

Peningkatan Pengetahuan Keuangan Petani dan UMKM melalui Pemasaran dan Analisis Harga Produk

Atika Zarefar^{1*}, Mayla Khoiriyah², Ulfa Afifah³, Nanda Fito Mela⁴

¹Universitas Riau, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, email: atika.zarefar@lecturer.unri.ac.id

¹Universitas Riau, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, email: mayla.khoiriyah@lecturer.unri.ac.id

¹Universitas Riau, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, email: ulfa.afifah@lecturer.unri.ac.id

¹Universitas Riau, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, email: nandafitomela@lecturer.unri.ac.id

*atika.zarefar@lecturer.unri.ac.id

Abstrak

PKM ini dilaksanakan dalam bentuk pendampingan agar pengetahuan dan keterampilan masyarakat meningkat sehingga produksi karet masyarakat dapat dioptimalkan melalui pemasaran dan analisis harga produk. Pengabdian dilakukan di Desa Simpang Ayam, Kabupaten Bengkalis. Hal ini dikarenakan masih belum efektifnya saluran pemasaran dan kurangnya pengetahuan serta keahlian petani dalam menjalankan usaha produk turunan karet yang efektif. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode ceramah penyusunan laporan keuangan dan perhitungan harga produk bagi petani karet. Kegiatan dilakukan dengan memberikan dasar-dasar penyusunan laporan keuangan seperti laporan laba rugi serta klasifikasi biaya yang digunakan dalam menentukan biaya produk dan cara memasarkan produk. Indikator pencapaian dalam kegiatan ini adalah menghasilkan Revenue Generating (RG). Serta peningkatan pengetahuan pada mitra non-produktif

Kata kunci: pendampingan. Laporan keuangan

Abstract

This PKM is carried out in the form of assistance so that community knowledge and skills increase so that community rubber production can be optimised through marketing and product price analysis. The service was carried out in Simpang Ayam Village, Bengkalis Regency. This is because there are still ineffective marketing channels and lack of knowledge and expertise of farmers in running an effective rubber derivative product business. This service activity was carried out using the lecture method on the preparation of financial reports and calculation of product prices for rubber farmers. Activities are carried out by providing the basics of preparing financial statements such as income statements as well as the classification of costs used in determining product costs and how to market products. The indicators of achievement in this activity is to generate Revenue Generating (RG). As well as increased knowledge in non-productive partners.

Keywords: training, financial statement

Article History:

Submitted : 28-09-2023

Accepted : 05-10-2023

Published : 30-09-2023

1. Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara agraris terbesar di dunia. Dengan demikian sektor pertanian berperan penting bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Hal tersebut terbukti dari mayoritas penduduk Indonesia yang hidup dan bekerja pada sektor pertanian. Jika dilihat dari sisi geografis, Indonesia terletak pada daerah tropis sehingga memiliki curah hujan yang tinggi dan tanah yang subur untuk pertanian di keseluruhan wilayahnya. Salah satu komoditas unggulan pertanian Indonesia adalah karet. Secara internasional, Indonesia menempati posisi nomor 2 setelah Thailand sebagai negara dengan produksi karet terbanyak. Budidaya karet terdapat di keseluruhan wilayah. Hal tersebut dikarenakan potensi tanaman ini memiliki prospek bagus baik dari sisi nilai ekonomi maupun cara budidayanya yang tergolong mudah, ditambah lagi keadaan tanah yang mendukung untuk budidaya karet. Produksi karet di Indonesia telah memenuhi 29,8 persen kebutuhan dunia dengan nilai ekspor sebesar 3,9 miliar US Dollar. Dengan produksi total tahunan 3,6 juta ton, karet merupakan salah satu komoditas ekspor utama Indonesia. Sebagian besar karet di Indonesia dikirimkan ke China, Jepang, Amerika Serikat, dan beberapa negara lainnya. 5 provinsi di Indonesia yang menghasilkan karet terbanyak berada di Sumatera Utara, Sumatera Selatan, Riau, Jambi dan Kalimantan Barat. Daerah tersebut memiliki lahan-lahan karet yang sangat luas. Hal ini terjadi karena harga lahan masih mudah dibandingkan pulau Jawa dan kualitas tanah serta iklim yang cocok untuk perkebunan tersebut [1].

