



## Meningkatkan Pendapatan UMKM Kelurahan Kedung Sari Kec. Sukajadi Kota Pekanbaru (Studi Kasus pada UMKM ABIERA)

Meesy Anugrah Putri<sup>\*1</sup>, Nur Fitriana<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi akuntansi, Universitas Muhammadiyah Riau, Indonesia, 22315

E-mail:\* [210301108@student.umri.ac.id](mailto:210301108@student.umri.ac.id)

Doi : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v5i4.1872>

---

### Info Artikel:

Diterima :  
2024-07-13

Diperbaiki :  
2024-07-23

Disetujui :  
2024-08-10

**Kata Kunci:** Pendampingan,  
Harga Pokok Produksi,  
Pengembangan, Peningkatan,  
UMKM

**Abstrak:** Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran yang signifikan dalam perekonomian, namun sering dihadapi berbagai kesulitan, seperti manajemen harga pokok produksi yang tidak efisien, kurangnya pengetahuan pengembangan bisnis, dan tidak adanya peningkatan pendapatan. Pendampingan yang komprehensif dan berkelanjutan dapat memberikan dukungan bagi UMKM dalam mengelola biaya produksi agar lebih kompetitif. Strategi pengembangan yang terencana juga diperlukan untuk mengidentifikasi peluang pertumbuhan, mengembangkan produk/layanan baru, serta memperluas pasar. Dengan meningkatkan pendapatan, UMKM dapat memperluas usaha, meningkatkan kualitas, dan memberikan kontribusi lebih besar pada perekonomian. Melalui pendampingan, penerapan strategi pengembangan yang tepat, dan upaya meningkatkan pendapatan, diharapkan UMKM dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan, serta mampu bersaing di pasar yang dinamis dan kompetitif.

**Abstract:** Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have an important role in the economy, but often face various challenges, such as inefficient management of production costs, lack of business development knowledge, and no increase in income. Comprehensive and sustainable assistance can provide support for MSMEs in managing production costs to be more competitive. A planned development strategy is also needed to identify growth opportunities, develop new products/services, and expand markets. By increasing income, MSMEs can expand

**Keywords:** Assistance, Cost of Production, Development, Improvement, MSMEs

*their business, improve quality and make a greater contribution to the economy. Through mentoring, implementing appropriate development strategies, and efforts to increase income, it is hoped that MSMEs can grow and develop sustainably, and be able to compete in a dynamic and competitive market*

---

## **Pendahuluan**

UMKM adalah usaha mandiri perorangan yang bergerak di semua bidang ekonomi. Orientasi pasar, lapangan kerja, pengelolaan, dan permodalan adalah beberapa aspek yang membedakan usaha mikro, kecil, dan menengah. Usaha kecil hadir dalam berbagai bentuk, termasuk perdagangan umum (toko kelontong), industri katering, dan industri fashion.(Yustitia and Adriansah 2022). Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu jenis usaha mandiri. Salah satu jenis usaha yang memberikan banyak manfaat bagi masyarakat adalah UMKM. usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berkembang pesat di Indonesia. usaha kecil dan menengah (UMKM) berkembang pesat dan tersebar di setiap daerah di Indonesia. usaha kecil dan menengah (UMKM) memiliki kemampuan untuk menyediakan berbagai jenis dukungan keuangan, memperluas kesempatan kerja, membantu individu meningkatkan gaji mereka, dan mendorong perkembangan keuangan(Munthe, M. Yarham, and Ridwana Siregar 2023).

Di sisi lain, UMKM telah berkembang dengan cepat di Indonesia. Mereka telah terbukti mampu meningkatkan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, mengurangi pengangguran, dan menyebarkan hasil Pembangunan (Ardiana and Ulfah 2023). Di sisi lain, ada beragam kendala Permasalahan yang dihadapi oleh usaha kecil dan menengah dalam menjalankan usahanya. Hambatan bisa datang dari luar maupun dari dalam. Hambatan eksternal merupakan hambatan yang ditimbulkan oleh pihak eksternal, seperti aksesibilitas permodalan, teknologi digital, sarana promosi dan produksi. Di era globalisasi saat ini, usaha kecil dan menengah (UMKM) harus terus mengikuti kemajuan teknologi agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Membangun e-commerce UMKM memang sulit mengingat bagaimana UMKM berbeda dengan bisnis lainnya (Nurjaman 2022). Dalam memecahkan masalah ini, Pemerintah berupaya memberdayakan UMKM dengan memfasilitasi lembaga keuangan mikro, mendukung fasilitas produksi, dan memberi pelaku usaha modal UMKM (Wiji Yuwono 2020).

