



## Pendampingan Penentuan Harga Jual Produk di UMKM Kieran Tea

### *Assistance in Determining Product Selling Prices at Kieran Tea MSMEs*

Yuli Setiawannie<sup>1\*</sup>, Andri Herlambang<sup>2</sup>, Syahputra Amri<sup>3</sup>

<sup>1-3</sup> Universitas Potensi Utama, Indonesia

[setiawannie79@gmail.com](mailto:setiawannie79@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [herlambangandri53@gmail.com](mailto:herlambangandri53@gmail.com)<sup>2</sup>, [amry7832@gmail.com](mailto:amry7832@gmail.com)<sup>3</sup>

Jl. KL Yos Sudarso Km 6,5 No 3A, Tj. Mulia Medan

Korepodensi penulis: [setiawannie79@gmail.com](mailto:setiawannie79@gmail.com)

#### **Article History:**

Received: Juli 15, 2024;

Revised: Juli 30, 2024;

Accepted: August 01, 2024;

Published: August 15, 2024;

**Keywords:** Cost of Production, Kieran Tea, UMKM

**Abstract:** This research was conducted to determine the cost of production of one of the micro, small and medium enterprises or UMKM that has the opportunity to sell individually packaged tea drinks. Meanwhile, in marketing Kieran tea products, several stages need to be carried out, especially in determining the price in the market before this tea product is put on the market, so that prices can be adjusted to compete in the market and at the same time be accepted by people who want to enjoy this special tea treat. In this research, the HPP method was used to determine the price that can be released to the market. After going through calculations, the selling price for camellia tea was obtained, namely IDR 12,300/bag and IDR 308,600/box. Business owners also understand the influence of the cost of production and expected profits in their business in determining the selling price of their products, so there is a significant difference between determining the selling price of products without taking HPP into account and those taking HPP into account.

#### **Abstrak**

Penelitian ini dilakukan untuk menentukan harga pokok produksi dari salah satu usaha mikro kecil dan menengah atau UMKM yang mempunyai peluang terhadap usaha penjualan minuman teh yang di kemas secara tersendiri. Adapun dalam memasarkan produk Kieran teh ini perlu dilakukan beberapa tahapan yang terutama dalam penentuan harga di pasar sebelum produk teh ini di lempar ke pasar, agar dapat penyesuaian harga untuk bersaing di pasaran sekaligus dapat diterima oleh masyarakat yang ingin menikmati suguhan teh yang istimewa ini. Dalam penelitian ini digunakan metode HPP untuk menentukan harga yang dapat di lepas ke pasar, setelah melalui perhitungan diperoleh harga jual teh untuk jenis camellia yaitu Rp 12.300/kantong dan Rp 308.600/kotak. Pemilik usaha juga telah memahami pengaruh harga pokok produksi dan juga laba yang diharapkan dalam usahanya untuk menentukan harga jual produknya, sehingga terdapat perbedaan yang signifikan antara penentuan harga jual produk tanpa memperhitungkan HPP dengan yang memperhitungkan HPP.

**Kata Kunci:** Harga Pokok Produksi, Kieran Teh, UMKM

## **1. PENDAHULUAN**

Sebelum melakukan peluncuran suatu produk dipasar sebaiknya melakukan perhitungan kepada nilai jual dari produk tersebut. Sehingga harga pokok produksi itu sendiri menjadi kunci utama dalam pemasaran produk. Harga pokok produksi adalah segala biaya yang telah dikeluarkan dalam proses produksi untuk mengubah bahan baku menjadi produk akhir yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. (Dian.F,et.al) menyatakan untuk meningkatkan daya saing di pasar maka perlu menetapkan

strategi penjualan agar dapat menambah keuntungan atau profit agar pelaku usaha dapat bertahan bahkan dapat lebih maju lagi dalam mengembangkan usahanya. Begitu juga pendapat dari (Rahmawati,D.M& Hapsari,N) dalam menentukan harga pokok penjualan harus dipertimbangkan dan di analisa lebih jauh, ketika kita akan melakukan proses penjualan harus tepat memberikan harga jual dan harga produksi, karena sedikit kita melakukan kesalahan dalam memperhitungkan nilai harga pokok produksi maupun harga pokok jual maka akan mempunyai dampak terhadap keberlangsungan bagi pelaku usaha. Adapun di penelitian ini pelaku usaha belum pernah sama sekali untuk mencoba memperhitungkan nilai harga pokok produksi maupun nilai harga penjualan yang nantinya akan di produksi untuk dijual ke pasar atau segment tertentu terutama bagi yang menyukai beberapa aroma teh yang akan siap disajikan di beberapa tempat baik untuk rumah tangga, café, restaurant maupun tempat warung-warung yang menyajikan hidangan minuman teh.

