

LITERASI AKUNTANSI UMKM PERTANIAN MELALUI PENDAMPINGAN PERHITUNGAN BIAYA PRODUKSI DAN STRATEGI PENJUALAN HIDROPONIK

Novia Hindayani

Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

novia.hindayani@untirta.ac.id

Abstrak

Usaha hidroponik skala rumah tangga di Desa Pasanggrahan, Kecamatan Pabuaran, Kabupaten Serang, Banten memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, namun masih menghadapi keterbatasan dalam aspek literasi akuntansi dan strategi pemasaran. Permasalahan utama mitra meliputi belum teraturnya pencatatan keuangan usaha, pencampuran keuangan pribadi dengan usaha, penentuan harga jual tanpa perhitungan biaya produksi yang jelas, serta pemasaran yang masih terbatas pada lingkungan sekitar. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku UMKM pertanian dalam menghitung biaya produksi, menentukan harga jual, menganalisis kelayakan usaha, serta merancang strategi pemasaran produk hidroponik. Metode yang digunakan meliputi penyuluhan, pelatihan partisipatif, simulasi usaha, serta pendampingan melalui diskusi kelompok dan konsultasi individual. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada pemahaman peserta terkait pencatatan keuangan, perhitungan harga pokok produksi, analisis titik impas, serta diversifikasi sistem penjualan dalam satuan kilogram, pax, dan paket, termasuk promosi pada kegiatan Car Free Day. Secara keseluruhan, pengabdian ini berhasil memperkuat kemampuan manajerial peserta dalam mengelola usaha hidroponik secara lebih berkelanjutan. Disarankan agar pendampingan dilanjutkan secara periodik serta didukung pembentukan jejaring pemasaran desa dan pemanfaatan teknologi digital sederhana.

Kata kunci: literasi akuntansi; UMKM pertanian; hidroponik; biaya produksi; pemasaran.

Abstract

Household-scale hydroponic enterprises in Pasanggrahan Village, Pabuaran District, Serang Regency, Banten Province have considerable economic potential; however, they remain constrained by limited accounting literacy and marketing capabilities. Key partner problems include unsystematic financial records, the mixing of personal and business finances, pricing decisions made without accurate cost calculations, and restricted market access. This community service program aimed to enhance the capacity of agricultural micro-entrepreneurs to calculate production costs, determine selling prices, analyze business feasibility, and design appropriate marketing strategies for hydroponic products. The methods employed consisted of counseling sessions, participatory training, business simulations, and mentoring through group discussions and individual consultations. The results demonstrate a substantial improvement in participants' understanding of bookkeeping practices, cost calculation, break-even analysis, and sales diversification through kilogram-based, portion-based, and

packaged products, including promotion at Car Free Day events. Overall, the program successfully strengthened participants' managerial skills in sustaining hydroponic businesses. It is recommended that follow-up mentoring be conducted regularly, supported by the establishment of village-level marketing networks and the adoption of simple digital tools for financial recording and promotion.

Keywords: accounting literacy; agricultural MSMEs; hydroponics; production costs; marketing strategies

PENDAHULUAN

Perkembangan pertanian modern berbasis hidroponik semakin banyak diterapkan di wilayah perkotaan maupun pedesaan karena mampu memanfaatkan lahan sempit, menghasilkan produk berkualitas, serta memiliki potensi ekonomi yang cukup menjanjikan. Sistem ini dinilai lebih efisien dibandingkan pertanian konvensional, khususnya dalam penggunaan air dan pengendalian hama (Widodo, 2021). Namun, keberhasilan usaha hidroponik tidak hanya ditentukan oleh aspek teknis budidaya, melainkan juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola keuangan, menghitung biaya produksi, serta menentukan strategi pemasaran yang tepat. Literasi akuntansi pada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terbukti berperan penting dalam menjaga keberlanjutan usaha dan meningkatkan profitabilitas (Yuliana, 2020; Kementerian Koperasi dan UKM, 2022).

