

Pelatihan Kewirausahaan: “Penentuan Harga Pokok dan Branding Produk UMKM Masyarakat Tepian Danau Maninjau”

Fiola Finomia Honesty, Universitas Negeri Padang, fiola.honesty07@gmail.com

Mia Angelina Setiawan, Universitas Negeri Padang, miaangelinasetiawan@gmail.com

Mike Yolanda, Universitas Negeri Padang, mikeyolanda64@gmail.com

Jefriyanto, Universitas Negeri Padang, jefriyanto@fe.unp.ac.id

Helga Nuri Honesty, Universitas Negeri Padang, helganuri@fe.unp.ac.id

Awisal Fasyni, Universitas Negeri Padang, awisalfasyni@gmail.com

Keywords:

UMKM,
harga pokok
produksi,
strategi branding
produk

Abstrak: Pada dekade beberapa tahun ini telah terjadi kerusakan lingkungan di Danau Maninjau akibat budidaya ikan jaring apung dan juga penurunan pariwisata akibat pandemi, sehingga secara signifikan menurunkan tingkat pendapatan ekonomi masyarakat Nagari. Hal ini dikarenakan perekonomian daerah sekitarnya yang sangat bergantung pada pariwisata, budidaya ikan dan pertanian, namun kurang dalam berwirausaha. Untuk itu perlu pelatihan kewirausahaan agar masyarakat Bayua bisa menjalankan usahanya dengan baik sehingga terdapat peningkatan dalam bidang usaha khususnya dalam bidang UMKM. Pelatihan penentuan harga pokok produk dan branding produk UMKM yang telah diadakan di Nagari Bayua mendapatkan respon yang baik dari para peserta. Hal ini dikarenakan pelatihan ini memberikan penambahan pengetahuan dan pemecahan masalah yang dihadapi oleh Masyarakat sekitar.

Pendahuluan

Analisis Situasi

Pandemi Covid-19 yang melanda dunia sejak awal tahun 2020 telah membawa dampak yang sangat besar bagi perekonomian global maupun nasional. Berbagai negara harus menerapkan kebijakan pembatasan sosial dan mobilitas untuk mengendalikan penyebaran virus yang telah menelan jutaan korban jiwa ini. Namun, kebijakan tersebut juga berimplikasi pada menurunnya aktivitas ekonomi, permintaan, produksi, investasi, dan lapangan kerja. Masa pandemi ini memberikan dampak yang negatif terhadap perekonomian Indonesia.

Sektor yang juga terdampak pandemi Covid-19 adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang disingkat dengan UMKM. Hampir 89% perekonomian Sumatera Barat bergerak disektor UMKM. Oleh karena itu pandemi telah berdampak menurunkan rata rata perekonomian masyarakat di Sumatera Barat. Salah satu daerah di Sumatera Barat yang terkena dampak adalah daerah Maninjau, khususnya nagari Bayua.

Sebagai sebuah desa atau nagari, Bayua mengalami perubahan yang begitu besar terutama dalam bidang pariwisata. Bayua berada di Kecamatan Tanjung Raya, Kabupaten Agam, Provinsi Sumatra Barat. Luas Nagari Bayua adalah 30,74-kilometer persegi atau 12,6 persen dari luas wilayah Kecamatan Tanjung Raya. Berjarak sekitar 3-kilometer dari ibu kota kecamatan, yaitu Maninjau, dan 26-kilometer dari ibu kota kabupaten Lubuk Basung serta 140-

kilometer dari ibu kota Provinsi Sumatera Barat. Nagari Bayua berpenduduk 5.927 jiwa (2017), yang terdiri dari 2.816 orang laki-laki dan 3.111 orang perempuan (www.bayua.go.id).

