM Kelompok Ibu Rumah Tangga, (5) melakukan pelatihan sesuai dengan tema yang telah ditentukan, (6) melakukan evaluasi di akhir pelatihan terkait pemahaman peserta, (7) laporan dan publikasi.

Tahapan rencana keberlanjutan program terdiri dari monitoring dan evaluasi serta pendampingan. Monitoring dan evaluasi dilakukan dengan membentuk grup komunikasi melalui media sosial untuk terus berinteraksi dengan peserta terkait penentuan HPP pada produk yang akan dijual. Selain itu menyediakan sesi konsultasi lanjutan dengan mengajak salah satu pakar di bidang tersebut.

Bentuk pendampingan dilakukan dengan mengadakan pelatihan lanjutan secara berkala serta melakukan pendampingan pada pemilik UMKM terkait aplikasi HPP yang sudah ditentukan dan bekerja sama dengan dinas terkait untuk mengadakan bimbingan teknis.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di daerah Sako dengan mitra adalah kelompok ibu rumah tangga pemilik UMKM jajanan pasar. Pada kegiatan pengabdian yang dilakukan, pelatihan penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) yang diberikan kepada 17 ibu rumah tangga pemilik UMKM di daerah Sako, Palembang, menunjukkan hasil yang signifikan (**Gambar 1**). Sebelum pelatihan, pengetahuan ibu-ibu tersebut tentang penentuan HPP sangat terbatas, hanya mengandalkan intuisi atau metode konvensional yang kurang akurat dalam menentukan harga jual produk, yang sering kali tidak mencakup semua biaya produksi. Akibatnya, penentuan harga jual sering kali tidak sesuai dengan kebutuhan biaya operasional dan keuntungan yang optimal, yang berdampak pada rendahnya daya saing produk di pasar (**Andriyanto, 2018; Hamid et al., 2024**).

Setelah pelatihan dilakukan, ibu-ibu peserta pelatihan menjadi lebih memahami tahapan dan komponen yang harus diperhitungkan dalam menentukan HPP. Materi yang disampaikan mencakup aspek biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* lainnya, yang semuanya perlu diperhitungkan secara rinci. Melalui pelatihan ini, peserta diajarkan cara menghitung HPP secara sistematis, sehingga dapat menentukan harga jual yang tepat, yang tidak hanya mencakup biaya produksi tetapi juga memberikan margin keuntungan yang layak. Peningkatan pemahaman ini terlihat dari kemampuan para peserta untuk menghitung HPP dengan lebih tepat setelah pelatihan.

Dalam pelaksanaan pelatihan ini salah satu metode yang digunakan adalah praktik langsung, di mana para ibu rumah tangga diminta untuk menghitung HPP dari produk yang dijual. Sebelum pelatihan, hanya sekitar 20% dari ibu-ibu tersebut yang memahami dan mengetahui terkait HPP beserta komponen-komponennya. Setelah pelatihan, angka tersebut meningkat hingga 85%, menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman mereka tentang HPP serta komponen – komponennya. Selain itu, pelatihan ini juga membantu para ibu rumah tangga untuk merencanakan strategi bisnis jangka panjang yang lebih baik. Dengan mengetahui HPP secara akurat, ibu-ibu dapat menentukan harga jual yang lebih kompetitif dan strategis, yang pada akhirnya dapat meningkatkan daya saing produk mereka di pasar lokal maupun regional.



**Gambar 1.** Pemaparan Materi Tentang Penentuan HPP

Pengetahuan ini menjadi sangat krusial karena sebagian besar dari mereka sebelumnya belum pernah mendapatkan pelatihan manajerial seperti ini, dan mereka sering kali hanya mengikuti tren harga di pasar tanpa memperhitungkan struktur biaya yang sebenarnya (Kanivia & Anggun Puspitarini, 2024; Saputra *et al.*, 2023). Tahapan penentuan HPP yang diajarkan dalam pelatihan ini meliputi beberapa langkah kunci. Pertama, peserta diajarkan cara mengidentifikasi dan mencatat semua biaya produksi secara rinci, termasuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead*. Kedua, mereka diperkenalkan pada metode perhitungan HPP yang sistematis, yang mencakup semua komponen biaya yang relevan. Ketiga, setelah menghitung total HPP, mereka diajarkan bagaimana menambahkan margin keuntungan yang wajar, sehingga harga jual yang ditetapkan dapat memberikan keuntungan yang optimal tanpa kehilangan daya saing di pasar (Fahrhani *et al.*, 2023). Keberhasilan dari pelatihan ini tidak hanya terlihat dari peningkatan pemahaman para ibu rumah tangga terhadap HPP, tetapi juga dari perubahan perilaku dalam penetapan harga jual produk mereka. Ibu-ibu yang sebelumnya hanya mengikuti intuisi kini dapat membuat keputusan berdasarkan data dan perhitungan yang lebih tepat. Dalam survei evaluasi yang dilakukan setelah pelatihan, sebanyak 90% peserta menyatakan bahwa mereka merasa lebih percaya diri dalam menetapkan harga jual produk mereka setelah memahami konsep HPP secara menyeluruh.

