



Available online at : <http://jurnal.poltekapp.ac.id/>

Jurnal ABDIMAS Manajemen Dan Rantai Pasok



PENINGKATAN DAYA SAING MELALUI EFISIENSI BIAYA LOGISTIK DAN PEMASARAN DIGITAL PADA IKM MAKANAN

Yevita Nursyanti¹, Devi Jayawati², Winanda Kartika³

¹Politeknik APP, Jakarta, Indonesia

^{2, 3}Politeknik APP, Jakarta, Indonesia

email: yevita.nursyanti@gmail.com

Abstrak: Industri kecil dan menengah (IKM) adalah usaha yang memproduksi berbagai macam produk yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari dan dapat membantu memenuhi kebutuhan masyarakat. Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) adalah komponen penting dalam keberlangsungan suatu usaha. Perusahaan dapat mengalami kerugian finansial jika perhitungan HPP tidak tepat. Tujuan dari penelitian ini adalah agar IKM mengidentifikasi komponen-komponen biaya yang terlibat dalam HPP, menetapkan harga jual yang strategis, dan meningkatkan strategi pemasaran digital. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan metode gabungan. Pendekatan kualitatif menggunakan observasi, wawancara, dan analisis manajemen untuk menghitung HPP, sedangkan pendekatan kuantitatif menggunakan metode *full costing*. Hasil menunjukkan bahwa HPP per unit produk seperti *cheese stick* mencapai Rp7.986, sehingga harga jual dapat ditetapkan dengan margin keuntungan rata-rata 39–74%. Selain itu, perbaikan strategi pemasaran digital melalui optimalisasi Instagram, *Shopee*, dan *Google Maps* meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar. Dengan demikian, penerapan perhitungan HPP dan strategi pemasaran digital yang tepat dapat meningkatkan efisiensi biaya dan meningkatkan daya saing.

Kata Kunci: Harga Pokok Produksi; *Full Costing*; Pemasaran Digital

Abstract: *Small and medium industries (SMIs) are businesses that produce various products needed in daily life and can help meet the needs of the community. The calculation of the Cost of Goods Manufactured (COGM) is an important component in the sustainability of a business. A company can suffer financial losses if the COGM calculation is inaccurate. The purpose of this study is for SMIs to identify the cost components involved in COGM, set strategic selling prices, and improve digital marketing strategies. To achieve these objectives, this study uses a mixed-method approach. The qualitative approach employs observation, interviews, and management analysis to calculate COGM, while the quantitative approach uses the full costing method. The results show that the COGM per product unit, such as cheese sticks, reaches IDR 7,986, allowing the selling price to be set with an average profit margin of 39–74%. Additionally, improvements in digital marketing strategies through optimization of Instagram, Shopee, and Google Maps increase visibility and market reach. Thus, the application of accurate COGM calculation and appropriate digital marketing strategies can improve cost efficiency and enhance competitiveness.*

Keywords: *Cost of Goods Manufacture; Full Costing; Digital Marketing*

Pendahuluan

Industri Kecil dan Menengah (IKM) berperan penting dalam perekonomian nasional karena mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Namun, banyak IKM masih menghadapi kendala mendasar, khususnya dalam perhitungan harga pokok produksi (HPP) dan penerapan strategi pemasaran digital. Salah satu aspek penting dalam keberlangsungan usaha IKM adalah ketepatan dalam perhitungan harga pokok produksi (HPP) (Natsir et al., 2023).

HPP memegang peran krusial dalam menentukan harga jual produk serta laba yang ingin dicapai. Menurut Purwanto & Watini (2020), harga pokok produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam upaya memproduksi sebuah barang. Informasi mengenai harga pokok produksi, yang dihitung dalam periode tertentu, sangat penting bagi manajemen untuk berbagai keperluan. Diantaranya informasi ini membantu perusahaan dalam menentukan harga jual produk secara tepat, sehingga dapat bersaing di pasar sekaligus menutup semua biaya produksi. Menurut Fauziah (2020), harga pokok penjualan adalah total biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang yang dijual. Ini mencakup semua pengeluaran yang langsung terkait dengan barang, seperti biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, serta biaya lainnya yang diperlukan dalam proses produksi dan penjualan. Melalui pemahaman harga pokok produksi, perusahaan dapat menghitung harga pokok penjualan secara tepat (Meroekh et al., 2018) dan mengevaluasi seberapa efektif biaya produksi dibandingkan dengan pendapatan dari penjualan.