Di Desa Pasangrahan, Kecamatan Pabuaran, Kabupaten Serang, Banten, sebagian warga

mulai mengembangkan budidaya sayuran hidroponik seperti pakcoy dan selada dalam skala rumah tangga sebagai upaya menambah pendapatan keluarga. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa praktik pencatatan keuangan usaha masih sangat terbatas, transaksi belum dibukukan secara sistematis, serta keuangan usaha sering kali bercampur dengan pengeluaran rumah tangga. Kondisi tersebut menyebabkan pelaku usaha kesulitan mengetahui besaran keuntungan yang sebenarnya serta tidak mampu menentukan harga jual secara akurat. Selain itu, strategi pemasaran masih mengandalkan penjualan di lingkungan sekitar tanpa pemanfaatan kanal distribusi yang lebih luas, seperti penjualan dalam bentuk paket, sistem langganan, atau promosi pada kegiatan Car Free Day (CFD) yang berpotensi menjangkau konsumen baru. Sejumlah penelitian dan kegiatan pengabdian terdahulu menunjukkan bahwa pendampingan dalam pencatatan keuangan sederhana, perhitungan harga pokok produksi, serta analisis titik impas dapat

membantu UMKM pertanian meningkatkan pengambilan keputusan usaha dan mengurangi risiko kerugian (Nugroho, 2020; Prasetyo, 2019). Kotler dan Keller (2016) menegaskan bahwa strategi pemasaran yang terencana, termasuk diferensiasi produk dan pemilihan saluran distribusi yang tepat, berkontribusi terhadap peningkatan daya saing usaha kecil. Sementara itu, Rangkuti (2017) menekankan pentingnya promosi langsung kepada konsumen sebagai sarana membangun loyalitas pasar lokal. Temuan-temuan tersebut mengindikasikan bahwa integrasi antara literasi akuntansi dan strategi pemasaran merupakan pendekatan yang relevan untuk diterapkan pada usaha hidroponik skala desa.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan meningkatkan literasi akuntansi UMKM pertanian di Desa Pasangrahan melalui pendampingan perhitungan biaya produksi, penentuan harga jual, penyusunan Rencana Anggaran Biaya (RAB), serta analisis Break Even Point (BEP), sekaligus memperkuat kapasitas pemasaran melalui variasi sistem penjualan dalam satuan kilogram, pax, paket, dan promosi berbasis komunitas. Kegiatan ini diharapkan memberikan manfaat berupa meningkatnya kemampuan warga dalam mengelola keuangan usaha secara mandiri,

menentukan strategi harga yang rasional, serta memperluas jangkauan pasar produk hidroponik.

Solusi yang dipilih dalam program ini adalah pendekatan partisipatif melalui pelatihan dan pendampingan langsung, penggunaan modul akuntansi sederhana, simulasi usaha berbasis kondisi riil desa, serta diskusi kelompok untuk merancang strategi pemasaran yang aplikatif. Pendekatan tersebut dipandang paling sesuai dengan karakteristik mitra karena tidak hanya memberikan pemahaman konseptual, tetapi juga mendorong keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Pasangrahan, Kecamatan Pabuaran, Kabupaten Serang, Provinsi Banten, pada periode pelaksanaan Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) tahun 2026. Lokasi tersebut dipilih karena adanya inisiatif warga dalam mengembangkan budidaya hidroponik skala rumah tangga, namun belum diimbangi dengan kemampuan pengelolaan keuangan usaha dan strategi pemasaran yang memadai. Sasaran kegiatan adalah masyarakat desa yang tergabung dalam kelompok tani, pelaku UMKM pertanian, serta warga yang berminat memulai usaha hidroponik, dengan jumlah peserta yang

terlibat secara aktif selama kegiatan berlangsung.

