

## SOSIALISASI LITERASI KEUANGAN DAN PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK PADA UMKM INDUSTRI LOGAM SANJAYA TEKNIK

Riza Sufia Latifa, Atika Zahra Nur Salsabila, Cista Dilla Adya, Gina Roihatina, Dini Nailussa'adah, Muhammad Taufiqurrahman, Bima Arya Komando, Dika Wisnu Pratama, Ade Irma Suryani Lating\*, Febry Fabian Susanto

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya  
Jl. Ahmad Yani No.117, Jemur Wonosari, Kecamatan Wonocolo, Surabaya, Indonesia  
rizasufial@gmail.com, atikazahraa01@gmail.com, cistadaaaa@gmail.com, roihatinag@gmail.com,  
dininailus7@gmail.com, arrahmant03@gmail.com, komandobimaarya@gmail.com,  
pratama.dikawisnu2404@gmail.com, ade.irma@uinsa.ac.id\*, febryfabiansusanto@uinsa.ac.id  
(\*) Corresponding Author



Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-NonKomersial 4.0 Internasional.

### Abstract

*MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) play a crucial role in the economy, particularly by creating job opportunities and fostering innovation that supports economic growth in both rural and urban areas. However, MSMEs often face classic challenges, such as low-quality human resources, limited technological adaptation, lack of access to capital information, and insufficient understanding of financial reporting. Capital is a critical factor, as business sustainability can be jeopardized without adequate access to funding. The MSME Sanjaya Teknik faces two main issues: a lack of financial literacy and the use of unsystematic methods for determining product selling prices. To address these issues, the team provided solutions through socialization and training on financial literacy, selling price calculations based on COGS (Cost of Goods Sold), and financial record-keeping. These activities were carried out in Ngingas District, Sidoarjo, using lectures, training sessions, and evaluations. The program comprised three phases: surveys and interviews, socialization and training sessions, and evaluations. As a result, Sanjaya Teknik's MSME owners now understand the importance of separating personal and business finances, maintaining structured financial records, and accurately determining product selling prices using Cost-Plus Pricing and Mark-Up Pricing methods. This initiative successfully enhanced the awareness of MSME owners about the importance of financial literacy for ensuring business sustainability.*

**Keywords:** cost of goods sold; financial literacy; financial management; metal industry; MSMEs.

### Abstrak

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran penting dalam perekonomian, terutama melalui penciptaan lapangan kerja dan inovasi yang mendukung pertumbuhan ekonomi di daerah. Namun, UMKM sering menghadapi hambatan klasik, seperti rendahnya kualitas sumber daya manusia, minimnya adaptasi teknologi, kurangnya informasi akses permodalan, dan kurangnya pemahaman laporan keuangan. Faktor modal menjadi krusial karena tanpa akses permodalan yang baik, keberlangsungan usaha dapat terganggu. UMKM Sanjaya Teknik menghadapi dua kendala utama, yaitu kurangnya pemahaman literasi keuangan dan metode perhitungan harga jual produk yang tidak sistematis. Untuk itu, tim pengabdian memberikan solusi melalui sosialisasi dan pelatihan mengenai literasi keuangan, perhitungan harga jual berbasis HPP (Harga Pokok Penjualan), serta pencatatan laporan keuangan. Kegiatan ini dilakukan di Kecamatan Ngingas, Sidoarjo, dengan metode ceramah, pelatihan, dan evaluasi. Program ini mencakup tiga tahap: survei dan wawancara, pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan, serta evaluasi hasil. Hasilnya, pelaku UMKM Sanjaya Teknik kini memahami pentingnya memisahkan keuangan pribadi dan bisnis, membuat pencatatan keuangan terstruktur, serta menentukan harga jual produk secara akurat menggunakan metode *Cost Plus Pricing* dan *Mark-Up Pricing*. Program ini meningkatkan kesadaran pelaku usaha akan pentingnya literasi keuangan untuk keberlanjutan bisnis.

**Kata Kunci:** HPP; industri logam; literasi keuangan; pengelolaan keuangan; UMKM.

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, terbukti dengan kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang mencapai 61% dan menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja [1]. UMKM tidak hanya menjadi pilar utama dalam pemerataan pendapatan, tetapi juga berperan dalam pengentasan kemiskinan. Meskipun memiliki peran strategis, keberlangsungan UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal manajemen keuangan dan pengelolaan usaha [2].

