

PEMBERDAYAAN EKONOMI PEREMPUAN : STRATEGI PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI DAN STRATEGI PROMOSI PADA INDUSTRI RUMAHAN

Laras Pratiwi, Yeni Fitriani Somantri, Suci Putri Lestari

Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Perjuangan Tasikmalaya
pratiwilaras.unper@gmail.com.

Abstract

The development of micro-scale industries is able to provide a significant increase in the economic resilience of the community, but in fact it is not yet fully integrated with the micro-scale home industry players. This community service activity was held with the aim of empowering the economy of women, especially in the business sector of the Al-Mahabbah Foundation, Cimahi City, with the Khusi Cookies product brand. This activity is carried out into three stages, namely the planning stage, the business simulation stage and the evaluation stage. This activity is able to provide benefits for Khusi Cookies business players in the form of creating knowledge about calculating the cost of production and opening a mindset of expanding promotional strategies through social media.. (Times New Roman 10, 1 space, 1 paragraf).

Keywords: Cost of Product, Promotions

Abstrak

Pengembangan industri berskala mikro mampu memberi peningkatan signifikan terhadap ketahanan ekonomi masyarakat, namun faktanya belum sepenuhnya terintegrasi dengan para pelaku industri rumahan skala mikro. Kegiatan pengabdian masyarakat (Pengmas) ini diselenggarakan dengan tujuan untuk memberdayakan ekonomi perempuan khususnya pada sector usaha Yayasan Al-Mahabbah Kota Cimahi dengan brand produk Khusi Cookies. Kegiatan ini dilaksanakan kedalam tiga tahap, yaitu tahap perencanaan, tahap simulasi usaha dan tahap evaluasi. Kegiatan ini mampu memberikan manfaat bagi para pelaku usaha Khusi Cookies berupa terciptanya pengetahuan mengenai perhitungan harga pokok produksi dan terbukanya pola pikir perluasan strategi promosi melalui social media.

Kata kunci: Harga Pokok Produksi; Strategi Promosi

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif (Ekraf) merupakan konsep pengembangan ekonomi di era digital revolusi industri 4.0. ekraf mengkolaborasikan informasi dan kreativitas kedalam faktor produksi sehingga menghasilkan produk yang berinovasi. Ekraf berfokus pada Sumber Daya Manusia (SDM) yang memiliki

ide kreatif sebagai faktor produksi utama. Kreatifitas individu inilah yang akhirnya dapat menggerakkan perekonomian masyarakat (Rangkuty, B, & Agustino, 2020). Berdasarkan data secara nasional, kontribusi usaha mikro bagi produk domestik bruto sebesar 30,25% dimana sebagian besar dilakukan oleh perempuan. Kepala rumah tangga perempuan yang berusaha

sendiri mencapai 37,91% dibandingkan dengan laki-laki yang hanya 22,34%. Sebagian besar perempuan yang berusaha sendiri berada pada skala usaha mikro (Kemenpppa, 2018). Pengembangan industri berskala mikro mampu memberi peningkatan signifikan terhadap ketahanan ekonomi masyarakat. Pemerintah juga sudah banyak melakukan upaya dalam pemberdayaan ekonomi perempuan, namun faktanya belum sepenuhnya terintegrasi dengan para pelaku industri rumahan skala mikro. Hal ini yang menjadi hambatan tersendiri dalam upaya pemberdayaan ekonomi perempuan.

Yayasan Al-Mahabbah merupakan pusat kajian kecerdasan hari yang berlokasi di Kota Cimahi. Yayasan ini memiliki sektor usaha mikro yang seluruhnya dikelola oleh perempuan. Usaha mikro yang dimiliki oleh Yayasan bergerak pada produksi kue kering dengan brand produk Khusi Cookies. Pengelolaan usaha yang masih tradisional menjadi kendala bagi Yayasan untuk mengembangkan usahanya.

Kendala pertama yang dialami Khusi Cookies adalah kesulitan dalam menentukan harga pokok produksi dan harga jual. Para pengelola usaha belum bisa membedakan kelompok biaya produksi dan kelompok biaya non-produksi, sehingga perhitungan harga pokok produksi hanya berdasarkan jumlah biaya yang dikeluarkan tanpa memperhatikan kelompok biaya. Hal ini membuat penentuan harga jual menjadi kurang tepat. Pengelola usaha hanya berfokus pada biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, sementara biaya overhead seperti biaya transportasi, biaya pendukung produksi dan biaya lainnya diabaikan dari perhitungan harga pokok produksi. Beberapa produk dibandrol dengan

harga yang terlalu tinggi dan beberapa produk lagi dibandrol dengan harga dibawah pasar. Kondisi inilah yang menjadikan perolehan laba usaha menjadi tidak stabil.