Kesalahan dalam perhitungan HPP berpotensi menimbulkan kerugian, penetapan harga jual yang tidak kompetitif, hingga berkurangnya daya saing usaha (Megawati, 2018). Perhitungan biaya perusahaan akan sangat berguna untuk menentukan jalan dan kebijakan manajemen yang akan diambil, karena merupakan salah satu komponen penentu profit (Kurniawan, 2017). Terdapat dua metode utama yang biasa digunakan perusahaan dalam penentuan harga pokok produksi, yaitu metode full costing dan variable costing (Firdaus & Qomariyah, 2021). Variabel costing hanya menghitung biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead variabel, sedangkan full costing menghitung semua unsur biaya baik itu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung maupun tidak langsung (biaya overhead variabel maupun tetap dan juga mark up yang diinginkan perusahaan). Untuk itu lebih dalam penentuan harga jual produk perusahaan lebih baik menghitung menggunakan perhitungan metode cost plus pricing dengan pendekatan full costing karena dapat menetapkan harga jual produk yang tepat, dan juga dapat meningkatkan laba yang diinginkan perusahaan.

Selain aspek biaya produksi, pemanfaatan digital *marketing* juga menjadi kebutuhan mendesak di era industri 4.0 dan *society* 5.0. Platform digital seperti media sosial dan *marketplace* membuka peluang luas bagi IKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan (Sanjaya dan Tarigan, dikutip dari Rakhmasari & Dharmayanti 2025); (Novrianda et al. 2023). Namun, masih banyak pelaku IKM yang belum optimal dalam mengelola strategi pemasaran digital sehingga potensi pasar belum termanfaatkan sepenuhnya.

Kesenjangan ini terlihat pada IKM "SS", IKM di bidang produksi makanan, yang belum memiliki sistem perhitungan HPP terstruktur dan belum maksimal memanfaatkan pemasaran digital. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini difokuskan pada pendampingan

perhitungan HPP serta penerapan strategi pemasaran digital berbasis platform *online*. Hasil akhirnya diharapkan dapat membantu pelaku IKM memahami komponen biaya produksi, menghitung HPP dengan metode *full costing*, serta mengoptimalkan pemasaran digital. Dengan demikian, diharapkan IKM dapat menetapkan harga jual yang kompetitif, meningkatkan efisiensi biaya produksi, serta memperluas pangsa pasar secara berkelanjutan.

Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dengan melibatkan langsung pemilik dan karyawan IKM "SS" di Pejaten, Jakarta Selatan. Metode ini dipilih agar peserta memperoleh pengalaman praktik sekaligus memahami konsep perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dan strategi pemasaran digital.

Pelaksanaan kegiatan meliputi tiga tahap, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi. Tahap persiapan mencakup penyusunan materi pelatihan akuntansi biaya, HPP, dan digital *marketing* serta konfirmasi jadwal dengan pemilik IKM. Tahap pelaksanaan dilakukan secara tatap muka di lokasi usaha, mencakup pemaparan konsep biaya produksi, praktik perhitungan HPP dengan metode *full costing* menggunakan data aktual, serta pelatihan optimalisasi media sosial (Instagram, *Shopee*) dan pembuatan akun Google Maps. **Gambar 1** menunjukkan contoh perhitungan HPP, sedangkan **Gambar 2** menampilkan laporan laba-rugi hasil perhitungan. HPP terdiri dari 3 komponen, yaitu persediaan awal barang dagang, persediaan akhir barang dagang, serta pembelian bersih (Lestari 2021). Tahap evaluasi meliputi analisis hasil perhitungan HPP dan margin keuntungan untuk menentukan harga jual yang kompetitif, serta rekomendasi perbaikan pencatatan biaya dan strategi promosi digital. Proses perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) umumnya mengikuti langkah-langkah berikut:

1. Mengidentifikasi biaya langsung: tentukan biaya yang langsung terkait dengan produksi, seperti bahan baku dan tenaga kerja.
2. Mengalokasikan biaya tidak langsung: hitung biaya overhead pabrik yang tidak dapat langsung dikaitkan dengan produk tertentu, seperti biaya listrik dan sewa.
3. Menentukan biaya total untuk setiap unit produk: jumlahkan biaya langsung dan tidak langsung untuk mendapatkan total biaya per unit produk.
4. Mencatat persediaan awal dan persediaan akhir: catat jumlah persediaan yang ada pada awal dan akhir periode untuk membantu menentukan biaya produk yang telah dijual.

