ABDI KARYA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Volume. 3, Nomor. 2, Agustus 2026
E-ISSN .: 3032-7733 ; P-ISSN .: 3046-529X, Hal 16-23
DOI: https://doi.org/10.69697/abdikarya.v3i2.421
Tersedia: https://journal.aksibukartini.ac.id/index.php/AbdiKarya

Pelatihan Strategi Penetapan Harga Produk Ekonomi Kreatif dalam Mendukung Pengembangan Usaha Berkelanjutan

Training on Pricing Strategies for Creative Economy Products to Support Sustainable Business Development

Romadhona Chusna Tsani [1*], Edi Suwasana [2], Nurul Ivany [3]
[1-3] Program Studi Desain Mode, Akademi Kesejahteraan Sosial Ibu Kartini Semarang, Indonesia

**Penulis Korespondensi : romadhona@aksibukartini.ac.id*

Riwayat Artikel:
Naskah Masuk: 12 Juni 2026;
Revisi: 18 Juli 2026;
Diterima: 15 Agustus 2026;
Terbit: 19 Agustus 2026.

Keywords: *Community Empowerment; Cost Goods Manufactured; Creative Economy; Pricing Strategy; Profit Margin.*

Abstract: *Mangunsari Village, Gunungpati District, Semarang City, has considerable potential for the development of the creative economy. However, the local community still faces challenges in determining appropriate selling prices due to limited understanding of production cost calculation, Cost of Goods Manufactured (COGM), profit margins, and pricing strategies. This community service program aimed to enhance the community's knowledge and skills in determining selling prices for creative economy products through pricing strategy training. The methods employed included lectures, discussions, practical exercises on calculating production costs and Cost of Goods Manufactured (COGM), simulations of profit margin determination, and mentoring in setting product selling prices. The program was evaluated through observation, question-and-answer sessions, and participant satisfaction questionnaires. The results indicated that the training was successfully implemented, as reflected by the high level of participant engagement, improved understanding of production costs, Cost of Goods Manufactured (COGM), profit margins, and pricing strategies, as well as a high level of participant satisfaction with the training. Overall, the program effectively improved the community's knowledge and readiness to develop appropriate pricing strategies, thereby supporting the growth of more competitive and sustainable creative economy enterprises.*

Abstrak

Kelurahan Mangunsari, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang memiliki potensi dalam pengembangan ekonomi kreatif, namun masyarakat masih mengalami kendala dalam menentukan harga jual produk karena belum memahami perhitungan biaya produksi, Harga Pokok Produksi (HPP), margin keuntungan, dan strategi penetapan harga. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam menetapkan harga jual produk ekonomi kreatif melalui pelatihan strategi penetapan harga. Metode yang digunakan meliputi penyampaian materi, diskusi, praktik perhitungan biaya produksi dan HPP, simulasi penentuan margin keuntungan, serta pendampingan dalam menentukan harga jual. Evaluasi dilakukan melalui observasi, tanya jawab, dan angket kepuasan peserta. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan berjalan dengan baik, ditandai dengan tingginya partisipasi peserta, meningkatnya pemahaman mengenai biaya produksi, HPP, margin keuntungan, dan strategi penetapan harga, serta tingginya tingkat kepuasan terhadap pelaksanaan pelatihan. Kegiatan ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan kesiapan masyarakat dalam menyusun strategi penetapan harga sehingga dapat mendukung pengembangan usaha ekonomi kreatif yang lebih kompetitif dan berkelanjutan.

Kata Kunci : Ekonomi Kreatif; Penetapan Harga; Harga Pokok Produksi; Margin Keuntungan; Pemberdayaan Masyarakat.

1. PENDAHULUAN

Kelurahan Mangunsari, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang merupakan wilayah yang memiliki potensi masyarakat produktif dalam mengembangkan berbagai usaha ekonomi

kreatif berbasis keterampilan dan pemanfaatan bahan yang mudah diperoleh di lingkungan sekitar. Ekonomi kreatif menurut(Kediri et al., 2026) Aktivitas ekonomi yang menghasilkan nilai tambah dengan mengandalkan kreativitas pelaku usaha serta berperan dalam mendorong pembangunan ekonomi daerah. Selain menghasilkan produk yang bernilai ekonomi, ekonomi kreatif juga menekankan pentingnya kekayaan intelektual sebagai faktor yang mendukung daya saing produk kreatif (Pembangunan et al., 2020).

