

PELATIHAN PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI DAN DIGITALISASI PEMASARAN PADA PELAKU UMKM DI KAPANEWON NANGGULAN

Mellyana Puspita Sari¹, Nugraeni²

^{1,2}Universitas Mercu Buana Yogyakarta

mellyanapuspitasari5@gmail.com, nugraeni@mercubuana-yogya.ac.id

Received: 28-05-2026

Revised: 10-06-2026

Approved: 20-06-2026

ABSTRAK

Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM Pisang MuKu di Kapanewon Nanggulan dalam menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) serta memanfaatkan digitalisasi pemasaran sebagai strategi penguatan usaha melalui penetapan harga jual yang lebih tepat dan menguntungkan. Metode pengabdian yang digunakan adalah pendekatan pendampingan partisipatif melalui tahapan observasi, wawancara, pelatihan, praktik langsung, dan evaluasi selama satu bulan kegiatan Praktik Kerja Lapangan dengan penerapan metode Full Costing dalam perhitungan HPP serta pembuatan dan pengelolaan akun Instagram bisnis sebagai media pemasaran digital. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM, yang sebelumnya belum mampu menghitung HPP secara tepat menjadi mampu menghitung secara mandiri dengan mempertimbangkan seluruh komponen biaya produksi, serta mulai aktif menggunakan media digital untuk promosi produk sehingga jangkauan pasar menjadi lebih luas. Simpulan dari kegiatan ini adalah bahwa pelatihan perhitungan HPP berbasis Full Costing dan digitalisasi pemasaran efektif dalam meningkatkan literasi biaya, kemampuan penetapan harga jual yang lebih akurat, serta mendorong transformasi digital pada UMKM Pisang MuKu, meskipun masih diperlukan pendampingan lanjutan untuk optimalisasi pemasaran dan pengembangan platform digital lainnya.

Kata Kunci: Digitalisasi Pemasaran, Harga Pokok Produksi, Literasi Keuangan, Usaha Mikro

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bagian tak terpisahkan dari struktur perekonomian nasional Indonesia. Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, pemberdayaan UMKM perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha seluas luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi UMKM dalam mewujudkan pengembangan UMKM sangat diperlukan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan, dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan. UMKM umumnya memulai usahanya dengan sumber daya dan modal yang terbatas sehingga sering menghadapi tantangan dalam pertumbuhan bisnis. Meski demikian, UMKM memiliki kelebihan dalam hal inovasi dan fleksibilitas, sehingga dapat menyesuaikan diri dengan perubahan pasar yang cepat (Firdausya & Ompusunggu, 2023).

Perkembangan UMKM di Kabupaten Kulon Progo menunjukkan perkembangan yang meningkat. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kulon Progo, jumlah UMKM di wilayah tersebut terus bertambah setiap tahunnya, di dominasi dari sektor makanan dan minuman yang terus berkembang. Kapanewon Nanggulan sebagai salah satu Kapanewon di Kulon Progo yang memiliki potensi besar, termasuk pisang yang melimpah. Potensi ini mendorong munculnya usaha pengelolaan berbasis bahan lokal, salah satunya Adalah UMKM Pisang MuKu yang mengolah batang pisang menjadi produk inovatif berupa keripik. Usaha ini bermula dari program pelatihan pembuatan

keripik dengan bahan lokal yang diadakan oleh Lembaga, dan sekarang sudah berkembang menjadibusaha mikro yang berdiri mandiri dengan dukungan modal dan bimbingan dari lembaga tersebut.

