

PENGUATAN LITERASI KEWIRAUSAHAAN MELALUI PENETAPAN HARGA PRODUK KREATIF LOKAL

Sri Rahayu¹, Jalilah Ilmiha², Neni Sri Wahyuni³, Yusrita⁴, Nurhudawi⁵, Syamsul Effendi⁶,
Ilham Sonata⁷, Faty Rahmarisa⁸, Ummi Khoiriah⁹, Rahma Sari Lubis¹⁰

^{1,2,6,9}) Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Sumatera Utara

³) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Sumatera Utara

^{4,10}) Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Sumatera Utara

⁵) Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Sumatera Utara

⁸) Program Studi Ekonomi. Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Sumatera Utara

e-mail: sri.rahayu@fe.uisu.ac.id¹, jalilah.ilmiha@fe.uisu.ac.id², sriwahyuni@fe.uisu.ac.id³,

yusrita@fe.uisu.ac.id⁴, nhudawi@fai.uisu.ac.id⁵, syamsul.effendi08@gmail.com⁶, ilhamsonata22@gmail.com⁷,

fatyrahma80@gmail.com⁸, ummi.khoiriah@gmail.com⁹, rahma.lbs@gmail.com¹⁰

Abstrak

Ekonomi kreatif berbasis potensi lokal memiliki peluang besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Di Desa Bandar Labuhan, Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang, masyarakat mengembangkan produk eco print daun kelor dan rajutan sebagai usaha ekonomi kreatif. Namun, permasalahan utama yang dihadapi adalah penetapan harga jual yang tidak berbasis pada Harga Pokok Produksi (HPP). Kondisi ini menyebabkan produk sering kali dijual di bawah nilai sebenarnya (undervalue) sehingga keuntungan yang diperoleh sangat terbatas. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat. Metode yang digunakan meliputi analisis HPP dengan pendekatan full costing dan variable costing untuk mengidentifikasi seluruh komponen biaya produksi, serta simulasi penetapan harga jual menggunakan strategi cost plus pricing dan value based pricing. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta dalam menghitung HPP secara sistematis, mulai dari biaya bahan baku, tenaga kerja, hingga overhead. Masyarakat juga mampu menentukan harga jual yang lebih wajar dan kompetitif, misalnya produk eco print yang semula dijual terlalu rendah kini ditetapkan sesuai dengan biaya dan nilai tambah produk. Dengan demikian, produk yang dihasilkan tidak hanya lebih bernilai ekonomis, tetapi juga memiliki daya saing yang lebih kuat di pasar. Kesimpulannya, kegiatan ini berhasil mencapai tujuan pemberdayaan, ditandai dengan peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan pendapatan masyarakat. Integrasi analisis HPP dan strategi harga jual terbukti efektif dalam memperkuat kapasitas masyarakat desa untuk mengembangkan usaha ekonomi kreatif secara berkelanjutan.

Kata kunci: Harga Jual, HPP, Ekonomi Kreatif, Eco Print, Rajutan

Abstract

A creative economy based on local potential has a great opportunity to improve the welfare of rural communities. In Bandar Labuhan Village, Tanjung Morawa District, Deli Serdang Regency, the community develops moringa leaf and knitted eco print products as a creative economy business. However, the main problem faced is the determination of selling prices that are not based on the Cost of Production (COG). This condition causes products to often be sold below the actual value (undervalue) so that the profits obtained are very limited. This service activity is carried out through training and assistance to the community. The methods used include COG analysis with a full costing and variable costing approach to identify all components of production costs, as well as a simulation of selling price determination using cost plus pricing and value based pricing strategies. The results of the activity showed an increase in participants' understanding in calculating HPP systematically, ranging from raw material costs, labor, to overhead. The public is also able to determine a more reasonable and competitive selling price, for example, eco print products that were originally sold too low are now set according to the cost and added value of the product. Thus, the resulting products are not only more economically valuable, but also have stronger competitiveness in the market. In conclusion, this activity succeeded in achieving the goal of empowerment, characterized by an increase in knowledge, skills, and income of the community. The integration of COG analysis and selling price strategies has proven effective in strengthening the capacity of village communities to develop creative economy businesses in a sustainable manner.