Selain itu, terdapat kendala internal yang pasti akan muncul di kalangan pemangku kepentingan bisnis. Hambatan internal seperti pengetahuan dan keterampilan para pelaku usaha dalam menjalankan usaha. Banyak pebisnis gagal

mencapai tujuan keuntungan yang diinginkan karena kurangnya pengetahuan. Selain itu, pemangku kepentingan UKM kurang memiliki pengetahuan tentang berbagai aspek dunia usaha, seperti pencatatan modal awal keuangan juga menjadi masalah yang serius. Ini terjadi karena beberapa UMKM masih menganggapnya sebagai masalah keuangan, meskipun pencatatan tidak diwajibkan untuk mereka (Nelfiyanti et al. 2021). Penelitian yang dilakukan (Aisyah and Rachmadi 2022; Supriyanto and Hana 2020) menyatakan Pemasaran Digital serta Sosial Media Marketing sangat berpengaruh terhadap perkembangan dan peningkatan keuntungan bagi UMKM

Dalam upaya mendorong keberlanjutan dan daya saing UMKM, pendampingan dan pembinaan sangatlah penting. Melalui pendampingan, UMKM bisa mendapatkan pendampingan dalam menghitung HPP yang akurat, menyusun strategi bisnis yang efektif, dan merumuskan langkah-langkah untuk meningkatkan pendapatan usaha (Dimas Prasetyo and Rina Astini 2023; Lilis Suryani and Agus Widodo 2020). Hal ini diharapkan dapat membantu UMKM menghadapi persaingan yang semakin ketat di era industri

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) "ABIERA" adalah usaha yang memproduksi makanan ringan berupa stik keju dan stik ubi ungu. Usaha ini telah berdiri lebih kurang hampir 10 tahun dengan jatuh bangun yang beragam yang dialami owner. Berdasarkan Observasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM owner usaha ABIERA salah satunya Harga Pokok Produksi (HPP) masih menjadi masalah, kesulitan dalam membranding produk, kurangnya pengetahuan tentang teknologi digital, serta kurangnya pengetahuan diri untuk menaikkan kelas UMKM nya. Akibat yang ditimbulkan dari permasalahan ini adalah laba yang sering kita ketahui yaitu keuntungan yang di peroleh oleh owner ABIERA tidak optimal, Karena banyaknya produk serupa, usaha kecil dan menengah (UMKM) harus bersaing sangat ketat. Para pelaku UMKM harus memiliki strategi dan pengetahuan yang diperlukan untuk mengembangkan usahanya dalam menghadapi persaingan pasar yang ketat ini.

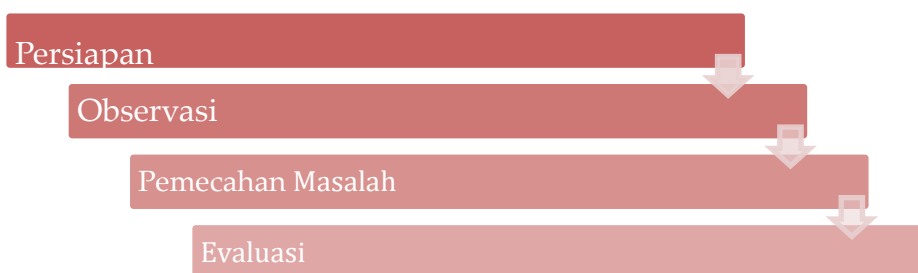


Gambar 1. Merupakan produk yang dihasilkan oleh “UMKM ABIERA”

Salah satu kegiatan pengabdian ini dapat membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM ABIERA. Pendampingan ini juga bertujuan untuk membantu pelaku usaha ABIERA yang mengalami kesulitan dalam menentukan HPP (Harga Pokok Produksi), serta membantu mengembangkan, meningkatkan dan memotivasi dalam menaikkan kelas UMKM yang dimiliki. Pada kegiatan ini, difokuskan pada Harga Pokok produksi, Strategi Pengembangan Dan Meningkatkan Pendapatan UMKM. Kegiatan ini di beri judul : **“Pendampingan Harga Pokok produksi, Strategi Pengembangan Dan Meningkatkan Pendapatan Umkm”**