Data diperoleh melalui wawancara, observasi proses produksi, dan dokumentasi catatan biaya. Analisis dilakukan secara deskriptif kuantitatif dengan metode *full costing*, sebagaimana ditunjukkan pada **Gambar 3** dan **Gambar 4** untuk perbandingan dengan metode *variable costing*.

Biaya bahan baku	xxx	
Biaya Tenaga Kerja Langsung		xxx
Biaya Overhead pabrik variable	xxx	
Biaya Overhead pabrik tetap		xxx+
Harga Pokok Produksi	xxx+	
Biaya administrasi dan umum		xxx
Biaya pemasaran	xxx+	
Biaya Komersial	xxx+	
Total Harga Pokok Produk	xxx	

Gambar 1. Perhitungan HPP dengan menggunakan metode *Full Costing*

Penjualan		xxx
Harga Pokok Penjualan		(xxx)
Laba Kotor		xxx
Beban Operasional		
Biaya Pemasaran	xxx	
Beban Adm dan umum	xxx	(xxx)
Laba Operasi		xxx
Beban Pajak		(xxx)
Laba Bersih		xxx

Gambar 2. Perhitungan Laba-Rugi dengan Menggunakan Metode *Full Costing*

Biaya Bahan Baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx
Biaya Overhead Pabrik Variable	xxx+
Harga Pokok Produksi variable	xxx
Biaya Pemasaran Variable	xxx
Biaya Administrasi & Umum Variabel	xxx+
Biaya Komersial	xxx
Total Biaya Variable	xxx
Biaya Overhead Pabrik Tetap	xxx
Biaya pemasaran tetap	xxx
Biaya administrasi & umum tetap	xxx+
Total biaya tetap	xxx
Total Harga Pokok Produksi	xxx

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya overhead pabrik variable	xxx+
Harga pokok produksi variable	Xxx
Biaya pemasaran variable	Xxx
Biaya administrasi & umum variable	xxx+
Biaya komersial	xxx+
Total biaya variable	xxx
Biaya overhead pabrik tetap	Xxx
Biaya pemasaran tetap	Xxx
Biaya administrasi & umum tetap	xxx+
Total biaya tetap	xxx+
Total Harga Pokok Produksi	xxx

Gambar 3. Perhitungan HPP dengan Menggunakan Metode *Variable Costing*

Penjualan		xxx
Dikurangi biaya-biaya variabel:		
Biaya produksi variabel	xxx	
Biaya pemasaran variabel	xxx	
Biaya adm dan umum variabel	xxx	(xxx)
Laba kontribusi		xxx
Dikurangi biaya-biaya tetap:		
Biaya produksi tetap	xxx	
Biaya pemasaran tetap	xxx	
Biaya adm dan umum tetap	xxx	(xxx)
Laba bersih usaha		xxx

Gambar 4. Perhitungan Laba-Rugi dengan Menggunakan Metode *Variable Costing*

Hasil dan Pembahasan

Untuk mengetahui efisiensi biaya produksi dan menentukan harga jual yang kompetitif, dilakukan analisis perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) pada Syaputri Snack terhadap tiga

produk utama, yaitu Cheese Stick, Keripik Bawang, dan Keripik Pisang. Perhitungan HPP mencakup seluruh elemen biaya yang terlibat dalam proses produksi, meliputi biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Dengan pendekatan ini, diperoleh gambaran rinci mengenai kontribusi biaya masing-masing komponen terhadap total HPP setiap produk. Hasil perhitungan ini menjadi dasar dalam pengambilan keputusan strategis, seperti penetapan harga jual, evaluasi efisiensi produksi, serta perencanaan laba yang diharapkan. Komponen biaya yang mempengaruhi biaya produksi IKM "SS" diklasifikasikan sebagai berikut (Tabel 1) :