Dalam upaya menumbuhkan ekonomi masyarakat daerah, berbagai kegiatan diselenggaran. Salah satu bentuk kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dikembangkan adalah pelatihan pembuatan produk kreatif berbahan dasar tutup botol bekas sebagai media permainan (dolanan anak). Kegiatan ini merupakan upaya meningkatkan kreativitas masyarakat sekaligus mendukung pengelolaan limbah menjadi produk yang memiliki nilai guna dan nilai jual. Menurut (Kusuma et al., 2020) kontribusi berbagai subsektor industri kreatif dalam menghasilkan nilai tambah ekonomi, membuka lapangan pekerjaan, dan meningkatkan ekspor nasional. Selain itu adanya pelatihan mengenai ekonomi kreatif dapat Mengembangkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat untuk mendukung pengembangan usaha ekonomi kreatif (Susanti & Suryani, 2023). Hal tersebut sejalan dengan permohonan narasumber yang diajukan oleh Kelurahan Mangunsari untuk kegiatan pelatihan kreativitas dolanan anak berbahan dasar tutup botol.

Namun demikian, hasil observasi dan diskusi dengan perangkat kelurahan menunjukkan bahwa masyarakat masih menghadapi kendala dalam mengembangkan produk kreatif menjadi produk ekonomi yang mampu bersaing di pasar. Permasalahan yang paling dominan bukan hanya pada aspek produksi, tetapi juga pada kemampuan menentukan harga jual yang sesuai. Sebagian besar pelaku usaha masih menetapkan harga berdasarkan perkiraan tanpa memperhitungkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya operasional, nilai tambah produk, maupun keuntungan yang diharapkan. Menurut (Purwanto & Watini, 2020) Penentuan harga jual yang tepat sangat penting untuk memastikan produk mampu memberikan keuntungan yang optimal serta memiliki daya saing di pasar. Penentuan harga jual adalah upaya menetapkan harga produk berdasarkan perhitungan biaya dan nilai ekonomi produk untuk memperoleh keuntungan yang optimal serta memenuhi kebutuhan pasar(Marisya, 2022).

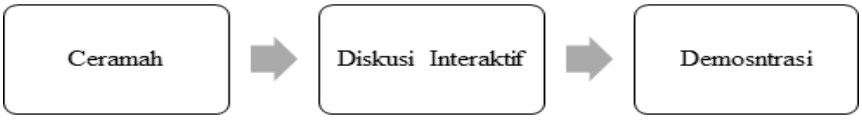
Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang penentuan harga jual menyebabkan harga produk sering kali terlalu rendah sehingga keuntungan yang diperoleh belum optimal, atau justru terlalu tinggi sehingga mengurangi daya saing produk. Selain itu, masyarakat belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai strategi penetapan harga yang mempertimbangkan kondisi pasar, karakteristik konsumen, serta posisi produk dibandingkan

dengan produk sejenis. Padahal, kemampuan menentukan harga merupakan salah satu faktor penting dalam keberlanjutan usaha ekonomi kreatif, karena harga yang tepat akan memengaruhi keputusan pembelian konsumen, keuntungan usaha, serta keberlangsungan produksi. Pengetahuan masyarakat tentang penentuan harga jual sangat penting, hal ini juga sesuai dengan (Penerapan et al., 2019) Pemahaman tentang penentuan harga jual diperlukan agar pelaku usaha mampu menetapkan harga yang sesuai dengan biaya produksi dan keuntungan yang diharapkan sehingga usaha dapat berkembang secara berkelanjutan.

Berdasarkan kondisi tersebut, tim pengabdian Akademi Kesejahteraan Sosial (AKS) Ibu Kartini Semarang melaksanakan kegiatan Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Strategi Penetapan Harga Produk Ekonomi Kreatif sebagai tindak lanjut dari kebutuhan masyarakat.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif (participatory approach) yang menempatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam proses pembelajaran. Menurut (Firdausi & Yuliani, 2020) Pendekatan partisipatif adalah metode yang mengutamakan keterlibatan aktif masyarakat dalam setiap tahapan kegiatan, sehingga peserta tidak hanya menerima informasi, tetapi juga berperan dalam proses pembelajaran dan penerapan hasil kegiatan. Metode partisipatif dilaksanakan dengan memberikan kesempatan kepada peserta untuk berpartisipasi secara aktif dalam proses pembelajaran dan pemecahan masalah sehingga kegiatan yang dilaksanakan menjadi lebih efektif dan tepat sasaran (Yang et al., 2020). Pendekatan ini dipilih agar peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan secara teoritis, tetapi juga mampu mengaplikasikan strategi penetapan harga dalam rencana usaha yang akan dijalankan. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa metode sebagai berikut. Adapun gambaran metode pelaksanaan dijelaskan pada gambar 1



Gambar 1. Metode Pelaksanaan.

