

## Edukasi Metode Penetapan Harga Jual pada Hasil Produk Kreatif Sebagai Latihan Berwirausaha Siswa SMK Sahid Surakarta

Anggit Dyah Kusumastuti<sup>1)\*</sup>, Annisa Indah Mutiasari<sup>2)</sup>, Rusnandari Retno Cahyani<sup>3)</sup>,  
Adila Eva Amaraningtyas<sup>4)</sup>, Adhelya Jeanie Anggraeni Putri<sup>5)</sup>

<sup>1), 2), 3), 4), 5)</sup>Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Sahid Surakarta  
Jl. Adi Sucipto 154 Jajar, Laweyan, Surakarta 57144

\*Email Penulis Koresponden: [anggit.dyahkusumastuti@usahidsolo.ac.id](mailto:anggit.dyahkusumastuti@usahidsolo.ac.id)

Received : 06/10/24; Revised: 22/11/24 ; Accepted: 04/12/24

### Abstrak

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengedukasi metode penetapan harga jual hasil produk kreatif dan memberikan pelatihan cara perhitungan penentuan harga jual. Pertimbangan keputusan harga jual seringkali belum tepat karena pelaku usaha menentukan harga jual tidak berdasarkan perhitungan dan prinsip akuntansi yang benar, melainkan hanya berdasarkan perkiraan. Penentuan taksiran harga jual yang tidak tepat dapat berdampak pada kontinuitas usaha sehingga menimbulkan kerugian. Kegiatan pengabdian dirancang untuk mengedukasi penetapan harga jual produk kreatif strap/gantungan hp yang dihasilkan berdasarkan perhitungan alokasi bahan baku dan biaya overhead lain yang dikeluarkan. Metode pengabdian adalah sosialisasi latihan berwirausaha kepada siswa SMK, presentasi materi metode harga jual, dan demonstrasi dan pendampingan pembuatan produk kreatif serta evaluasi melalui pretest dan posttest. Sebanyak 19 siswa terlibat aktif dalam kegiatan ini. Hasil kegiatan adalah peningkatan pemahaman siswa terkait penetapan metode harga jual pada produk. Antusiasme dan partisipatif siswa selama kegiatan berlangsung melalui keterlibatan dalam menghitung taksiran harga jual berdasarkan perhitungan pengeluaran bahan baku dan perhitungan biaya variabel lain. Peningkatan pemahaman yaitu 60% siswa mampu memahami penetapan harga jual produk secara tepat berdasarkan perhitungan metode harga jual bukan melalui taksiran. Luaran dari kegiatan ini adalah peningkatan pemahaman penetapan harga jual mampu dihitung secara tepat untuk menghasilkan profitabilitas dan menjamin keberlangsungan usaha.

**Kata kunci :** Harga Jual, Produk Kreatif, Wirausaha

### Abstract

This community service activity aims to educate on pricing methods for creative product sales and provide training on how to calculate selling prices. Considerations for pricing decisions are often not accurate because business operators determine selling price not based on calculations and proper accounting principles, but rather on estimates. The determination of inaccurate selling price estimates can impact business continuity, leading to losses. The community service activity is designed to educate on the pricing of creative strap/phone holder product based on the calculation of raw material allocation and other overhead costs incurred. The methods of community service includes socializing entrepreneurship training to vocational school student, presenting material on pricing methods, and demonstrating and assisting in the creation of creative product, as well as evaluating through pretest and posttest. As many 19 students actively participated in this activity. The result of the activity is an increase in students understanding of determining the selling price method for product. The enthusiasm and participation of the students during the activity were evident through their involvement in calculating the estimated selling price based on the calculation of raw material expenses and other variables costs. The increase in understanding is that 60% of students are able to understand the determination of product selling prices accurately based on the calculation of the selling price method, not through estimation. The outcome of this activity is an increase on understanding of pricing determination, which can be calculated accurately to generate profitability and ensure business sustainability.