Keywords: Selling Price, COG, Creative Economy, Eco Print, Knitting

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif telah menjadi salah satu sektor penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Laporan Creative Economy Outlook menegaskan bahwa subsektor kriya dan fesyen memiliki kontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja dan pendapatan, dengan kontribusi terhadap PDB di kisaran 0,5-7,3 % dan penyerapan tenaga kerja sebesar 0,5-12,5 % (UNCTAD, 2024). Di Indonesia, data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menunjukkan subsektor ini menyerap 21,9 juta tenaga kerja atau sekitar 17% dari total angkatan kerja nasional, dengan 58% di antaranya adalah perempuan (Hindriyani, 2024; Kemenparekraf RI, 2022). Artinya, jika dikelola dengan baik, kreativitas masyarakat desa tidak hanya bernilai seni tetapi juga bernilai ekonomi yang berkelanjutan.

Desa Bandar Labuhan di Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang, merupakan salah satu contoh desa dengan potensi ekonomi kreatif yang cukup besar. Kelompok ibu rumah tangga dan pemuda desa telah mengembangkan dua produk unggulan, yaitu eco print berbahan daun kelor dan produk rajutan. Teknik eco print dipilih karena daun kelor tersedia melimpah, sementara rajutan merupakan keterampilan turun-temurun yang menghasilkan tas, dompet, dan aksesoris unik. Produk-produk ini tidak hanya mencerminkan kearifan lokal, tetapi juga memiliki peluang besar untuk menembus pasar fesyen modern yang kini semakin peduli pada keberlanjutan (sustainable fashion) (Šabarić et al., 2024; Tahsin et al., 2025).

Sayangnya, potensi besar tersebut belum diiringi dengan kemampuan manajerial yang memadai, terutama dalam hal penetapan harga jual. Banyak pelaku usaha desa menetapkan harga hanya berdasarkan perkiraan atau meniru pesaing, tanpa menghitung biaya produksi secara rinci. Akibatnya, produk sering dijual di bawah nilai sebenarnya (undervalue), sehingga keuntungan yang diperoleh sangat kecil bahkan merugikan. Fenomena ini sejalan dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa rendahnya literasi kewirausahaan, khususnya dalam aspek pengelolaan keuangan dan strategi penetapan harga, menjadi salah satu faktor yang menghambat keberlanjutan UMKM (Hasanah & Yusuf, 2024; Putri & Handayani, 2022).

Pemahaman strategi harga seperti cost plus pricing, value based pricing, maupun competitive pricing berperan penting dalam meningkatkan margin keuntungan dan daya saing UMKM (Azhari & Animah, 2025). Selain itu, literasi keuangan yang baik terbukti berdampak positif terhadap kinerja usaha dan keberlangsungan bisnis, sebagaimana dibuktikan pada studi UMKM sektor kerajinan dan fesyen di Denpasar (Idawati & Pratama, 2020). Oleh karena itu, peningkatan literasi kewirausahaan dan penguatan strategi penetapan harga merupakan langkah strategis agar produk ekonomi kreatif desa seperti eco print daun kelor dan rajutan di Bandar Labuhan dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan kontribusi nyata bagi kesejahteraan masyarakat.

Berbagai studi menunjukkan bahwa strategi harga yang tepat merupakan kunci penting dalam meningkatkan daya saing produk. Pendekatan cost plus pricing membantu pelaku usaha memperoleh margin keuntungan yang lebih jelas, sedangkan value based pricing menekankan pada nilai dan keunikan produk di mata konsumen (Boccali, 2022; Hinterhuber & Liozu, 2021). Namun, UMKM di Indonesia masih banyak yang mengabaikan kedua pendekatan tersebut dan lebih mengandalkan intuisi atau sekadar mengikuti harga pesaing dalam menentukan harga jual (Andriani & Wibowo, 2023; Muhrim & Hehanusa, 2025; Syafitri & Hakim, 2022). Kondisi ini memperlihatkan adanya kebutuhan mendesak untuk menghadirkan pendampingan yang praktis, sederhana, dan aplikatif, namun berdampak nyata bagi masyarakat desa.

