

**Pendampingan Penentuan HPP (Harga Pokok Penjualan) Dan *Rebranding* UMKM Sari Tebu “Segar Alami”**

Adytira Rachman<sup>1\*</sup>, Rafli Arya Wardana<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas 17 Agustus 1945  
Banyuwangi

[\\*aditiraa@untag-banyuwangi.ac.id](mailto:*aditiraa@untag-banyuwangi.ac.id)

**Abstract**

*The Community Service Program of Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi has been implemented to assist Micro and Medium Enterprises (MSMEs) Sugarcane Juice "Segar Alami" in overcoming sales and marketing challenges. The main focus of this program is to assist the MSME in determining accurate and effective cost of goods sold, as well as rebranding the product to increase visibility and marketing knowledge through e-commerce platforms and social media. The results of this program show an increase in MSME sales management, a better understanding of cost of goods sold, and a stronger product identity through the rebranding carried out*

**Keywords:** *Cost of Goods Sold, Rebranding, MSME Sugarcane Juice "Segar Alami"*

**Abstrak**

Program Pengabdian pada Masyarakat Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi telah dilaksanakan untuk mendampingi Usaha Mikro Kelas Menengah (UMKM) Sari Tebu "Segar Alami" dalam mengatasi tantangan penjualan dan pemasaran. Fokus utama program ini adalah membantu UMKM tersebut dalam penentuan harga pokok penjualan yang akurat dan efektif, serta melakukan re branding produk untuk meningkatkan visibilitas dan pengetahuan pemasaran melalui platform e-commerce dan media sosial. Hasil dari program ini menunjukkan peningkatan dalam pengelolaan penjualan UMKM, pemahaman yang lebih baik mengenai harga pokok penjualan, serta identitas produk yang lebih kuat melalui re branding yang dilakukan

**Kata Kunci:** Harga Pokok Penjualan, Rebranding, UMKM Sari Tebu “Segar Alami”

**PENDAHULUAN**

Usaha Mikro Kelas Menengah Sari Tebu “Segar Alami” didirikan pada tahun 2017 oleh Bapak Taufik. Awal mula berdirinya usaha ini adalah ketika pemilik usaha mendapat sebuah inspirasi dari seorang petani tebu yang berlimbah sering mengirim tebunya ke pabrik tebu di Asembagus Kabupaten Situbondo sehingga Bapak Taufik yang mendorong beliau untuk melakukan bisnis pada pengolahan sari tebu. Hal inilah, yang kemudian dimanfaatkan beliau sebagai

peluang dengan melihat begitu banyaknya komoditi tebu yang dapat dimanfaatkan secara maksimal.

UMKM Sari Tebu “Segar Alami” merupakan perusahaan skala menengah kebawah. Dalam kegiatan proses pengolahan tebu murni menjadi minuman menyegarkan mengembalikan ion tubuh agar dapat meningkatkan energi salah satu sumber gula serta menangkal efek radikal bebas, menjaga fungsi ginjal.

Menurut Pak Taufik Sari Tebu ini merupakan jenis tebu hijau. Ciri-cirinya

berwarna hijau, batangnya lebih besar dari tebu-tebu biasa dan tahan lama. Pak Taufik membeli tebu dari petani lokal dengan harga Rp. 85.000 1 bentel (35 batang) tebu di daerah Desa Blambangan Muncar. Pengolahan sari tebu ini tergolong rumit karena tebu yang dibeli dari petani harus dibersihkan dulu dari tanah-tanah yang menempel dibatanganya, kemudian disisik sampai kulit batangnya bersih terkelupas setelah itu dicuci digosok sampai bersih kemudian barulah tebu bisa digiling dan menghasilkan sari tebu. Proses pengolahan ini semata-mata untuk menghasilkan sari tebu yang tidak hanya sehat tetapi juga higienis untuk dikonsumsi.

Dilihat dari sisi internal, usaha sari tebu masih dikelola secara sederhana (secara perorangan) setelah membeli bahan baku, lalu menjual dengan harga perkiraan misal dengan harga Rp85.000 1 bentel (35 batang), diproses di jual sebanyak 300ml dengan harga Rp.3.000 beliau hanya mengikuti pasar minuman lain. Hal ini mengakibatkan pemasukan yang pada saat musim panas sari tebu penjualan meningkat dan sebaliknya musim hujan menurun dan tebu pun menjadi rusak karena tidak ada penyimpanan. Pemasaran pun masih terbatas hanya menunggu dan mengandalkan lalu lalang masyarakat sekitar.