Metode Ceramah Interaktif

Metode ceramah digunakan untuk memberikan pemahaman dasar mengenai konsep kewirausahaan dan pentingnya strategi penetapan harga dalam usaha ekonomi kreatif. Menurut

(Nahdi et al., 2020), metode ceramah yaitu metode penyampaian materi secara lisan yang digunakan untuk memberikan pemahaman konseptual kepada peserta secara sistematis dan terstruktur mengenai materi yang disampaikan. Materi yang disampaikan meliputi pengertian harga jual, komponen biaya produksi, perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), penentuan margin keuntungan, serta strategi penetapan harga berdasarkan kondisi pasar dan karakteristik produk. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif sehingga peserta dapat berdiskusi dan mengemukakan permasalahan yang dihadapi. Metode ceramah menurut (Sukesi et al., 2020) berfungsi untuk memberikan edukasi kepada masyarakat melalui pengetahuan secara sistematis.

Metode Diskusi Interaktif

Setelah penyampaian materi, peserta diajak berdiskusi mengenai peluang usaha ekonomi kreatif yang sesuai dengan potensi yang dimiliki. Diskusi juga membahas berbagai kendala yang mungkin dihadapi oleh calon pelaku usaha, terutama dalam menentukan harga jual produk. Menurut (Ramadhani & Salwa, 2023) Metode diskusi interaktif merupakan metode pembelajaran yang melibatkan partisipasi aktif peserta melalui komunikasi dua arah untuk memperdalam pemahaman materi dan menyelesaikan permasalahan yang dibahas. Tujuan metode diskusi interaktif menurut (Tallo et al., 2025) yaitu meningkatkan partisipasi aktif peserta dalam proses pembelajaran dan pemecahan masalah melalui komunikasi dua arah, sehingga tercipta pemahaman bersama dan solusi yang sesuai dengan kebutuhan peserta. Melalui sesi tanya jawab, peserta memperoleh solusi praktis yang dapat diterapkan ketika memulai usaha.

Metode Demonstrasi

Menurut (Fretes et al., 2025) Metode demonstrasi adalah metode penyampaian materi melalui peragaan secara langsung untuk memudahkan peserta memahami dan mempraktikkan suatu konsep atau keterampilan. Metode demonstrasi bertujuan memudahkan peserta dalam memahami dan menerapkan suatu materi atau keterampilan melalui pengamatan langsung terhadap tahapan pelaksanaannya (Boel et al., 2021). Metode demonstrasi digunakan dalam kegiatan pengabdian ini yaitu dengan memperlihatkan langkah-langkah menghitung biaya produksi, menyusun Harga Pokok Produksi (HPP), menentukan margin keuntungan, dan menetapkan harga jual produk. Selanjutnya, peserta mengikuti simulasi dengan menggunakan contoh produk ekonomi kreatif sederhana sehingga dapat memahami proses penetapan harga secara sistematis.

3. PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan di Aula Kelurahan Mangunsari, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang. Kegiatan ini diikuti oleh masyarakat yang memiliki minat untuk memulai usaha ekonomi kreatif, terdiri atas ibu rumah tangga, pemuda, dan masyarakat usia produktif. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan pembukaan oleh pihak Kelurahan Mangunsari, dilanjutkan dengan penyampaian tujuan kegiatan oleh tim pengabdian dari Akademi Kesejahteraan Sosial (AKS) Ibu Kartini Semarang.

Materi pelatihan difokuskan pada strategi penetapan harga sebagai salah satu aspek penting dalam memulai usaha. Materi yang diberikan meliputi konsep dasar kewirausahaan, identifikasi biaya produksi, perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), penentuan margin keuntungan, serta strategi penetapan harga berdasarkan kondisi pasar. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif sehingga peserta dapat berdiskusi mengenai rencana usaha yang akan dikembangkan serta berbagai kendala yang mungkin dihadapi.