**Keywords** : *Selling Price, Creatif Product, Entrepreneurship*

## 1. PENDAHULUAN

Sumber daya manusia yang kreatif dan inovatif sangat dibutuhkan oleh perusahaan dalam menghadapi perubahan dan tantangan yang sifatnya dinamis untuk menjadi lebih kompetitif. SDM memiliki andil yang besar dalam menentukan maju tidaknya suatu perusahaan, oleh karena itu kemajuan suatu perusahaan akan ditentukan oleh kualitas SDM yang di dalamnya (Widjadja et al., 2018). Perencanaan SDM yang baik sangat dibutuhkan dalam menjaga kelangsungan usaha (Farla et al., 2022). Kompetisi bisnis seperti sekarang ini mengharuskan setiap karyawan dan pimpinan perusahaan harus memiliki energi kreatif untuk bekerja pada lingkungan yang kompetitif dalam memenangkan persaingan bisnis dengan meminimalkan risiko. Masih banyaknya pengangguran atau angkatan kerja yang tidak bekerja atau sedang mencari pekerjaan. Minat berwirausahaan dianggap menjadi alternatif bagi pengurangan jumlah pengangguran. Pendidikan dan pelatihan dapat menjadi media dalam mempelajari kewirausahaan (Kuratko, 2016). Pembelajaran yang cenderung teoritik tidak kontekstual bagi lingkungan anak membuat peserta didik tidak dapat menerapkan pengetahuan yang dipelajarinya di sekolah (Milicevic et al., 2020).

Kreativitas adalah keterampilan yang dapat dipelajari dan dikuasai oleh siapa pun. Jika seseorang menguasai seni dan Teknik kreatif, apapun latar belakangnya, mereka akan lebih berhasil di tempat kerja. Oleh karena itu perusahaan harus menyiapkan energi inovatif dan cerdas untuk membuat keputusan dan menyelesaikan masalah jika ingin menjadi yang terbaik dalam kompetisi bisnis. Teknologi dan Ilmu Pengetahuan semakin berkembang pesat merambah berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang Pendidikan (Purwanto et al., 2022). Pendidikan literasi keuangan pada anak sangat diperlukan untuk mendidik anak agar sadar dan mengerti bagaimana mengelola keuangan secara bijak dan sesuai kebutuhan (Damanik et al., 2023). Sekolah Menengah Kejuruan memberikan kesempatan kepada siswa untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi dengan memberikan pengetahuan dan menumbuhkan minat siswa untuk berwirausaha. SMK merupakan model pendidikan yang bertujuan untuk menyiapkan lulusannya untuk bekerja, memilih karir, berkompetisi dan mengembangkan diri, dan memenuhi kebutuhan dunia usaha dan industri dengan menjadi produktif, adaptif dan kreatif. Oleh karena itu, lulusan SMK tidak diajarkan untuk bekerja, sebaliknya mereka diajarkan untuk mampu menciptakan lapangan pekerjaan sendiri.

Berdasarkan informasi di lapangan bahwa minat berwirausaha pada kalangan siswa SMA/SMK masih rendah karena dipengaruhi oleh minat dan pemahaman sehingga siswa perlu wadah dalam memulai suatu bidang kewirausahaan. Pelatihan praktik *entrepreneur* mempunyai tujuan untuk meningkatkan atensi siswa SMK dalam berwirausaha. Semakin banyak lulusan siswa SMK yang berwirausaha, maka lapangan pekerjaan yang tercipta juga semakin besar. Kreativitas adalah kemampuan untuk menemukan cara baru untuk memecahkan masalah atau menciptakan hubungan baru antara hal-hal yang sudah ada. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan edukasi metode penetapan harga jual pada hasil produk kreatif sebagai latihan berwirausaha siswa SMK Sahid Surakarta. Program ini dirancang untuk mengedukasi penetapan harga jual produk kreatif strap/gantungan hp yang dihasilkan berdasarkan perhitungan alokasi bahan baku dan biaya *overhead* lain yang dikeluarkan. Melalui edukasi ini diharapkan ketika siswa SMK selain dapat berkreasi dalam membuat sebuah produk tetapi juga hasil produk yang dihasilkan tersebut mampu menjadi barang yang bernilai ekonomis melalui penentuan harga jual yang tepat bukan berdasarkan perkiraan harga. Dengan demikian program kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada siswa SMK dalam menumbuhkan sikap berwirausaha dan melatih siswa untuk cermat dalam menentukan harga jual sebuah produk berdasarkan perhitungan dan prinsip akuntansi yang benar.

## 2. METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN

Pengabdian dilaksanakan secara *offline* di Car Free Day Slamet Riyadi yang berlokasi di Jalan Slamet Riyadi, Sriwedari, Kota Surakarta, Jawa Tengah dengan mengundang siswa SMK Sahid Surakarta Kelas XI untuk hadir pada kegiatan tersebut. Metode pelaksanaan yang dilakukan secara: sosialisasi, presentasi, dan demonstrasi oleh masyarakat (Syahza & Riau, 2021). Indikator keberhasilan kegiatan ini dapat dilihat dari 100% siswa yang hadir mampu memahami penetapan