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan (Sembiring,A.S,et.al) juga berpendapat agar harga penjualan produk tidak berdasarkan nilai volume atau jumlah barang yang akan kita pasarkan tetapi harus dilihat dari seberapa besar nilai profit atau keuntungan yang akan ditetapkan.

## **2. METODE**

Segala bagian biaya produksi diperhitungkan dalam penentuan harga pokok produksi, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik. Sehingga harga pokok produksi menurut metode harga pokok penuh ini terdiri dari:

- a. Unsur biaya produksi adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik tetap, biaya overhead pabrik variabel dan harga pokok produksi
- b. Metode Harga Pokok Variabel (Variable Costing)

Metode harga pokok variabel hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel saja, baik untuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, maupun biaya overhead pabrik.

Metode pengumpulan harga pokok bagi manajemen untuk menentukan besarnya harga pokok produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Untuk mendapatkan informasi biaya secara tepat dan teliti diperlukan perhitungan harga pokok produksi secara tepat dan teliti pula. Alat bantu yang efektif untuk menghitung harga pokok produksi adalah konsep akuntansi biaya. Penetapan metode tersebut pada suatu perusahaan tergantung pada sifat atau karakteristik pengolahan bahan baku menjadi produk selesai yang akan mempengaruhi metode pengumpulan harga pokok yang digunakan

a. Metode Harga Pokok Pesanan (Job Order Costing)

Metode harga pokok pesanan adalah metode pengumpulan harga pokok produk dimana biaya dikumpulkan untuk setiap jenis pesanan atau kontrak atau jasa secara terpisah, dan setiap pesanan atau kontrak dapat dipisahkan identitasnya. Metode ini digunakan oleh perusahaan yang memiliki karakteristik sebagai berikut:

- 1) Proses pengolahan produk terjadi secara terputus putus
- 2) Produk yang dihasilkan umumnya berdasarkan pesanan pembelian, sehingga pesanan yang satu dapat berbeda dengan pesanan yang lain
- 3) Produksi ditujukan untuk memenuhi pesanan, bukan untuk memenuhi persediaan di gudang.

b. Metode Harga Pokok Proses (Process Costing)

Metode harga pokok proses adalah metode pengumpulan pokok produk dimana biaya dikumpulkan untuk setiap satuan waktu tertentu, misalnya bulan, triwulan, semester, tahun. Metode ini cocok digunakan untuk perusahaan yang menghasilkan produk homogen, bentuk produk standar, dan tidak tergantung spesifikasi yang diminta oleh pembeli. Metode harga pokok proses memiliki karakteristik sebagai berikut:

- 1) Biaya produksi dikumpulkan untuk setiap satuan waktu tertentu.
- 2) Produk yang dihasilkan bersifat homogen dan bentuknya standar, tidak tergantung spesifikasi yang diminta oleh pembeli.
- 3) Kegiatan produksi didasarkan pada anggaran produksi atau jadwal produksi untuk satuan waktu tertentu.
- 4) Tujuan produksi didasarkan untuk mengisi persediaan yang selanjutnya dijual.
- 5) Kegiatan produksi bersifat terus menerus.
- 6) Jumlah total biaya maupun biaya satuan dihitung setiap akhir periode

### 3. **HASIL**

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilakukan di UMKM Kieran Tea yang berada di daerah Binjai. Tujuan kegiatan ini dilaksanakan untuk mendampingi pemilik usaha dalam menentukan harga jual dari produk teh yang dibuat dalam kemasan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap pemilik, pengembangan usaha yang dilakukan adalah mengemas produk dalam kantong teh. Selain itu, pengenalan produk akan dilakukan melalui promosi berupa edukasi tentang manfaat dari minuman teh bagi kesehatan. Pengembangan usaha ini dilakukan pemilik untuk menaikkan pendapatan usahanya dan juga sebagai strategi menghadapi persaingan dengan produk teh kemasan lainnya.