Pelatihan ini sejalan dengan target *Sustainable Development Goals (SDGs)* khususnya pada poin 8, yakni "Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi," dimana peningkatan kapasitas usaha kecil menengah dapat memberikan kontribusi langsung terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan penetapan harga yang lebih baik dan efisiensi biaya yang lebih terukur, UMKM yang dikelola oleh ibu rumah tangga ini diharapkan dapat meningkatkan keberlanjutan usaha mereka dan berkontribusi pada pengurangan kemiskinan di komunitas lokal (Aminda *et al.*, 2024).

## 4. Kesimpulan

---

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pelatihan mengenai penentuan Harga Pokok Penjualan (HPP) berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para ibu rumah tangga yang mengelola UMKM di Sako, Palembang. Sebelum mengikuti pelatihan, para peserta lebih banyak menggunakan pendekatan intuisi dalam menentukan HPP, tanpa memperhitungkan semua komponen biaya seperti bahan baku, tenaga kerja, dan biaya *overhead*. Hal ini menyebabkan harga jual yang kurang kompetitif dan berdampak negatif pada keuntungan usaha. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mampu menghitung HPP dengan lebih tepat, mencakup seluruh komponen biaya, serta menambahkan margin keuntungan yang sesuai. Selain aspek teknis, pelatihan ini juga memberikan wawasan strategis dalam manajemen usaha jangka panjang. Pelatihan ini dapat mendorong pengembangan kapasitas UMKM serta meningkatkan perekonomian lokal (Faried Pratama *et al.*, 2023). Secara keseluruhan, program pelatihan ini memberikan dampak positif terhadap pengembangan usaha kecil di komunitas Sako. Selain meningkatkan keterampilan teknis, pelatihan ini juga memperkuat kemampuan manajerial para ibu rumah tangga pemilik UMKM, yang diharapkan akan terus berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di wilayah tersebut.

## Daftar Pustaka

---

- Aminda, R. S., Aminda, A., & Rizqi, M. (2024). Analisa Capaian Pelaksanaan Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi Dalam Sustainable Development Goals (SDGs) di Kabupaten Bogor. *Sinkron: Jurnal Pengabdian Masyarakat Uika Jaya*, 2, 190–207. <https://doi.org/10.32832/jpmuj.v2i2>
- Andriyanto, I. (2018). Penguatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui E-Commerce. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 6(2).
- Fahriani, D., Wulandari, L. P., Putra, R. F., Parahita, A. S., & Fitria, A. (2023). Pelatihan Penentuan Harga Pokok Produksi Penjualan Pada UMKM Tas Kulit Di Desa Bligo. *Journal of Science and Social Development*, 6, 18–26.
- Fariad Pratama, M., Zulkifar Mulyadi, D., Paluala, K., Efendi, K., & Tinggi Ilmu Ekonomi Enam Enam Kendari, S. (2023). Pelatihan Keterampilan Soft Skills Dan Kepemimpinan Untuk Peningkatan Produktivitas KerJA UMKM Di Kota Kendari. *Communnity Development Journal*, 4(6).
- Hamid, N., Rizaldi Makmur, M., Sofian Maksar, M., & Lapau, F. (2024). Identifikasi Faktor Daya Saing UMKM di Buton Tengah Provinsi Sulawesi Tenggara dengan Pendekatan Fishbone. *Jurnal Ilmu Manajemen Sosial Humaniora (JIMSH)*, 6(2), 96–116. <https://doi.org/10.51454/jimsh.v6i2.642>
- Harahap, I., Nawawi, Z. M., & Syahputra, A. (2023). Signifikansi Peranan Umkm Dalam Pembangunan Ekonomi Di Kota Medan Dalam Prespektif Syariah. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 6(2).
- Istiqamah, A., Kumorojati, I., Pangaribuan, R. D., & Raidatullah, S. R. (2024). Analisa Peran UMKM Produk Kecantikan Terhadap Tingkat Kesejahteraan Masyarakat. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 11.
- Kanivia, A., & Anggun Puspitarini, D. (2024). Sosialisasi Penetapan Hpp Dan Harga Jual Produk Pada Kelompok Umkm Di Desa Mundu Kabupaten Cirebon. *Jurnal Pengabdian UCIC*, 1.
- Maiyuniarti, D. A., & Oktafia, R. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Olahan Kripik Di Desa Kebonwaris, Kecamatan Pandaan, Kabupaten Pasuruan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(2), 506–516. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Rahmawati, K. (2021). Pelatihan Penjualan Online Menggunakan Marketplace Pada Ukm Di Bantul. *Dharma: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 79–85.
- Rauf, R., Syam, A., & Fuad Randy, M. (2024). Optimalisasi Transformasi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Indonesia. *Bongaya Journal of Research in Management*, 7(1).
- Ria, T. N., Fauzijanti, W., & Ernawati, F. Y. (2024). Pendampingan Pemanfaatan Whatsapp untuk Meningkatkan Pemasaran Umkm Di Kelurahan Krapyak. *EduImpact : Jurnal Pengabdian Dan Inovasi Pendidikan Masyarakat*, 1.
- Saputra, J., Desriyati, W., Handayani, T., & Putra, S. A. (2023). Pendampingan Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada UMKM Pengelolaan Tempe. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(10), 2448–2454.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. *INOBISS : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1).
- Windusancono, B. A. (2021). Upaya Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Indonesia. *Mimbar Administrasi*, 18(1).