Di Provinsi Riau, karet juga memiliki potensi yang sangat bagus khususnya di kabupaten Bengkalis yang merupakan sentra pengembangan komoditas karet. Provinsi Riau menyumbang 330 ribu ha produksi karet dan hampir 80 persen area karet nasional adalah perkebunan rakyat [2] Hal yang menunjukkan potensi besar untuk perekonomian daerah tersebut. Namun, potensi ini masih belum diupayakan secara optimal karena tingkat persaingan yang tinggi dengan produk hortikultura lain, masih rendahnya kualitas karet serta informasi harga dan pasar masih belum secara transparan sampai ke tingkat petani. Secara umum beberapa ciri yang melekat pada pengembangan karet adalah pengolahan yang kurang terencana. Harga karet bervariasi sesuai dengan kualitas karet yang dihasilkan. Salah satu penentu kualitas adalah kadar air, dan berikutnya kebersihan produk karet itu sendiri. Karet yang bersih dari campuran daun dan tanah dihargai lebih mahal.

Jika ditinjau dari sisi ekonomi, tentu pertanian ini sebenarnya dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat, membuka lapangan pekerjaan dan penyerapan tenaga kerja yang pada akhirnya meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah dan nasional. Permasalahan yang terjadi saat ini adalah sebagian besar petani karet belum dapat membuat produk turunan yang memiliki daya saing dari karet, cara pemasaran yang masih konvensional dan analisis usaha yang tidak sesuai dengan ketentuan ilmu akuntansi dan keuangan. Dari segi pemasaran misalnya, cara pemasaran yang dilakukan oleh petani karet menimbulkan margin yang rendah untuk petani. Hal ini terjadi karena banyaknya pihak yang terlibat dalam rantai pemasaran dari petani hingga ke konsumen akhir. Margin pemasaran yang terbentuk pada setiap saluran disebabkan oleh biaya-biaya yang timbul akibat aktivitas pemasaran yang dilakukan serta keuntungan yang diperoleh setiap lembaga pemasaran. Semakin banyak lembaga yang terlibat, semakin besar pula margin pemasarannya dan mengakibatkan tingginya perbedaan harga ditingkat petani dan konsumen. Di samping itu, produk turunan yang merupakan hasil olahan karet masih belum banyak dilakukan. Padahal, karet jika diolah dapat memberikan keuntungan ekonomi yang lebih bagi petani. Namun, permasalahan lain akan muncul ketika adanya produk olahan tersebut. Permasalahan utamanya adalah analisis produk yang harus dilakukan secara tepat agar usaha yang dilakukan oleh petani. Hal ini kemudian, membuat usaha masyarakat yang masih masyarakat tidak berkembang optimal bahkan rentan terhadap kebangkrutan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka harus diberikan solusi-solusi pemecahannya. Oleh karena itu pengabdian ini sangat perlu dilakukan yaitu dengan optimalisasi produksi karet melalui pemasaran berbasis digital dan pelatihan analisis harga produk pada petani karet. Kegiatan pengabdian ini akan dilaksanakan dengan melakukan pemberian seminar literature, praktik pemasaran, memberikan contoh kasus dan praktik analisis harga produk. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat akan dilakukan pada di Desa Simpang Ayam Kabupaten Bengkalis. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan solusi bagi petani karet dan dapat menjadi bekal untuk meningkatkan perekonomiannya.

Sebelum tahun 2013 Desa Simpang Ayam merupakan bagian dari Desa Meskom, Kecamatan Bengkalis. Kemudian pada tanggal 28 November 2013 Desa Simpang Ayam resmi dimekarkan dan menjabat Bapak Safaruddin, SH sebagai Penanggung Jawab sementara Desa Simpang Ayam. Selanjutnya pada tanggal 28 Agustus 2017 dilantik Bapak Mujiono sebagai Kepala Desa definitive Desa Simpang Ayam. Berdasarkan pembentukannya desa Simpang Ayam memiliki luas wilayah 2.200 ha. Perekonomian masyarakat Desa Simpang Ayam mengupayakan pada berbagai sektor usaha dan perkebunan. Namun sektor yang dijadikan sebagai mata pencaharian utama masyarakat adalah sektor perkebunan, dimana sektor perkebunan yang diupayakan di Desa Simpang Ayam meliputi perkebunan karet dan kelapa sawit karena sebagian besar wilayah desa merupakan perkebunan karet dan kelapa sawit atau sekitar 90% dari total luas wilayah desa. Profesi sebagai buruh perkebunan juga banyak digeluti oleh masyakat desa Simpang Ayam yang bekerja di PT Meskom Agro Sarimas, pekerjaan yang dilakukan oleh buruh perkebunan diantaranya proses pembukaan lahan, penanaman, perawatan hingga pemanenan. Potensi Desa Simpang Ayam dilihat berdasarkan komoditas unggulan yang terdapat di desa tersebut, dimana yang menjadi komoditas andalan desa berasal dari sektor perkebunan yaitu perkebunan karet dan kelapa sawit. Dengan dilaksanakannya kegiatan ini diharapkan dapat membatu tercapainya salah satu misi Desa Simpang Ayam tersebut.