Berdasarkan latar belakang tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menguatkan literasi kewirausahaan masyarakat Desa Bandar Labuhan melalui pendampingan dalam penetapan harga jual produk kreatif lokal. Dengan adanya program ini, diharapkan masyarakat tidak hanya mampu menentukan harga yang wajar dan menguntungkan, tetapi juga lebih percaya diri dalam memasarkan produknya. Pada akhirnya akan mendorong peningkatan nilai ekonomi desa secara berkelanjutan, sejalan dengan semangat pemberdayaan berbasis potensi lokal.

METODE

Kajian Teori

1. Ekonomi Kreatif dan Pemberdayaan Masyarakat

Ekonomi kreatif didefinisikan sebagai aktivitas ekonomi yang berlandaskan pada ide, kreativitas, dan inovasi untuk menghasilkan nilai tambah ekonomi (UNCTAD, 2024). Di Indonesia, subsektor kriya dan fesyen menjadi penggerak utama yang tidak hanya memperkuat perekonomian

desa, tetapi juga berkontribusi dalam penyerapan tenaga kerja sekaligus mengangkat identitas lokal ((BPS), 2024; Kemenparekraf RI, 2023).

Sejumlah penelitian yang memperkuat temuan ini antara lain (Rahmawati & Nurhayati, 2022) menegaskan bahwa pengembangan ekonomi kreatif berbasis desa wisata mampu meningkatkan pendapatan masyarakat, memperluas jejaring sosial, serta memperkuat kohesi komunitas. Senada dengan itu, (Lubis & Rahayu, 2021) menemukan bahwa pemanfaatan potensi lokal melalui ekraf berbasis komunitas menjadi strategi efektif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat pedesaan.

Pemberdayaan masyarakat dalam konteks ekonomi kreatif tidak hanya terbatas pada pelatihan teknis produksi, tetapi juga mencakup transfer pengetahuan manajerial, seperti akuntansi sederhana, strategi penetapan harga, dan pemasaran digital. Pendekatan partisipatif yang melibatkan masyarakat secara langsung terbukti mendorong kemandirian ekonomi serta keberlanjutan usaha desa (Panjaitan et al., 2021; Pramono & Fitriani, 2023). Dengan demikian, ekraf tidak hanya menjadi instrumen ekonomi, tetapi juga wahana pemberdayaan sosial yang berkelanjutan.

2. Produk Ekonomi Kreatif: Eco Print dan Rajutan

Produk eco print merupakan inovasi ramah lingkungan yang menggunakan daun, bunga, atau tanaman lokal sebagai sumber motif alami pada kain. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa eco print semakin populer seiring dengan tren fesyen berkelanjutan (Šabarić et al., 2024; Tahsin et al., 2025). Daun kelor (*Moringa oleifera*) dipandang potensial untuk eco print karena kandungan polifenolnya berperan dalam meningkatkan ketahanan warna (Widiantara et al., 2023).

Sementara itu, produk rajutan (crochet/knitting) termasuk dalam subsektor kriya yang berkembang pesat. Rajutan tidak hanya berfungsi sebagai sarana pelestarian keterampilan tradisional, tetapi juga menghadirkan produk unik yang relevan dengan tren fesyen modern (Lubis & Rahayu, 2021; Setiawan & Hidayat, 2023). Dengan memadukan eco print dan rajutan, masyarakat desa memiliki peluang untuk melakukan diversifikasi produk, memperluas segmen pasar, serta meningkatkan nilai tambah produk lokal.

3. Harga Pokok Produksi (HPP)

Harga Pokok Produksi (HPP) merupakan keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu produk, yang terdiri dari biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead (Sri Rahayu, 2023). Dalam konteks UMKM, pemahaman tentang HPP masih terbatas, sehingga banyak pelaku usaha menetapkan harga berdasarkan perkiraan tanpa perhitungan rinci (Saleh et al., 2023).

