

## NAIK KELAS! MENGELOLA BIAYA & MENJUAL PRODUK UMKM DENGAN CERDAS

**Raafi Hermanto<sup>a,1</sup>, Ashira Salsabila<sup>b,2</sup>, Aisyah Aprillia Putri<sup>c,3</sup>, Siti Siti Nursyabani<sup>d,4</sup>**

<sup>abcd</sup>Program Studi Sarjana Akuntansi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pamulang

<sup>1</sup>raafi.hmn@gmail.com; <sup>2</sup>ashirasalsa0@gmail.com; <sup>3</sup>aisyahaptr1404@gmail.com;

<sup>4</sup>nursyabanisiti246@gmail.com

\*raafi.hmn@gmail.com

---

### Abstrak

Pengabdian Mahasiswa Kepada Masyarakat (PMKM) di SMAN 10 Depok dilaksanakan pada 31 Oktober 2025 dengan mengangkat tema “Naik Kelas! Mengelola Biaya & Menjual Produk UMKM dengan Cerdas.” Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh rendahnya pemahaman generasi muda dalam mengelola biaya awal usaha serta kurangnya pengetahuan mengenai strategi penjualan produk UMKM secara efektif. Mitra PMKM, yaitu siswa-siswi SMAN 10 Depok, menghadapi permasalahan terkait kemampuan menghitung modal, mengontrol biaya produksi, dan memasarkan produk secara tepat sasaran. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan literasi kewirausahaan pelajar, khususnya dalam aspek pengelolaan biaya dan teknik pemasaran sederhana yang relevan dengan dunia UMKM. Metode pengabdian yang digunakan meliputi penyuluhan interaktif, pemaparan materi dengan studi kasus, diskusi kelompok, dan simulasi pengelolaan biaya serta strategi penjualan produk. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa siswa mampu memahami konsep dasar biaya, membedakan jenis biaya usaha, serta menghitung modal awal dengan lebih terstruktur. Selain itu, peserta juga menunjukkan peningkatan kemampuan dalam menyusun strategi pemasaran sederhana, seperti segmentasi pasar, penetapan harga, dan pemanfaatan media sosial. Antusiasme siswa dan dukungan pihak sekolah turut berkontribusi pada keberhasilan kegiatan. Kesimpulannya, program PMKM ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan wawasan kewirausahaan siswa SMAN 10 Depok. Saran untuk kegiatan berikutnya adalah penambahan sesi praktik bisnis langsung dan pendampingan lanjutan agar siswa dapat mengembangkan ide usaha secara berkelanjutan.

**Kata Kunci:** pengabdian masyarakat; pengelolaan biaya; UMKM; kewirausahaan pelajar; pemasaran produk

---

### Abstract

*The Student Community Service Program (PMKM) at SMAN 10 Depok was held on 31 October 2025 with the theme “Level Up! Managing Costs & Selling UMKM Products Smartly.” This activity was motivated by the low understanding among young people regarding initial business cost management and the lack of knowledge about effective strategies for marketing UMKM products. The PMKM partner, students of SMAN 10 Depok, faced challenges related to calculating capital, controlling production costs, and marketing products to the right target audience. The program aimed to enhance students’ entrepreneurial literacy, particularly in cost management and simple marketing techniques relevant to the UMKM sector. The methods used included interactive counseling, case-based material presentations, group discussions, and*

---

*simulations of cost management and sales strategies. The results showed that students were able to understand basic cost concepts, distinguish types of business expenses, and calculate initial capital more systematically. In addition, participants demonstrated improved abilities in developing simple marketing strategies, such as market segmentation, pricing, and utilizing social media. Student enthusiasm and school support also contributed to the program's success. In conclusion, this PMKM initiative had a positive impact on enhancing the entrepreneurial knowledge of SMAN 10 Depok students. Future activities are recommended to include more hands-on business practice sessions and ongoing mentoring to help students develop sustainable business ideas.*

**Keywords:** *community service; cost management; UMKM; student entrepreneurship; product marketing*

## PENDAHULUAN

Di era globalisasi pengembangan jiwa kewirausahaan generasi muda menjadi sangat strategis. UMKM merupakan tulang punggung ekonomi Indonesia, namun banyak pelaku usaha pemula termasuk pelajar masih kesulitan mengelola modal, biaya produksi, dan pemasaran (Kemenkop UKM, 2021). Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan literasi kewirausahaan dan finansial, seperti tergambar dalam penelitian Dai & Achmawati (2024) bahwa pendidikan kewirausahaan dapat meningkatkan literasi keuangan siswa, sejalan dengan konsep literasi keuangan menurut Lusardi & Mitchell (2014).