1.1. Margin Pemasaran

Dalam melakukan aktivitas ekonomi seperti jual beli, margin merupakan hal yang sangat penting untuk dipertimbangkan. Margin pemasaran adalah selisih harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan yang diterima oleh petani [3]. Pernyataan tersebut dapat dirumuskan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan:

M : Margin Pemasaran

Pr : Harga di tingkat konsumen (Rp)

Pf : Harga di tingkat produsen (Rp)

Margin pemasaran merupakan *cost* dari pihak-pihak yang terlibat dalam aktivitas pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran yang dapat dirumuskan:

$$M = Bp + Kp$$

Keterangan

M : Margin Pemasaran (Rp/kg)

Bp : Biaya Pemasaran (Rp/kg)

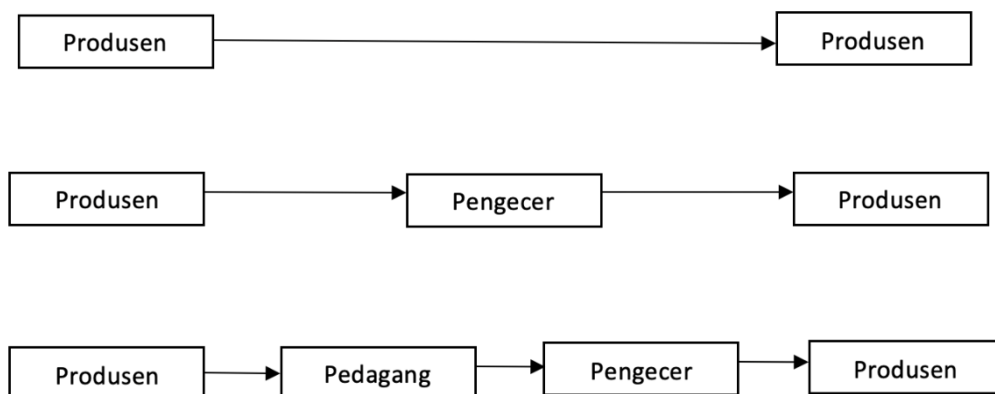
Kp: Keuntungan Pemasaran (Rp/kg)

Dengan demikian margin pemasaran dapat diartikan sebagai jumlah pendapatan (harga) yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan konsumen akhir setelah melewati lembaga pemasaran. Artinya, semakin banyak pihak yang terlibat maka semakin besar margin pemasaran. Hal ini berdasarkan penelitian terdahulu yang menyebutkan bahwa margin pemasaran adalah perbedaan jarak antar kurva permintaan (demand) dan penawaran (supply) tingkat lembaga pemasaran dengan tingkat produsen yang terlibat, atau tingkat pengecer (retail) di pasar persaingan sempurna yang terdiri dari biaya dan keuntungan [4].

1.2. Efisiensi Saluran Pemasaran

Suatu saluran pemasaran disebut efisien adalah ketika memberikan kontribusi (share) yang adil, mulai dari petani, lembaga-lembaga pemasaran, sesuai dengan pengorbanan masing-masing dan konsumen merasa sanggup untuk mengeluarkan biaya untuk kepuasan tersebut [5]. Konsep efisiensi pemasaran pada dasarnya adalah suatu ukuran relative dan dapat berbeda satu sama lainnya. Menurut Apabila rantai pemasaran panjang maka biaya pemasarannya juga akan tinggi, margin pemasaran akan tinggi, dan harga yang harus dibayarkan konsumen juga semakin tinggi serta harga yang diterima produsen akan semakin rendah, sehingga saluran pemasaran tersebut akan semakin tidak efisien [6]. Hal ini tentu saja memberikan arti bahwa saluran pemasaran yang efisien identik dengan saluran pemasaran yang pendek.

