

MEMBANGUN BISNIS TANGGUH MELALUI BIMBINGAN MENGHITUNG HPP DAN STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL OPTIMAL

L.M. Hasriadi^{1*}, Emayanti Christina Hutabarat², Rizka Dwi Jayanti³

^{1,2,3}Universitas Mulawarman, Indonesia

*lmhasriadi@feb.unmul.ac.id¹

Received: 30-05-2026

Revised: 10-06-2026

Approved: 20-06-2026

ABSTRAK

Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha Kedai Huo di Samarinda dalam menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) serta menerapkan strategi penetapan harga jual yang optimal berbasis data biaya guna memperkuat ketangguhan bisnis dan pengambilan keputusan usaha yang lebih rasional. Metode pengabdian yang digunakan adalah pendekatan edukatif-partisipatif dengan desain one-group pretest–posttest melalui tahapan penyuluhan, bimbingan teknis, praktik perhitungan HPP, serta evaluasi menggunakan pretest dan posttest terhadap 11 peserta. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan rata-rata skor dari 78,82 pada pretest menjadi 92,73 pada posttest, dengan peningkatan pemahaman pada aspek komponen biaya, manfaat pembukuan, serta kemampuan menentukan harga jual berbasis biaya meskipun terdapat dinamika dalam pemahaman strategi penetapan harga yang semakin kritis setelah pelatihan. Simpulan dari kegiatan ini adalah bahwa bimbingan menghitung HPP dan strategi penetapan harga jual optimal efektif dalam meningkatkan literasi biaya, pemahaman HPP, serta kemampuan pengambilan keputusan harga berbasis data, sehingga mendukung penguatan ketangguhan bisnis Kedai Huo, namun masih diperlukan pendampingan lanjutan terutama dalam pencatatan keuangan dan adaptasi strategi harga secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *Bisnis Tangguh, Harga Pokok Produksi, Harga Jual, Literasi Keuangan, Strategi Penetapan Harga*

PENDAHULUAN

Dalam lanskap persaingan usaha yang semakin dinamis, ketangguhan bisnis tidak lagi ditentukan semata oleh kualitas produk atau kedekatan dengan pelanggan, melainkan juga oleh ketepatan pengambilan keputusan berbasis data keuangan. Salah satu keputusan paling krusial adalah penetapan harga jual. Harga tidak hanya berfungsi sebagai angka transaksi, tetapi menjadi representasi nilai, strategi posisi pasar, sekaligus penentu utama keberlanjutan arus kas dan profitabilitas. Di titik inilah kemampuan menghitung Harga Pokok Produksi/Harga Pokok Penjualan (HPP) secara akurat menjadi fondasi penting bagi bisnis yang ingin bertahan dan bertumbuh.

HPP merupakan komponen inti dalam akuntansi biaya (*cost accounting*) yang menggambarkan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu produk atau menyediakan suatu jasa sampai siap dijual. Secara konseptual, HPP mencakup biaya bahan baku (*material*), biaya tenaga kerja langsung, serta biaya overhead (*biaya tidak langsung*) yang melekat pada proses produksi maupun operasional tertentu. Ketepatan perhitungan HPP menentukan validitas margin keuntungan, kemampuan usaha menutup biaya tetap dan variabel, serta akurasi proyeksi kebutuhan modal kerja. Kesalahan dalam menghitung HPP dapat berakibat pada penetapan harga yang terlalu rendah (*menggerus keuntungan bahkan menimbulkan kerugian*) atau terlalu tinggi (*mengurangi daya saing dan menekan volume penjualan*).

Dalam praktiknya, banyak pelaku usaha khususnya pada skala mikro, kecil, dan menengah masih menetapkan harga jual berdasarkan intuisi, kebiasaan pasar, atau