Siswa SMAN 10 Depok menghadapi kendala dalam menghitung modal awal usaha, mengendalikan biaya produksi, dan memahami teknik pemasaran yang efektif. Literasi kewirausahaan mereka masih dasar, dan temuan ini sejalan dengan penelitian Oktarina & Aswad (2024) yang menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan siswa turut memengaruhi rendahnya niat berwirausaha.

Penelitian Sapinah dkk. (2024) di SMKN 1 Wajo membuktikan bahwa pengenalan literasi keuangan berbasis kewirausahaan mampu meningkatkan pemahaman siswa signifikan melalui peningkatan nilai pretest–

posttest. Penelitian Andari dkk. (2024) di SMK Clarent Kefamenanu juga menunjukkan bahwa workshop literasi keuangan dan seminar kewirausahaan dapat meningkatkan pemahaman finansial dan minat usaha, meskipun sebagian besar studi masih berfokus pada literasi keuangan personal dan belum menekankan simulasi bisnis siswa.

Pengabdian ini bertujuan meningkatkan literasi kewirausahaan siswa SMAN 10 Depok, khususnya dalam pengelolaan biaya awal usaha serta strategi pemasaran UMKM sederhana, melalui penyuluhan interaktif, studi kasus, diskusi kelompok, dan simulasi agar siswa mampu memahami sekaligus menerapkan konsepnya.

Pendekatan partisipatif berbasis praktik langsung dipilih karena terbukti efektif dalam berbagai pengabdian sebelumnya, seperti pelatihan Business Model Canvas (Budidharmanto, 2023) serta workshop kewirausahaan di Clarent. Metode ini memungkinkan siswa mempraktikkan teori secara langsung melalui simulasi pengelolaan biaya dan pemasaran sehingga mendorong kemampuan membangun ide usaha nyata.

## METODE PELAKSANAAN

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di SMAN 10 Depok pada 31 Oktober 2025, dengan sasaran siswa kelas X. Pemilihan

lokasi dan target peserta didasarkan pada kebutuhan sekolah untuk meningkatkan literasi kewirausahaan pelajar, khususnya terkait pengelolaan biaya usaha dan strategi pemasaran sederhana. Kegiatan dilakukan melalui penyuluhan interaktif, pelatihan berbasis studi kasus, diskusi kelompok, dan simulasi praktik agar siswa memperoleh pengalaman belajar yang aplikatif.

Metode pelaksanaan diawali dengan pemetaan kebutuhan mitra melalui komunikasi dengan pihak sekolah untuk mengetahui tingkat pemahaman siswa mengenai konsep biaya dan pemasaran. Berdasarkan identifikasi tersebut, tim menyusun materi meliputi jenis-jenis biaya usaha, perhitungan modal awal, harga pokok penjualan sederhana, serta strategi pemasaran seperti segmentasi pasar, penetapan harga, dan pemanfaatan media sosial. Penyampaian materi dilakukan melalui ceramah interaktif menggunakan media presentasi dan contoh kasus UMKM pelajar.

Tahapan kegiatan meliputi: (1) penyuluhan konsep dasar biaya dan pemasaran; (2) pembagian kelompok untuk diskusi dan pengerjaan studi kasus mengenai perhitungan biaya dan penyusunan strategi pemasaran; (3) presentasi kelompok sebagai evaluasi hasil belajar. Instrumen data yang digunakan berupa observasi, lembar kerja siswa, dan

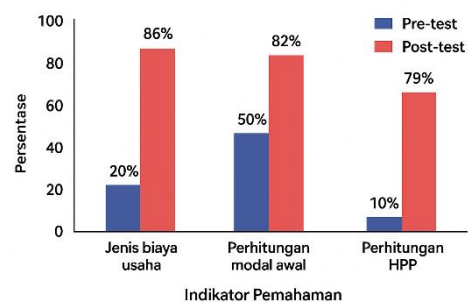
kuesioner sederhana sebelum dan sesudah kegiatan.