Panjangnya saluran dapat diindikasikan dengan jumlah tingkatan perantara dari produsen hingga ke konsumen. Saluran pemasaran dapat dibagi menjadi dua yaitu pemasaran langsung (*direct marketing channel*), tidak mempunyai tingkat perantara; perusahaan menjual langsung kepada konsumen. Saluran adalah saluran pemasaran tidak langsung (*indirect marketing channel*), mengandung satu atau beberapa perantara [6]. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Saluran Pemasaran

1.3. Strategi Pemasaran Pemasaran

Bauran pemasaran merupakan kombinasi antara kegiatan promosi, harga, produk dan sistem distribusi [7]. Dimana semuanya saling terkait satu sama lainnya, sehingga harus diupayakan untuk menghasilkan suatu kebijakan pemasaran yang mengarah kepada layanan efektif. Berikut ini hal yang perlu diperhatikan dalam pemasaran:

1. Atribut produk

Merupakan hal yang perlu diperhatikan adalah peningkatan kualitas produk dan fitur produk.

2. Pemberian Merek (Branding)

Mereka sangat penting bagi suatu produk. Konsumen cenderung membeli produk dengan merek yang sudah baik citranya.

3. Strategi Harga Harga

Konsumen cenderung membeli barang pada harga yang bersaing. Pada umumnya harga juga menentukan kualitas, semakin bagus kualitas suatu produk maka akan meningkatkan harga produk tersebut.

4. Strategi Promosi

Promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran yang berupa aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

5. Strategi distribusi

Distribusi mengacu pada jalur yang dilalui oleh arus barang dari produsen ke perantara dan sampai kepada konsumen. Distribusi merupakan kegiatan yang sangat penting dalam pemasaran karena dengan distribusi yang efektif barang akan cepat dipasarkan dan dibeli dan dikonsumsi oleh konsumen.

1.4. Analisis Harga Pokok Produksi (HPP)

Sederhananya yang dimaksud dengan Harga Pokok Produksi adalah biaya produksi yang harus dikeluarkan perusahaan selama menghasilkan suatu produk pada periode tertentu. Komponennya terdiri dari biaya pengadaan bahan baku, alat produksi, bahan pendukung produksi dan lain sebagainya. Tujuannya adalah untuk menentukan harga produk untuk dijual, sehingga dapat memperoleh keuntungan yang diinginkan.

Dalam metode akuntansi, unsur dalam menghitung harga pokok produk ada tiga, yaitu biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead [5].

a. Biaya Bahan Baku Langsung

Biaya bahan baku langsung ini merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk jenis bahan yang berkaitan langsung dengan pembentukan bagian atau integral yang pemakaiannya sangat signifikan dari bahan jadi. Contohnya adalah kayu dalam pembuatan meja, dimana meja yang merupakan produk jadi bagian utamanya adalah kayu

b. Biaya Tenaga Kerja

Merujuk pada pengeluaran untuk karyawan/tenaga kerja dalam proses pembuatan produk. Contohnya gaji dua orang karyawan dalam pembuatan meja.

c. Biaya tidak langsung/ overhead manufaktur

Biaya overhead ini terbagi dua yaitu:

Bahan tidak langsung: dari perlengkapan kantor hingga bagian perbaikan untuk peralatan pabrik.

Tenaga kerja tidak langsung: sumber daya manusia, akuntansi, pembelian, personil pemeliharaan fasilitas, manajemen.

1.5. Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP)

Harga pokok produk didasarkan pada jumlah pekerjaan dalam proses yang diselesaikan. Sebagaimana yang dijelaskan di atas, HPP ini terdiri dari BBL, BTKL, dan biaya overhead. Berikut ini merupakan cara dalam menghitung HPP:

- Barang-barang manufaktur dalam proses
- Ditambah biaya langsung (bahan + tenaga kerja),

- Ditambah overhead produksi
- Kurangi barang yang sedang berlangsung pada tanggal akhir perhitungan.