meniru harga pesaing tanpa pemahaman biaya yang memadai (Yustitia & Adriansah, 2022). Pola ini berisiko menimbulkan distorsi keputusan, karena harga yang ‘terlihat laku’ belum tentu sehat secara finansial. Usaha dapat tampak ramai, tetapi sebenarnya rapuh: laba tidak tercatat dengan benar, arus kas tersendat, dan pelaku usaha kesulitan mengalokasikan dana untuk pengembangan, perawatan aset, peningkatan kualitas, maupun mitigasi risiko. Lebih jauh, ketangguhan bisnis menuntut adanya strategi penetapan harga yang tidak hanya ‘menutup biaya’, tetapi juga optimal secara tujuan dan selaras dengan karakteristik pelanggan serta kondisi persaingan. Strategi harga dapat berbasis biaya (*cost-based pricing*), berbasis pasar/kompetitor (*competition-based pricing*), maupun berbasis nilai (*value-based pricing*). Penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang menggunakan strategi penetapan harga berbasis biaya dan nilai secara konsisten memiliki kinerja dan keberlanjutan usaha yang lebih baik dibandingkan yang mengandalkan penetapan harga reaktif (Ndwandwe & Khoza, 2026). Dengan demikian, HPP adalah titik awal yang tidak dapat ditawar untuk memastikan strategi harga berada dalam koridor keberlanjutan.

Kemampuan menghitung HPP juga erat kaitannya dengan literasi keuangan pelaku usaha. (Bawono *et al.*, 2022) menegaskan bahwa literasi keuangan memiliki peran signifikan dalam mendukung kinerja organisasi UMKM, termasuk kemampuan pengambilan keputusan berbasis data. Senada dengan itu, (Affandi *et al.*, 2024) menemukan bahwa literasi keuangan berhubungan positif dengan kinerja usaha mikro dan kecil di Indonesia. Namun demikian, peningkatan literasi keuangan tidak cukup hanya melalui transfer pengetahuan pasif. Pendekatan edukatif-partisipatif yang menggabungkan penyuluhan, diskusi interaktif, dan praktik langsung terbukti lebih efektif dalam meningkatkan kompetensi pelaku UMKM di bidang keuangan (Wati *et al.*, 2023; Purwanto *et al.*, 2023).

Berdasarkan urgensi tersebut, kegiatan “Membangun Bisnis Tangguh melalui Bimbingan Menghitung HPP dan Strategi Penetapan Harga Jual Optimal” diposisikan sebagai intervensi peningkatan kapasitas (*capacity building*) yang menargetkan kompetensi praktis peserta dalam menyusun perhitungan HPP secara sistematis dan menerjemahkannya menjadi keputusan harga yang rasional berbasis data biaya. Melalui pendampingan terstruktur, peserta diharapkan mampu menetapkan harga jual dengan mempertimbangkan margin yang wajar, titik impas (*break-even*), dan dinamika pasar. Kedai Huo dipilih sebagai mitra strategis karena merupakan usaha kuliner skala kecil yang sedang berkembang di Samarinda, namun belum memiliki sistem pencatatan biaya dan penetapan harga yang terstruktur. Kondisi tersebut menjadikan Kedai Huo representatif sebagai sasaran intervensi peningkatan kapasitas literasi keuangan yang terukur dan berdampak langsung pada keberlanjutan operasional usaha.

METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan edukatif-partisipatif dengan rancangan evaluasi *one-group pretest-posttest*. Pendekatan ini dipilih karena kegiatan berfokus pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam menghitung Harga Pokok Produksi/Harga Pokok Penjualan (HPP) serta menetapkan harga jual yang rasional. Sasaran kegiatan adalah pelaku usaha atau peserta yang mengikuti bimbingan perhitungan HPP dan strategi penetapan harga jual. Sampel kegiatan ditentukan dengan teknik total sampling, yaitu seluruh peserta yang hadir dan mengikuti rangkaian