Salah satu permasalahan utama yang kerap dihadapi oleh pelaku UMKM adalah rendahnya literasi keuangan. Minimnya pemahaman dalam mengelola keuangan menyebabkan pelaku usaha kesulitan dalam membuat keputusan bisnis yang tepat, mengatur arus kas, dan mengakses sumber pendanaan [3]. Literasi keuangan yang rendah juga berpotensi menimbulkan kesalahan dalam menentukan harga jual, mengelola biaya, dan memisahkan keuangan pribadi dengan bisnis. Aramana et al. (2023) menegaskan bahwa tingkat literasi keuangan yang tinggi berperan penting dalam membantu individu membuat keputusan keuangan yang tepat serta mencegah munculnya masalah keuangan di kemudian hari [4]. Penelitian Yushita (2017) juga menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku dan inklusi keuangan [5]. Sementara itu, hasil penelitian Rohima et al. (2024) menekankan bahwa peningkatan angka literasi keuangan dapat dilakukan melalui kegiatan edukasi dan sosialisasi yang disesuaikan dengan kebutuhan kelompok sasaran [6].

Selain permasalahan literasi keuangan, banyak UMKM yang belum memahami metode penentuan harga jual produk secara sistematis. Hal ini mengakibatkan pelaku usaha sering kali menentukan harga jual berdasarkan perkiraan atau mengikuti harga pasar tanpa memperhitungkan biaya produksi secara menyeluruh. Rodhiah et al. (2021) menjelaskan bahwa penetapan harga yang tepat dapat meningkatkan keuntungan lebih cepat dibandingkan dengan peningkatan volume penjualan [7]. Ismanto (2018) juga menyatakan bahwa UMKM yang dapat menentukan harga jual produk dengan tepat cenderung memiliki profitabilitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan UMKM yang tidak memiliki dasar perhitungan yang jelas [8].

Permasalahan tersebut juga ditemukan pada UMKM Sanjaya Teknik, sebuah usaha di bidang

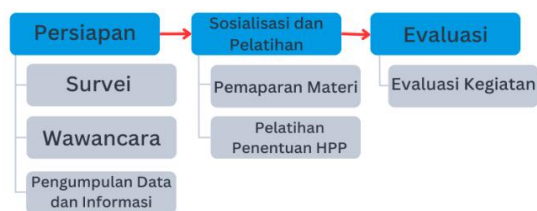
industri logam yang berlokasi di Kecamatan Ngingas, Sidoarjo. Berdasarkan hasil observasi awal, UMKM ini menghadapi beberapa kendala, di antaranya pencatatan keuangan yang masih manual, tidak adanya pemisahan antara keuangan pribadi dan usaha, serta metode penetapan harga jual produk yang belum mempertimbangkan biaya produksi dan margin keuntungan secara tepat. Kondisi tersebut menyebabkan ketidakteraturan arus kas dan ketidaktepatan dalam menentukan harga jual yang berpengaruh terhadap profitabilitas usaha [9]. Untuk menjawab permasalahan ini, diperlukan upaya peningkatan kapasitas pelaku UMKM melalui kegiatan sosialisasi dan pelatihan literasi keuangan serta penentuan harga jual produk berbasis perhitungan biaya yang rasional.

Beberapa penelitian dan kegiatan pengabdian sebelumnya menunjukkan efektivitas pendekatan sosialisasi dan pelatihan dalam meningkatkan kemampuan pelaku UMKM. Rahmawati et al. (2022) melaksanakan program peningkatan literasi keuangan dan pemasaran digital bagi UMKM di Kecamatan Wonokromo, Surabaya, yang berhasil meningkatkan keterampilan pencatatan keuangan dan manajemen arus kas [10]. Wardiningsih et al. (2021) juga menunjukkan bahwa pelatihan pengelolaan keuangan bagi penerima BPUM di Desa Jenggik mampu meningkatkan kemampuan pencatatan transaksi dan pengelolaan keuangan usaha [11]. Sementara itu, Jayanti et al. (2023) melalui sosialisasi penentuan harga jual produk di Kelurahan Kebun Sayur, berhasil meningkatkan pemahaman pelaku UMKM dalam menghitung harga jual menggunakan metode *Cost Plus Pricing* secara efektif [12].