Harga Pokok Produksi (HPP) merupakan keseluruhan biaya yang dikeluarkan dalam menciptakan suatu produk. Komponen yang terhitung dalam HPP seperti: biaya bahan baku, upah tenaga kerja langsung, serta biaya overhead pabrik. Untuk memastikan bahwa produk dapat dijual dengan harga yang bersaing, dan perlu juga diperhatikan Harga Pokok Produksinya dengan mengikuti sistem serta prosedur yang akurat dan teliti sehingga dapat dijual dengan harga yang tepat (Weny, 2023). Penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) memiliki fungsi untuk mengetahui semua pengeluaran yang diperlukan dalam menghasilkan suatu produk. Selain itu, penentuan HPP menjadi landasan untuk menetapkan harga jual dengan memperhitungkan laba yang kita inginkan. Selain itu, HPP dapat digunakan sebagai pedoman dalam pengambilan Keputusan strategis oleh manajemen Perusahaan (Yustitia & Adriansah, 2022).

Perkembangan dalam bidang teknologi digital dan tren yang menyertai saat ini berlangsung dengan sangat cepat. Kondisi teknologi digital yang ada saat ini terhubung ditandai dengan penerapan konsep SMAC yakni Social Media, Mobile Analytics, dan Cloud Computing. Yang sekarang menjadi fokus utama dalam mengelola bisnis serta berupaya sebagai memperkuat keunggulan kompetitif sebuah ekonomi digital yang semakin dinamis (Octiva et al., 2024). Digitalisasi dalam UMKM diyakinkan dapat memperluas pasar, jaringan, dan peluang bagi produk agar lebih dikenal di kalangan Masyarakat umum (Yuniarti et al., 2022). Evolusi pemasaran digital telah menyediakan untuk para pengusaha dengan alat-alat untuk menavigasi kompleksitas lanskap digital. Dengan memanfaatkan lanskap digital, bisnis bisa meningkatkan kehadiran pasar mereka, terhubung dengan berbagai audiens, dan mendorong pertumbuhan ekonomi (Sono et al., 2023). Transformasi digital memberikan sumbangan terhadap inovasi, peningkatan produktivitas, efisiensi operasional, dan kesejahteraan Masyarakat melalui kemudahan akses ke informasi, pengetahuan, serta data yang relevan (Evangeulista et al., 2023).

Pelatihan dalam penerapan digitalisasi pemasaran dan penetapan Harga Pokok Produksi (HPP) menjadi Langkah yang strategis untuk mengatasi masalah promosi yang minimal. Pemasaran digital dapat menyediakan akses pasar yang luas dengan biaya yang terjangkau (Ariyanto et al., 2025). Para pebisnis belum sepenuhnya memanfaatkan media digital untuk mengembangkan produk mereka. Inovasi dan kemampuan dapat beradaptasi terhadap teknologi informasi yang sekarang sangat krusial di Tengah kemajuan teknologi, dan membuat persaingan semakin ketat. Selain itu, pelaku UMKM sering kurang memahami cara memperkenalkan produknya agar dikenal oleh publik, contohnya untuk branding produk (Susilawati et al., 2024). Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada Masyarakat dibuat untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM Pisang MuKu si Kpanewon Nanggulan, Kabupaten Kulon Progo dalam hal perhitungan HPP sesuai standar akuntansi sederhana dan pemanfaatan platform digital sebagai sarana pemasaran produk.

METODE KEGIATAN

Kegiatan pendampingan dalam pelatihan perhitungan HPP dan digitalisasi pemasaran dilakukan selama satu periode Praktik Kerja Lapangan (PKL) yaitu satu bulan

yang dimulai pada tanggal 13 April 2026 sampai dengan 13 Mei 2026, dengan melibatkan salah satu UMKM yang ada di Kapanewon Nanggulan yaitu UMKM Pisang MuKu yang berlokasi di Grubug, Jatisarone, Nanggulan, Kabupaten Kulon Progo. Dalam kegiatan ini digunakan metode Full Costing sebagai pendekatan dalam perhitungan HPP, yaitu metode yang membebankan seluruh komponen biaya produksi, upah tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik baik tetap maupun variabel. Metode ini dipilih karena memberikan Gambaran biaya produksi yang menyeluruh dan akurat sebagai dasar penetapan harga jual. Survey ini dilakukan untuk mengetahui tentang kondisi usaha, dan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM tersebut. Metode pelaksanaan pada pengabdian yang digunakan selama kegiatan PKL di UMKM tersebut:



Alur kegiatan ini terdiri dari empat tahapan yang saling berkesinambungan, yang dimulai dari tahap persiapan, selanjutnya tahap pelatihan dan pendampingan, dan yang terakhir tahap hasil dan evaluasi. Pada tahap awal penulis melakukan survey UMKM dan mewawancarai pelaku UMKM untuk mengidentifikasi kondisi permasalahan UMKM tersebut pemahaman tentang perhitungan HPP dan sejauh mana pemanfaatan media digital untuk kegiatan pemasaran. Hasil dari tahap wawancara digunakan untuk acuan dalam merancang materi pelatihan dan menentukan metode pendampingan yang paling sesuai dengan UMKM tersebut.

Tahap selanjutnya adalah tahap pelatihan dan pendampingan, dilakukan secara bertahap dan praktik secara langsung, pada hal ini pelaku UMKM diberi pengetahuan tentang apa saja yang harus dilibatkan dalam perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) agar mendapatkan nilai jual yang tepat dan memberi untung untuk usaha yang sedang dijalankan. Pendampingan ini juga mencakup hasil dari pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi, dalam hal ini penulis memberikan pendampingan untuk pembuatan akun bisnis Instagram serta penggunaannya untuk memanfaatkan fitur yang tersedia. Tahapan terakhir yaitu hasil dan evaluasi, memiliki tujuan untuk menilai efektivitas dari kegiatan pendampingan yang telah dilakukan dan pemahaman oleh pelaku UMKM. Evaluasi yang digunakan yaitu dengan diskusi dan menggali perubahan pemahaman dan kebiasaan pelaku usaha. Hasil yang telah dicapai Adalah peningkatan pemahaman pelaku usaha untuk menghitung HPP dan memanfaatkan media digital Instagram sebagai sarana promosi. Evaluasi yaitu dengan melakukan diskusi tentang perubahan yang telah dialami selama proses pendampingan. Melalui evaluasi dapat dilihat bahwa ada hal yang sudah berjalan baik dan ada hal yang harus ditingkatkan lagi.

HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pendampingan memperlihatkan bahwa adanya peningkatan kemampuan untuk pelaku UMKM dalam perhitungan HPP dan digitalisasi pemasaran. Sebelum diadakannya pendampingan pelaku UMKM ini masih ragu dan belum mampu untuk menghitung HPP dengan tepat, setelah kegiatan pendampingan pelaku UMKM mampu menghitung HPP untuk menetapkan harga jual secara tepat. Dan juga dapat mengoperasikan akun Instagram bisnis yang telah dibuat dengan memanfaatkan fitur

fitur yang tersedia dan mulai membuat konten promosinya dengan sederhana.

Kegiatan pelatihan perhitungan HPP dan digitalisasi pemasaran ini di lakukan dirumah salah satu pelaku usaha yang beralamat di Grubug, Jatisarone, Nanggulan, Kabupaten Kulon Progo. Kegiatan pelatihan ini dilakukan dalam empat kali pertemuan, masing masing memiliki fokus pada peningkatan kemampuan, diskusi, dan praktik secara langsung. Pertemuan pertama tentang survey UMKM dan meminta izin pada pelaku usaha, pertemuan kedua yaitu wawancara untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh UMKM tersebut dan memberi tahu tentang pentingnya mengetahui perhitungan HPP, selanjutnya pelatihan mengenai teknis perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dengan tepat sesuai standar akuntansi sederhana, pertemuan terakhir membahas tentang hasil yang diperoleh dan evaluasi pemahaman pelaku UMKM. Berdasarkan hasil dari wawancara dan berdiskusi Bersama, pelaku usaha ini belum terlalu mengetahui tentang perhitungan HPP. Dengan adanya kondisi ini maka dari itu untuk perhitungan HPP masih kurang tepat dan untuk pemberian harga jual belum optimal dan pelaku usaha menjadi kurang tepat dalam menetapkan keuntungan. Hal ini sesuai dengan UMKM membutuhkan dukungan langsung untuk dapat memahami dan mengimplementasikan teknologi dalam pelaksanaannya.