Setelah penyampaian materi, peserta mengikuti sesi praktik menghitung biaya produksi dan menentukan harga jual berdasarkan contoh produk ekonomi kreatif maupun ide usaha yang dimiliki masing-masing. Tim pengabdian memberikan pendampingan secara langsung agar peserta mampu mengidentifikasi seluruh komponen biaya, menghitung HPP secara sederhana, menentukan persentase keuntungan, serta menetapkan harga jual yang layak dan kompetitif.

Pelaksanaan kegiatan berlangsung dengan antusias. Peserta aktif mengajukan pertanyaan mengenai cara menentukan keuntungan yang sesuai, membedakan biaya tetap dan biaya variabel, serta strategi menentukan harga ketika menghadapi persaingan pasar. Melalui diskusi tersebut, peserta memperoleh pemahaman bahwa harga jual tidak hanya ditentukan berdasarkan perkiraan, tetapi harus dihitung secara sistematis agar usaha yang dirintis mampu memberikan keuntungan dan berkelanjutan. Kegiatan pelatihan dapat dilihat pada gambar 2 sebagai berikut

Gambar 2. Pelatihan Strategi Penetapan Harga Produk Ekonomi Kreatif dalam Mendukung Pengembangan Usaha Berkelanjutan.

Evaluasi kinerja dilakukan untuk menilai efektivitas pelaksanaan kegiatan pengabdian serta tingkat ketercapaian tujuan yang telah ditetapkan. Evaluasi dilaksanakan melalui pengamatan langsung terhadap proses pelatihan.

Aspek yang dievaluasi pada kegiatan Pelatihan Strategi Penetapan Harga Produk Ekonomi Kreatif bagi Masyarakat yang akan Memulai Usaha Baru, aspek keberhasilan pelatihan sebaiknya tidak hanya menilai kehadiran peserta, tetapi juga peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kesiapan berwirausaha. Berikut aspek yang dapat digunakan dalam laporan pengabdian. Aspek penilaian dapat dijelaskan pada tabel 1 :

Tabel 1. Aspek Penilaian.

No	Aspek Penilaian	Metode Penilaian	Hasil
1.	Kehadiran dan Partisipasi	Daftar hadir dan observasi	Peserta mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dan aktif dalam diskusi
2.	Pemahaman Materi	Tanya Jawab	Peserta memahami konsep biaya produksi, HPP, margin keuntungan, dan strategi penetapan harga
3.	Kepuasan Peserta	Angket kepuasan	Peserta merasa materi, metode, dan narasumber sesuai dengan kebutuhan

Berdasarkan hasil penilaian pada Tabel 1, pelatihan berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang diharapkan. Hal ini ditunjukkan oleh tingginya kehadiran dan partisipasi peserta selama kegiatan, meningkatnya pemahaman peserta mengenai konsep biaya produksi, Harga Pokok Produksi (HPP), margin keuntungan, dan strategi penetapan harga, serta tingginya tingkat kepuasan peserta terhadap materi, metode pelatihan, dan narasumber. Secara keseluruhan, pelatihan berhasil meningkatkan pengetahuan dan kesiapan masyarakat Kelurahan Mangunsari untuk memulai usaha ekonomi kreatif.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berupa Pelatihan Strategi Penetapan Harga Produk Ekonomi Kreatif di Kelurahan Mangunsari, Kecamatan Gunungpati telah terlaksana dengan baik sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Pelatihan ini memberikan pemahaman kepada masyarakat yang akan memulai usaha ekonomi kreatif mengenai pentingnya strategi penetapan harga sebagai salah satu faktor keberhasilan dalam menjalankan usaha. Hal ini juga sesuai dengan pernyataan (Andaiyani et al., 2025) bahwa penentuan harga jual menjadi aspek penting dalam meningkatkan kemampuan pelaku usaha mikro untuk menetapkan harga yang sesuai dengan biaya produksi dan nilai produk. Materi yang diberikan meliputi konsep biaya produksi, perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), penentuan margin keuntungan, dan strategi penetapan harga yang kompetitif sesuai dengan kondisi pasar.

Berdasarkan hasil evaluasi, pelatihan menunjukkan hasil yang positif. Peserta mengikuti kegiatan dengan antusias, aktif dalam diskusi, memahami materi yang diberikan, serta memberikan tanggapan positif terhadap metode pelatihan dan narasumber. Kegiatan ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan kesiapan masyarakat dalam menyusun strategi penetapan harga sebagai bekal untuk memulai usaha ekonomi kreatif secara lebih terencana, kompetitif, dan berkelanjutan

DAFTAR REFERENSI

Andaiyani, S., Marwa, T., Sani, K., & Nida, R. (2025). *Pelatihan Penguatan Strategi Penetapan Harga dan Keuangan Mikro pada Usaha KGS Craft dalam Merespon Volatilitas Ekonomi Moneter*. *December*.