Penelitian lain menekankan pentingnya penerapan akuntansi biaya sederhana bagi UMKM. Penerapan ini tidak hanya meningkatkan literasi keuangan, tetapi juga berdampak positif pada daya saing usaha (Nurjanah & Firmansyah, 2023; Putri & Handayani, 2022). Oleh karena itu, edukasi terkait HPP menjadi salah satu langkah strategis untuk memperkuat manajemen keuangan UMKM di pedesaan.

4. Strategi Penetapan Harga Jual

Strategi penetapan harga mencakup berbagai pendekatan, mulai dari cost plus pricing (berbasis HPP ditambah margin keuntungan) hingga value based pricing (berdasarkan nilai yang dirasakan konsumen). Studi yang pernah dilakukan menegaskan bahwa value based pricing semakin diminati karena konsumen kini lebih menghargai aspek keberlanjutan, keunikan, dan kualitas produk (Boccali, 2022; Hinterhuber & Liozu, 2021).

Namun, UMKM terutama di Indonesia masih cenderung menggunakan metode penetapan harga yang sederhana tanpa mempertimbangkan persepsi konsumen, sehingga margin keuntungan relatif rendah (Syafitri & Hakim, 2022) dan (Syafitri & Hakim, 2022). Oleh karena itu, integrasi antara cost plus pricing dan value based pricing dipandang sebagai solusi strategis agar produk UMKM memiliki daya saing yang lebih kuat.

5. Integrasi HPP dan Strategi Harga untuk Pemberdayaan

Integrasi analisis HPP dengan strategi harga jual bukan sekadar praktik akuntansi, tetapi juga instrumen pemberdayaan masyarakat. Dengan menghitung HPP secara akurat dan menerapkan strategi harga berbasis nilai, pelaku usaha dapat memperoleh keuntungan yang wajar sekaligus meningkatkan daya saing produk.

Penelitian terdahulu menegaskan bahwa literasi harga merupakan salah satu faktor kunci bagi keberlanjutan UMKM (Hasanah & Yusuf, 2024; Syafitri & Hakim, 2022). Integrasi di Desa Bandar Labuhan, diharapkan mampu memperkuat posisi tawar produk eco print berbahan daun kelor dan rajutan, sehingga produk tersebut tidak hanya dipandang sebagai kerajinan lokal, tetapi juga sebagai

bagian dari ekosistem ekonomi kreatif yang berdaya saing di pasar regional bahkan global (Kemenparekraf RI, 2023; UNCTAD, 2024).

Tahapan Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Bandar Labuhan dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang terstruktur. Tahap pertama adalah persiapan dan identifikasi masalah, dengan melakukan koordinasi bersama perangkat desa serta kelompok masyarakat yang terdiri dari ibu rumah tangga pengrajin rajutan dan pemuda pembuat eco print. Pada tahap ini dilakukan survei potensi lokal serta wawancara untuk memetakan kendala, terutama terkait penetapan harga jual yang belum berbasis pada perhitungan biaya produksi.

Tahap berikutnya adalah sosialisasi program, di mana masyarakat diberi pemahaman mengenai tujuan kegiatan serta pentingnya analisis harga pokok produksi (HPP) dan strategi harga jual bagi keberlanjutan usaha. Selanjutnya, kegiatan berfokus pada analisis HPP dan simulasi penetapan harga, dengan mendampingi peserta menghitung seluruh komponen biaya produksi menggunakan metode full costing, lalu melakukan simulasi strategi harga cost-plus pricing dan value-based pricing untuk menentukan harga yang layak dan kompetitif.

Setelah itu dilakukan uji coba dan pameran produk, di mana hasil eco print daun kelor dan rajutan dipamerkan di forum lokal serta media sosial, sambil mengumpulkan umpan balik dari konsumen terkait kualitas dan harga produk. Tahap terakhir adalah monitoring dan evaluasi, yang mencakup penilaian pemahaman peserta terhadap perhitungan HPP, pemantauan penjualan setelah uji coba, serta penyusunan rekomendasi keberlanjutan usaha seperti pembukuan sederhana dan pemasaran digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

1. Analisis Pelaksanaan

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat di Desa Bandar Labuhan berjalan sesuai dengan tahapan yang telah direncanakan, mulai dari persiapan hingga evaluasi. Kegiatan diawali dengan koordinasi dan identifikasi masalah yang melibatkan perangkat desa serta kelompok masyarakat, yaitu ibu rumah tangga pengrajin rajutan dan pemuda pembuat eco print. Pendekatan partisipatif ini terbukti efektif karena masyarakat dilibatkan secara aktif sejak awal, sehingga mereka merasa memiliki program dan termotivasi untuk berkontribusi.

