

Penyuluhan Penetapan Harga Pokok Produksi dan Strategi Pemasaran Susu Sapi dan Sayuran Bagi Anggota AMPI/HKTI

Nelli Novyarni*, Muhammad Anhar, Sumitro, Maserih

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta
Rawamangun, Jakarta, Indonesia

*Email korespondensi: nelli_novyarni@stei.ac.id

ABSTRACT

The aim of this community service is to provide an understanding of how to determine the basic production price of cow's milk products for dairy farmers in Pengalengan and to provide an understanding of marketing strategies for cow's milk products for dairy farmers in Pengalengan. The method used is interactive where the speaker and participants ask each other questions and answers regarding the counseling given. The result of this community service is that the participants understand how to calculate the cost of production for goods and services sold in the form of cow's milk and agricultural products such as potatoes and vegetables. The implication of this community service is the application of the correct calculation of the cost of production for livestock breeders and farmers in canning so as to produce competitive selling prices.

Keywords: Cost of Production, goods, services, APMI, HKTI.

ABSTRAK

Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah memberikan pemahaman tentang bagaimana menentukan harga pokok produksi produk susu sapi bagi peternak di Pengalengan serta memberikan pemahaman tentang strategi pemasaran produk susu sapi bagi peternak di Pengalengan. Metode yang digunakan adalah interaktif di mana pembicara dan peserta saling bertanya dan menjawab mengenai pembinaan yang diberikan. Hasil dari pengabdian masyarakat ini adalah peserta memahami cara menghitung biaya produksi untuk barang dan jasa yang dijual berupa susu sapi serta produk pertanian seperti kentang dan sayuran. Implikasi dari pengabdian masyarakat ini adalah penerapan perhitungan yang tepat mengenai biaya produksi bagi peternak dan petani dalam konservasi sehingga menghasilkan harga jual yang kompetitif.

Kata Kunci: Biaya Produksi, barang, jasa, APMI, HKTI.

Received: 09 Maret 2024 / Accepted: 28 Juni 2024 / Online: 29 Juni 2024

PENDAHULUAN

Salah satu rahasia kesuksesan bisnis adalah strategi pemasaran dan menentukan harga jual produk dengan benar. Pemasaran produk dan penetapan harga jual produk merupakan dua hal penting yang pasti dihadapi oleh perusahaan, tak terkecuali oleh usaha peternakan sapi perah. Usaha peternakan sapi perah merupakan salah satu usaha kecil menengah secara umum yang bisa menjadi kekuatan penggerak roda perekonomian bangsa Indonesia. Sebagai pebisnis, tentunya para peternak ingin produk dari usaha yang dijual harus ditentukan dengan harga pokok produksi yang tepat, sehingga harga jualnya tidak terlalu rendah yang dapat merugikan ataupun terlalu tinggi yang dapat mengakibatkan menurunkan daya saing dalam industri.

Isu pertama adalah penentuan harga pokok penjualan (HPPj). HPPj ditetapkan setelah menghitung harga pokok produksi (HPPr). Biaya produksi mencakup biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengubah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual, yang didefinisikan sebagai pengorbanan sumber daya ekonomi untuk memperoleh aktiva (Mulyadi, 1999). Penetapan harga pokok produksi dilakukan dengan strategi untuk meminimalkan biaya produksi seefisien mungkin, namun tetap menjaga kualitas produk yang dihasilkan, sehingga harga pokok produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat ditekan lebih rendah dari sebelumnya (Kurniawan, 2011). Dalam menghitung unsur-unsur biaya untuk penetapan harga pokok produksi, terdapat dua pendekatan utama, yaitu full costing dan variable costing. Pendekatan full costing mengikutsertakan seluruh biaya produksi ke dalam harga pokok produksi (HPP), sementara variable costing hanya memasukkan biaya-biaya produksi yang berubah-ubah (variabel), seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik (Kurniawati et al., 2014).

Menentukan harga jual produk dengan tepat dapat meningkatkan jumlah penjualan produk, menciptakan fondasi sebagai dasar bisnis akan berhasil. Penentuan harga jual produk yang salah akan membuat masalah yang mungkin tidak dapat diatasi oleh perusahaan kedepannya.

Ada berbagai jenis strategi penetapan harga dalam bisnis. Namun perlu diingat, strategi dalam bisnis tidak ada yang pasti. Perlu pendekatan yang cocok untuk semua jenis produk, bisnis, atau pasar. Dalam menentukan harga jual produk biasanya melibatkan beberapa faktor-faktor kunci tertentu, termasuk menentukan target pelanggan, mengetahui berapa banyak pesaing dalam segmen produk yang sama, dan memahami hubungan antara kualitas dan harga.