Metode pengabdian dirancang menggunakan pendekatan partisipatif agar peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga terlibat langsung dalam proses pembelajaran. Kegiatan diawali dengan penyuluhan mengenai pentingnya literasi akuntansi bagi keberlanjutan usaha hidroponik, konsep dasar pemasaran, serta pemisahan keuangan usaha dan pribadi. Selanjutnya, dilakukan pelatihan praktik yang berfokus pada perhitungan biaya produksi, penyusunan Rencana Anggaran Biaya (RAB), pencatatan transaksi harian menggunakan buku kas sederhana, serta simulasi penentuan harga jual dan analisis kelayakan usaha. Pada tahap berikutnya, peserta diberikan kesempatan untuk berkonsultasi terkait kondisi usaha masing-masing, termasuk pemilihan sistem penjualan dalam satuan kilogram, pax, paket, serta strategi promosi berbasis komunitas seperti Car Free Day (CFD) dan pemasaran melalui media sosial lokal.

Untuk mendukung kelancaran pelaksanaan, tim pengabdian menyiapkan sejumlah instrumen berupa modul pelatihan tertulis, lembar kerja peserta, tabel simulasi biaya dan pendapatan, contoh format pencatatan keuangan, serta alat bantu visual seperti media presentasi. Prosedur kegiatan

dilaksanakan secara bertahap, dimulai dari pemetaan awal kondisi mitra melalui diskusi dan observasi lapangan, penyampaian materi inti, praktik langsung perhitungan dan pencatatan, hingga evaluasi akhir berupa refleksi bersama dan pengisian angket sederhana guna mengukur peningkatan pemahaman peserta. Pendekatan tersebut dipilih agar hasil pengabdian tidak hanya bersifat transfer pengetahuan, tetapi juga membentuk keterampilan aplikatif yang dapat diterapkan secara berkelanjutan dalam kegiatan usaha hidroponik warga Desa Pasangrahan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Pasangrahan, Kecamatan Pabuaran, Kabupaten Serang, Banten, berlangsung dalam beberapa tahapan yang meliputi penyuluhan awal, pelatihan praktik, simulasi usaha, serta diskusi kelompok. Kegiatan ini diikuti oleh warga yang telah memulai budidaya hidroponik maupun yang masih berada pada tahap perencanaan usaha. Sejak awal kegiatan, peserta menunjukkan keterlibatan aktif, khususnya ketika diminta menghitung biaya produksi berdasarkan kondisi riil instalasi yang dimiliki serta menyusun strategi penjualan yang sesuai dengan karakteristik pasar lokal.



Gambar 1



Gambar 2

Berdasarkan dokumentasi pelaksanaan kegiatan, program literasi akuntansi UMKM pertanian dan strategi pemasaran hidroponik dilaksanakan melalui sesi tatap muka yang melibatkan partisipasi aktif warga Desa Pasanggrahan. Peserta tampak mengikuti kegiatan dengan antusias di ruang pertemuan desa yang kondusif serta didukung oleh fasilitas sederhana namun memadai untuk kegiatan pelatihan. Proses pembelajaran berlangsung melalui pemaparan materi oleh narasumber yang memiliki latar belakang keahlian akuntansi, disertai diskusi dua arah dan latihan langsung menghitung biaya produksi, menentukan harga jual, menyusun Rencana Anggaran Biaya (RAB), serta melakukan pencatatan keuangan usaha

hidroponik secara sederhana. Interaksi intensif selama kegiatan mencerminkan tingginya minat peserta dalam memahami aspek manajerial usaha tani modern, khususnya dalam menjaga keberlanjutan finansial dan memperluas peluang pasar.

Sebelum pelaksanaan kegiatan, sebagian besar peserta belum melakukan pencatatan keuangan secara sistematis. Transaksi pembelian benih, nutrisi, maupun penerimaan hasil penjualan sering kali tercampur dengan pengeluaran rumah tangga sehingga menyulitkan evaluasi kinerja usaha. Penentuan harga jual umumnya hanya mengikuti harga pasar sekitar tanpa memperhitungkan biaya produksi secara rinci. Kondisi tersebut sejalan dengan temuan Yuliana (2020) yang mengungkapkan bahwa rendahnya literasi keuangan menjadi salah satu faktor yang menghambat keberlanjutan UMKM pertanian. Oleh karena itu, intervensi dalam bentuk pelatihan akuntansi sederhana dan simulasi usaha dipandang penting untuk membantu peserta memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai kondisi keuangan usahanya.