Beberapa permasalahan yang dihadapi UMKM Sari Tebu "Segar Alami" yaitu kurangnya pengetahuan dalam menentukan harga pokok penjualan sehingga mengakibatkan minimnya laba atas penjualan sari tebu murni. Proses pengolahan sari tebu terdapat biaya biaya ongkos bensin, diskon/potongan harga, serta bahan baku awal maupun akhir sering tidak diperhitungkan. Selain itu, kurangnya pengetahuan terkait

*rebranding*, ketergantungan dengan musiman yang berakibat tidak ramainya konsumen, dan juga Perencanaan strategi pemasaran yang belum maksimal.

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini yaitu untuk mendampingi mitra mengatasi masalah dibidang penjualan yaitu penentuan harga pokok penjualan yang selama ini masih dengan harga perkiraan. Selain itu, membantu mitra Usaha Mikro Kelas Menengah (UMKM) Sari Tebu "Segar Alami" melakukan *rebranding* produk usahanya.

## **METODE**

Tahapan yang dilakukan dalam pelaksanaan program PKM ini sebagai berikut:

1. Pendampingan dan pelatihan dalam menentukan harga pokok penjualan: Tim PKM mengadakan kegiatan penyuluhan pentingnya penentuan harga pokok penjualan agar dapat mengetahui harga standar produk siap untuk dijual. Sedangkan mitra menyiapkan sarana yang dibutuhkan selama kegiatan penyuluhan berupa tempat, waktu, dan buku yang digunakan untuk menghitung harga pokok penjualan.
2. Pendampingan dan pelatihan mengenai *rebranding* produk, mengenalkan pemasaran melalui toko *online*: Tim PKM mengadakan pelatihan *rebranding* produk, memberikan ide logo yang menarik, kemasan menarik. Memaksimalkan baik Offline (Menitipkan ke Toko toko, dengan kemasan yang menarik) maupun Online, seperti (Facebook, instagram)
3. Evaluasi pelaksanaan program.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil yang dicapai dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini mendasarkan pada target dan luaran ditetapkan sebelumnya. Dengan mendasarkan pada target yang luaran yang dicapai, maka hasil yang dicapai dalam pelaksanaan pengabdian adalah sebagai berikut:

### **1. Bidang Penjualan**

Tim program Pengabdian Masyarakat melakukan pendampingan kepada UMKM Sari Tebu “Segar Alami” dalam menghitung penentuan harga pokok penjualan (HPP), dokumen kegiatan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pendampingan menghitung penentuan harga pokok penjualan



Gambar 2. Pendampingan Proses Pengolahan tebu setelah dibersihkan

Pendampingan perhitungan HPP pada mitra menunjukkan hasil yang baik yaitu: mitra dapat melakukan perhitungan penentuan harga pokok penjualan sari

tebu dengan akurat sehingga keuntungan dapat diketahui secara jelas. Selain itu kemasan pada produk sari tebu menggunakan botol plastik juga dapat memberikan kenyamanan pada konsumen dalam menikmati sari tebu murni. Hal ini sejalan dengan hasil pengabdian Imelda (2022) Penentuan harga Pokok Penjualan Usaha Mikro Kelas Menengah (UMKM) minuman sebagai alternatif terbaik menentukan harga jual sehingga dapat bersaing dengan produk sejenisnya.

### **2. Bidang Pemasaran**

Tim PKM membantu pemilik Usaha Mikro Kelas Menengah (UMKM) bapak Taufik dalam usaha pemasaran maka kegiatan yang dilakukan mendampingi mengenai *rebranding* produk dengan membuat logo, kemasan/packaging mengusai sosial media online berbasis internet dan membuat produk menjadi tertarik baik offline maupun online. Pendamping melakukan pelatihan *rebranding* sesuai keinginan bapak Taufik, sebelumnya pemilik hanya orientasi pada tulisan diperbanyak pada mereknya Es Sari tebu “Segar Alami”. Pendamping memberikan saran serta memberikan contoh desain kombinasi warna, tulisan hingga 3 kali yang sesuai hingga pemilik memutuskan branding yang cocok untuk usahanya. Upaya memperbarui merek, logo maupun citra baru bagi Usaha. Mikro Kelas Menengah (UMKM) Segar Alami agar konsumen yang melihat tertarik datang dan membeli sari tebu.