### Metode dan Pelaksanaan

Metode penelitian dalam pengabdian masyarakat pada Usaha Kecil Menengah (UMKM) melibatkan pendekatan yang berfokus pada interaksi langsung antara peneliti dengan pemangku kepentingan terkait



Gambar 2. Metode pengabdian

Pelaksanaan dalam pengabdian masyarakat Usaha Mikro Kecil dan Menengah ini dilaksanakan dalam 5 (lima) bulan, dalam sebulan itu melakukan Obsevasi dan turut terlibat dalam kegiatan yang di lakukan oleh UMKM seperti mengikuti produksi, pengemasan,pemasaran,promosi offline/online. 4 (empat) bulan nya lagi yaitu melakukan Pendampingan Harga Pokok produksi, Strategi Pengembangan Dan

Meningkatkan Pendapatan Umkm. Secara keseluruhan rincian waktu pelaksanaan kegiatan ini adalah :

1. Persiapan dan komunikasi langsung dengan mitra  
Tahap pengenalan dengan mitra, termasuk profil usaha, produk atau layanan yang di tawarkan, target pasar, dan tantangan yang di hadapi
2. Observasi masalah di “UMKM ABIERA” terdapat masalah yaitu:
  - a. Tidak terdapat perhitungan harga pokok produksi (HPP) yang benar
  - b. Kurangnya platform online dalam menggunakan teknologi berbisnis
  - c. Desain logo serta stiker yang tidak menarik costumer
  - d. Tidak ada pembaharuan atau penambahan produk yang unik
  - e. Promosi yang kurang
3. Pemecahan Masalah
  - a. Memberikan pendampingan dengan menggunakan contoh kasus yang telah disiapkan sebelumnya, pengabdian juga menjelaskan pentingnya dan komponen penyusunan dan penghitungan HPP, dan membantu pelaku UMKM menghitung HPP.
  - b. Kurangnya Platform online UMKM, pengabdian membantu membuat situs online bisnis seperti Instagram, Tiktok, shoope dan mengajarkan owner menggunakan platform tersebut guna meningkatkan pendapatan serta memberi informasi kepada costumer.
  - c. Membantu membuat logo yang menarik tetapi tetap sesuai standar peraturan yang ada dengan bimbingan ke Pusat Layanan UMKM Terpadu (PLUT)
  - d. Uji coba produk baru dengan mengembangkan varian rasa stik
  - e. Masalah promosi pengabdian membantu membuat konten yang menarik agar bisa di upload ke platform online yang tadi telah di buat
4. Tahap Evaluasi  
Evaluasi Ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kegiatan pendampingan yang berhasil. Evaluasi ini dilakukan dengan melihat secara langsung bagaimana praktik pemahaman owner ABIERA dalam melakukan perhitungan harga pokok produksi (HPP), evaluasi pada platform online UMKM terus memantau selaku owner dalam mengaktifkan platform online nya baik dari memasukkan story per hari serta cara merespon costumer nya di platform tersebut, evaluasi untuk logo ini kita melihat dan membandingkan secara langsung perbandingan yang sebelumnya yang dimana pada logo dan stiker desain lama itu kurang menarik dan sekarang setelah perubahan tersebut banyak

yang tertarik walau hanya membahas logo stiker desain baru, terakhir evaluasi di masalah promosi selalau menyarankan owner untuk selalu upload (video promosi, flyer, serta testimoni costumer) ke dalam unggahan.

## Hasil dan Pembahasan

Kegiatan ini dilakukan berdasarkan pemahaman yang telah kami dapatkan selama masa kuliah sehingga mampu mengimplementasikan kepada UMKM terutama di usaha ABIERA. Berdasarkan masalah yang di alami oleh owner, pengabdian membantu mendampingi owner dalam menghitung harga pokok produksi (HPP), Strategi pengembangan dan meningkatkan pendapatan UMKM. Pelaksanaan program ini berlangsung lebih kurang 5 bulan dilakukan langsung di “UMKM ABIERA”. Berdasarkan hasil observasi permasalahan yang di hadapi owner kurang memahami perhitungan HPP, serta pengembangan bisnis yang sangat kurang. Maka inilah hasil dari kegiatan kami dalam membantu mengembangkan dan meningkatkan UMKM

### 1. Pendamping membantu serta mengajari menentukan HPP “UMKM ABIERA”

**RUMUS MENGHITUNG HARGA POKOK PRODUKSI**

**Langkah 1**  
Hitung Biaya Bahan Baku  
(Ini termasuk semua bahan utama dan bahan pendukung yang digunakan dalam proses persiapan makanan.)