Pemasalahan kedua adalah Khusi Cookies belum memiliki strategi promosi yang maksimal. Saat ini promosi dari produk hanya melalui word of mouth, sehingga target penjualan dan cakupan customer masih sempit. Lemahnya promosi yang dilakukan perusahaan menyebabkan produksi yang dilakukan oleh Khusi Cookies hanya musiman. Khusi Cookies hanya membuat produk pada bulan Ramadhan menjelang lebaran, diluar bulan itu usaha Khusi Cookies vacuum dari proses produksi dan tidak menghasilkan penjualan.

Kegiatan pengabdian masyarakat (Pengmas) ini diselenggarakan dengan tujuan untuk memberdayakan ekonomi perempuan khususnya pada sektor usaha Khusi Cookies. Kegiatan ini diwujudkan dalam bentuk seminar edukasi mengenai tata cara menentukan harga pokok produksi dan strategi promosi serta praktik secara langsung menentukan harga pokok produksi, menentukan harga jual dan memilih strategi promosi yang tepat bagi kegiatan usaha.

Kegiatan ini memberikan manfaat bagi para pelaku usaha Khusi Cookies. Proses menentukan harga pokok produksi sangat berkaitan erat dengan proses menentukan harga jual, Jika harga pokok produksi dihitung secara cermat maka akan membentuk harga jual yang wajar dan bersaing. Akhirnya akan bermuara pada perolehan laba yang maksimal. Strategi penentuan promosi juga bermanfaat bagi perusahaan untuk memperkenalkan produk usaha di masyarakat dan memperluas segmentasi pasar. Promosi

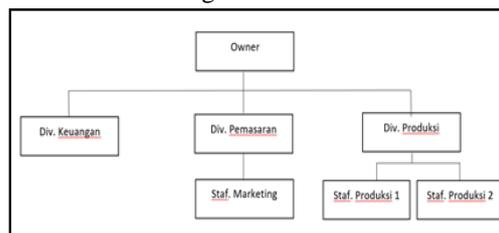
yang tepat mampu mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk atau suatu brand yang dijual oleh perusahaan (Lestari & Saifuddin, 2020)

METODE

Kegiatan Pengmas dilakukan pada unit usaha Khusu Cookies Yayasan Al-Mahabbah Kota Cimahi. Kegiatan ini dilaksanakan pada bulan September 2020 dan berlangsung selama 3 pekan. Pelaksana kegiatan ini terdiri dari tiga orang yaitu Laras Pratiwi, M.Ak sebagai ketua pengmas dan Yeni Fitriani Somantri, M.Si serta Suci Putri Lestari, M.M sebagai anggota pengmas. Kegiatan pengmas dilaksanakan melalui tiga tahapan. Tahap pertama dilaksanakan pada pekan kesatu berupa tahap perencanaan, Tahap kedua dilaksanakan pada pekan kedua melalui tahap simulasi dan Tahap ketiga dilaksanakan pada pekan ketiga berupa tahap evaluasi.

Tahap perencanaan diawali dengan Forum Grup Discussion (FGD) para pelaksana Pengmas dengan seluruh pengelola unit usaha Khusu Cookies. Kegiatan FGD menghasilkan pengetahuan mengenai masalah-masalah yang dihadapi oleh Khusu Cookies dalam mengelola usahanya. Kegiatan selanjutnya dalam tahap perencanaan adalah seminar edukasi mengenai penentuan harga pokok produksi dan strategi promosi. Pada kegiatan ini, seluruh pengelola usaha diberikan edukasi mengenai jenis-jenis biaya produksi dan biaya non-produksi, penentuan harga pokok produksi dengan metode full costing dan variable costing, serta bagaimana memilih strategi promosi yang tepat bagi usaha berskala mikro. Kegiatan ini diikuti oleh 10 peserta dimana peserta merupakan para pengelola unit usaha dengan struktur organisasi sebagai berikut ini :

Gambar 1
Struktur Organisasi Khusu Cookies



Adapun dokumentasi dari kegiatan adalah sebagai berikut ini :

Gambar 2
Dokumentasi Kegiatan Tahap Perencanaan



Seminar edukasi memberikan pengetahuan bagi para pengelola usaha untuk dapat membedakan mana biaya produksi dan mana biaya non-produksi, sehingga kekeliruan dalam menentukan harga pokok produksi di masa yang akan datang dapat diminimalisir. Kegiatan ini juga menghasilkan kesepakatan untuk menentukan Harga

pokok produksi menggunakan metode full costing.