Para peternak sapi perah di Pengalengan masih menggunakan metode perhitungan harga pokok produksi konvensional, belum menggunakan metode perhitungan harga pokok produksi spesifik yang sistematis. Metode perhitungan harga pokok produksi spesifik yang sistematis akan memudahkan bagi para peternak yang tidak menggunakan jasa akuntansi untuk dapat menghitung harga pokok penjualan. Dengan metode perhitungan harga pokok produksi spesifik yang sistematis diharapkan harga pokok produksi dapat ditentukan secara riil dan para peternak dapat mengoptimalkan harga penjualan produknya.

Isu ke dua yang tidak kalah penting adalah strategi pemasaran. Strategi pemasaran bermanfaat untuk mengkomunikasikan tentang informasi produk yang dihasilkan kepada konsumen mulai dari kelebihan, fitur dan sejumlah informasi detail mengenai produk. Tanpa strategi pemasaran yang baik dan terencana maka penjualan pun akan sulit untuk memperoleh hasil yang maksimal. Dalam era globalisasi, dimana tingkat persaingan bisnis yang sangat tajam, maka setiap perusahaan harus memperhatikan salah satu aspek yang sangat vital dalam manajemen perusahaan yaitu bidang pemasaran. Dengan menggunakan konsep dan strategi pemasaran dalam menjalankan kegiatan bisnis, diharapkan perusahaan dapat menghadapi persaingan sekaligus dapat meraih keberhasilan bisnis bagi perusahaan bersangkutan.

Strategi pemasaran adalah salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan baik itu untuk perusahaan yang memproduksi barang atau jasa (Kotler & Keller, 2016). Strategi pemasaran dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh. Alasan lain yang menunjukkan pentingnya strategi pemasaran adalah semakin kerasnya persaingan yang dihadapi oleh perusahaan pada umumnya. Dalam situasi yang demikian, tidak ada lagi pilihan lain bagi perusahaan kecuali berusaha untuk menghadapinya atau sama sekali keluar dari arena persaingan. Oleh karena itu pemasaran perlu perhatian serius oleh manajemen, terutama pada penetapan strategi pemasaran yang harus betul-betul matang sehingga strategi pemasaran yang digunakan nantinya betul-betul bisa menembus pasar di tengah persaingan yang semakin banyak. Kesalahan dalam strategi pemasaran yang sering terjadi adalah kurangnya komunikasi dengan konsumen. Seringkali pelaku usaha menganggap

konsumen, terlebih pelanggan hanya sebagai sumber pendapatan semata. Selama mereka membutuhkan produk kita, mereka pasti akan membelinya, dan selama tidak ada komplain, berarti tidak perlu ada yang diperbaiki dengan produk yang dijual.

Masalah yang ingin dipecahkan

Penjelasan tentang bagaimana cara menentukan harga pokok produksi, harga jual produk, faktor apa yang perlu dipertimbangkan ketika menentukan harga, dan bagaimana menentukannya akan diberikan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Persoalan lain adalah strategi pemasaran yang diinginkan para pelanggan guna meningkatkan penjualan susu sapi dan sayuran agar mendapatkan keuntungan yang maksimal. Keberadaan sumber daya manusia terutama peternak dan petani masih melakukan cara-cara tradisional dalam menetapkan harga dan melakukan pemasaran. Para peternak sapi perah di Pengalengan merupakan pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Penjelasan tentang strategi pemasaran bagi UMKM akan diberikan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Solusi dan Target

Solusi yang diberikan adalah memberikan penyuluhan bagaimana cara menetapkan harga pokok produksi yang tepat dan akurat serta strategi pemasaran yang tepat sasaran. Target yang dicapai adalah petani dan peternak (pengurus dan anggota) dapat memahami perhitungan harga pokok produksi dan strategi pemasaran yang tepat sasaran.

MATERI DAN METODE

Lokasi dan waktu

Kegiatan penyuluhan tentang "Penetapan Harga Pokok Produksi dan Strategi Pemasaran Susu Sapi Bagi Peternak Sapi di Pengalengan, Bandung, Jawa Barat" akan dilaksanakan pada Sabtu, 25 November 2023, dimulai pukul 09.00 WIB di Sekretariat AMPI/HKTI, Jalan Kaum Selatan, Batu Jajar, Bandung Barat.

Khalayak sasaran

Sasaran pada kegiatan ini adalah petani dan peternak (anggota dan pengurus AMPI/HKTI) sebanyak 30 orang.

Metode / pendekatan

Metode yang akan digunakan dalam kegiatan ini meliputi pemaparan materi dan komunikasi interaktif, di mana terjadi saling bertanya jawab antara peserta dengan pembicara. Hal ini akan memungkinkan para peserta untuk aktif terlibat dalam diskusi dan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai penetapan harga pokok produksi dan strategi pemasaran susu sapi.

Metode evaluasi dan Indikator keberhasilan

Metode evaluasi yang digunakan adalah dengan memberikan penilaian terhadap kebermanfaatan acara setelah selesai. Peserta diharapkan dapat mengaplikasikan kalkulasi harga pokok produksi serta strategi pemasaran yang relevan untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan mereka terkait susu sapi dan produk pertanian lainnya.