harga jual produk secara tepat berdasarkan perhitungan metode harga jual bukan melalui taksiran. Antusiasme dan partisipatif siswa selama kegiatan berlangsung melalui keterlibatan dalam menghitung taksiran harga jual berdasarkan perhitungan pengeluaran bahan baku dan perhitungan biaya variabel lain. Bentuk antusiasme peserta yakni memberikan *feedback* berupa bertanya berkaitan dengan materi penentuan harga jual yang tepat dari produk kreatif yang dihasilkan. Siswa melakukan perhitungan dan rekapitulasi dari biaya bahan baku dan biaya *overhead* yang dikeluarkan kemudian menghitung taksiran laba/*profit* dan kemudian menetapkan harga jual pada produk yang dihasilkan. Pada sesi praktik langsung pembuatan prakarya manik-manik berupa gelang, strap/gantungan hp, peserta antusias untuk membuat secara mandiri. Hal ini terbukti dari seluruh peserta mengikuti dan mau mencoba membuat prakarya dengan mengandalkan kreativitas yang dimiliki. Dengan demikian dapat meningkatkan kreativitas dan inovasi siswa SMK sehingga mereka dapat membuat produk yang bernilai ekonomis dan mampu menentukan harga jual untuk produk tersebut.

Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah seperti pada Gambar 1:

- a. Tahap survei pendahuluan. Melakukan komunikasi dengan guru SMK Sahid Surakarta untuk mendapatkan ijin pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan di Car Free Day Slamet Riyadi dengan mengundang siswa kelas XI untuk dapat hadir pada kegiatan tersebut.
- b. Tahap persiapan. Tim berkordinasi dengan Dinas Perhubungan terkait perijinan titik lokasi *stand* kegiatan PkM. Selain itu menyiapkan *tool kit* pelatihan berupa bahan baku manik-manik, dan materi *workshop* pelatihan yang berkaitan dengan metode penetapan harga jual dengan rincian contoh perhitungan serta alokasi laba yang dihasilkan.
- c. Tahap pelaksanaan: melakukan sosialisasi dengan mendistribusikan materi metode penetapan harga jual dengan rincian data bahan baku dan biaya *overhead* lain yang dikeluarkan. serta contoh perhitungan taksiran laba/*profit*.
- d. Tahap evaluasi. Berkaitan dengan diskusi kendala yang menyulitkan siswa dalam menghitung harga jual produk atau menghitung laba yang dihasilkan. Tim melakukan *posttest* untuk mengetahui *feedback* dari materi yang disampaikan.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan PkM

Metode pelaksanaan pengabdian dirancang untuk memastikan bahwa program edukasi penetapan harga jual dari produk kreatif ini berjalan secara efektif dan memberikan kontribusi pada siswa SMK dalam menumbuhkan sikap berwirausaha dan melatih siswa untuk cermat dalam menentukan harga jual sebuah produk berdasarkan perhitungan dan prinsip akuntansi yang benar.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan oleh tim pengabdian yang berjumlah 3 dosen dan 2 mahasiswa. Pengabdian dilaksanakan di Car Free Day Slamet Riyadi yang berlokasi di Jalan Slamet Riyadi, Sriwedari, Kota Surakarta, Jawa Tengah dengan mengundang siswa SMK Sahid Surakarta Kelas XI untuk hadir pada kegiatan tersebut. Alasan pemilihan lokasi pengabdian karena melatih dan mendampingi siswa untuk praktik pembuatan produk, penetapan harga jual dan memasarkan produk yang dihasilkan kepada konsumen secara langsung di lokasi CFD. Kegiatan ini dilakukan

secara langsung dengan memberikan materi cara perhitungan penentuan harga jual, dan demonstrasi serta pendampingan pembuatan produk kreatif strap/gantungan hp dari manik-manik. Kegiatan ini melibatkan siswa SMK Sahid Surakarta 19 siswa dengan rincian pada Tabel 1 berikut ini:

**Tabel 1.** Jumlah Peserta Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Nama	Tanda Tangan	No	Nama	Tanda Tangan
1	Sayyidah Rizka		1	Eva M	
2	Fauz Indah Permata R		2	Zulfa Nurfar	
3	Fika Dita Anggraini		3	Rosman yang azzahidra	
4	Mario danda		4	Azkaul Laksono	
5	Gechia Anas utria		5	Dilana Azzul Fauzha	
6	Freze Andrew		6	ABU FAPL ASSADAP	
7	Andira Daxi		7	Esther Nurca Lijana	
8	Ravindra Nugraha S		8	MUKTI RAJI ISTAMU	
9	Edo Ramachani		9		
10	Leo Ramadhani		10		
11	Pramadi Julia Sumarta		11		
12			12		
13			13		
14			14		
15			15		