Metode ini dipilih karena menggabungkan pendekatan teori dan praktik secara seimbang, memungkinkan siswa mengembangkan keterampilan kewirausahaan secara langsung. Pendekatan interaktif dan simulatif dianggap paling efektif untuk meningkatkan pemahaman, partisipasi, dan kemampuan siswa dalam merancang ide usaha berbasis konsep biaya dan pemasaran.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Pengabdian Mahasiswa Kepada Masyarakat (PMKM) di SMAN 10 Depok dilakukan melalui penyuluhan interaktif, studi kasus, diskusi kelompok, dan simulasi bisnis. Pada tahap awal, siswa diberikan *pre-test* untuk mengetahui tingkat pemahaman dasar terkait jenis biaya, modal awal, serta perhitungan harga pokok produksi. Setelah kegiatan berlangsung, *post-test* dilakukan untuk mengukur peningkatan pemahaman

**Tabel 1. Perbandingan Hasil Pre-test dan Post-test Pemahaman Biaya Usaha**



Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman siswa mengenai pengelolaan biaya usaha dan strategi pemasaran produk UMKM. Pre-test dan post-test digunakan untuk mengukur peningkatan pemahaman. Hasilnya menunjukkan perubahan yang sangat jelas rata-rata peningkatan sebesar 40 poin ini membuktikan bahwa pendekatan berbasis praktik dan simulasi mampu mempermudah siswa memahami konsep biaya yang sebelumnya dianggap sulit. Temuan ini sejalan dengan penelitian Budidharmanto dkk. (2023) serta Meliza dkk. (2022) yang menunjukkan bahwa pelatihan berbasis model bisnis dan digitalisasi keuangan meningkatkan literasi biaya dan HPP secara signifikan.

Selain peningkatan pemahaman biaya, simulasi produksi membantu siswa mengidentifikasi komponen HPP secara lebih tepat. Pada aspek pemasaran, kemampuan siswa juga meningkat, khususnya dalam segmentasi pasar, penetapan harga, dan pembuatan konten digital. Jika sebelumnya segmentasi pasar bersifat umum, setelah diskusi sebagian besar kelompok mampu menentukan target pasar yang lebih spesifik. Penetapan harga yang awalnya sekadar membandingkan dengan kompetitor lain berubah menjadi perhitungan berbasis HPP dan margin keuntungan. Di bidang pemasaran

digital, siswa mampu menghasilkan rancangan poster, ide video singkat, copywriting, dan jadwal unggahan yang lebih kreatif dan relevan. Kegiatan ini juga berdampak pada peningkatan kerja sama, komunikasi, serta kemampuan presentasi siswa. Temuan ini mendukung hasil Ferdian dkk. (2024) bahwa integrasi literasi keuangan dan digital marketing meningkatkan kreativitas siswa dalam menyusun rencana pemasaran.

Secara keseluruhan, program PMKM berhasil menjawab tiga persoalan utama mitra: rendahnya pemahaman biaya dan modal awal, kurangnya keterampilan menghitung HPP, dan terbatasnya kemampuan pemasaran digital. Meskipun demikian, program memiliki keterbatasan berupa durasi kegiatan yang singkat, belum adanya praktik bisnis langsung seperti market day, serta kemampuan digital siswa yang belum merata. Meski ada keterbatasan, keunggulan program terletak pada metode pembelajaran aplikatif berbasis kasus nyata yang relevan dengan kondisi UMKM. Hasil kegiatan ini mengimplikasikan bahwa pendidikan kewirausahaan tingkat SMA perlu memadukan teori dan praktik langsung agar literasi kewirausahaan siswa berkembang secara lebih komprehensif. Model PMKM ini dapat diterapkan di sekolah lain sebagai

alternatif pembelajaran kewirausahaan yang efektif dan mudah diadaptasi.