Evaluasi terhadap dampak kegiatan dilakukan melalui penyebaran angket sebelum dan sesudah pelatihan, observasi langsung, serta diskusi reflektif bersama peserta. Hasil pengukuran tersebut kemudian dirangkum dalam bentuk persentase tingkat pemahaman

pada beberapa indikator utama, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1
Dampak Sebelum & Sesudah Pelaksanaan

Aspek Evaluasi	Sebelum	Sesudah
Pemahaman Biaya produksi dan harga jual	42%	88%
Pencatatan keuangan usaha	50%	90%
Analisis Laba dan BEP	60%	88%

Sumber : diolah sendiri

Tabel 1 menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada seluruh aspek yang dievaluasi. Peningkatan pemahaman mengenai biaya produksi dan harga jual mengindikasikan bahwa peserta telah mampu mengidentifikasi komponen biaya tetap dan variabel, menghitung biaya per kilogram hasil panen, serta menentukan margin keuntungan yang wajar. Hal ini penting karena kesalahan dalam menetapkan harga dapat menyebabkan kerugian meskipun volume penjualan tinggi, sebagaimana disampaikan Prasetyo (2019) dalam kajian kelayakan usaha pertanian skala kecil.

Aspek pencatatan keuangan mengalami lonjakan terbesar, dari 50% menjadi 90%, yang menunjukkan efektivitas pendekatan praktik langsung menggunakan buku kas sederhana dan lembar kerja transaksi. Peserta mulai memahami pentingnya pemisahan keuangan usaha dan rumah tangga, tidak hanya untuk mengetahui laba, tetapi juga sebagai dasar perencanaan produksi serta

akses terhadap permodalan. Temuan ini selaras dengan Nugroho (2020) yang menegaskan bahwa pencatatan biaya merupakan fondasi utama dalam meningkatkan akuntabilitas UMKM.

Dari sisi pemasaran, peserta juga mengalami perubahan cara pandang terhadap strategi penjualan. Pada awal kegiatan, pemasaran hanya dilakukan secara terbatas pada lingkaran terdekat. Setelah pelatihan, peserta mulai memahami pentingnya diversifikasi produk melalui penjualan per kilogram, pax, dan paket tematik untuk meningkatkan nilai tambah. Promosi melalui Car Free Day (CFD) dinilai strategis karena memungkinkan interaksi langsung dengan konsumen dan pembangunan basis pelanggan melalui pencatatan kontak. Pendekatan ini sejalan dengan teori pemasaran Kotler dan Keller (2016) serta konsep pemasaran UMKM yang dikemukakan Rangkuti (2017).

Dalam sesi simulasi usaha, peserta diajak menghitung investasi awal sebesar Rp745.000 yang mencakup instalasi pipa, pompa air, tandon nutrisi, netpot, nampan semai, rockwool, nutrisi awal, alat ukur TDS, dan timbangan digital. Biaya operasional bulanan diperkirakan sebesar Rp180.000 yang meliputi benih, nutrisi lanjutan, listrik, air, kemasan, penyusutan alat, serta promosi CFD. Dengan asumsi 150 lubang tanam menghasilkan sekitar 20 kg sayuran per