**Langkah 2**  
Hitung Bahan Baku Per Unit  
(Misalnya, jika total biaya bahan baku adalah Rp 500.000 dan jumlah unit makanan adalah 100, maka biaya bahan baku per unit adalah Rp 5.000.)

**Langkah 3**  
Hitung Biaya Produksi Per Unit  
(Selain biaya bahan baku, hitung juga biaya produksi lainnya seperti biaya tenaga kerja, biaya Listrik, dll)

**Langkah 4**  
Tambahkan Margin Ke Dalam HPP  
(Margin Adalah Persentase Keuntungan Yang Ingin Di Dapatkan)

**Contoh :**

- Total biaya bahan baku Rp. 500.000 Jumlah unit makanan yang dihasilkan 100 porsi Makanan  
**Biaya Bahan Baku Per Unit:  $Rp. 500.000/100 = Rp. 5.000$**
- Total biaya Produksi (tenaga kerja, listrik, dll): Rp. 300.000 Jumlah unit makanan yang dihasilkan 100 porsi Makanan  
**Biaya Produksi Per Unit:  $Rp. 300.000/100 = Rp. 3.000$**
- Rumus HPP Per Unit:  
**Biaya Bahan Baku Per Unit + Biaya Produksi Per Unit**  
 $Rp. 5.000 + Rp. 3.000 = Rp. 8.000$   
**Margin Keuntungan yang diinginkan Sebesar 30% dari HPP Per Unit**  
 $30\% \times Rp. 8.000 = Rp. 2.400$
- Rumus Harga Jual Per Unit:  
**HPP Per Unit + Margin Keuntungan**  
 $Rp. 8.000 + Rp. 2.400 = Rp. 10.400$  (Harga Jual)

*Gambar 3. Rumus Perhitungan HPP*

### 2. Pembuatan akun platform online





INSTAGRAM

TIKTOK

Gambar 4. Pembuatan Akun Bisnis Usaha ABIERA

3. Mendesain logo serta stiker baru untuk UMKM ABIERA



Gambar 5. Dokumentasi perubahan desain logo dan stiker dengan melakukan bimbingan ke PLUT Kota Pekanbaru

4. Proses uji coba Inovasi produk baru



Gambar 6. Dokumentasi uji coba inovasi produk baru

## 5. Melakukan promosi online dan offline



Gambar 7. Dokumentasi Promosi online dan offline terhadap produk usaha ABIERA

## Kesimpulan

Kegiatan pengabdian pendampingan perhitungan harga pokok produksi, strategi pengembangan dan meningkatkan pendapatan untuk pelaku UMKM ABIERA di kota pekanbaru telah terlaksana dengan baik oleh pengabdian. Hal ini dibuktikan dengan evaluasi yang menunjukkan bahwa 1. Pelaku usaha UMKM ABIERA mengalami peningkatan dalam memahami perhitungan harga pokok produksi (HPP) dan mengetahui arti pentingnya menghitung harga pokok produksi tersebut 2. Pelaku usaha UMKM ABIERA telah mempunyai akun sosial media atau platform online, serta memahami bagaimana cara menggunakan aplikasi tersebut karena awalnya sangat kurang pemahaman akan hal itu 3. Dengan desain logo dan stiker baru dari usaha UMKM ABIERA menjadi brand yang lebih dikenal dari sebelumnya serta dapat memberikan kesan yang elegant terhadap customer yang melihatnya 4. Uji coba produk varisan baru memang belum sepenuhnya berhasil dikarenakan perlunya waktu untuk uji coba beberapa kali agar hasilnya lebih maksimal 5. Promosi yang telah dijalankan dalam beberapa bulan ini sangat mempengaruhi pendapatan usaha dari UMKM ABIERA. Pada akhirnya pendampingan dan pengembangan ini diharapkan untuk para pelaku ekonomi dapat menentukan biaya produksi dengan tepat sehingga dapat memperoleh keuntungan yang diharapkan. Serta pelaku usaha tetap harus mempertahankan apa yang menjadi



pengembangan dalam usaha bisnis seperti lebih menguasai dalam platform online serta aktif dalam promosi agar dapat meningkatkan penjualan dan tidak menjadi tertinggal jauh dalam pemasaran digital, kemudian agar pelaku usaha lebih semangat lagi dalam mengembangkan produk dengan varian terbaru yang tentunya membuat para customer tertarik untuk membeli.