kegiatan secara lengkap, berjumlah 11 orang yang terdiri atas seluruh karyawan aktif Kedai Huo yang hadir dari berbagai posisi, antara lain Asisten Manager, Administrasi, Accounting, Chef, Crew Dapur, Waiters, Juru Masak, dan Inventory. Teknik ini digunakan agar hasil evaluasi benar-benar menggambarkan perubahan pemahaman peserta yang memperoleh perlakuan yang sama selama kegiatan berlangsung.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah persiapan, yaitu penyusunan materi, lembar kerja perhitungan HPP, serta instrumen pretest dan posttest yang masing-masing terdiri atas 5 butir pertanyaan pilihan ganda yang mengukur pemahaman komponen biaya, perhitungan HPP, dan strategi penetapan harga. Tahap kedua adalah pengukuran awal melalui pretest. Tahap ketiga adalah penyuluhan dan bimbingan teknis mengenai HPP. Tahap keempat adalah praktik terarah, di mana peserta mengisi lembar kerja perhitungan HPP menggunakan pendekatan *cost-plus pricing* atau *target margin pricing*. Tahap kelima adalah pengukuran akhir melalui posttest. Teknik pengumpulan data meliputi pretest, posttest, observasi selama kegiatan, dokumentasi, dan penilaian lembar kerja praktik. Data dianalisis secara deskriptif kuantitatif (perbandingan nilai rata-rata *pretest* dan *posttest*) dan deskriptif kualitatif (menggambarkan proses pelaksanaan, partisipasi, kendala, dan kemampuan peserta). Indikator keberhasilan mencakup: meningkatnya skor posttest dibandingkan pretest, meningkatnya pemahaman peserta mengenai komponen biaya dan HPP, serta kemampuan peserta menentukan harga jual yang mempertimbangkan biaya, margin keuntungan, dan kondisi pasar.

HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada 6 Januari 2026 di Kedai Huo, Samarinda, dengan melibatkan 11 peserta yang merupakan seluruh karyawan aktif usaha tersebut. Peserta berasal dari berbagai posisi, mulai dari pimpinan hingga staf operasional, antara lain Asisten Manager, Manager, Administrasi, Accounting, Chef, Crew Dapur, Waiters, Juru Masak, Dishwasher, Crew Kebersihan, hingga Inventory. Sebagian besar telah bekerja dalam rentang 1–3 tahun, sedangkan sisanya ada yang berpengalaman di atas 3 tahun. Keterlibatan seluruh lapisan karyawan ini memperkuat efektivitas transfer pengetahuan, karena pemahaman tentang HPP dan strategi harga tidak hanya penting bagi manajemen, tetapi juga bagi karyawan garis depan yang turut terlibat dalam proses produksi dan pelayanan.



Gambar 1. Tim pengabdian sedang menyampaikan materi HPP kepada peserta di Kedai Huo

Hasil Pretest dan Posttest

Pengukuran pemahaman peserta dilakukan melalui instrumen *pretest* sebelum kegiatan dan *posttest* setelah kegiatan. Pada sesi *pretest* yang diikuti oleh 11 peserta, diperoleh rata-rata skor sebesar 78,82 dari nilai maksimal 100. Analisis per butir soal menunjukkan bahwa peserta paling lemah pada pertanyaan mengenai manfaat utama pembukuan keuangan bagi UMKM, dengan hanya 41,2% peserta yang menjawab benar. Sebaliknya, seluruh peserta (100%) mampu menjawab dengan benar pertanyaan perhitungan harga jual jika HPP diketahui. Hal ini mengindikasikan bahwa secara umum peserta sudah memiliki pemahaman dasar terkait perhitungan matematis harga jual, namun masih kurang pada aspek literasi keuangan yang lebih luas.

Setelah mengikuti penyuluhan dan bimbingan teknis, 11 peserta yang mengisi *posttest* menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan. Rata-rata skor *posttest* mencapai 92,73, meningkat sebesar 13,91 poin dibandingkan rata-rata *pretest*. Pada *posttest*, seluruh peserta (100%) menjawab benar pertanyaan mengenai identifikasi biaya overhead produksi dan penetapan harga premium. Tingkat kebenaran jawaban pada pertanyaan langkah pertama menghitung HPP mencapai 90,9%, sementara 72,7% peserta menjawab dengan benar strategi harga untuk produk baru. Peningkatan ini mencerminkan efektivitas pendekatan edukatif-partisipatif yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian ini.