REALISASI KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

PELAKSANAAN/REALISASI KEGIATAN

Kegiatan ini tentang penyuluhan dengan fokus pada tema "Penetapan Harga Pokok Produksi dan Strategi Pemasaran Susu Sapi Bagi Peternak Sapi di Pengalengan, Bandung, Jawa Barat". Acara ini menggunakan pendekatan ceramah dan diskusi interaktif untuk memfasilitasi pertukaran informasi antara para peserta dan pembicara.

Sesi pertama menghadirkan dua materi utama. Materi pertama membahas tentang teknik penetapan harga pokok produksi susu sapi, disampaikan oleh Nelli Novyarni, SE, M.Si, dengan Maserih SE, MM sebagai moderator. Sementara itu, materi kedua difokuskan pada strategi pemasaran susu sapi dan sayuran, dipresentasikan oleh Dr. Muhammad Anhar, dengan Sumitro dan Maserih sebagai moderator.

Kegiatan penyuluhan ini dilaksanakan pada Sabtu, 25 November 2023, dimulai pukul 09.00 WIB hingga selesai. Tempat pelaksanaan adalah Sekretariat AMPI/HKTI, yang terletak di Jalan Kaum Selatan, Batu Jajar, Bandung Barat. Harapannya, kegiatan ini akan memberikan wawasan mendalam serta keterampilan praktis kepada peternak sapi untuk meningkatkan strategi bisnis dan daya saing produk mereka.

Pembahasan

Kegiatan penyuluhan dalam pengabdian masyarakat ini dihadiri oleh 30 anggota dan pengurus HKTI dan AMPI, yang berasal dari latar belakang anggota AMPI, peternak, dan petani. Mereka menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam mengikuti acara penyuluhan ini. Nelli Novyarni, sebagai pembicara utama, menjelaskan bahwa dalam menghitung harga pokok produksi susu sapi dan sayuran seperti kentang, penting untuk mempertimbangkan unsur-unsur seperti harga bahan baku, tenaga kerja, dan biaya overhead. Analisis biaya yang teliti sangat diperlukan agar dapat menetapkan harga jual yang kompetitif.

Kegiatan ini juga direncanakan akan dilanjutkan dengan sesi follow-up pada semester depan untuk membahas topik-topik yang lebih mendalam. Peserta menunjukkan antusiasme yang besar dan menyatakan kesiapan mereka untuk terlibat dalam acara lanjutan ini. Hal ini menandakan bahwa kegiatan penyuluhan ini tidak hanya memberikan pengetahuan praktis, tetapi juga mendapatkan dukungan yang kuat dari para peserta dalam menerapkan pembelajaran yang didapat dalam praktek sehari-hari.



Sumber: Dokumentasi Tim Pelaksana (2023)

Gambar 1.

Pemberian materi ke peserta

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Simpulan yang dapat diambil dalam acara pengabdian kepada masyarakat ini adalah bahwa dalam menentukan harga pokok produksi susu sapi dan sayuran, perlu melakukan analisis mendalam terhadap unsur-unsur biaya seperti bahan baku, tenaga kerja, dan biaya overhead. Perhitungan biaya yang tepat akan membantu dalam menetapkan harga jual yang kompetitif dan sesuai dengan kondisi pasar. Dengan demikian, pengusaha dapat memastikan keberlanjutan usaha mereka dan menjaga daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

Saran

Kegiatan ini agar terus berkelanjutan bersama para petani dan peternak mengenai bagaimana strategi pemasaran dan perhitungan harga pokok produksi digital sangat penting untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam menghadapi tantangan pasar modern. Saran kegiatan lanjutan adalah memperluas lingkup peserta untuk melibatkan tidak hanya peternak dan petani, tetapi juga nelayan serta pengelola perkebunan. Hal ini akan memperkaya wawasan dan pengalaman serta memperluas jaringan kolaborasi antar sektor pertanian yang berbeda.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengelola kegiatan pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Tim Pengabdian Kepada Masyarakat dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pengurus AMPI/HKTI dan para peserta yang telah mengikuti kegiatan ini.

REFERENSI

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.

Kurniawati, N., Ismono, H., & Sayekti, W. D. (2014). Manajemen produksi dan penentuan harga pokok produksi (HPP) pada berbagai tipe peternak ayam broiler [Analysis of production management and

the cost of goods production determination on various type of poultry broiler chicken]. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 2(3), 232.

Kurniawan, I. (2011). Analisis penentuan harga pokok produksi dan laba komoditas karet (SIR) Standar Indonesia Rubber 3l dan 3WF di PT XYZ. *Skripsi*, Universitas Lampung, Bandar Lampung.

Mulyadi. (1999). *Akuntansi biaya (Edisi 5)*. Yogyakarta: Aditya Media, Universitas Gadjah Mada.