seminar edukasi juga memberikan manfaat bagi pengelola usaha untuk melakukan menambah strategi promosi. Selama ini promosi hanya dilakukan dengan cara word of mouth, setelah kegiatan seminar ini para pelaku usaha sepakat untuk memperluas promosi dengan menambahkan promosi melalui media sosial yaitu melalui WhatsApp dan Instagram. Promosi melalui Instagram dilakukan dengan membuat official account Instagram Khusi Cookies yang dapat diakses melalui <https://www.instagram.com/khusicookies/> dan melalui endorsement produk pada akun-akun official Instagram lokal.

Tahap simulasi merupakan kegiatan yang dilakukan berupa praktik usaha berupa menentukan harga pokok produksi dan melakukan promosi melalui WhatasApp dan Instagram. Khusi Cookies diberi modal usaha sebesar Rp1.000.000 untuk melakukan produksi dan berkewajiban untuk menjual produk. Adapun produksi terdiri dari pembuatan tiga jenis produk yaitu kue nastar, kue castangle dan cistik. Modal usaha yang diberikan menghasilkan rincian produksi sebagai berikut ini :

Tabel 1
Laporan Produksi Khusi Cookies

Jenis Produk	Jumlah Produksi (Pcs)	Harga Pokok Produksi (Rp)	Harga Jual (Rp)	Margin Laba (%)
Castangle	10	30,000	45,000	50%
Nastar	10	26,700	40,000	50%
Cistik	30	13,300	20,000	50%

Berdasarkan tabel 1, produk yang dihasilkan terdiri dari Castangle 10pcs, Nastar 10Pcs dan Cistik 30pcs. Harga pokok produksi dihitung

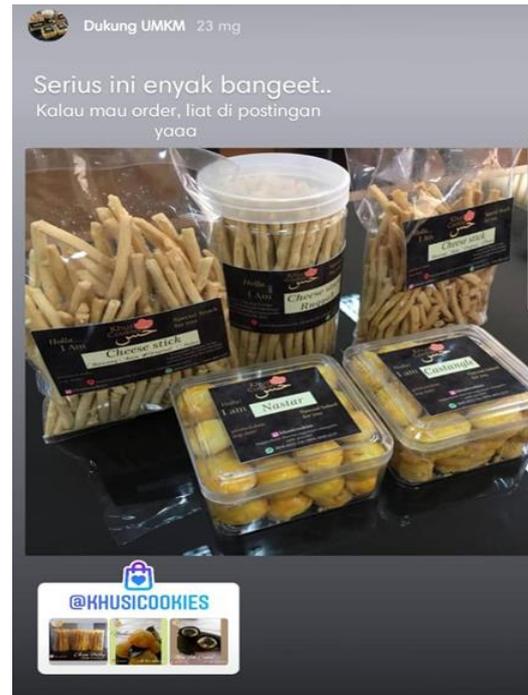
menggunakan metode full costing, para peserta pengmas menghitung seluruh biaya produksi variabel dan biaya produksi tetap kemudian dibebankan secara proporsional kepada ketiga jenis produk tersebut sehingga diperoleh nilai Harga pokok produksi per unit castangle sebesar Rp30.000m, Nastar sebesar Rp26.700 dan Cistik sebesar Rp13.300. Nilai margin yang ditetapkan terhadap produk Khusi Cookies adalah 50%. Target laba ditentukan berdasarkan survey pasar dan perhitungan nilai risiko seperti kadaluarsa dan risiko lainnya yang mungkin timbul. Berdasarkan target laba yang diinginkan maka harga jual wajar yang ditetapkan adalah Rp45.000 untuk Castangle, Rp40.000 untuk Nastar dan Rp 20.000 untuk cistik.

Langkah selanjutnya dalam simulasi adalah melakukan promosi penjualan. Promosi dilakukan melalui word of mouth dan pemanfaatan sosial media berupa whatasApp dan Instagram. Promosi dengan word of mouth dilakukan dengan cara memberi tahu kerabat-kerabat tentang produk Khusi Cookies. Promosi melalui WhatsApp dilakukan dengan cara menyebarkan produk melalui WhatsApp grup dan memposting produk pada WhatsApp Status pelaksana pengmas dan peserta pengmas. Adapun promosi melalui Instagram dilakukan dengan cara membuat official account Khusi Cookies yang bisa di akses melalui link berikut ini <https://www.instagram.com/khusicookies/> dan endorsement produk melalui akun Instagram <https://www.instagram.com/keluargabossque/>.