**Gambar 2.** Pendampingan Pembuatan Produk Kreatif



**Gambar 3.** Praktik Langsung Pembuatan Produk Kreatif



**Gambar 4 .** Tim Pengabdian

Secara keseluruhan pelaksanaan kegiatan ini mencapai hasil yang diharapkan terlihat dari efektivitas program yang dijalankan dengan melakukan *pretest* dan *posttest* kepada siswa sebelum dan sesudah memberikan materi edukasi metode harga jual. *Pretest* dilakukan untuk mengetahui pemahaman awal terkait bagaimana menentukan harga jual yang tepat, sedangkan *posttest* dilakukan untuk mengukur peningkatan pemahaman dan keterampilan dari pelaksanaan kegiatan. Hasil *pretest* dan *posttest* yang telah diolah memberikan gambaran mengenai ketercapaian kegiatan ini dalam edukasi metode penetapan harga jual pada produk kreatif bagi siswa SMK. Berikut Tabel 2 rincian hasil *pretest* dan *posttest*:

**Tabel 2.** Hasil *Pretest* dan *Posttest*

No	Aspek yang diukur	Nilai <i>Pretest</i>	Nilai <i>Posttest</i>	Hasil Peningkatan
1	Pemahaman pentingnya perhitungan harga jual berdasarkan prinsip akuntansi dan bukan berdasarkan taksiran	20%	80%	60%
2	Kemampuan merinci dan menghitung pengeluaran biaya bahan baku dan biaya overhead	30%	90%	60%
3	Kemampuan menghitung taksiran laba	25%	85%	60%
4	Kemampuan menghitung harga jual	20%	80%	60%

Pada Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa aspek yang diukur mengalami peningkatan signifikan. Peningkatan tersebut terlihat pada aspek tentang kemampuan merinci dan menghitung pengeluaran biaya bahan baku dan biaya *overhead*, dimana rata-rata nilai peserta mencapai 60%. Selain itu pemahaman siswa terkait metode penetapan harga jual dan menghitung harga jual secara tepat juga mengalami peningkatan dari 20% menjadi 80%. Berikut ini hasil analisis hasil *pretest* dan *posttest* sebagai berikut:

1. Pemahaman pentingnya perhitungan harga jual berdasarkan prinsip akuntansi dan bukan berdasarkan taksiran.

Sebelum kegiatan ini dilaksanakan beberapa siswa tidak memiliki pemahaman yang memadai terkait metode penentuan harga jual. Berdasarkan survei awal hanya 20% siswa yang mengetahui bagaimana menentukan harga jual produk secara tepat. Namun setelah mengikuti kegiatan, pemahaman siswa mengalami peningkatan sebesar 80%, dimana siswa menjadi lebih paham dalam menentukan harga jual produk berdasarkan perhitungan prinsip akuntansi yang benar dan bukan berdasarkan taksiran.

2. Kemampuan merinci dan menghitung pengeluaran biaya bahan baku dan biaya *overhead*

Sebelum kegiatan ini dilaksanakan beberapa siswa tidak memiliki pemahaman yang memadai terkait bagaimana merinci dan menghitung besarnya pengeluaran dari produk kreatif yang dibuat. Berdasarkan survei awal hanya 30% siswa yang mengetahui besarnya pengeluaran dari hasil produk kreatif melalui rincian pembelian bahan baku dan biaya *overhead* lain. Namun setelah mengikuti kegiatan, pemahaman siswa mengalami peningkatan sebesar 90%, dimana siswa menjadi lebih paham bagaimana mengidentifikasi biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pembuatan suatu produk yang meliputi pembelian bahan baku dan biaya variabel lain.

#### 3. Kemampuan menghitung taksiran laba

Sebelum kegiatan ini dilaksanakan beberapa siswa tidak memiliki pemahaman yang memadai terkait menghitung besarnya laba yang diperoleh sebagai hasil usaha. Berdasarkan survei awal hanya 20% siswa yang mengetahui menentukan harga jual yang tepat sebelum produk yang dihasilkan dipasarkan kepada konsumen. Namun setelah mengikuti kegiatan, pemahaman siswa mengalami peningkatan sebesar 80%, dimana siswa memahami cara menghitung laba yang benar dengan rumus menghitung besarnya pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan produk dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan untuk membuat produk.

#### 4. Kemampuan menghitung harga jual

Sebelum kegiatan ini dilaksanakan beberapa siswa tidak memiliki pemahaman yang memadai terkait menentukan harga jual yang tepat. Berdasarkan survei awal hanya 25% siswa yang mengetahui bagaimana menghitung laba yang diperoleh. Namun setelah mengikuti kegiatan, pemahaman siswa mengalami peningkatan sebesar 85%, dimana siswa mampu menghitung secara cermat dan teliti menentukan harga jual produk dengan mempertimbangkan besarnya modal yang dikeluarkan untuk membeli perlengkapan ditambah dengan menaksir besarnya persentase laba.