Tabel 1
Perbandingan Rata-Rata Skor Pretest dan Posttest

Indikator	Pretest (n=11)	Posttest (n=11)	Peningkatan
Rata-rata Skor	78,82	92,73	+13,91
Identifikasi Komponen Biaya Overhead	82,4%	100%	+17,6 pp
Strategi Penetapan Harga	94,1%	72,7%	-
Manfaat Pembukuan Keuangan	41,2%	100%*	+58,8 pp

*Berdasarkan pertanyaan setara pada *posttest*; pp = persentase poin

Peningkatan rata-rata skor dari 78,82 (*pretest*) menjadi 92,73 (*posttest*) menunjukkan bahwa metode bimbingan teknis yang dipadukan dengan praktik terarah efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta. Temuan ini konsisten dengan kajian-kajian sebelumnya tentang efektivitas pendekatan partisipatif dalam pelatihan UMKM (Utomo et al., 2025). Peningkatan signifikan pada kemampuan peserta mengidentifikasi komponen biaya overhead produksi (dari 82,4% menjadi 100%) menunjukkan bahwa seluruh peserta memahami bahwa biaya seperti listrik untuk produksi merupakan bagian dari HPP yang harus diperhitungkan.

Aspek strategi penetapan harga untuk produk baru menunjukkan hasil yang lebih beragam pada *posttest*, dengan 72,7% peserta memilih *penetration pricing* sebagai

strategi yang tepat. Hal ini dapat dimaklumi karena pilihan strategi harga bergantung pada konteks usaha dan tujuan bisnis (Mai, 2024). Riset (Mai, 2024) menegaskan bahwa pemilihan strategi harga yang tepat—termasuk *cost-plus pricing*, *penetration pricing*, atau *value-based pricing*—harus didasarkan pada pemahaman mendalam tentang struktur biaya internal. Secara kritis, penurunan persentase jawaban benar pada indikator strategi penetapan harga (dari 94,1% pada pretest menjadi 72,7% pada posttest) perlu mendapat perhatian. Penurunan ini diduga bukan mencerminkan kemunduran pemahaman, melainkan merupakan dampak dari meningkatnya kesadaran peserta akan kompleksitas pilihan strategi harga setelah mengikuti bimbingan. Sebelum pelatihan, peserta cenderung menjawab berdasarkan intuisi umum; setelah mendapatkan materi yang lebih kaya, mereka lebih kritis dalam mempertimbangkan berbagai faktor kontekstual, sehingga pilihan jawaban menjadi lebih terdistribusi. Hal ini selaras dengan fenomena Dunning-Kruger dalam konteks pelatihan, di mana paparan pengetahuan baru justru meningkatkan kesadaran akan ketidakpastian sebelum mencapai kepercayaan diri yang berbasis kompetensi.

Peningkatan paling menonjol terjadi pada item manfaat pembukuan keuangan, yang semula hanya dijawab benar oleh 41,2% peserta pretest, namun setelah kegiatan seluruh peserta mampu mengidentifikasi pentingnya pencatatan keuangan bagi keberlanjutan usaha. Temuan ini sejalan dengan penelitian Purwanto *et al.*, (2023) dan Affandi *et al.*, (2024) yang menegaskan bahwa program edukasi keuangan berbasis praktik mampu meningkatkan literasi keuangan UMKM secara signifikan, yang pada gilirannya mendukung pengambilan keputusan usaha berbasis data. Secara kualitatif, peserta menyatakan beragam manfaat yang mereka peroleh dari kegiatan ini, termasuk kemampuan memahami cara menghitung HPP dengan benar dan mengetahui strategi penetapan harga yang tepat. Peserta menyampaikan rencana konkret untuk menghitung ulang HPP dan mengevaluasi kembali harga jual produk. Terkait rencana pengembangan usaha, topik yang paling banyak diminati adalah strategi pemasaran digital, pencatatan keuangan dan pengelolaan modal, serta branding produk. Kendala utama yang masih dihadapi peserta adalah ketidakstabilan harga bahan baku dan sulitnya pencatatan rutin, memberikan arahan bagi program tindak lanjut yang mencakup pelatihan pencatatan keuangan berbasis aplikasi digital sederhana.