Untuk mendukung usaha yang akan dilakukan pemilik, maka penentuan harga jual produk sangat diperlukan agar dapat bersaing dan diterima oleh konsumen. Harga memegang peranan penting dalam kesepakatan jual-beli dari produsen ke konsumen. Penetapan harga akan memperlihatkan kelayakan produk dari nilai ekonomisnya. Permasalahan yang dihadapi pemilik usaha selama ini adalah harga jual yang ditetapkan tidak memperhitungkan harga pokok produksinya.



**Gambar 1.** Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Oleh karena pemilik kurang memahami tentang cara menentukan harga jual yang sesuai dengan pasar yang ada serta elemen-elemen yang berkaitan dalam penentuan harga jual produk maka kami berusaha membantu dengan memberi penjelasan dan analisis tentang harga jual produk yang sesuai dengan pangsa pasar yang akan dituju oleh pemilik. Penetapan harga tidak hanya sekedar perkiraan saja, tetapi harus dengan perhitungan yang cermat dan teliti yang harus diselesaikan dengan sasaran yang dituju oleh perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2009:439), harga jual adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat, karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Dalam penentuan harga jual produk, maka sebelumnya perlu perhitungan harga pokok produksi yang berkaitan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk membuat produk teh tersebut. Produk teh yang akan ditentukan harga jualnya adalah teh Camelia. Menurut pemilik, komposisi bahan untuk membuat 1 kantong teh Camelia terdiri dari: Black Tea 3 gram, Lavender 1,5 gram, dan Rossela 1,5 gram. Bahan-bahan tersebut diperoleh dari supplier dengan harga bahan-bahan tersebut dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

**Tabel 1.** Harga Bahan Baku

<u>Bahan Teh</u>	<u>Harga/kg</u>	<u>Harga /gr</u>
Tea	Rp 2.100.000	Rp 2.100
Lavender	Rp 500.000	Rp 500
rosela	Rp 250.000	Rp 250

Sehingga untuk biaya bahan baku 1 kantong teh Camelia jika disesuaikan dengan komposisinya dapat dilihat pada tabel 2 berikut.

**Tabel 2.** Biaya Bahan Baku

<u>Bahan Teh</u>	<u>Komposisi (gr)</u>	<u>Harga /gram</u>	<u>Biaya</u>
Black Tea	3	Rp 2.100	Rp 6.300
Lavender	1,5	Rp 500	Rp 750
Rossela	1,5	Rp 250	Rp 750
Total biaya			Rp 7.800

Dari informasi yang diberikan oleh pemilik, rata-rata penjualan per hari sekitar 3 kotak teh. Dalam satu kotak teh tersebut terdapat 25 kantong teh, sehingga biaya yang dibutuhkan untuk 1 kotak teh Camelia adalah :

$$\begin{aligned} \text{Biaya bahan baku per hari} &= 3 \times 25 \times 7.800 \\ &= \text{Rp } 585.000 \end{aligned}$$

Jika rata-rata produk terjual dalam 1 bulan 90 kotak maka biaya bahan bakunya sebesar Rp 17.550.000. Selain bahan baku terdapat juga bahan penolong (merupakan bagian dari biaya overhead-BOP) yang diperlukan untuk tempat kemasan teh tersebut. Bahan penolong beserta biayanya dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

**Tabel 3.** Biaya Overhead (BOP)

<u>Bahan</u>	<u>Harga /satuan</u>	<u>Biaya</u>
Kantong teh (25 pcs)	Rp 700	Rp 17.500
Kotak (3 kotak)	Rp 5.000	Rp 15.000
Total biaya per hari	Rp 32.500	

Berdasarkan Tabel 3 dapat kita lihat bahwa kebutuhan bahan penolong untuk teh Camelia per hari adalah sebesar Rp 32.500. Kebutuhan bahan penolong per bulan adalah Rp 467.500.

Pada perhitungan harga pokok produksi juga diperhitungkan biaya tenaga kerja. Data yang

diperoleh bahwa usaha ini hanya memakai 1 karyawan dengan gaji per bulan sebesar Rp 500.000.

Perhitungan HPP memakai metode full costing karena metode ini menghitung semua unsur biaya produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead (BOP), baik variabel maupun tetap serta biaya non produksi yang terdiri dari biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum (Irma, 2024). Hasil rekapitulasi perhitungan HPP per kotak seperti Tabel 4 berikut.