1.6. Perhitungan Harga Pokok Penjualan

Setelah diketahui Harga pokok produksi, maka langkah selanjutnya adalah menetapkan berapa harga yang harus dijual untuk produk tersebut. Berikut ini adalah cara yang dilakukan untu mengetahui harga pokok penjualannya:

$$\text{Harga Pokok Penjualan} = \text{Persediaan Barang Dagang Awal} + \text{HPP} - \text{Persediaan barang akhir}$$

Mengetahui harga pokok penjualan ini sangat dibutuhkan supaya harga yang ditetapkan dapat mendapatkan keuntungan bagi usaha.

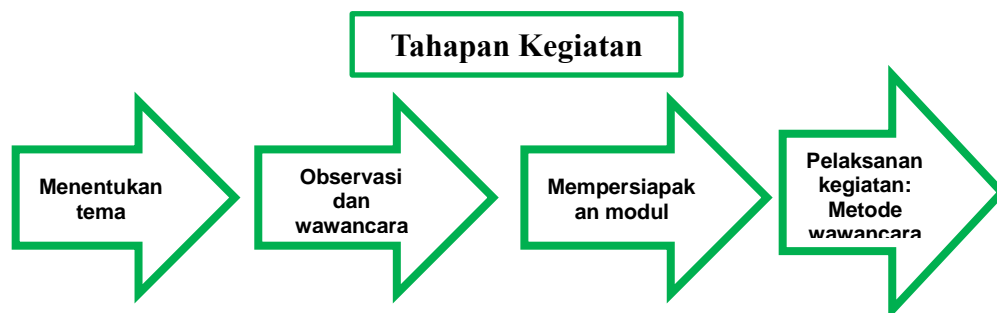
2. Metode

Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan di Desa Simpang Ayam Kabupaten Bengkulu. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan dua metode, yaitu sebagai berikut:

1. Metode ceramah dan diskusi tentang literatur dan peraturan terkait pemasaran serta tentang pelaksanaan teknik pemasaran yang efektif.
2. Pemberian pelatihan analisis harga pokok produk yang dilaksanakan dengan cara memberikan contoh kasus produksi suatu produk yang kemudian dianalisis.

Berikut ini merupakan tahapan yang dilakukan dalam pelaksanaan kegiatan:

1. Penentuan konsep kegiatan. Tim melakukan *brainstorming* dalam menentukan tema kegiatan dengan pertimbangan yang matang, diantaranya mempertimbangkan kebermanfaatan dan kemudahan pelaksanaan kegiatan. Tema yang dipilih adalah “Pendampingan Peningkatan Pengetahuan Dan Keahlian Keuangan Petani dalam Mengoptimalkan Hasil Produksi Karet melalui Pemasaran dan Analisis Harga Produk”.
2. Identifikasi permasalahan yang terjadi pada petani di Desa Simpang Ayam Kabupaten Bengkulu untuk mencocokkan dengan tema kegiatan yang ditentukan. Setelah analisis tema dan permasalahan yang terjadi pada objek, pada tahapan ini dilakukan observasi dan wawancara pendahuluan.
3. Tim menyusun modul yang diperlukan untuk pelatihan, selanjutnya digandakan sejumlah peserta. Modul berisi pengenalan teknik pemasaran dan perhitungan harga produk.
4. Selanjutnya kegiatan pengabdian dilakukan. Pertama, metode ceramah digunakan untuk menyampaikan informasi tentang pemasaran dan penentuan harga produk. Kedua, metode pembelajaran studi kasus dilakukan pada kegiatan ini. Melalui metode ini, peserta diminta mempraktikkan cara pemasaran, perhitungan harga pokok produk dan pencatatan transaksi-transaksi usaha, sehingga di akhir kegiatan ini, peserta mendapatkan gambaran dari materi-materi yang disampaikan dalam ranah praktik.



Gambar 2. Tahapan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Indikator ketercapaian pada kegiatan ini adalah Mitra produktif dan mitra yang belum produktif namun berminat menjadi wirausaha dengan indicator sebagai berikut: Peningkatan dalam bidang, kemampuan manajemen, dan keuntungan, produk terstandarisasi BPOM/Sertifikasi Halal/SNI, berpotensi menghasilkan Revenue Generating (RG), serta terjadinya peningkatan pengetahuan pada Mitra non produktif.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dimulai dengan survey ke Desa Simpang Ayam. Survey dilakukan dengan menemui Kepala Desa dan Sekretaris Desa dengan menyampaikan tujuan kegiatan ini. Kepala Desa sangat mendukung terwujudnya kegiatan ini karena masyarakat di Desa Simpang Ayam belum sepenuhnya memahami tentang pengelolaan keuangan dan bagaimana cara memasarkan produk mereka dengan baik. Selain itu, Kepala Desa berharap agar kegiatan ini dilakukan secara berkelanjutan agar memberikan dampak positif jangka panjang terhadap masyarakat setempat.