Pada tahap sosialisasi, peserta memperoleh pemahaman mengenai urgensi analisis Harga Pokok Produksi (HPP) dan strategi penetapan harga. Diskusi kelompok menunjukkan bahwa sebelumnya masyarakat cenderung menetapkan harga secara perkiraan, tanpa menghitung biaya produksi secara menyeluruh. Kondisi ini memperkuat temuan studi sebelumnya bahwa keterbatasan literasi keuangan merupakan kendala utama UMKM dalam menjaga keberlanjutan usaha (Hasanah & Yusuf, 2024; Rahayu, 2023).

Tahap analisis HPP dilaksanakan dengan metode full costing untuk menghitung seluruh komponen biaya produksi. Hasilnya menunjukkan bahwa mayoritas peserta mampu menyusun tabel HPP sederhana dan memahami perbedaan antara biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, serta biaya overhead. Kegiatan dilanjutkan dengan simulasi penetapan harga menggunakan pendekatan cost-plus pricing (HPP + margin keuntungan) dan value-based pricing (harga berbasis persepsi nilai produk). Integrasi kedua pendekatan ini menghasilkan strategi harga yang lebih realistis dan sesuai dengan daya beli pasar.

Selanjutnya, melalui uji coba dan pameran produk, peserta memperoleh pengalaman langsung berinteraksi dengan konsumen. Data penjualan memperlihatkan adanya peningkatan margin keuntungan rata-rata sebesar 18%, serta mayoritas konsumen menilai harga yang ditetapkan sudah sepadan dengan kualitas produk. Monitoring dan evaluasi pasca kegiatan juga menunjukkan bahwa 80% peserta mampu melakukan perhitungan HPP secara mandiri, dan sebagian mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran.

Hasil kegiatan ini dapat dikatakan berhasil, karena tujuan utama untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap HPP dan strategi harga telah tercapai. Lebih jauh, kegiatan ini tidak hanya memperkuat keterampilan teknis, tetapi juga menumbuhkan kesadaran akan pentingnya manajemen usaha yang berbasis pada perhitungan ekonomi rasional serta keberlanjutan usaha.



Gambar 1. Koordinasi dan identifikasi masalah dan Produk Eco Print



Gambar 2. Sosialisasi HPP dan Harga Jual dan Pameran Produk Ecraf

2. Analisis Data Responden

Responden dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini berjumlah 20 orang, terdiri dari dua kelompok utama, yaitu ibu rumah tangga dan pemuda desa yang berfokus pada pengrajin rajutan dan produk eco print berbahan daun kelor. Pemilihan responden dilakukan secara purposif berdasarkan keterlibatan aktif mereka dalam usaha ekonomi kreatif di Desa Bandar Labuhan.

Berdasarkan data demografis, mayoritas responden berusia antara 18-40 tahun (60%), dengan latar belakang pendidikan SMA/ sederajat (70%). Sebagian besar responden merupakan ibu rumah tangga yang menjadikan usaha rajutan sebagai sumber pendapatan tambahan keluarga. Sementara itu, kelompok pemuda lebih fokus pada inovasi eco print sebagai produk kreatif ramah lingkungan. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Rahmawati & Nurhayati, 2022) yang menegaskan bahwa keterlibatan perempuan dan generasi muda menjadi penggerak utama dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis desa.

Dari sisi pengalaman berwirausaha, sekitar 65% responden baru memulai usaha dalam 1-2 tahun terakhir, sedangkan sisanya telah memiliki pengalaman lebih dari 3 tahun. Kondisi ini menunjukkan adanya kombinasi antara pelaku baru yang membutuhkan pendampingan dasar, dengan pelaku lama yang membutuhkan strategi peningkatan daya saing.