Gambar 1. Proses observasi dan wawancara dengan pelaku UMKM

Berdasarkan hasil dari wawancara dan berdiskusi Bersama, pelaku usaha ini belum terlalu mengetahui tentang perhitungan HPP. Dengan adanya kondisi ini maka dari itu untuk perhitungan HPP masih kurang tepat dan untuk pemberian harga jual belum optimal dan pelaku usaha menjadi kurang tepat dalam menetapkan keuntungan. Hal ini sesuai dengan UMKM membutuhkan dukungan langsung untuk dapat memahami dan mengimplementasikan teknologi dalam pelaksanaannya. Kondisi ini menunjukkan bahwa UMKM tersebut membutuhkan dukungan langsung untuk dapat memahami dan mengimplementasikan praktik akuntansi dalam operasional usahanya.



Gambar 2. Pelatihan Perhitungan HPP



Gambar 3. Proses Pemahaman Menghitung HPP

Tabel 1.
Perbandingan Perhitungan HPP Sebelum dan Sesudah Pelatihan

No	Komponen Biaya	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan	Keterangan
1	Biaya Bahan Baku	Tidak dihitung	Dihitung	Perhitungan tiap produksi
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Tidak dihitung	Dihitung	Upah tiap produksi
3	Biaya Overhead Pabrik	Tidak dihitung	Dihitung	Perhitungan tiap produksi
	Total HPP	Tidak dihitung	Dihitung	-
	Harga Jual Per Kemasan	Ditentukan perkiraan	HPP/Unit + laba 30%	-

Berdasarkan Tabel 1, dapat dilihat bahwa sebelum dilakukan pelatihan pelaku UMKM tidak mencatat komponen biaya yang digunakan, sehingga penetapan harga jual menjadi tidak akurat. Setelah dilakukan pelatihan menggunakan metode Full Costing, total HPP untuk setiap kali produksi dengan kemasan 75 gram dan 100 gram dengan margin laba 30%

Tabel 2.
Pengelompokan Biaya UMKM Pisang MuKu (Full Costing)

UMKM Pisang MuKu					
Harga Pokok Produksi					
No	Jenis Biaya	Harga	Satuan	Pemakaian	Total
Bahan Baku					
	Batang Pisang	xx	pcs	xx	xx
	Tepung Beras	xx	kg	xx	xx
	Tepung Tapioka	xx	kg	xx	xx
	Minyak Goreng	xx	liter	xx	xx
Tenaga Kerja Langsung					
	Biaya Tenaga Kerja	xx	jam	xx	xx
Biaya Operasional					
	Telur	xx	kg	xx	xx
	Bumbu	xx	gram	xx	xx
	Listrik	xx	kwh	xx	xx
	Air	xx	kubik	xx	xx
	Packaging	xx	pcs	xx	xx
	Gas	xx	tabung	xx	xx
Total Biaya Produksi					xxx
Jumlah Produksi					xxx
HPP/gram					xxx
Margin Laba					30%
Harga Jual					xxx

Pelatihan dilakukan secara bertahap agar para pelaku UMKM dapat lebih mengerti dan memahami pengetahuan dengan sebaik baiknya dan secara perlahan terbiasa mencatat perhitungan Harga Pokok Produksinya sendiri. Dengan membiasakan hal ini pelaku UMKM dapat lebih memahami konsisi keuangan usahanya dan dapat merencanakan keuangannya lebih terarah (Febriyani & Nugraeni, 2025).



Gambar 4. Evaluasi

Setelah dilakukannya pelatihan, terlihat adanya perubahan kebiasaan dari pelaku UMKM, pelaku UMKM mulai aktif melakukan pencatatan biaya bahan baku, upah tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik secara mandiri dan mencoba strategi promosi di Instagram. Hal ini membuktikan bahwa sudah muncul kesadaran mengenai pentingnya membuat pencatatan yang teratur dan promosi secara digital. Menandai adanya kegiatan usaha ini menjadi lebih profesional dan terarah.