Berdasarkan uraian di atas, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan solusi bagi UMKM Sanjaya Teknik melalui peningkatan literasi keuangan dan pelatihan penetapan harga jual produk. Kegiatan ini dilakukan dengan metode sosialisasi, pelatihan, dan simulasi perhitungan harga jual berbasis pendekatan *Cost Plus Pricing* dan *Mark-Up Pricing*. Melalui program ini, pelaku UMKM diharapkan mampu memahami pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan bisnis, melakukan pencatatan keuangan yang terstruktur, serta menetapkan harga jual secara akurat berdasarkan komponen biaya produksi dan margin keuntungan yang wajar. Dengan demikian, UMKM Sanjaya Teknik dapat meningkatkan efisiensi keuangan, profitabilitas, dan daya saing usahanya secara berkelanjutan.

## METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Sosialisasi ini dilaksanakan di Kecamatan Ngingas, Sidoarjo dengan memberikan pemahaman tentang literasi keuangan dan penetapan harga jual kepada pelaku UMKM Sanjaya Teknik. Metode yang digunakan adalah metode penyuluhan dan pelatihan berupa ceramah/penyuluhan/sosialisasi tentang cara menentukan harga jual produk dan pemahaman literasi keuangan [10].



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)

Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan PKM

Gambar 1 memperlihatkan bagan tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian. Kegiatan diawali dengan tahap persiapan, yang mencakup survei lapangan, wawancara, serta pengumpulan data dan informasi mengenai profil pelaku UMKM. Kegiatan ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai kondisi dan kebutuhan mitra. Setelah tahap persiapan selesai, kegiatan dilanjutkan ke tahap kedua, yaitu sosialisasi dan pelatihan. Pada tahap ini, disampaikan materi terkait pentingnya literasi keuangan dan penyusunan laporan keuangan sederhana. Setelah sesi sosialisasi, peserta diberikan pelatihan teknis mengenai metode penentuan harga pokok penjualan. Selanjutnya, kegiatan diakhiri dengan tahap evaluasi, yang berfungsi untuk mengukur efektivitas sosialisasi dan pelatihan yang telah diberikan, sekaligus menilai tingkat pemahaman dan kemampuan peserta dalam menerapkan materi yang disampaikan [13].

Tabel 1. Indikator Ketercapaian Program

Sebelum Pendampingan	Indikator Keberhasilan	Tolak Ukur
Kurangnya pemahaman pelaku UMKM terhadap literasi keuangan.	Pengetahuan pelaku UMKM mengenai literasi keuangan.	Pelaku UMKM memahami manfaat literasi keuangan,
Kurangnya pemahaman pelaku UMKM terhadap konsep pembukuan.	Pengetahuan pelaku UMKM mengenai gambaran umum terkait pembukuan.	Pelaku UMKM memahami mekanisme pembukuan.
Pelaku UMKM memahami	Pengetahuan pelaku usaha	Pelaku usaha memahami

Sebelum Pendampingan	Indikator Keberhasilan	Tolak Ukur
konsep biaya pada UMKM Pelaku UMKM kurang memahami cara mengidentifikasi biaya variabel dan biaya tetap	mengenai konsep biaya pada UMKM Pengetahuan pelaku UMKM mengidentifikasi biaya variabel dan biaya tetap	konsep biaya pada UMKM Pelaku UMKM memahami cara mengidentifikasi biaya variabel dan biaya tetap
Pelaku UMKM tidak memahami cara menetapkan harga jual dengan metode <i>Cost Plus Pricing</i>	Pengetahuan pelaku UMKM mengenai perhitungan harga jual dengan metode <i>Cost Plus Pricing</i>	Pelaku UMKM memahami cara penetapan harga jual dengan metode <i>Cost Plus Pricing</i>

Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)

Pada Tabel 1 ditampilkan indikator ketercapaian program yang meliputi kondisi pelaku UMKM sebelum diberikan pendampingan, indikator keberhasilan yang diharapkan, serta tolak ukur pencapaian. Sebelum pelaksanaan program, pelaku UMKM mengalami berbagai permasalahan, antara lain kurangnya pemahaman terhadap literasi keuangan, konsep pembukuan, konsep biaya, hingga metode perhitungan harga jual produk.