Gambar 3. Sesi Penyampaian Materi

Kegiatan dilanjutkan dengan memberikan pendampingan kepada masyarakat. Pendampingan diawali dengan memberikan materi tentang literasi keuangan, pengelolaan keuangan sederhana untuk rumah tangga, analisis produk dan pemasaran produk. Materi yang disampaikan mengacu pada teori-teori keuangan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Pendampingan dilakukan oleh Dosen Fakultas Ekonomi, Universitas Riau.

Kegiatan ini dihadiri oleh 36 orang peserta yang Sebagian besar merupakan petani karet. Selain itu, masyarakat juga memiliki usaha lain seperti kerupuk olahan ikan, lempuk dan kue kering. Sebelum penyampaian materi, Kepala Desa menjelaskan bahwa masyarakat mulai beralih dari usaha karet ke usaha lain seperti sawit dan durian. Hal ini karena kondisi iklim yang tidak stabil serta harga karet yang fluktuatif sehingga mengakibatkan masyarakat sulit untuk meningkatkan pengasilan.



Gambar 4. Sesi Penyampaian Materi

Pada sesi penyampaian materi literasi keuangan dan pengelolaan keuangan rumah tangga, antusiasme masyarakat Desa Simpang Ayam sangat besar. Hal ini karena masyarakat Desa Simpang Ayam Sebagian besar bekerja sebagai Petani Karet sehingga pendapatan mereka tergantung pada harga karet nasional. Ketika harga karet meningkat, maka pendapatan masyarakat semakin besar. Sebaliknya, ketika harga karet menurun, pendapatan masyarakat menurun, sehingga, mereka perlu melakukan pengelolaan keuangan yang baik untuk menghadapi kondisi perekonomian yang tidak pasti. Selain itu, perubahan iklim global juga mempengaruhi kondisi ekonomi masyarakat. Ketika musim hujan terjadi terus menerus, masyarakat tidak bisa menyadap karet sehingga tidak memiliki pendapatan tetap setiap bulannya.

Pada sesi penyampaian materi analisis harga produk dan pemasaran, antusiasme masyarakat sangat tinggi. Hasil pendapatan perkebunan karet yang tidak tetap mengakibatkan masyarakat harus mencari usaha sampingan untuk memenuhi kebutuhannya. Diantara produk yang dihasilkan adalah kerupuk olahan ikan, kue kering dan lempuk. Produk-produk ini memiliki kualitas baik tetap masyarakat kesulitan untuk memasarkannya. Dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, masyarakat mendapat inspirasi tentang bagaimana membuat packaging yang menarik, memasarkan produk serta menganalisis kembali harga produk yang telah dihitung sebelumnya.



Gambar 5. Kerupuk Olahan Ikan

Gambar 3 merupakan salah satu produk yang dihasilkan oleh masyarakat yang telah dipasarkan hingga ke luar kota. Pemilik usaha kerupuk tersebut memiliki kendala dalam menentukan harga, karena rendahnya daya beli masyarakat di dalam Kabupaten Bengkalis. Tim pengabdian menganalisis kembali harga produk yang dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 1. Perhitungan Biaya Produk

No	Biaya	Jumlah
1	Bahan baku:	
	Singkong	Rp16.000/kg
	Ikan Tenggiri	Rp16.000/250gr
	Garam	Rp7.000/kg
2	Tenaga kerja:	0
3	Biaya lainnya:	
	Plastik Packaging	Rp13.000/200 gram
	Biaya Bahan Baku per kg	Rp36.000