Nagari Bayua berada di tepian danau Maninjau. Danau Maninjau merupakan salah satu danau terpopuler berikut dengan keindahan alam dan sebagai sumber kehidupan bagi masyarakat setempat. Kawasan Danau Maninjau merupakan bagian yang memegang peranan penting dalam perekonomian Kabupaten Agam. Penduduk setempat banyak yang menggantungkan hidupnya pada bidang pariwisata seperti perhotelan, penginapan, dan rumah singgah, ikan keramba dan pertanian (Verbeek,1883 dalam Pribadi, A. BKK.,2007)

Keadaan di sekitar Danau Maninjau berupa kerusakan lingkungan akibat budidaya ikan jaring apung dan penurunan pariwisata akibat pandemi, secara signifikan menurunkan tingkat pendapatan ekonomi masyarakat Nagari Bayua. Selain itu, masyarakat yang mata pencahariannya bergantung pada pertanian juga terpengaruh dalam pengelolaan usaha tani, terutama dalam pembelian pupuk karena kondisi keuangan yang sulit. Hal ini dikarenakan perekonomian daerah sekitarnya yang sangat bergantung pada pariwisata, budidaya ikan dan pertanian, namun kurang dalam berwirausaha.

Menurut Nugroho (2009) kewirausahaan berperan penting dalam perekonomian bangsa dan merupakan persoalan penting di dalam perekonomian suatu bangsa yang sedang berkembang. Suatu negara akan menjadi makmur apabila mempunyai enterpreneur (wirausaha), sedikitnya sebanyak dua persen dari jumlah penduduk. Ditambahkan Stephen Robins (2010), kewirausahaan adalah proses mengejar berbagai peluang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui inovasi. Dalam keadaan yang tidak stabil saat ini, masyarakat harus dapat mengembangkan sebuah usaha baru yang dapat meningkatkan pendapatan dan memenuhi kebutuhan keluarga. Oleh karena itu setiap orang perlu untuk memiliki jiwa kewirausahaan.

Jika seseorang memiliki jiwa kewirausahaan, dia akan memiliki karakteristik motivasi/mimpi yang tinggi (need of achievement), berani mencoba (risk taker), innovative dan independence. Dengan sifat tersebut sedikit saja peluang dan kesempatan, dia mampu merubah, menghasilkan sesuatu yang baru, relasi baru, akumulasi modal, baik berupa perbaikan usaha yang sudah ada (upgrading) maupun menghasilkan usaha baru. Pada proses ini akan terjadi pertukaran barang dan jasa, baik berupa sumber daya alam, uang, sumber daya sosial, kesempatan maupun sumber daya manusia. Dalam ilmu ekonomi, jika terjadi hal demikian, itu berarti ada pertumbuhan ekonomi, dan jika ada pertumbuhan ekonomi berarti ada pembangunan. Salah satu sektor usaha yang menunjang perekonomian masyarakat adalah sektor UMKM.

Dalam menjalankan aktivitas usaha seringkali pelaku UMKM menghadapi permasalahan yang membuat UMKM sulit berkembang. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Putri et al. (2015) terdapat empat permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM di Indonesia. Pertama, permasalahan yang terkait dengan penyusunan laporan keuangan. Kedua, permasalahan yang terkait dengan permodalan. Ketiga, masalah yang terkait dengan penguasaan teknologi dan keempat adalah permasalahan yang terkait dengan pemasaran produk maupun jasa dalam UMKM.

Salah satu hal penting dalam menjalankan usaha adalah dalam penentuan harga pokok produksi yang tepat. Harga pokok produksi adalah jumlah biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi atau membeli suatu produk. Harga pokok produksi merupakan salah satu faktor yang menentukan tingkat keuntungan dan daya saing UMKM. Jika harga pokok produksi terlalu tinggi, maka UMKM akan kesulitan menjual produknya dengan harga yang kompetitif di pasar. Jika harga pokok produksi terlalu rendah, maka UMKM akan kehilangan potensi keuntungan yang seharusnya bisa diperoleh.