Melalui program sosialisasi, diharapkan terjadi peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap literasi keuangan, mekanisme pembukuan, identifikasi biaya tetap dan variabel, serta metode penetapan harga jual berbasis *Cost Plus Pricing*. Keberhasilan program diukur berdasarkan pemahaman pelaku UMKM terhadap masing-masing aspek tersebut, yang tercermin dalam tolak ukur yang telah ditetapkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian dengan tema "Sosialisasi Literasi Keuangan dan Penetapan Harga Jual Produk" ini dilaksanakan melalui tiga tahapan yaitu tahap survei dan wawancara, sosialisasi dan pelatihan, serta evaluasi:

### Hasil Survei dan Wawancara

Tahap survei meliputi pengumpulan data dan informasi seputar profil pelaku UMKM. Pada tahapan ini, penulis juga bermaksud untuk meminta izin dalam rangka melaksanakan kegiatan pengabdian pada UMKM industri logam "Sanjaya Teknik" yang berlokasi di Desa Ngingas, Sidoarjo. Survei dilakukan dengan mendatangi langsung lokasi usaha untuk mengobservasi kondisi lapangan dan membangun komunikasi awal dengan pelaku usaha.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan secara langsung di lokasi usaha, diperoleh informasi

bahwa usaha ini merupakan industri logam rumahan yang telah berdiri sejak tahun 2010. Usaha ini dikelola secara mandiri dan berfokus pada pembuatan komponen logam seperti engsel serta sparepart berbahan plat. Lokasi usaha saat ini masih menyatu dengan tempat tinggal.

Dari hasil observasi lapangan, diketahui bahwa kegiatan produksi masih bersifat tradisional dengan skala kecil, menggunakan peralatan sederhana yang sebagian besar dibeli secara bertahap dari hasil keuntungan usaha. Lingkungan sekitar yang didominasi oleh industri logam turut mendorong terbentuknya usaha ini, karena akses terhadap tenaga kerja, bahan baku, dan relasi bisnis menjadi lebih mudah.

Adapun wawancara dilakukan dalam dua tahap untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif mengenai kondisi UMKM sebelum dilakukan sosialisasi. Pada tahap pertama dapat dilihat pada Gambar 2, wawancara dilakukan secara umum untuk mengenal latar belakang usaha, struktur organisasi, sistem kerja, serta kendala-kendala yang dihadapi dalam operasional harian.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)

Gambar 2. Survei dan Wawancara Tahap pertama

Selanjutnya, tahap kedua wawancara lebih difokuskan pada aspek-aspek teknis seperti sistem penggajian, proses penentuan harga jual produk, serta proses pengelolaan dan pencatatan keuangan. Selain itu, dalam tahap ini juga digali lebih dalam upaya mitigasi yang telah dilakukan dalam menghadapi berbagai tantangan usaha. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 3. Melalui dua tahap ini, diperoleh pemahaman yang menyeluruh tentang kebutuhan dan tantangan UMKM, yang menjadi dasar dalam merancang materi sosialisasi literasi keuangan dan pelatihan penetapan harga jual produk.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)

Gambar 3. Wawancara Tahap kedua

Dari hasil wawancara dengan pelaku UMKM, diperoleh pemahaman mendalam mengenai sistem kerja, pengelolaan keuangan, dan proses produksi yang dijalankan. Pembagian kerja dilakukan secara fleksibel, dengan kecepatan kerja yang bervariasi antar karyawan. Dalam proses produksi, penentuan harga jual tidak didasarkan pada perhitungan akuntansi formal, melainkan pada pengalaman dan perkiraan harian. Pelaku UMKM menghitung harga berdasarkan biaya bahan baku, tenaga kerja harian, serta tambahan margin keuntungan.

Sistem pencatatan keuangan belum diterapkan secara tertulis. Hal ini menyebabkan sulitnya melakukan evaluasi keuntungan bersih secara periodik. Secara umum, hasil wawancara menunjukkan bahwa Sanjaya Teknik memiliki potensi pengembangan yang cukup besar, namun menghadapi tantangan dalam hal pencatatan keuangan, legalitas usaha, serta sistem penentuan harga jual yang masih bersifat konvensional.