### **KESIMPULAN**

Kegiatan Pengabdian Mahasiswa Kepada Masyarakat (PMKM) di SMAN 10 Depok memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi kewirausahaan siswa, khususnya dalam pengelolaan biaya usaha dan penyusunan strategi pemasaran sederhana berbasis UMKM. Melalui penyuluhan interaktif, studi kasus, dan simulasi bisnis, siswa menunjukkan peningkatan kemampuan dalam memahami konsep biaya, menghitung modal awal, menyusun harga pokok produksi, serta merancang strategi pemasaran yang relevan dengan perkembangan bisnis digital. Peningkatan hasil pre-test dan post-test serta kualitas rencana pemasaran yang dihasilkan siswa menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran praktis dan partisipatif sangat efektif menjawab permasalahan rendahnya pemahaman biaya dan pemasaran di kalangan pelajar. Meskipun demikian, pelaksanaan yang masih terbatas pada satu pertemuan dan belum adanya praktik bisnis nyata menjadi catatan penting bagi keberlanjutan program.

Kami menyarankan beberapa langkah sederhana yang dapat dilakukan sekolah untuk mempertahankan dampak program, seperti mengadakan market day kecil-kecilan

di lingkungan sekolah, memberikan tugas proyek usaha mini dalam mata pelajaran terkait, atau membentuk kelompok belajar kewirausahaan yang bertemu secara rutin. Kegiatan sederhana ini dapat membantu siswa terus berlatih menghitung biaya, membuat promosi, dan menjual produk dalam skala yang mudah diterapkan tanpa membutuhkan banyak sumber daya. Dengan langkah kecil namun konsisten, pemahaman dan minat berwirausaha siswa dapat berkembang lebih kuat dan berkelanjutan.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kami menyampaikan terima kasih kepada SMAN 10 Depok sebagai mitra kegiatan yang telah memberikan dukungan penuh dalam pelaksanaan program Pengabdian Mahasiswa Kepada Masyarakat (PMKM). Apresiasi juga diberikan kepada para siswa yang berpartisipasi aktif sehingga kegiatan dapat berjalan dengan efektif. Ucapan terima kasih ditujukan kepada pihak sekolah, guru pendamping, serta rekan mahasiswa yang turut membantu dalam penyusunan materi. Kami juga berterima kasih kepada Universitas Pamulang atas dukungan yang diberikan, serta kepada dosen pembimbing ibu Irenne Putren, S.Pd., M.Pd atas arahan dan bimbingan selama proses kegiatan. Kami berharap kegiatan ini memberi manfaat nyata bagi siswa dan sekolah, serta menjadi langkah

awal bagi program lanjutan untuk semakin memperkuat literasi kewirausahaan



(Gambar 1. Foto Bersama Tim PkM dengan Peserta PkM)



(Gambar 2. Foto Peserta PkM)



(Gambar 3. Foto Kegiatan PkM)



(Gambar 4. Foto Penyampaian Materi oleh Tim Pelaksana)

## REFERENSI

- Andari, I., Hasibuan, A. S., & Aksa, A. F. (2024). Workshop literasi keuangan dan seminar kewirausahaan pada siswa SMK Clarent Kefamenanu. *JUPEMAS* 1–9.
- Oktarina, H., & Aswad, S. H. (2025). Hubungan antara literasi ekonomi dan minat berwirausaha siswa SMA Jayanegara Makassar. *IJER*, 1(2), 5–10.
- Budidharmanto, L. P., Kaihatu, T. S., Agustina, K. E., Purwadi, K. V., & Yahya, E. L. (2023). Peningkatan literasi keuangan pada siswa melalui *Business Model Canvas*. *JKPM*, 6(7), 2669–2679.
- Dai, R. M., & Novel, N. J. A. (2021). Pengaruh *entrepreneurship education* terhadap *financial literacy*. *AdBispreneur*, 6(3), 251–257.
- Ferdian, R., Ihsan, Z., & Fauzi, F. K. D. (2024). Literasi keuangan dan edukasi digital marketing bagi siswa/i SMA Muhammadiyah Sintang sebagai bekal berwirausaha dan berinvestasi di usia muda. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 3(2), 95–102.
- Meliza, J., Nurhayati, N., Rahmadani, R., & Akbar, A. (2022). Pendampingan digitalisasi keuangan untuk penyusunan harga pokok produksi pelaku usaha (mitra) pengrajin tapai singkong dan tapai ketan di Medan Tuntungan. 1(1), 42–50.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). *The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence*. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44
- Sapinah, Rusdianto, & Taskirah, A. (2024). Pengenalan literasi keuangan dalam konteks kewirausahaan pada siswa di SMKN 1 Wajo. *ARRUS* 3(2).