Penentuan harga pokok produksi yang tepat dan akurat memerlukan pemahaman tentang konsep-konsep dasar akuntansi, seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya overhead, metode perhitungan harga pokok produksi (full costing atau variable costing). Namun, banyak UMKM yang belum memiliki pengetahuan dan ketrampilan yang cukup tentang hal-hal tersebut. (Anggreani dan Adryana, 2020)

Selain penentuan harga pokok, branding produk merupakan konsep yang penting dalam pemasaran produk UMKM. Dalam komunikasi pemasaran, brand bukan sekedar nama dan logo, brand merupakan janji satu organisasi (satuan kerja) kepada pelanggan untuk memberikan apa yang menjadi prinsip brand tersebut. Tidak hanya manfaat fungsional melainkan manfaat emosional, ekspresi diri dan sosial. Namun brand juga bukan hanya sekedar memenuhi janji. Brand adalah sebuah perjalanan panjang yang berkembang berdasarkan persepsi dan pengalaman serta penilaian, kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang berhubungan dengan brand tersebut. (Nastain, 2017)

Selama menjalankan usahanya, para pelaku UMKM di daerah Bayua, Maninjau tidak menghitung harga pokok secara terperinci. Banyak UMKM yang menentukan harga pokok produksi berdasarkan perkiraan kasar atau intuisi semata. Pentingnya pemahaman penentuan harga pokok yang diolah dan dijual juga belum diketahui oleh sebagian besar para pelaku UMKM di nagari Bayua.

Selain itu, kami dari Tim Universitas Negeri Padang (UNP) tahun 2021 pernah melaksanakan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) tentang pengolahan rinuak yaitu “Dendeng Rinuak, Pastel Rinuak, Tahu Isi Rinuak, Lemper Rinuak, Nugget Rinuak dan Otak Otak Rinuak”. Untuk meningkatkan perekonomian masyarakat, pelatihan olahan khas Danau Maninjau berupa aneka sajian rinuak memberikan motivasi dan solusi kepada peserta UMKM di Nagari Bayua dan tepian Danau Maninjau berupa inovasi produk baru. (Honesty dan Yolanda, 2021). Setelah pelatihan, hasil olahannya pun menjadi cukup dikenal di masyarakat Nagari Bayua dan Nagari di sekitarnya. Pada tahun berikutnya, Tim Universitas Negeri Padang melanjutkan program kegiatan dengan pengenalan dasar pengenalan keuangan sederhana dan pengemasan produk yang menarik produk Rinuak dan Bada Maninjau sehingga produk olahan dari masyarakat lebih tahan lama dan dapat dipasarkan ke pangsa pasar yang lebih jauh dan luas.

Produk makanan yang dihasilkan oleh para pelaku UMKM di Nagari Bayua Maninjau juga belum memiliki logo, nama dan identitas produk. Oleh karena itu, penting diadakan suatu pelatihan untuk menambah wawasan para pelaku UMKM di Nagari Bayua mengenai cara penentuan harga pokok produksi dan strategi branding produk agar usaha yang dijalankan dapat memberikan keuntungan yang bermuara pada meningkatnya taraf hidup masyarakat di

Nagari Bayua dan Nagari di sekitar tepian Danau Maninjau.



Gambar 1. Produk UMKM Masyarakat Bayua Maninjau

Berdasarkan interview terhadap Wali Nagari Bayua, masyarakat Nagari Bayua memerlukan alternatif pemecahan masalah dari rendahnya tingkat pendapatan penduduk di daerah tersebut. Mayoritas penduduk bermata pencarian sebagai petani, peternak ikan, nelayan dan pedagang. Diperlukan adanya pelatihan yang intensif dan membuka wawasan penduduk akan peluang-peluang baru yang dapat dimanfaatkan dari sumber daya yang ada.