## Sosialisasi dan Pelatihan

### 1. Sosialisasi Literasi Keuangan

Permasalahan yang utama dihadapi oleh UMKM adalah tidak memisahkan antara keuangan pribadi dengan keuangan bisnis. Selama ini pelaku UMKM tidak melakukan pencatatan laporan keuangan, mereka hanya mengandalkan ingatan dan juga perkiraan sebagai bentuk untuk mengetahui keuntungan dalam bisnisnya. Terkait dengan transaksi, pelaku UMKM hanya menyimpan bukti transaksi yang belum dibayarkan saja. Serta belum adanya kebijakan dalam bisnisnya apabila kurs mata uang dolar sedang fluktuatif. Selain permasalahan tersebut pelaku UMKM mengaku bahwa proses pencatatan itu sulit serta rumit untuk diterapkan, serta tidak ada individu khusus dalam bidang itu untuk menanganinya.



Sosialisasi literasi keuangan dilaksanakan sehari dengan menyampaikan terkait dengan pentingnya literasi keuangan, manfaat bagi UMKM dan pelakunya, serta kesalahan umum yang biasa dilakukan oleh pelaku UMKM.

Penyampaian materi terkait sosialisasi literasi keuangan tidak hanya terkait dengan pengertian literasi keuangan, manfaat, dan kesalahan dalam pengelolaan keuangan. Tetapi, penulis juga memberikan gambaran umum terkait pembukuan yang merupakan sebuah proses mencatat untuk mengumpulkan sebuah informasi keuangan yang dapat digunakan untuk memantau suatu usaha dan menjadi sebuah pedoman dalam proses pengambilan keputusan. Karena tanpa pencatatan keuangan yang baik, para pelaku UMKM akan mengalami kesulitan dalam mengelola arus kas, mengidentifikasi pengeluaran yang tidak perlu, dan mengalokasikan sumber daya secara efektif. Hal ini bisa mengakibatkan ketidakstabilan keuangan dan masalah likuiditas.

Dalam kegiatan ini penulis memberikan pemaparan terkait contoh pembukuan sederhana yaitu buku kas umum yang mencakup pencatatan pemasukan dan pengeluaran, serta akun-akun yang termasuk sesuai dengan kategorinya. Melalui sosialisasi pemahaman terkait pembukuan ini menekankan terkait pentingnya pencatatan keuangan, walaupun hanya pencatatan sederhana, hal tersebut dapat membantu mereka memonitor arus kas, biaya produksi, dan keuntungan secara lebih terstruktur.

## 2. Sosialisasi dan Pelatihan Penetapan Harga Jual Produk

Sosialisasi penentuan harga jual bertujuan untuk memastikan bahwa pemilik home industri logam dan semua pihak terkait memiliki pemahaman yang jelas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga produk. Ini termasuk biaya produksi, keuntungan yang diinginkan, nilai tambah produk, harga pasar, dan faktor-faktor eksternal lainnya yang perlu dipertimbangkan. Langkah pertama dalam sosialisasi ini adalah mengidentifikasi semua biaya yang terlibat dalam produksi barang logam. Biaya-biaya ini mencakup bahan baku, tenaga kerja, listrik, peralatan, dan biaya overhead lainnya. Dilanjut dengan analisis pasar yang komprehensif. Ini melibatkan pemahaman mengenai permintaan dan penawaran produk logam, perilaku konsumen, tren industri, dan harga pesaing.

Penulis juga menyampaikan bahwa terdapat dua metode sederhana yang dapat digunakan dalam penentuan harga jual, yakni metode *cost plus pricing* dan *mark-up pricing* metode ini dinilai lebih sederhana dalam perhitungannya sehingga mudah

untuk diterapkan. Untuk perhitungan dengan metode *cost plus pricing* dapat dilakukan dengan menjumlahkan *fix cost* dan *variable cost*, kemudian dikali dengan *profit margin* nya. Adapun untuk metode *mark up pricing*, dapat dihitung dengan mengkali kan harga dan kuantitas kemudian dikurangi dengan total cost yang dikeluarkan.