**Tabel 4.** Biaya Produksi dengan Metode Full Costing dalam 1 bulan

<u>Biaya Produksi</u>	<u>Jumlah</u>
Biaya bahan baku	Rp 17.550.000
Biaya tenaga kerja	Rp 500.000
BOP	Rp 467.500
Total biaya produksi	Rp 18.517.500
Jumlah produksi sebulan	90 kotak
Harga pokok produksi	Rp 205.750

Untuk penentuan harga jual produk, kami memberi saran kepada pemilik untuk memakai cost-plus pricing method dimana penetapan harga jual untuk 1 unit produk yang besarnya sama dengan jumlah biaya per unit ditambah dengan jumlah laba yang diinginkan [3].

Harga jual = total biaya + margin ..(1)

Jika pemilik mengharapkan laba sebesar 50% dari harga pokok produksi maka harga jual produk teh Camelia tersebut seperti terlihat pada Tabel 5 berikut.

**Tabel 5.** Penetapan Harga Jual Teh Camelia

<u>Keterangan</u>	<u>Jumlah</u>
Total biaya produksi	Rp 18.517.500
Laba 50%	Rp 9.258.750
Total	Rp 27.776.250
Jumlah yang dijual (kotak)	90
Jumlah yang dijual (kantong)	2.250
Harga jual/kantong	Rp 12.300
Harga jual/kotak	Rp 308.600

Dari hasil perhitungan dengan cost-plus pricing method maka terlihat pada Tabel 5 bahwa harga jual teh Camelia per kantong sebesar Rp 12.345 dan Rp 308.600 per kotak dengan laba yang diharapkan oleh pemilik sebesar 50% dari harga pokok produksinya.

#### 4. KESIMPULAN

Dari kegiatan Pengabdian Masyarakat tentang pendampingan penentuan harga jual produk di UMKM Kieran Tea, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa pemilik usaha sudah mampu memahami tentang komponen-komponen yang diperlukan dalam menentukan harga jual teh Camelia yaitu Rp 12.300/kantong dan Rp 308.600/kotak. Pemilik usaha juga telah memahami pengaruh harga pokok produksi dan juga laba yang diharapkan dalam usahanya untuk menentukan harga jual produknya sehingga terdapat perbedaan yang signifikan antara penentuan harga jual produk tanpa memperhitungkan HPP dengan yang memperhitungkan HPP.

#### DAFTAR REFERENSI

- A. S. Robany, F. Ekonomi, D. Bisni, & J. Akuntansi. (2023). Analisis menentukan harga jual produk minuman dan snack café komunikopi Sampang Madura. *Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Kota SBY*, 1(2), 60118.
- Dian Fahrani, et al. (2024). Strategi penentuan harga pokok penjualan untuk meningkatkan daya saing UMKM. *NEMR*, 2(1), 25-31.
- Dina Milenia Rahmawati, & Nesti Hapsari. (2024). Perhitungan harga produksi menggunakan metode harga pokok pesanan pada PT Grand Dinamika Manufacturing Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(6), 232-251.
- Jasi, O. F., et al. (2022). Analisis perhitungan harga pokok produksi sebagai dasar penentuan harga jual pada PT Papua Karya Jaya. *Jurnal Ulet*, 6(2).
- L. S. A. Melati, G. Saputra, F. Najiyah, & F. Asas. (2022). Perhitungan harga pokok produksi berdasarkan metode full costing untuk penetapan harga jual produk pada CV. Silvi MN Paradilla Parengan. *Owner*, 6(1), 632-647. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.611>
- Ningrum, K. G., et al. (2023). Analisis harga pokok penjualan dan laba: Studi kasus di UD Han Petshop Lamongan tahun 2023. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen (EBISMEN)*, 2(4), 230-239.
- Sembiring, A. S., et al. (2023). Analisis harga pokok penjualan dan laba kontribusi terhadap volume penjualan pada Perum Bulog Divre Sumut. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 7(1), 109-123.
- Shantilawati, I., Anindya, A., & Suryadi, I. (2024). Penerapan pricing strategy dalam manajemen bisnis pada UMKM (Studi kasus Kopi Janji Jiwa). *Jurnal Riset Laboratorium*, 13, 929-940. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1065>