Berdasarkan analisis situasi yang telah dilakukan, maka dapat dirumuskan masalah dalam kegiatan ini yaitu:

- a. Penurunan perekonomian masyarakat pada daerah Bayua, di daerah Danau Maninjau akibat pandemi Covid-19 dan turunnya tingkat pariwisata beberapa tahun terakhir dimana masyarakat sekitar menggantungkan hidupnya pada penjualan produk untuk wisatawan.
- b. Setelah diadakan pelatihan tentang olahan rinuak serta pengemasan, tetapi masih minimnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat Nagari Bayua dalam penentuan harga pokok dan strategi branding produk.
- c. Setelah diadakan pelatihan tentang olahan Rinuak pada tahun 2020 dan dilanjutkan pada tahun 2021, masyarakat Nagari Bayua melalui mitra memerlukan pelatihan yang dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilannya dalam penentuan harga pokok serta strategi branding produk UMKM.

Solusi dan Target

Permasalahan di lapangan adalah penurunan pariwisata yang berakibat pada penurunan pendapatan, rendahnya pengetahuan masyarakat tentang pentingnya strategi branding produk yang tepat dan menarik terhadap produk olahan makanan khas Danau Maninjau, serta bagaimana penentuan harga pokok produksi yang tepat dalam menjalankan praktik usahanya. Dengan adanya pelatihan, diharapkan dapat membantu masyarakat sekitar untuk meningkatkan penjualan yang akan berpengaruh pada peningkatan pendapatan

masyarakat.

Pelatihan diadakan dalam 2 (dua) hari. Pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan bagi masyarakat Nagari Bayua mengenai branding produk terhadap produk makanan khas danau Maninjau, dan pengenalan tentang penentuan harga pokok yang tepat tapi juga lebih memfokuskan pada praktik sehingga peserta dapat langsung mempraktikkan pengetahuan yang diberikan oleh narasumber. Melalui pelatihan ini diharapkan peserta secara langsung mendapatkan pengetahuan dan keahlian tentang branding produk dan penentuan harga pokok yang tepat sehingga produk yang dihasilkan dapat bersaing dengan produk sejenis lainnya.

Pelaksanaan dan Metode

Pelaksanaan kegiatan pelatihan yang dilakukan kepada pelaku UMKM Masyarakat tepian Danau Maninjau dilaksanakan melalui penyampaian materi dan pelatihan dari beberapa orang instruktur yang berasal dari Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Pelatihan menggunakan beberapa metode yaitu diskusi, workshop, dan evaluasi. Kegiatan dilaksanakan pada Bulan Agustus 2023 terdiri dari beberapa tahap yaitu:

1. Persiapan

Kegiatan pertama adalah pertemuan awal dengan para pelaku UMKM Masyarakat tepian Danau Maninjau. Kegiatan ini membahas tentang kesepakatan jadwal, tempat beserta detail materi yang akan dipaparkan pada kegiatan berikutnya. Berdasarkan hasil diskusi pada tahap persiapan ini, waktu kegiatan pada akhir Bulan Agustus sedangkan tempat yang dipilih untuk melaksanakan kegiatan adalah Kantor Wali Nagari. Tempat ini dipilih dengan alasan ketersediaan fasilitas penunjang kegiatan serta lokasi ini mudah diakses oleh seluruh peserta pelatihan nantinya.

2. Kegiatan Inti

Kegiatan pengabdian dilaksanakan selama 2 kali dengan agenda sebagai berikut:

- a. Pada kegiatan inti pertama, pemateri melakukan diskusi bersama seluruh peserta pelatihan beserta Wali Nagari. Proses diskusi ini dilakukan untuk memahami kesulitan yang dialami oleh para pelaku UMKM terkait dengan harga pokok produksi dan harga jual serta kendala mengenai branding produk. Kegiatan ini dilakukan untuk mendalami lebih lanjut mengenai hambatan yang membuat produk-produk dari pelaku UMKM Masyarakat tepian Danau Maninjau kurang berkembang di pasar lokal maupun nasional.
- b. Pada kegiatan inti kedua, pemateri memberikan pelatihan mengenai harga pokok produksi. Seluruh peserta diberikan materi bagaimana cara menghitung harga pokok produksi secara mudah agar dapat diterapkan nantinya. Mengetahui angka harga pokok produksi dengan tepat dapat membuat pelaku UMKM menentukan harga jual dengan tepat juga. Penentuan harga jual yang tepat (tidak terlalu rendah dan juga tidak terlalu tinggi) bisa meningkatkan daya saing produk sehingga produk dapat laku pada saat dipasarkan.
- c. Pada kegiatan inti ketiga, setelah peserta dapat menentukan harga pokok produknya,