Kerupuk olahan ikan dijual seharga Rp45.000/kg dengan biaya produksi Rp36.000/kg. Penjual merasa kesulitan untuk menaikkan harga produk karena rendahnya daya beli masyarakat. Tim pengabdian menyarankan agar penjual mengubah packaging menjadi lebih menarik dan mengurangi berat bersih produk per paket yang dijual. Dengan begitu, penjual bisa mendapat untung lebih besar. Selain itu, penjual juga disarankan untuk membedakan packaging antar pembeli di dalam kabupaten dan di luar kabupaten. Hal ini karena, pembeli di luar kabupaten memiliki daya beli yang tinggi jika produk tersebut berkualitas. Sehingga, harga yang ditawarkan juga bisa lebih tinggi. Untuk

meningkatkan kepercayaan konsumen, penjual disarankan memiliki sertifikat halal dan Nomor Pangan Produksi IRT. Sehingga, pembeli lebih percaya terhadap produk yang akan dibeli.

Peningkatan kemampuan keuangan dan pemasaran ini sangat perlu untuk dilakukan. Peningkatan kemampuan dalam memasarkan produk diharapkan dapat mengatasi permasalahan-permasalahan yang dihadapi masyarakat terutama dalam pengentasan kemiskinan [8]. Lebih lanjut, bahwa dalam menganalisis harga produk, pengusaha juga harus memahami komponen apa yang harus dimasukkan sehingga meningkatkan kemampuan pemasaran produk ke pasar yang lebih luas [9]

4. Kesimpulan

Sebagian besar masyarakat Desa Simpang Ayam Kabupaten Bengkalis merupakan petani karet. Namun, pada saat ini karet memiliki harga yang fluktuatif dan terkena dampak dari pemanasan global. Oleh karena itu, masyarakat harus mencari usaha sampingan yang dapat mendukung perekonomian rumah tangga. Masyarakat sudah mulai beralih ke usaha lain seperti usaha kerupuk olahan ikan, kue kering dan lempuk. Tetapi, memiliki hambatan dalam menentukan biaya produk dan memasarkan produk.

Hal tersebut mendorong tim pengabdian untuk memberikan pengetahuan tentang pengelolaan keuangan, analisis harga produk dan pemasaran. Pada saat kegiatan ini dilakukan, masyarakat sangat antusias dan aktif bertanya terutama terkait pemasaran produk. Masyarakat mendapat gambaran baru bahwa dalam memasarkan produk harus memperhatikan kondisi segmen pasar dan menghitung kembali biaya produk sehingga dapat menentukan harga yang tepat.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih bisa disampaikan kepada LPPM Universitas Riau yang telah memberikan dana pengabdian sehingga PkM ini dapat berjalan dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Desa Simpang Ayam Kabupaten Bengkalis yang telah memberikan kesempatan kepada tim untuk melakukan kegiatan PkM ini.

Daftar Pustaka

- [1] Administrator, "Portal Informasi Indonesia," 30 09 2022. [Online]. Available: <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/6011/tarik-ulur-harga-karet?lang=1>. [Accessed 02 2023].
- [2] H. Fathina, "Market Bisnis," 23 09 2022. [Online]. Available: <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/6011/tarik-ulur-harga-karet?lang=1>. [Accessed 02 2023].
- [3] M. & J. T. Arbi, "Analisis Saluran dan Tingkat Efisiensi Pemasaran," 2018.
- [4] A. B. Sofanudin, "Analisis Saluran PemasaranCabai Rawit," *Jurnal Ilmial Ilmu-Ilmu Pertanian*, 2018.
- [5] C. D. S. R. M. Horngren, *Cost Accounting; A Managerial Emphasis* 16ed, Pearson, 2016.
- [6] K. N. R. B. Karlina, "Analisis Efisiensi dan Faktor yang Memengaruhi Pilihan Saluran Pemasaran," *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2018.
- [7] B. & H. T. H. Dharmmesta, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPFE, 2012.
- [8] Y. A. S. A. Z. F. F. S. Wulandari, "Peningkatan Pengetahuan Keterampilan Pelaku UMKM Perikanan melalui Sosialisasi Manajemen dan Pemasaran," *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat*, 2023.
- [9] D. N. M. L. I. Yunita, "Pendampingan Usaha Rumah Tangga Produk Lokal Khas Aceh Asam Belimbing Sunti untuk Meningkatkan Mutu Harga Jualnya," *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat*, 2022.

- [10] Winandi, "Konsep Pemasaran Agribisnis: Pendekatan Ekonomi dan Manajemen," *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 2017.