Bahan Baku Cheese Stick				
No	Item	Qty	Satuan	Total Unit Price
1	Keju Edam	100	gram	Rp 28.000
2	Keju Craft	250	gram	
3	Tepung Terigu	1	kg	Rp 12.000
4	Margarine Palmia	200	gram	Rp 6.500
5	Telur Ayam	2	btr	Rp 4.000
6	Tepung Sagu	100	gram	Rp 1.400
7	Masako	1	sachet	Rp 500
8	Garam	1	sdt	Rp 83
9	Minyak Goreng	3	L	Rp 40.000
Bahan Baku Keripik Bawang				
No	Item	Qty	Satuan	Total Unit Price
1	Terigu	1	kg	Rp 12.000
2	Sagu	250	gram	Rp 5.000
3	Telur	2	butir	Rp 4.000
4	Margarin	200	gram	Rp 6.500
5	Daun Bawang			Rp 5.000
6	Bawang Putih	10	siung	Rp 3.000
7	Kemiri	4	butir	Rp 2.000
8	Kencur			Rp 5.000
9	Ketumbar	1	sachet	Rp 1.000
10	Garam	2	sdt	Rp 500
11	Masako	1	sachet	Rp 500
12	Air			
13	Minyak Goreng	500	ml	Rp 8.000
Bahan Baku Keripik Bawang				
No	Item	Qty	Satuan	Total Unit Price
	Pisang Kepok	1	tandan	Rp 50.000
	Minyak Goreng	1,5	L	Rp 30.000
	Garam	2	sdt	Rp 500
	Air			

Peralatan dan lainnya					
1	Plastik Kemasan Cheese Stick	39	bks	Rp	23.400
2	Plastik Kemasan Keripik Bawang	16	bks	Rp	7.040
3	Plastik Kemasan Keripik Pisang	40	bks	Rp	17.600
4	Sticker	95	pcs	Rp	47.500
5	Gas 3kg	1	unit	Rp	20.000
6	Mesin Giling	1	unit	Rp	1.800.000
7	Kompore Hitachi	1	unit	Rp	500.000
8	Baskom	2	unit	Rp	70.000
9	Parutan Keju	1	unit	Rp	10.000
10	Wajan	1	unit	Rp	50.000
11	Capitan	1	unit	Rp	20.000
12	Saringan	1	unit	Rp	25.000
13	Sendok Tehh	1	unit	Rp	833
14	Pisau Grill	1	unit	Rp	20.000
15	Blender	1	unit	Rp	200.000
16	Timbangan	1	unit	Rp	50.000
17	Parutan Pisang	1	unit	Rp	65.000
18	Listrik			Rp	5.000
Tenaga Kerja					
1	Tenaga kerja	2	pekerja	Rp	100.000
TOTAL				Rp	3.256.857

Sumber : Data diolah (2025)

Dari pengklasifikasian biaya di atas selanjutnya dilakukan perhitungan HPP produk-produk pada IKM "SS" (Tabel 2). Diperoleh HPP per bungkus produk yaitu cheese stick sebesar Rp. 7.986, keripik bawang sebesar 10.454, dan keripik pisang sebesar Rp. 3.955. Angka ini menjadi indikator penting dalam menentukan harga jual yang rasional dan kompetitif, sekaligus membantu dalam perencanaan laba, pengendalian biaya produksi, serta peningkatan efisiensi operasional pada siklus produksi berikutnya.

Tabel 2 Harga Pokok Penjualan *Cheese Stick*

Laporan Harga Pokok Penjualan Cheese Stick			
Bahan Baku Cheese Stick 39 bks	Keju Edam		Rp 84.000
	Keju Craft		
	Tepung Terigu	Rp	36.000
	Margarine Palmia	Rp	19.500
	Telur Ayam	Rp	12.000
	Tepung Sagu	Rp	4.200
	Masako	Rp	1.500
	Garam	Rp	250
	Minyak Goreng	Rp	40.000
Tenaga Kerja Langsung			Rp 33.333

Overhead	Plastik Kemasan			
	Cheese Stick	Rp	23.400	
	Sticker	Rp	47.500	
	Gas 3kg	Rp	6.667	
	Mesin Giling	Rp	493	
	Kompur Hitachi	Rp	65	
	Baskom	Rp	16	
	Parutan Keju	Rp	5	
	Wajan	Rp	9	
	Capitan	Rp	5	
	Saringan	Rp	6	
	Sendok Tehh	Rp	1	
	Timbangan	Rp	11	
	Listrik	Rp	2.500	+
				Rp 80.678
	HPP		Rp 311.461	
	HPP per unit		Rp 7.986	

Sumber: Data diolah (2025)

Melalui proses perhitungan laba rugi IKM Makanan "SS" diperoleh gambaran besaran margin laba/rugi yang selama ini diperoleh perusahaan. Analisis margin ini tidak hanya mencerminkan tingkat keuntungan yang diperoleh, tetapi juga menjadi acuan penting dalam menyusun strategi bisnis, seperti penyesuaian harga, optimalisasi volume produksi, dan pengendalian biaya secara berkelanjutan.