bulan, peserta mempelajari beberapa skenario harga jual dan kombinasi kanal distribusi. Simulasi menunjukkan potensi omzet sebesar Rp490.000 per bulan dengan laba bersih sekitar Rp310.000, sehingga titik impas (break even point) dapat dicapai dalam kurun waktu 2–3 bulan. Perhitungan ini memberikan gambaran konkret mengenai kelayakan finansial usaha hidroponik skala rumah tangga apabila dikelola secara cermat. Walaupun hasil yang diperoleh menunjukkan capaian positif, kegiatan ini memiliki sejumlah keterbatasan. Durasi pendampingan relatif singkat sehingga belum dapat mengamati konsistensi penerapan pencatatan keuangan dalam jangka panjang. Selain itu, variasi kualitas instalasi, jenis tanaman, serta akses pasar di antara peserta berpotensi memengaruhi hasil ekonomi aktual yang diperoleh. Evaluasi yang dilakukan juga masih bersifat jangka pendek, sehingga diperlukan kegiatan lanjutan untuk memonitor dampak nyata terhadap peningkatan pendapatan masyarakat. Secara kritis, hasil pengabdian ini memperlihatkan bahwa integrasi literasi akuntansi dengan strategi pemasaran hidroponik merupakan pendekatan yang relevan dan efektif dalam menjawab permasalahan mitra di Desa Pasanggrahan. Peningkatan pemahaman peserta sebagaimana tercermin dalam Tabel 1

menunjukkan bahwa solusi yang dipilih—melalui penyuluhan, pelatihan partisipatif, simulasi usaha, dan pendampingan—mampu memberikan dampak positif. Di sisi lain, temuan ini membuka peluang pengembangan program lanjutan berupa pendampingan berkelanjutan, pemanfaatan aplikasi pencatatan digital sederhana, serta pembentukan jejaring pemasaran bersama agar skala usaha dapat ditingkatkan secara kolektif.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Pasanggrahan, Kecamatan Pabuaran, Kabupaten Serang, Banten menunjukkan bahwa pendampingan literasi akuntansi yang dipadukan dengan pelatihan strategi pemasaran hidroponik mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan warga dalam mengelola usaha pertanian skala rumah tangga. Peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan mengenai perhitungan biaya produksi, penyusunan Rencana Anggaran Biaya, penentuan harga jual, serta analisis titik impas usaha, tetapi juga mulai memahami pentingnya pencatatan keuangan yang sistematis dan pemisahan antara keuangan usaha dengan rumah tangga. Selain itu, wawasan peserta terhadap strategi penjualan per kilogram, pax, paket tematik, serta promosi berbasis komunitas seperti Car

Free Day turut berkembang, sehingga memberikan gambaran konkret mengenai peluang peningkatan nilai tambah produk hidroponik apabila dikelola secara profesional.

Berdasarkan capaian tersebut, disarankan agar kegiatan serupa dilanjutkan dalam bentuk pendampingan berjangka menengah hingga panjang agar penerapan pencatatan keuangan dan strategi pemasaran dapat berlangsung secara konsisten. Pemerintah desa dan lembaga pendamping diharapkan dapat memfasilitasi pembentukan kelompok usaha hidroponik serta jejaring pemasaran kolektif guna memperluas akses pasar dan menekan biaya produksi. Di sisi lain, pengabdian lanjutan juga dapat diarahkan pada pemanfaatan teknologi digital sederhana untuk pencatatan transaksi dan promosi daring, sehingga keberlanjutan usaha hidroponik masyarakat Desa Pasanggrahan dapat semakin meningkat secara ekonomi dan kelembagaan.

REFERENSI

Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). *Pengembangan*

UMKM sektor pertanian. Jakarta: Kemenkop UKM.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Nugroho, R. (2020). Peningkatan literasi keuangan pada UMKM pertanian melalui pendampingan pencatatan biaya. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 5(2), 45–56.

Prasetyo, A. (2019). Analisis titik impas pada usaha pertanian skala kecil sebagai dasar pengambilan keputusan produksi. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 7(1), 33–42.

Rangkuti, F. (2017). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus bisnis*. Jakarta: Gramedia.

Widodo, S. (2021). Pengembangan hidroponik skala rumah tangga sebagai alternatif pertanian perkotaan. *Jurnal Pertanian Modern*, 3(1), 11–20.

Yuliana, L. (2020). Akuntansi sederhana sebagai alat penguatan UMKM. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(2), 88–9