peserta diberikan materi mengenai branding. Hal ini dilakukan agar pelaku UMKM dapat meningkatkan branding produk agar meningkatkan awareness dari konsumen. Peningkatan awareness dari konsumen berpengaruh pada konversi sales dimasa yang akan datang.

- d. Pada tahap akhir kegiatan, peserta melakukan evaluasi dan refleksi dari pelatihan yang sudah dilaksanakan.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat yang diselenggarakan berkat kerja sama dengan Kanagarian Bayur Maninjau telah berhasil dilaksanakan. Hal ini merupakan wujud dari kerjasama yang baik dari berbagai pihak yang terkait. Kegiatan ini dilaksanakan pada bulan Agustus 2023.

Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk pelatihan mengenai konsep kewirausahaan dan UMKM. Pada hari pertama kegiatan yang dilakukan adalah pemaparan tentang materi pengenalan kewirausahaan serta motivasi kewirausahaan. Motivasi wirausaha merupakan langkah awal yang diberikan dalam pelatihan. Pengenalan bahwa wirausaha adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru. Selain itu, pemateri menjelaskan beberapa karakter penting yang harus dimiliki wirausahawan, dimana seorang wirausaha harus berorientasi pada tindakan (action oriented) menerepkan prinsip see and do, berpikir simple, selalu mencari peluang baru, disiplin yang tinggi dan fokus. Kemudian pemateri menjelaskan faktor-faktor penentu keberhasilan seorang wirausahawan antara lain yaitu adanya manajemen dan SDM yang baik, pengetahuan mengenai keuangan, pemasaran, keterbaruan mengenai kondisi politik, sosial, serta budaya lokal. Melalui pelatihan ini diharapkan para peserta dapat meningkatkan mindset serta jiwa entrepreneurship. Materi berikutnya yaitu mengenai penentuan harga pokok. Penentuan harga pokok merupakan hal yang penting namun sering disepelekan oleh pedagang kecil. Harga pokok yang ditentukan dengan tepat akan menentukan harga jual dan penerimaan dan penjualan produk pada pelanggan.



Gambar 2 Presentasi oleh Narasumber

Pada hari kedua pemateri memaparkan tentang konsep dan praktik branding produk. Pemateri mendeskripsikan pentingnya branding produk dalam rangka pemasaran produk. Branding produk adalah bagaimana memosisikan produk dimata pelanggan di mata calon pelanggan. Branding produk merupakan proses membuat nama produk, logo serta identitas

produk yang akan dipasarkan.

Setelah pemaparan materi, terdapat sesi diskusi dengan para peserta mengenai kendala yang dihadapi selama melaksanakan kegiatan usaha. Pemaparan dan motivasi dari Pemateri sangat membantu para peserta dalam menghadapi permasalahan yang dihadapi selama ini. Selama melaksanakan usahanya peserta sering dihadapkan pada permasalahan dalam penentuan harga pokok. Di sisi lain dengan adanya penentuan harga pokok yang tepat, keuntungan yang diperoleh dari bisnis atau usaha dapat dihitung dengan lebih akurat. Permasalahan lainnya adalah sulitnya memasarkan produk, dalam hal ini branding produk merupakan salah satu agar produk dapat dikenal lebih luas oleh Masyarakat luas. Branding produk bukan sebatas memberikan logo pada produk. Branding produk adalah bagaimana menciptakan merek sesuai dengan tujuannya agar dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat.