Tabel 3 Laporan Laba/Rugi

Syaputri snack				
Laporan Laba/Rugi				
2025				
Penjualan Cheese Stick		Rp	1.521.000,00	
Penjualan Keripik Bawang		Rp	960.000,00	
Penjualan Keripik Pisang		Rp	1.800.000,00	+
Penjualan Bersih				Rp 4.281.000,00
Harga pokok penjualan				Rp 1.910.797,28
Laba kotor				Rp 2.370.202,72
Beban Usaha:				
Beban Pemasaran	Kuota Internet	Rp	10.000,00	
	Banner	Rp	1.111,11	+
Jumlah Beban Usaha				Rp 11.111,11
Laba Bersih				Rp 2.359.091,61

Sumber: Data diolah (2025)

Dalam hal penjualan online, beberapa hal perbaikan sebagai berikut. Pertama, penggantian nama akun IG sesuai dengan nama IKM (sebelumnya masih menggunakan akun nama pribadi pemilik IKM). Adanya penggunaan template warna yang seragam sesuai logo pada feed instagram. Kedua, membuat story instagram seminggu sekali. Ketiga, melakukan perbaikan pada bio instagram dan juga menjadi instagram bisnis jadi lebih mudah untuk calon pembeli

melihat nomor kontak untuk pemesanan langsung. Keempat, membuat google maps untuk IKM "SS" agar terlihat pada aplikasi google maps. Kelima, adanya perbaikan dan update content shopee. Mulai dari harga yang terbaru, spesifikasi produk, dan cara memakai shopee dengan menggunakan fitur-fitur yang ada di platform tersebut seperti cara agar mendapatkan promo promo untuk para calon pembeli jika ingin cek out di shope

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berjalan dengan lancar dari proses awal hingga proses akhir yang didukung oleh sikap antusiasme pelaku IKM yang tinggi. Hasilnya melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing IKM melalui efisiensi biaya logistik serta mendorong penggunaan pemasaran digital. Pendampingan dalam mengidentifikasi biaya produksi dilanjutkan tahapan dasar perhitungan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu evaluasi penerapan dalam efisiensi biaya logistik dan pemasaran digital ini sehingga dalam perbaikan dapat dilakukan secara tepat dan berkelanjutan.

Referensi

- Bustami, B., & Nurlela. (2013). akuntansi biaya Edisi 4 (H. Mulyati (ed.)). Penerbit Mitra Wacana Media.
- Fauziah, F. (2020). *Pengantar Dasar Akuntansi Buku 1: Teknik dan Konsep Penyusunan Laporan Keuangan*. Muhammadiyah University Press
- Firdaus, C. F., & Qomariyah, S. N., (2021). Penentuan Harga Pokok Produksi dengan Metode Full Costing sebagai Dasar Penentuan Harga Jual : Studi Kasus pada Batik di Batik Sekarjati Star Desa Jatipelem Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Kurniawan, D. 2017. Jurnal Substansi Analisis Perilaku Biaya: Suatu Studi Komparasi Konsep Teoretis Dan Praktik Pada Biaya Produksi (Manufacturing Cost).
- Lestari, S. 2021. *Analisis Cost Volume Profit (Cvp) Untuk Perencanaan Laba Pada Hotel Nite And Day Tanjung Pinang*. <https://repo.stie-pembangunan.ac.id/id/eprint/1373> (September 17, 2025).
- Megawati, Ni Made Rahayu. 2018. "Analisis Penerapan Metode Variable Costing Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi Untuk Penetapan Harga Jual (Studi Pada Pabrik Lilin Bali Star Candle Suwat, Gianyar)." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 10.
- Meroekh, H. M. A., Rozari, P. E. De, & Foenay, C. C. (2018). Perhitungan Harga Pokok Produksi dalam Menentukan Harga Jual Melalui Metode Cost Plus Pricing. *Journal Of Management*, 7(2), 181–205.
- Novrianda, H., Shar, A., Fitri, M., and Muttaqin, F. 2023. "Implementasi Teknologi Pemasaran Digital Dalam Peningkatan Penjualan Produk-Produk Kelompok Disabilitas Di Kota Bengkulu." *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 6(2): 263. doi:10.24198/kumawula.v6i2.42532.
- Rakhmasari, A.A, and Dharmayanti, I.. 2025. 1 Desember JURNAL ABDIMAS Manajemen Dan Rantai Pasok Penerapan Digital Marketing pada Ikm Camilan Padang. <http://jurnal.poltekapp.ac.id/>.