Setelah menjelaskan mengenai metode penetapan harga jual, selanjutnya penulis melakukan simulasi perhitungan harga jual dengan *cost plus pricing* dengan melibatkan pelaku UMKM. Penulis juga menekankan bahwa harga jual harus dapat *cover* seluruh biaya yang telah dikeluarkan sehingga dapat menghasilkan laba yang optimal, apabila dalam penerapannya ternyata ada biaya-biaya tertentu yang tidak masuk ke dalam perhitungan harga jual, maka akan berdampak pada laba yang akan diperoleh. Penulis juga menjelaskan bahwa pelaku UMKM harus mempertimbangkan harga pesaing agar daya saing produk dapat tetap terjaga dan tidak mengalami penurunan.

Tahap sosialisasi dapat dilihat pada Gambar 4, yang mana gambar ini menunjukkan suasana kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan bersama pelaku UMKM industri logam "Sanjaya Teknik". Dalam gambar, peserta mengikuti penjelasan dan simulasi dengan antusias, menunjukkan keterlibatan aktif dalam memahami konsep penetapan harga jual produk yang efektif dan berkelanjutan.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)

Gambar 4. Tahap Sosialisasi

## Hasil Evaluasi

Tahap terakhir dalam kegiatan pengabdian ini yaitu tahap evaluasi yang bertujuan untuk menilai sejauh mana keberhasilan sosialisasi dan pelatihan yang sudah dilaksanakan. Tabel 2 merupakan hasil evaluasi sebelum dan sesudah pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan pada pelaku UMKM "Sanjaya Teknik".

Tabel 2. Hasil Survei Sebelum dan Sesudah Pengabdian

Keterangan	Sebelum Pengabdian	Sesudah Pengabdian
Pemahaman pelaku UMKM terhadap literasi keuangan.	Sebelum dilakukannya pengabdian ini, pelaku UMKM belum mengerti pentingnya akan literasi keuangan	Sesudah dilakukannya pengabdian ini, pelaku UMKM mengerti pentingnya akan literasi keuangan
Pemahaman pelaku UMKM usaha terhadap konsep pembukuan.	Sebelum dilakukannya pengabdian, pengetahuan pelaku UMKM terkait pembukuan masih kurang.	Setelah dilakukannya pengabdian ini, pelaku UMKM memiliki pemahaman yang lebih terkait pembukuan.
Pemahaman pelaku UMKM terkait konsep biaya	Sebelum dilakukannya pengabdian ini, pelaku UMKM sudah memiliki pemahaman terkait konsep biaya	Setelah dilakukannya pengabdian ini, pelaku UMKM memiliki pemahaman yang lebih terhadap teori konsep biaya
Pemahaman pelaku UMKM terkait cara mengidentifikasi biaya variabel dan biaya tetap	Sebelum dilakukannya pengabdian ini, pelaku UMKM belum memiliki pemahaman yang cukup terkait cara mengidentifikasi biaya variabel dan biaya tetap	Setelah dilakukannya pengabdian ini, pelaku UMKM memiliki pemahaman yang baik terkait cara mengidentifikasi biaya variabel dan biaya tetap
Pemahaman pelaku UMKM terkait cara menetapkan harga jual dengan metode <i>Cost Plus Pricing</i>	Sebelum dilakukannya pengabdian ini, pelaku UMKM belum memiliki pemahaman terkait cara menetapkan harga jual dengan menggunakan metode <i>Cost Plus Pricing</i>	Setelah dilakukannya pengabdian ini, pelaku UMKM memiliki pemahaman yang cukup terkait cara menetapkan harga jual dengan menggunakan metode <i>Cost Plus Pricing</i>

Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)

Indikator ketercapaian program dapat dilihat pada Tabel 2, tabel tersebut menunjukkan perubahan tingkat pemahaman pelaku UMKM sebelum dan sesudah pelaksanaan program pendampingan. Sebelum pendampingan, pelaku UMKM mengalami berbagai keterbatasan, antara lain kurangnya pemahaman terhadap literasi keuangan, konsep pembukuan, konsep biaya, serta kesulitan dalam mengidentifikasi biaya tetap dan biaya variabel, dan dalam menentukan harga jual dengan metode *Cost Plus Pricing*. Setelah pelaksanaan program, pelaku UMKM menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan pada

seluruh aspek yang menjadi fokus sosialisasi. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan berhasil mencapai indikator keberhasilan yang telah ditetapkan.