Hasil evaluasi kegiatan menunjukkan bahwa pemahaman siswa terkait penetapan metode harga jual pada produk mengalami peningkatan signifikan. Terlihat dari antusiasme siswa dalam mengikuti kegiatan dan bentuk partisipatif dalam menghitung taksiran harga jual secara tepat berdasarkan perhitungan pengeluaran bahan baku produk dan perhitungan biaya variabel lainnya. Setelah dilakukan *workshop* siswa tidak hanya praktik dalam membuat produk kreatif saja, tetapi juga melakukan ujicoba untuk diperjualbelikan produknya secara langsung kepada konsumen CFD. Apabila kegiatan ini dapat berjalan secara berkelanjutan maka bisa memberikan gambaran bahwa kegiatan berwirausaha melalui pembuatan produk kreatif dapat menghasilkan *profit*/laba. Peningkatan ini mencerminkan efektivitas program *workshop*, dimana siswa memiliki pemahaman penetapan harga jual produk secara tepat.

## 4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian “Edukasi Metode Penetapan Harga Jual Pada Produk Kreatif Sebagai Latihan Berwirausaha Siswa SMK Sahid Surakarta” berjalan efektif memberikan peningkatan pemahaman terkait penetapan harga jual produk, merinci dan menghitung besarnya pengeluaran dan hasil produk/karya dibuat, serta menghitung taksiran laba usaha. Hasil *pretest* dan *posttest* menunjukkan peningkatan sebesar 60% berdasarkan identifikasi aspek yang diukur. Keberhasilan kegiatan pengabdian ini diharapkan memberikan kontribusi pada siswa SMK dalam menumbuhkan sikap berwirausaha dan melatih siswa untuk cermat dalam menentukan harga jual sebuah produk berdasarkan perhitungan dan prinsip akuntansi yang benar untuk menjamin keberlangsungan usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- Damanik, D., Erfiyana, N., Simanjuntak, R., Simanjuntak, M., Tarigan, H. E., Evi, P. A. M., & Marbun, R. (2023). Sosialisasi Literasi Keuangan Dan CBP Rupiah Bagi Siswa Sekolah Dasar Di Kabupaten Simalungun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 3(1), 49–54.
- Farla, W., Zunaidah, Z., Nailis, W., & Siregar, L. D. (2022). Perencanaan Sumber Daya Manusia Pada Era Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas Usaha Mikro Di Desa Kerinjing, Ogan Ilir. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 6(1).

- Heryati, A. (2021). Analisa Kualitas Website Universitas Indo Global Mandiri Palembang Dengan Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Applicable Innovation of Engineering and Science Research (AVoER)*, 317–323.
- Heryati, A., Afriyani, F., & Ulfa, B. (2020). Pelatihan Packaging Produk Makanan Ringan Dan Otak-Otak Pada Kampung KB Layang-Layang. *Applicable Innovation of Engineering and Science Research (AVoER)*, 552–559.
- Kuratko, D. F. (2016). Corporate entrepreneurship. *The Routledge Companion to the Makers of Modern Entrepreneurship*, 154.
- Milicevic, A., Woolfe, S., Blazely, A., Lenroot, R., & Sewell, S. (2020). Enhancing creativity through seven stages of transformation in a graduate level writing course—a mixed method study. *Thinking Skills and Creativity*, 38, 100712.
- Purwanto, H., Yandri, D., & Yoga, M. P. (2022). Perkembangan dan dampak financial technology (fintech) terhadap perilaku manajemen keuangan di masyarakat. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 11(1), 80–91.
- Raharjo, B. (2021). ~ Pemanfaatan Digital Marketing pada Era Digitalisasi~™. Dalam <https://www.republika.co.id/berita/R4lzqb415/Pemanfaatan-Digital-Marketing-Di-Eradigitalisasi> LAMPIRAN Lampiran A: Absensi Dosen Dan Mahasiswa.
- Syahza, A., & Riau, U. (2021). Buku Metodologi Penelitian, Edisi Revisi Tahun 2021. *Cetakan Pe. Pekanbaru: UR Press Pekanbaru*.
- Widjadja, Y. R., Alamsyah, D. P., Rohaeni, H., & Sukanjie, B. (2018). Peranan Kompetensi SDM UMKM Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Desa Cilayung Kecamatan Jatinangor, Sumedang. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3).