Boel, T., Zulkarnain, M., Nasution, R. O., & Nainggolan, L. I. (2021). *Improving oral and dental health through counseling , video and phantom demonstration during the Covid-19 pandemic to the Medan Belawan community*. *6*(1), 74–80.

Firdausi, I. A., & Yuliani, H. (2020). *KABUPATEN SERANG*. *3*(3), 405–415.

Fretes, F. De, Riska, M., Rayanti, R. E., Patula, D. L., & Sarwoko, N. T. (2025). *PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM PENCEGAHAN DANPENANGANAN DBD BERBASIS EDUKASI DAN DEMONSTRASI OVITRAP (Community Empowerment in the Prevention and Management of DHF Through Education and Ovitrap Demonstration)*. *7*, 266–276. https://doi.org/10.36086/abdikemas.v7i2.3702

Kediri, K. U. N. P., Islam, U., Zahro, Z., & Ladona, F. (2026). *Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Masyarakat Tinalan melalui Olahan Minyak Jelantah menjadi Lilin oleh*. 109–119.

Kusuma, A., Ichsan, N., & Vergia, V. (2020). *Mampukah Industri Kreatif Mengatasi Kejenuhan Pertumbuhan Ekonomi Nasional ?* *9*(2), 175–188.

Marisya, F. (2022). *Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Untuk Menentukan Harga Jual Pada UMKM Tempe Pak Rasman Oku Selatan*. *7*, 141–152.

Nahdi, D. S., Rasyid, A., Cahyaningsih, U., & Majalengka, U. (2020). *BERNAS : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MENINGKATKAN KOMPETENSI PROFESIONAL GURU MELALUI PENGEMBANGAN MEDIA PEMBELAJARAN BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI*. *1*(2), 76–81.

Pembangunan, J., Indonesia, H., Studi, P., Ilmu, M., Hukum, F., & Diponegoro, U. (2020). *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia Volume 2, Nomor 2, Tahun 2020 Program Studi Magister Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Diponegoro*. *2*, 205–221.

Penerapan, A., Full, M., Dalam, C., Harga, P., Produksi, P., & Jual, P. H. (2019). *Analisis penerapan metode full costing dalam perhitungan harga pokok produksi untuk penetapan harga jual*. *7*(1).

Purwanto, E., & Watini, S. S. (2020). *ANALISIS HARGA POKOK PRODUKSI MENGGUNAKAN METODE FULL COSTING DALAM PENETAPAN HARGA JUAL (STUDI KASUS UNIT USAHA REGAR FRUIT)*.

Ramadhani, A., & Salwa, P. (2023). *Implementasi Metode Interaktif Berbasis Focus group*

discussion dalam Manajemen Pembelajaran Kelas IV di MI Wahid Hasyim III Kabupaten Malang pada Mata Pelajaran IPAS. *3*(1), 36–44.

Sukesi, T. W., Maurizka, I. R., Pratiwi, R. D., & Kahar, M. V. (2020). *Peningkatan pengetahuan rumah sehat dengan metode ceramah dan leaflet di Dusun Modalan*. *4*(2), 183–190.

Susanti, E., & Suryani, P. (2023). *Handicraft Creative Economy Entrepreneurship Training (Perca Batik) in Tuah Karya Village , Pekanbaru City Pelatihan Kewirausahaan Ekonomi Kreatif Kerajinan Tangan (Perca Batik) di Kelurahan Tuah Karya Kota Pekanbaru*. *1*, 53–59.

Tallo, K., Makassar, K., Meliyana, S. M., Ahmar, A. S., Rahman, A., & Musa, H. (2025). *Optimalisasi Partisipasi Masyarakat Melalui Focus Group Discussion (FGD) dalam Program Kampung Bersih Nusantara di Kelurahan*. *5*(2).

Yang, D., Dan, E., Di, E., Sejaro, D., Adriani, D., Sjarkowie, F., & Minha, A. (2020). *PELATIHAN PERENCANAAN PARTISIPATIF BAGI*. *3*(1), 37–44.