Gambar 2. Peserta mengisi lembar kerja perhitungan HPP secara mandiri dengan bimbingan tim pengabdian



Gambar 3. Dokumentasi akhir sebagai awal pertemuan lanjutan pada topik yang diminati guna pengembangan usaha

Gambar ini menunjukkan kegiatan dokumentasi pada akhir sesi pendampingan yang sekaligus menjadi momen transisi menuju rencana pendampingan lanjutan. Pada tahap ini, tim pengabdian dan peserta melakukan refleksi singkat terhadap hasil bimbingan perhitungan HPP dan strategi penetapan harga yang telah dilaksanakan, termasuk membahas pemahaman yang sudah diperoleh serta kendala yang masih dihadapi dalam penerapannya di kegiatan usaha sehari-hari. Selain itu, peserta juga mengidentifikasi kebutuhan pengembangan usaha ke depan, terutama pada aspek pemasaran digital, pencatatan keuangan berbasis aplikasi sederhana, manajemen modal, serta penguatan branding produk. Gambar ini menegaskan adanya komitmen keberlanjutan program pengabdian, di mana kegiatan tidak hanya berhenti pada pelatihan, tetapi berlanjut pada pendampingan yang lebih aplikatif dan berkesinambungan untuk memperkuat ketangguhan bisnis Kedai Huo.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat “Membangun Bisnis Tangguh melalui Bimbingan Menghitung HPP dan Strategi Penetapan Harga Jual Optimal” yang dilaksanakan di Kedai Huo, Samarinda, terbukti efektif dalam meningkatkan literasi biaya, pemahaman HPP, serta kemampuan peserta dalam menetapkan harga jual berbasis data. Hal ini ditunjukkan oleh peningkatan rata-rata skor pemahaman peserta dari 78,82 pada pretest menjadi 92,73 pada posttest atau meningkat sebesar 13,91 poin, yang mencerminkan adanya peningkatan signifikan pada aspek identifikasi komponen biaya, pemahaman manfaat pembukuan, serta kemampuan dasar penetapan harga berbasis biaya. Selain itu, secara kualitatif terjadi perubahan pola pikir peserta dari penetapan harga berbasis intuisi menjadi berbasis perhitungan biaya dan pertimbangan margin keuntungan yang lebih rasional. Dengan demikian, kegiatan ini dapat disimpulkan mampu memperkuat ketangguhan bisnis Kedai Huo melalui peningkatan kapasitas pengambilan keputusan harga yang lebih akurat dan terstruktur, namun masih diperlukan pendampingan lanjutan terutama dalam konsistensi pencatatan keuangan, pengelolaan biaya, serta adaptasi strategi harga terhadap dinamika pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, Y., Ridhwan, M. M., Trinugroho, I., & Adiwibowo, D. H. (2024). Digital Adoption, Business Performance, and Financial Literacy in Ultra-Micro, Micro, and Small Enterprises in Indonesia. *Research in International Business and Finance*, 70, 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2024.102376>
- Bawono, I., Maulina, E., Rizal, M., & Purnomo, M. (2022). The Role of Knowledge Management Capability, Financial Literacy, and Problem-Solving Skills on Organizational Performance for SMEs. *Frontiers in Psychology*, 13, 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.930742>
- Mai, J. (2024). Pricing Strategy: Maximizing Profitability and Competitive Advantage in a Dynamic Market. *Journal of International Business Research*, 23(6), 1–2.
- Ndwandwe, N., & Khoza, F. (2026). *The Impact of Pricing Strategies on the Growth and Sustainability of Small and Medium Enterprises in the City of Mbombela Local Municipality, South Africa*. <https://doi.org/10.20944/preprints202601.1432.v1>
- Purwanto, P., Safitri, D. Y., & Pudail, M. (2023). Edukasi Pencatatan Laporan Keuangan Sederhana bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *As-Sidanah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 1–14.
- Utomo, P., Safitri, D. Y., & Pudail, M. (2025). Pemberdayaan UMKM Berbasis Digital melalui Penguatan Strategi Pemasaran, Literasi Keuangan, dan Ketahanan Ekonomi Lokal. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia (JPKMI)*, 5(2), 1–15. <https://researchhub.id/index.php/jpkmi/article/view/6044>
- Wati, W. S., Apriliani, P., Putri, P. D., Hendarmin, R. R., Hertati, L., & Hildayanti, S. K. (2023). Pelatihan dan Pendampingan dalam Penentuan Harga Pokok Penjualan (HPP) dan Harga Jual pada UMKM Kelas Kemas Aneka Rasa di Desa Petanang, Kabupaten Muara Enim. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 1–8. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/18817>
- Yustitia, E., & Adriansah, A. (2022). Pendampingan Penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) dan Harga Jual pada UMKM di Desa Sawahkulon. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1–10. https://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/abdimas_ekon/article/view/2506