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden belum terbiasa melakukan pencatatan biaya secara sistematis. Penetapan harga masih dilakukan secara sederhana, yaitu dengan menambahkan perkiraan keuntungan tanpa memperhitungkan seluruh biaya produksi. Hal ini memperkuat urgensi program untuk memberikan pemahaman mengenai perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dan strategi penetapan harga berbasis biaya maupun nilai.

PEMBAHASAN

1. Hasil Inovasi Produk Ekonomi Kreatif

Program pengabdian berhasil mengembangkan dua produk utama, yaitu eco print daun kelor dan rajutan. Produk eco print memanfaatkan potensi lokal berupa daun kelor yang selama ini hanya digunakan sebagai konsumsi, kemudian diolah menjadi motif pada kain tote bag dan pouch. Sedangkan produk rajutan yang sebelumnya hanya terbatas pada dompet sederhana, berhasil dikembangkan menjadi tas dengan desain lebih modern dan kombinasi warna yang mengikuti tren pasar. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan nilai estetika, tetapi juga memperluas nilai ekonomi produk, karena masyarakat mampu menjual hasil kerajinan dengan harga lebih tinggi dibanding sebelum pendampingan. Hal ini sesuai dengan temuan (Šabarić et al., 2024) bahwa teknik eco print

berbasis tanaman dapat meningkatkan daya tarik produk fesyen berkelanjutan, serta mendukung ekonomi kreatif berbasis lingkungan.

2. Perhitungan HPP (Harga Pokok Produksi)

Sebelum pelatihan, masyarakat tidak melakukan pencatatan biaya secara rinci. Harga jual hanya ditentukan berdasarkan perkiraan keuntungan atau meniru harga pesaing. Melalui program ini, peserta didampingi untuk menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) menggunakan metode full costing, yang meliputi:

- a) Biaya Bahan Baku
 - Eco print: kain polos (Rp35.000), daun kelor & bahan pewarna alami (Rp10.000).
 - Rajutan: benang rajut (Rp40.000), aksesoris tambahan (resleting, kancing, Rp5.000).
- b) Biaya Tenaga Kerja Langsung (TKL)
 - Dihitung berdasarkan waktu kerja rata-rata (4-6 jam per produk) dengan estimasi Rp15.000-Rp20.000 per produk.
- c) Biaya Overhead
 - Termasuk listrik, air, transportasi, dan penyusutan alat, dengan estimasi Rp5.000-Rp7.000 per produk.

Contoh perhitungan HPP tote bag eco print:

- Bahan baku	: Rp45.000
- TKL	: Rp15.000
- Overhead	: <u>Rp 5.000</u>
Total HPP	: Rp65.000

Contoh perhitungan HPP tas rajutan:

- Bahan baku	: Rp45.000
- TKL	: Rp20.000
- Overhead	: <u>Rp 7.000</u>
Total HPP	: Rp72.000

Hasil perhitungan ini menjadi dasar penting untuk menentukan harga jual yang rasional, karena sebelumnya produk dijual di bawah HPP.

3 Integrasi ke Strategi Penetapan Harga Jual

Setelah HPP dihitung, peserta dikenalkan pada dua pendekatan penetapan harga, yaitu:

a. Cost Plus Pricing

Metode ini menambahkan margin keuntungan tertentu (20-25%) di atas HPP.

- Tote bag eco print : HPP Rp65.000 + margin 20% (Rp13.000) = Rp78.000.
- Tas rajutan : HPP Rp72.000 + margin 25% (Rp18.000) = Rp90.000.

Dengan pendekatan ini, semua biaya produksi tertutup, dan pelaku usaha memperoleh margin keuntungan yang layak.

b. Value Based Pricing

Metode ini mempertimbangkan nilai unik produk, seperti keaslian motif daun kelor (eco print) dan eksklusivitas rajutan handmade. Berdasarkan survei kecil kepada konsumen, harga yang bersedia dibayar lebih tinggi dari hasil cost-plus.

- Tote bag eco print. konsumen bersedia membayar Rp85.000-90.000.
- Tas rajutan. konsumen bersedia membayar Rp100.000-110.000.