Promosi melalui Instagram dianggap promosi terbaik karena saat ini Instagram memiliki minat yang tinggi di masyarakat. Promosi melalui Instagram juga dianggap menarik dan lengkap karena dapat

memvisualisasikan produk melalui foto dan spesifikasi produk yang mendetail melalui informasi postingan seperti info harga, varian rasa dan berat produk (hedynata & Radianto, April 2016). Adapun dokumentasi hasil kegiatan produksi dan kegiatan promosi yang telah dilakukan adalah sebagai berikut ini :

Gambar 3
Dokumentasi Kegiatan Tahap Simulasi



Tahap evaluasi merupakan proses akhir dari kegiatan pengmas ini. Tahap evaluasi dilakukan dengan menghitung hasil usaha dan mewawancarai para peserta pengmas mengenai kebermanfaatannya. Adapun hasil simulasi usaha yang telah dilakukan oleh para pengelola Khusi Cookies disajikan pada laporan laba rugi sebagai berikut ini :

Gambar 4
Laporan Laba Rugi Khusi Cookies

LAPORAN LABA RUGI KHUSI COOKIES			
Penjualan	Castangle	450,000	
	Nastar	400,000	
	Cistik	600,000	
Total Penjualan			1,450,000
Harga Pokok Produk	Castangle	300,000	
	Nastar	267,000	
	Cistik	399,000	
Total Harga Pokok Produk			966,000
Laba Kotor			484,000
Beban Administrasi dan Umum		25,000	
Beban Pemasaran		50,000	
Total Beban			75,000
Laba Bersih			409,000

Berdasarkan gambar 4, nilai laba bersih yang diperoleh Khusi Cookies adalah 409.000. Berdasarkan laporan laba/rugi tersebut dapat disimpulkan bahwa produk Khusi Cookies memiliki

prospek yang baik, sehingga jika produksi dilakukan secara kontinyu akan menghasilkan laba bersih yang mampu mengembangkan usaha khusi cookies tersebut. Strategi promosi melalui Instagram juga dinilai efektif karena berhasil meningkatkan follower Khusi Cookies.

Evaluasi lainnya yang dilakukan dalam kegiatan pengmas ini berupa wawancara kepada para peserta. Berdasarkan wawancara yang kami lakukan, peserta pengmas mengaku bahwa kegiatan ini bermanfaat karena mampu memberikan edukasi mengenai penentuan harga pokok produk, penentuan harga jual yang relevan dan penentuan margin laba.

Kegiatan ini juga membuka pemikiran para pelaku usaha bahwa promosi melalui media sosial itu sangat mudah dan cepat. Para pelaku usaha Khusi Cookies berkomitmen untuk terus melakukan promosi dan penjualan secara kontinyu, tidak hanya di momen-momen tertentu saja seperti menjelang lebaran agar turut serta dalam ekonomi kreatif khususnya pemberdayaan ekonomi perempuan.

SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan, maka beberapa hal yang dapat disimpulkan yaitu melalui kegiatan pengmas ini terciptanya pengetahuan para pelaku usaha Khusi Cookies dalam menentukan harga pokok produksi dan strategi promosi. Setelah mengikuti kegiatan ini para peserta juga bertekad bahwa usaha Khusi Cookies akan dijalankan secara kontinyu dengan inovasi produk dan promosi yang lebih variatif.

DAFTAR PUSTAKA

- hedynata, M. L., & Radianto, W. (April 2016). STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN LUSCIOUS CHOCOLATE POTATO SNACK. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Volume 1, Nomor 1, 87-96.
- Kemenpppa. (2018, Januari 26). KETAHANAN EKONOMI PEREMPUAN. Retrieved from <https://kemenpppa.go.id/>: <https://kemenpppa.go.id/index.php/page/read/31/1665/ketahanan-ekonomi-perempuan>
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). IMPLEMENTASI STRATEGI PROMOSI PRODUK DALAM PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI DIGITAL MARKETING SAAT PANDEMI COVID'19. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)* Volume 3 Nomor 2, ISSN: 2685-4716, 23-31.
- Rangkuty, D. M., B, M., & Agustino, A. (2020). PEMBERDAYAAN EKONOMI PEREMPUAN MELALUI EDUKASI KONSEP EKONOMI KREATIF INDUSTRI RUMAH TANGGA DI KECAMATAN BINJAI KOTA. *Jurnal Pasca Dharma Pengabdian Masyarakat* No. 1 (2), 57-62.