Tim Program Pengabdian Masyarakat bersama Bapak Taufik sepakat Pembaruan citra, Logo, merek Sari Tebu segar alami dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Pembaruan citra, Logo, Merek Sari Tebu “Segar Alami”

Strategi penjualan melalui toko online ini perlu dicoba oleh pemilik Usaha Mikro Kelas Menengah (UMKM) bapak Taufik Sari Tebu “Segar Alami”, sebagai penjual produk Sari Tebu “Segar Alami” yang berkualitas. Minuman yang berasal dari tebu murni menjaga kualitas dengan proses pembersihan, pengolahan hingga packaging adalah kualitas nya yang baik karena berasal dari bahan baku tebu hijau kualitas yang baik. Kualitas tebu yang baik terlihat dari warna, rasa ,bentuk jenisnya . Selain itu untuk mengatasi banyaknya pesaing maka diperlukan strategi promosi yang sesuai dengan perkembangan saat ini dimana pengguna telepon seluler berbasis android (smartphone) semakin bertambah banyak.

Dalam pelatihan membuat toko online, peserta yang terdiri dari pemilik, dan istri dari pemilik terlebih dahulu diajarkan: pengertian, manfaat dan beberapa contoh nama toko online yang telah dikenal masyarakat luas. Kemudian peserta diajarkan membuat email sebagai portal untuk mengakses ke beberapa

website *e-commerce* yang ada (misalnya: bukalapak, tokopedia, dll) serta untuk membuka toko online gratis melalui media sosial seperti facebook dan instagram. Berdasarkan hasil penelitian Surono (2021) dengan judul Rebranding Usaha Mikro Kelas Menengah (UMKM) Kafe Kopi diperlukannya brand identity yang dapat menarik perhatian konsumen atau calon konsumen. Sependapat serta senada hasil pengabdian Dilla dan Adytira (2019) peningkatan Produksi, pencatatan kartu persediaan dan pemasaran selain tokok offline toko online dapat memberikan langkah efektif mengenai peningkatan penjualan yang optimal.

## KESIMPULAN

1. Kegiatan pendampingan kepada (UMKM) Sari Tebu “Segar Alami” pemilik dapat meningkatkan ilmu pengetahuan dalam hal penentuan harga pokok penjualan sehingga dapat mengetahui rincian detail mengenai penjualan sehingga keuntungan dapat diketahui secara jelas.
2. Rebranding produk logo maupun merek dapat memberikan identitas serta simbol produk sari tebu “Segar Alami” dapat dikenal oleh masyarakat, serta calon konsumen ditambah kemasan botol plastik ramah lingkungan cepat terurai oleh alam ini dapat memberikan kenyamanan dalam menikmati tebu murni.

## DAFTAR PUSTAKA

- Baridwan dan Zaki. 2007. Sistem Akuntansi Penyusunan Prosedur dan Metode.Yogyakarta: YKPN
- Cattleyana dan Rachman 2019. “Peningkatan Produksi, Pencatatan

- Kartu Persediaan dan Pemasaran Sale Pisang UD Sumber Alam Buana". *Loyalitas Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. II (2): 188-217.
- Chaffey.D. 2011. *E Business Commerce Management: Strategi. Implementation. and Practice* (5th).New Jersey: Person Education.
- Endriastuti,Annysa.dkk Pelatihan Pemasaran,Pemberdayaan Toko Online. Dan Pengenalan m-Commerce Pada Produk Unggulan Jagung Tortila di Kecamatan Trucuk Kabupaten Bojonegoro.*Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Airlangga* volume 1 no 2 Tahun 2018.
- Freddy,Rangkuti.2018. *Akuntansi Menghitung Harga Pokok Penjualan Aplikasi di Bidang Bisnis*.Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Imelda, Anggella 2022. "Perhitungan Harga Pokok Penjualan dan penentuan harga jual produk lemon sereh pada UMKM AJR" *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*. 5 (1): 167-174
- Surono, Pramudya, Sukmaraga 2021. "Rebranding UMKM Kafe Kopiright Malang Berbasis Analisis Swot untuk Meningkatkan Brand Awarness" *Jurnal Ilmiah Sains Teknologi*. 2 (1): 125-143.