Integrasi kedua metode ini menghasilkan rentang harga jual yang wajar:

- Tote bag eco print : Rp78.000 - Rp90.000
- Tas rajutan : Rp90.000 - Rp110.000

Pendekatan integratif ini memastikan usaha tetap kompetitif sekaligus memberikan nilai tambah pada produk. Temuan ini konsisten dengan studi Hinterhuber & Liozu (2021) yang menekankan kombinasi cost-based dan value-based pricing sebagai strategi harga yang efektif bagi produk kreatif.

4. Dampak Pemberdayaan Masyarakat

Program pengabdian ini memberikan dampak nyata bagi masyarakat Desa Bandar Labuhan, baik dari sisi pengetahuan, keterampilan, maupun nilai ekonomi produk. Dari sisi pengetahuan,

masyarakat yang sebelumnya menetapkan harga hanya berdasarkan perkiraan kini telah memahami pentingnya perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) sebagai dasar penentuan harga jual. Sebanyak 80% peserta mampu menyusun tabel HPP secara mandiri dan memahami komponen biaya yang membentuk struktur harga, yaitu bahan baku, tenaga kerja, dan overhead. Dari sisi keterampilan, masyarakat tidak hanya lebih terampil dalam mengolah produk eco print dan rajutan, tetapi juga lebih percaya diri dalam mempresentasikan nilai produk mereka kepada konsumen. Hal ini berdampak pada peningkatan nilai ekonomi produk, di mana harga jual yang semula berada pada kisaran Rp. 40.000-50.000 kini dapat meningkat menjadi Rp. 78.000-110.000 dengan margin keuntungan rata-rata bertambah 18%. Lebih jauh, program ini juga memperkuat kemandirian usaha masyarakat melalui pencatatan biaya sederhana, uji coba pemasaran digital, serta pembiasaan pengambilan keputusan harga yang rasional. Pada akhirnya, pemberdayaan ini tidak hanya meningkatkan pendapatan, tetapi juga menumbuhkan kepercayaan diri, solidaritas, dan partisipasi aktif ibu rumah tangga serta pemuda desa dalam mengembangkan potensi ekonomi kreatif berbasis lokal.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Bandar Labuhan membuktikan bahwa penentuan harga jual berbasis analisis Harga Pokok Produksi (HPP) dan strategi harga jual mampu meningkatkan nilai ekonomi produk kreatif lokal, khususnya eco print daun kelor dan rajutan. Sebelum pendampingan, masyarakat cenderung menetapkan harga secara perkiraan sehingga produk sering undervalue. Setelah diberikan pelatihan dan pendampingan, masyarakat mampu menghitung HPP secara sistematis dengan metode full costing serta melakukan simulasi harga menggunakan pendekatan cost plus pricing dan value based pricing. Hasilnya, harga jual produk menjadi lebih rasional dan kompetitif, dengan margin keuntungan rata-rata meningkat hingga 18%. Lebih jauh, program ini berkontribusi pada pemberdayaan masyarakat melalui peningkatan pengetahuan, keterampilan, serta kemandirian usaha dalam mengembangkan ekonomi kreatif desa.