Pada awalnya, pelaku UMKM "Sanjaya Teknik" ini belum memahami pentingnya penyusunan laporan keuangan dan pemahaman terkait penetapan harga jual dengan menggunakan metode *Cost Plus Pricing*. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan pelaku UMKM di bidang tersebut. Setelah diadakannya kegiatan pengabdian ini, diharapkan dapat memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Dan juga diharapkan pelaku UMKM mendapatkan pengetahuan dan wawasan baru terkait pentingnya literasi keuangan sebagai alat perencanaan dan pengendalian usahanya dan juga pengetahuan baru terkait penetapan harga jual yang lebih akurat sehingga dapat meningkatkan kinerja keuangan dan daya saingnya.

## KESIMPULAN

Program pengabdian kepada UMKM yang bertema "Sosialisasi Literasi Keuangan dan Penetapan Harga Jual Produk" berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM "Sanjaya Teknik" dalam literasi keuangan dan penetapan harga jual. Sebelum pelaksanaan program, pelaku usaha tidak memahami pentingnya memisahkan keuangan pribadi dan bisnis serta tidak memiliki pencatatan keuangan yang baik. Melalui sosialisasi dan pelatihan, mereka kini memahami pentingnya pencatatan keuangan yang terstruktur dan dapat mengidentifikasi serta menghitung biaya dengan lebih akurat menggunakan metode *Cost Plus Pricing* dan *Mark-Up Pricing*. Evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman konsep keuangan, pembukuan, dan penetapan harga jual, yang diharapkan akan meningkatkan kinerja keuangan dan daya saing UMKM ini. Program ini diharapkan menjadi model bagi kegiatan serupa di masa mendatang untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM di berbagai sektor.

Untuk memastikan keberlanjutan dan efektivitas program ini, disarankan untuk mengadakan pelatihan lanjutan secara berkala serta memberikan pendampingan rutin oleh ahli keuangan atau bisnis. Pengembangan modul pelatihan yang lebih komprehensif dan mudah dipahami, serta peningkatan akses terhadap sumber daya informasi dan edukasi mengenai literasi keuangan dan manajemen bisnis melalui platform digital dan *offline*, juga sangat penting. Dengan demikian, pelaku usaha UMKM dapat terus

meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka, yang akan membantu meningkatkan kinerja keuangan dan daya saing usaha mereka.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Kami menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Saiful Anwar selaku pemilik UMKM Sanjaya Teknik, yang telah berkenan menjadi mitra dalam pelaksanaan penelitian ini. Kerja sama dan dukungan dari pihak UMKM sangat membantu dalam memberikan data dan informasi yang relevan untuk penelitian ini. Kami juga menyampaikan banyak terima kasih kepada Ibu Ade Irma Suryani Lating, selaku dosen mata kuliah Penganggaran yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan berharga sepanjang proses penelitian ini berlangsung. Semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan literasi keuangan dan pemberdayaan UMKM, serta menjadi kontribusi positif bagi dunia akademik dan masyarakat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Haryo Limanseto, "Dorong UMKM Naik Kelas dan Go Export, Pemerintah Siapkan Ekosistem Pembiayaan yang Terintegrasi," *Www.Ekon.Gp.Id*, pp. 1-5, 2023 [Online]. Available: <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5318/dorong-umkm-naik-kelas-dan-go-export-pemerintah-siapkan-ekosistem-pembiayaan-yang-terintegrasi>.
- [2] I. Safitri, "Peluang, tantangan dan strategi pengembangan UMKM di Indonesia pada masa pandemi COVID-19," *OSF Preprints, Center for Open Science*, Oct. 2020, [Online]. Available: <https://ideas.repec.org/p/osf/osfxxx/jm6u2.html>
- [3] A. Jaenudin, A. Sehabuddin, and U. Mustofa, "Penguatan Literasi Keuangan Melalui Payback Period Method pada UMKM Kabupaten Wonosobo," *J. Pengabd. Sos. Indones.*, vol. 3, no. 2, pp. 100-108, 2023, doi: 10.23960/jpsi/v3i2.100-108.
- [4] D. Aramana, S. Hasrul, D. T. Pitri, B. Ilmi, and Nasruddin, "Meningkatkan Literasi Keuangan Kalangan Mahasiswa Di Universitas Gunung Leuser," *J. Pengabd. Masy. Disiplin Ilmu*, vol. 1, no. 2, pp. 26-30, 2023, doi: 10.47709/jpmasdi.v1i2.2506.
- [5] A A. N. Yushita, "Pentingnya literasi keuangan bagi pengelolaan keuangan pribadi," *Disertasi*, Yogyakarta State University, Yogyakarta, Indonesia, 2017.
- [6] A. Rohima *et al.*, "Membangun Fondasi Keuangan yang Kuat: Hasil Sosialisasi Literasi Keuangan pada Pelajar dan Mahasiswa di Kota Banjarmasin," *Damhil J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 3, no. 2, pp. 112-121, 2024, [Online]. Available: <https://doi.org/10.37905/damhil.v3i2.28316>
- [7] R. Rodhiah, L. Colin, F. Akbar, and R. Mas, "Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Profitabilitas Usaha Konveksi Kembang Mas," *Pros. SENAPENMAS*, p. 905, 2021, doi: 10.24912/psenapenmas.v0i0.15118.
- [8] H. Ismanto and S. A. W. Irawan, "Peran Karakteristik Pemilik, Hubungan dengan Pelanggan, Komitmen Perilaku, dan Orientasi Usaha Terhadap Kinerja Keuangan UKM," *J. Siasat Bisnis*, vol. 22, no. 1, pp. 76-91, 2018, doi: 10.20885/jsb.vol22.iss1.art5.
- [9] S. Mulyani, B. Gunawan, and M. Nurkamid, "Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi Bagi UMKM Kabupaten Pati," *Empowerment*, vol. 4, no. 02, pp. 181-187, 2021, doi: 10.25134/empowerment.v4i02.4526.
- [10] M. I. Rahmawati, L. Ardini, M. Lestariningsih, and W. S. Shabrie, "Peningkatan Literasi Keuangan dan Pemasaran Digital bagi UMKM Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya," *J. Abdi Masy. Indones.*, vol. 2, no. 4, pp. 1347-1354, 2022, doi: 10.54082/jamsi.425.
- [11] R. Wardiningsih, B. Y. Wahyuningsih, and R. Sugianto, "Pelatihan Pengelolaan Keuangan bagi Pelaku UMKM Penerima BPUM sebagai Dampak Covid-19 di Desa Jenggik Kecamatan Terara," *nusantara*, vol. 3, no. 2, pp. 258-266, Jul. 2021, doi: 10.36088/nusantara.v3i2.1257.
- [12] S. E. Jayanti *et al.*, "Sosialisasi penentuan harga jual produk dalam rangka optimalisasi laba pada UMKM di Kelurahan Kebun Sayur," *J. Pelayanan Hub. Masyarakat*, vol. 1, no. 2, pp. 200-211, Jun. 2023, doi: 10.59581/jphm-widyakarya.v1i2.977.
- [13] Y. P. Jaya, S. P. Winarko, and M. A. Solikah, "Pengaruh penentuan harga jual, promosi, literasi keuangan, dan penerapan sistem informasi akuntansi terhadap keberlangsungan usaha di Kabupaten Kediri," *Doctoral dissertation*, Universitas Nusantara PGRI Kediri, Kediri, Indonesia, 2024.
- [14] S. Febriani and H. Harmain, "Analisis Faktor Penghambat dan Pendukung Perkembangan

- UMKM Serta Peran Dewan Pengurus Wilayah Asprindo Dalam Perkembangan UMKM Di Sumatera Utara Pada Masa Pandemi Covid-19," *Al-Kharaj J. Ekon. Keuang. Bisnis Syariah*, vol. 5, no. 3, pp. 1275–1290, 2022, doi: 10.47467/alkharaj.v5i3.1624.
- [15] B. S. Kasenda and C. Wijayangka, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM", *Almana*, vol. 3, no. 1, pp. 153–160, Apr. 2019, doi: 10.36555/almana.v3i1.459.