Gambar 5 . Pembuatan akun Instagram

Proses pelatihan dan pendampingan menghasilkan hasil yang positif untuk mendorong UMKM lebih beradaptasi dengan era digital saat ini dan mampu menetapkan harga jual yang tepat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pelatihan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dan digitalisasi pemasaran pada UMKM Pisang MuKu di Kapanewon Nanggulan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini efektif dalam meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola usaha secara lebih terstruktur dan berbasis perhitungan biaya yang tepat. Melalui penerapan metode Full Costing, pelaku UMKM yang sebelumnya belum memahami dan tidak mencatat komponen biaya produksi kini mampu mengidentifikasi serta menghitung biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik secara mandiri sebagai dasar penetapan harga jual yang lebih akurat dan menguntungkan. Selain itu, pendampingan digitalisasi pemasaran melalui pembuatan dan pengelolaan akun Instagram bisnis berhasil mendorong perubahan perilaku usaha, ditandai dengan mulai aktifnya pelaku UMKM dalam melakukan promosi digital dan memperluas jangkauan pasar. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan literasi keuangan dan kemampuan penetapan harga, tetapi juga mendorong transformasi digital UMKM Pisang MuKu ke arah yang lebih modern, meskipun tetap diperlukan pendampingan lanjutan agar pengelolaan keuangan dan pemasaran digital dapat berjalan lebih optimal dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanto, K. A. R., Firdaus, A. R., Ardiansyah, D. A., Setyawan, M. F., Tamsir, L. F., Azahri, P. N., Siregar, P., & Firmansyah, R. S. (2025). *Pelatihan Penerapan Digital Marketing & Penentuan HPP untuk UMKM Desa Ngloram*. 3, Number 2, 2025 pp. 221–228. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.61930/jurnaladm>
- Evangeulista, G., Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, T., & Madiistriyatno, H. (2023). STRATEGI UMKM DALAM MENGHADAPI DIGITALISASI. *JURNAL KAJIAN EKONOMI DAN BISNIS*, 16.
- Febriyani, N. A., & Nugraeni. (2025). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Dan Digitalisasi Umkm Di Sekitar Stadion Maguwoharjo (Pt 408-414). *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Ekonomi dan Bisnis Digital (JPMEBD)*, 2(4).
- Firdausya, L. Z., & Ompusunggu, D. P. (2023). *USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI ERA DIGITAL ABAD 2*. 14–18.
- Octiva, C. S., Haes, P. E., Fajri, T. I., Eldo, H., & Hakim, M. L. (2024). Implementasi Teknologi Informasi pada UMKM: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 815–821. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13823>
- Sono, M. G., Erwin, E., & Muhtadi, M. A. (2023). Strategi Pemasaran Digital dalam Mendorong Keberhasilan Wirausaha di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*, 1(04). <https://doi.org/10.58812/jekws.v1i04.712>
- Susilawati, R., Salsabila, S., Safitri, S., & Pebrianto, D. (2024). Implementasi Penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) dengan Metode Full Costing dan Pengoptimalan Pemasaran Digital pada Penjualan Snack Guparove Studi Kasus pada Pelaku UMKM Ibu Suwarsi Kelurahan Margomulyo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 3(1), 110–125. <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v3i1.2707>
- Weny, S. Y. (2023). *Penentuan Harga Pokok Produksi Untuk Penetapan Harga Pokok Penjualan Pada PT. Sejahtera Sentosa*. 1, 101–113.
- Yuniarti, T., Faujiyah, F., Rizal, M. A., & Bani, F. C. D. (2022). Digitalisasi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Penjualan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Wilayah Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian*

Mengabdikan Terhadap Masyarakat), 2(2), 121-126.

<https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamitra.v2i2.202>

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), 1-9.

https://doi.org/10.32764/abdimas_ekon.v3i1.2506