### **Ucapan Terima Kasih**

Dengan tulus, Kami ingin mengungkapkan rasa terima kasih kami kepada pihak APINDO dan UMKM atas kesempatan dan kolaborasi dalam penelitian ini. Dukungan yang diberikan tidak hanya memperkaya wawasan kami, tetapi juga memberikan peluang untuk lebih memahami dan mendalami isu-isu terkait industri dan usaha kecil menengah. Kolaborasi ini telah menjadi landasan yang kuat bagi pengembangan pengetahuan dan pemahaman kami dalam bidang ini. Tak lupa, kami mengucapkan terima kasih kepada mentor lapangan yang telah memberikan arahan dan bimbingan dengan sabar selama proses penelitian berlangsung. Dengan bimbingan yang diberikan, kami dapat menghadapi berbagai tantangan dengan lebih percaya diri dan mengoptimalkan potensi yang kami miliki. Semoga kerjasama dan kolaborasi ini terus berlanjut ke depannya, dan semoga kita dapat terus berkontribusi positif bagi pengembangan industri dan UMKM di Indonesia. Terima kasih atas segala dukungan dan bimbingannya.

### **Referensi**

- Aisyah, Siti, and Kartika Rose Rachmadi. 2022. "Digitalisasi Pemasaran Melalui Sosial Media Marketing Pada Pelaku Umkm Guna Peningkatan Pendapatan." RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat 3(2): 442–48. doi:10.46576/rjpkm.v3i2.1866.
- Ardiana, Titin Eka, and Ika Farida Ulfah. 2023. "PENDAMPINGAN PENYUSUNAN HARGA POKOK PRODUKSI BAGI PELAKU UMKM DI KABUPATEN PONOROGO Titin Eka Ardiana 1) , Ika Farida Ulfah 2) 1." Jurnal BUDIMAS 05(02): 1–10.
- Dimas Prasetyo, and Rina Astini. 2023. "Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Peningkatan Pendapatan UMKM Di Era Digital." Jurnal Pengembangan UMKM 9 no 3. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/umkm/article/view/54321>.

- Lilis Suryani, and Agus Widodo. 2020. "Peran Pendampingan Dalam Meningkatkan Kinerja Keuangan UMKM." *Jurnal Kewirausahaan dan UMKM* 7 no 2. <https://journal.umy.ac.id/index.php/kewirausahaan/article/view/7890>.
- Munthe, Asmaira, M. Yarham, and Ridwana Siregar. 2023. "Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Perekonomian Indonesia." *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi* 2(3): 593–614. doi:10.61930/jebmak.v2i3.321.
- Nelfiyanti et al. 2021. "Pelatihan Dan Pendampingan Perhitungan Harga Pokok Penjualan Umkm Kuliner Di Daerah Penggilingan." *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*: 1–6. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/view/10680>.
- Nurjaman, Kadar. 2022. "Pemberdayaan E-Commerce Di Kalangan Pelaku UMKM Di Indonesia." *Jurnal Abdimas Peradaban* 3(1): 34–40. doi:10.54783/ap.v3i1.6.
- Supriyanto, Agus, and Kharis Fadlullah Hana. 2020. "Strategi Pengembangan Desa Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM." *BISNIS : Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 8(2): 199. doi:10.21043/bisnis.v8i2.8640.
- Wiji Yuwono, Itsnaini Rahmah; M. Elfan Kaukab; 2020. "Peran Pemerintah Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm." *JURNAL CAPITAL : Kebijakan Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 2(2): 30–50. doi:10.33747/capital.v3i2.39.
- Yustitia, Erika, and Adriansah Adriansah. 2022. "Pendampingan Penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) Dan Harga Jual Pada UMKM Di Desa Sawahkulon." *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3(1): 1–9. doi:10.32764/abdimas\_ekon.v3i1.2506.