SARAN

Untuk keberlanjutan program, disarankan agar masyarakat secara konsisten menerapkan pencatatan biaya produksi dan evaluasi harga jual secara berkala. Diversifikasi produk perlu terus dikembangkan agar dapat meningkatkan daya tarik dan nilai jual, misalnya dengan mengombinasikan motif eco print dengan variasi desain rajutan. Selain itu, pemasaran digital melalui media sosial dan platform e-commerce perlu diperluas guna memperluas akses pasar di tingkat regional maupun nasional. Dukungan berkelanjutan dari pemerintah daerah, perguruan tinggi, dan mitra usaha juga sangat penting agar masyarakat Desa Bandar Labuhan semakin mandiri dalam mengelola produk ekonomi kreatif dan mampu bersaing secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- (BPS), B. P. S. (2024). Statistik ekonomi kreatif Indonesia 2024. Badan Pusat Statistik Republik Indonesia.
- Andriani, N., & Wibowo, T. (2023). Pricing behavior and competitiveness of MSMEs in Indonesia. *Jurnal Manajemen Usaha Kecil*, 11(2), 88-97.
- Azhari, F., & Animah, A. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan strategi penetapan harga terhadap kinerja keuangan pada UMKM di Lombok Tengah. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Keuangan*, 9(2), 725-736.
- Boccali, G. (2022). Cost-plus versus value-based pricing: Insights for small businesses. *Journal of Business Strategy*, 43(5), 25-33.
- Hasanah, N., & Yusuf, R. (2024). Literasi kewirausahaan dan keberlanjutan usaha mikro kecil menengah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah*, 12(1), 45-57.
- Hindriyani, M. (2024). Empowering Indonesia 's Artisans : Financial Inclusion Insights. January.
- Hinterhuber, A., & Liozu, S. (2021). Value first, then price: Quantifying value in business markets from the perspective of both buyers and sellers. Routledge.
- Idawati, I. A. A., & Pratama, I. G. S. (2020). Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Kota Denpasar. *Warmadewa Management and Business Journal*, 2(1), 1-9.
- Kemenparekraf RI. (2022). Data tenaga kerja ekonomi kreatif Indonesia (dikutip dalam Women's World Banking, 2024). Empowering Indonesia's Artisans: Unlocking the Potential of Women in

- the Creative Economy. Women's World Banking.
- Kemenparekraf RI. (2023). Data subsektor ekonomi kreatif 2023. Kemenparekraf RI.
- Lubis, R., & Rahayu, F. (2021). Pengembangan ekonomi kreatif berbasis komunitas di pedesaan. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 6(2), 150-162.
- Muhrim, M., & Hehanusa, J. (2025). Perilaku penetapan harga UMKM: Studi kasus pada sektor kuliner di Indonesia Timur. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(1), 55-66.
- Nurjanah, I., & Firmansyah, A. (2023). Akuntansi biaya sederhana untuk peningkatan daya saing UMKM. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 8(1), 55-66.
- Panjaitan, A., Timur, R., & Sumiyana, S. (2021). Partisipasi masyarakat dalam pemberdayaan ekonomi kreatif desa. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Daerah*, 8(1), 44-56.
- Pramono, B., & Fitriani, D. (2023). Strategi pemberdayaan UMKM berbasis ekraf desa wisata. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 5(1), 22-35.
- Putri, R., & Handayani, D. (2022). Pengaruh literasi kewirausahaan terhadap keberlanjutan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(3), 120-134.
- Rahayu, S. (2023). Akuntansi biaya untuk UMKM. Penerbit Andalas.
- Rahmawati, S., & Nurhayati, L. (2022). Ekonomi kreatif berbasis desa wisata: Dampaknya terhadap pendapatan masyarakat. *Jurnal Pariwisata Berkelanjutan*, 4(3), 101-113.
- Šabarić, J., Marić, I., & Crnković, D. (2024). Sustainable fashion and local craft development in rural communities. *International Journal of Sustainable Design*, 14(2), 88-102.
- Saleh, M., Anjani, T., & Ridwan, R. (2023). Pemahaman HPP pada UMKM: Studi kasus di sektor kuliner. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 11(2), 200-212.
- Setiawan, A., & Hidayat, R. (2023). Rajutan sebagai kriya kontemporer dalam tren fesyen modern. *Jurnal Seni Dan Desain Nusantara*, 4(1), 77-89.
- Syafitri, R., & Hakim, A. (2022). Strategi harga dan dampaknya terhadap daya saing UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Terapan*, 7(3), 144-153.
- Tahsin, M., Rahman, F., & Nurhaliza, S. (2025). Eco-friendly innovations and sustainable fashion trends in Southeast Asia. *Journal of Creative Economy and Sustainability*, 7(1), 55-70.
- UNCTAD. (2024). Creative economy outlook 2024. United Nations Conference on Trade and Development.
- Widiantara, I. M., Suryawan, K. A., & Dewi, P. A. (2023). Potensi daun kelor (*Moringa oleifera*) sebagai bahan eco print ramah lingkungan. *Jurnal Teknologi Tekstil*, 12(1), 33-42.