Pelatihan yang diberikan dapat memberi motivasi serta solusi kepada para peserta dalam menghadapi permasalahan di lapangan serta diperkenalkannya konsep tentang pengelolaan keuangan dan pemasaran produk. Kegiatan ini mendapat respon positif dari para peserta dengan tingginya keingintahuan dari para peserta terhadap materi yang diberikan.

Penutup

Kegiatan pelatihan kewirausahaan pengolahan makanan khas maninjau telah dilaksanakan di kanagarian Bayur Maninjau dalam usaha mengatasi permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM. Lemahnya motivasi dan pengetahuan mengenai kewirausahaan serta pengelolaan keuangan pelaku UMKM di Nagari Maninjau berimbas pada lemah dan stagnannya usaha yang sedang dijalankan. Dengan adanya kegiatan PKM ini dapat menjawab dan memberi solusi atas permasalahan yang ada.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih disampaikan kepada Rektor Universitas Negeri Padang yang sudah memfasilitasi pembiayaan PKM-PNBP 2023 dan terima kasih juga disampaikan kepada pemerintahan Kabupaten Agam, terkhusus kepada Pemerintahan Nagari Bayur dan Peserta UMKM Bayur, di Kecamatan Tanjung Raya yang telah berpartisipasi dalam kegiatan ini.

References

- Alma, B. (2004). *Kewirausahaan*. Alfabeta. Bandung.
- Busharmaidi. (2007). *Pengembangan UKM Sumatera Barat*. Padang: Litbang Sumbar
- Hafsah, M. J. (2004). Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). *Jurnal Infokop* Nomor 25 Tahun 2004.
- Hermon, Dedi. (2010). *Geografi Lingkungan: Perubahan Lingkungan Global*. UNP Press.
- Hermon, Dedi. (2012). *Mitigasi Bencana Hidrometeorologi: Banjir, Longsor, Degradasi*
- Jolianis (2012). Analisis Perekonomian Daerah dan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Barat. *Economica, Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat* Vol. 1 No. 1, Oktober 2012
- Lahan, Ekologi, Kekeringan, dan Puting Beliung. UNP Press. Padang.

- Hermon, Dedi. (2015). Geografi Bencana Alam. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Marpaung, Happy dan Bakar, Herman. (2002). Pengantar Pariwisata. Bandung: Alfabeta
- Suryana. (2001). Kewirausahaan. Salemba Empat. Jakarta.
- “Pengertian kewirausahaan” diakses pada 20 Oktober 2021.
<https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-kewirausahaan/>
- UMKM Pengertian jenis dan perkembangannya di Indonesia. Diakses pada 20 Oktober 2021
<https://blog.amartha.com/umkm-pengertian-jenis-dan-perkembangannya-di-indonesia/>
Masyarakat, 2(1), 11-18. Retrieved from
<http://ojs.ejournal.id/index.php/ppm/article/view/74> → Jurnal online
- Andriyanto, R. E., Widiastuti, R., & Yusmansyah. (2017). Analisis tingkat ketercapaian tugas perkembangan karier mahasiswa dan implikasinya terhadap pelayanan konseling. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 1(2), 227-234. → Jurnal cetak
- Wilkinson, R. (1999). Sociology as a marketing feast. In M. Collis, L. Munro, & S. Russell (Eds.), *Sociology for the new millennium*. Paper presented at The Australian Sociological Association, Monash University, Melbourne, 7-10 December (pp. 281-289). Churchill: Celts. → Proceeding
- Makmara. T. (2009). Tuturan persuasif wiraniaga dalam berbahasa Indonesia: Kajian etnografi komunikasi. (Unpublished master's thesis) Universitas Negeri Malang, Malang, Indonesia. → Tesis
- United Arab Emirates architecture. (n.d.). Retrieved June 17, 2010, from UAE Interact website: <http://www.uaeinteract.com/> → Website
- Menteri Perhubungan Republik Indonesia. (1992). Tiga undang-undang: Perkeretaapian, lalu lintas, dan angkutan jalan penerbangan tahun 1992. Jakarta. EkoJaya. → Dokumen Pemerintah