



UPAYA PENGEMBANGAN UMKM DALAM PENINGKATAN OMSET PADA UMKM

“CITRA RASA CAKE & SNACK” DESA KALIGELANG KECAMATAN TAMAN

KABUPATEN PEMALANG

Tri Handayani¹, Eli Erfandi², Dian Murdianingsih³, Noor Rosyadi⁴, Rifqi Naufal

Faarist⁵

¹⁴⁵Program Studi Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Adias Pemalang

²³Program Studi Akuntansi, Institut Teknologi dan Bisnis Adias Pemalang

Penulis korespondensi : trihandayani94@gmail.com

ABSTRAK

Kewirausahaan sebagai proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan menerapkan visi. Visi dapat berupa ide inovatif, peluang, atau cara yang lebih baik dalam melakukan sesuatu. Hasil akhir dari proses ini adalah bisnis baru yang tercipta dibawah kondisi risiko atau ketidakpastian. Dalam bisnis penjualan diperlukan ide yang tepat dan handal agar semuanya terkelola dengan baik. Tahapan penjualan barang sangat bergantung pada ide kreatif yang diterapkan oleh perusahaan. Iklan sangatt bagi pengusaha atau perusahaan di bidang industry barang atau jasa untuk menarik pelanggan.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Promosi

PENDAHULUAN

Strategi pengembangan di sektor industri menjadi tumpuan sebuah negara guna mengembangkan tingkat perekonomian di negaranya. Kebijakan sektor industri yang kondusif dapat menciptakan efek lebih seperti adanya akumulasi modal, nilai lebih dan yang terpenting adalah dapat menyerap tenaga kerja yang akan mengurangi tingkat pengangguran. Di Indonesia posisi (UMKM) sudah sekian lama terakui sebagai sektor usaha paling penting, karena berbagai peranannya yang nyata dalam perekonomian. UMKM sebagai penggerak perekonomian kerakyatan, merupakan pondasi utama ekonomi sosialis.

Chaniago (1998) memberikan pendapat tentang omset penjualan adalah

keseluruhan jumlah pendapatan yang di hasilkan dari penjualan barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu. Swastha (1993) memberikan pengertian omset penjualan adalah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan selama juru waktu tertentu secara terus menerus atau dala satu proses akuntansi. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa omzet penjualan merupakan total keseluruhan penjualan barang/jasa dalam waktu tertentu, yang di tunjukan dengan jumlah uang yang diperoleh.

Menurut Swastha dan Irawan (2000), permintaan pasar dapat diukur dengan volume fisik atau volume rupiah. Menurut pendapat Swastha dan Irawan, untuk mengukur volume penjualan dapat ditempuh dengan dua jalan, adalah didasarkan jumlah

unit produk terjual maupun berdasarkan pada nilai produk telah terjual (omzet penjualan). Volume penjualan diukur didasarkan pada unit produk yang terjual, yaitu jumlah unit penjualan real perusahaan dalam suatu periode tertentu, sedangkan untuk nilai produk yang terjual (omzet penjualan), yaitu jumlah nilai penjualan real dari perusahaan dalam suatu periode tertentu. Dalam observasi ini pengukuran volume penjualan didasarkan pada jumlah unit produk yang telah terjual.

Pada prakteknya, ada faktor-faktor yang dapat mempengaruhinya, diantaranya sebagai berikut (Swastha dan Irawan, 1990):

- a) Kondisi maupun Kemampuan Penjual
- b) Posisi Market
- c) Modal
- d) Posisi Organisasi di Perusahaan
- e) Hal lainnya, diantaranya: Iklan, Pemeran, Bazar, pemberian hadiah, atau hal lain yang mempengaruhi terhadap penjualan.

Citra Rasa Cake & Snack merupakan usaha yang berdiri sejak 6 Desember 2021 yang di Rintis oleh Ibu Mudri'ah. Usaha Citra Rasa Cake & snack ini berada di Desa Kaligelang Kecamatan Taman Pematang. Usaha ini sudah dilengkapi dengan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan juga dilengkapi dengan P-IRT. Produk dari usaha ini terdiri dari 3 jenis produk yaitu Akar kelapa, Pilus wijen dan Bolen, untuk ukuran setiap kemasan yaitu seberat 250gr untuk akar

kelapa dan pilus wijen, sedangkan untuk bolen sendiri memiliki berat 15gr per pcs. Pada awal mendirikan usaha ini, tentunya ada beberapa kendala yang di hadapi oleh usaha Citra Rasa Cake & Snack diantaranya belum adanya identitas Citra Rasa cake & Snack yang dipasang sebagai promosi, belum adanya Sistem promosi yang efektif, pemasaran juga belum maksimal, belum adanya perhitungan harga pokok produk.

Dari beberapa permasalahan yang dihadapi oleh usaha Citra Rasa Cake & Snack. Maka dari itu pada kegiatan KCU ini kami mempunyai gagasan untuk **UPAYA PENGEMBANGAN UMKM DALAM PENINGKATAN OMSET PENJUALAN DI UMKM "CITRA RASA CAKE & SNACK" DESA KALIGELANG KECAMATAN TAMAN KABUPATEN PEMALANG**. Dengan harapan untuk mempelajari bagaimana meningkatkan omset pada UMKM Citra Rasa Cake & Snack

TARGET LUARAN YANG DICAPAI

Target luaran yang dicapai berdasarkan kegiatan pengabdian pada masyarakat adalah :

1. Pelaporan akhir.
2. Capaian Kegiatan yang dapat digunakan UMKM dalam kemitraan dampingan. Berikut adalah hasil dari luaran kegiatan ini sbb :



No	Rumusan Masalah	Solusi	Capaian
1.	Belum memiliki banner	Perlu dibantu dalam menyusun banner usaha	UMKM mendapatkan banner usaha sebagai salah satu media promosi



2.	Belum adanya ijin P-IRT dan Halal	Pengajuan ijin P-IRT dan Halal	UMKM pada produknya sudah ada ijin P-IRT dan Halal sebagai syarat legalitas produk
3.	Belum adanya logo	Pembuatan logo usaha	UMKM Mempunyai logo usaha sebagai identitas usaha
4.	Belum adanya laporan keuangan yang terstruktur	Pembuatan laporan keuangan sederhana	UMKM mempunyai laporan keuangan sederhana

A. Manajemen Usaha

George R. Terry pada buku *Principles of Management* (Sukarna, 2011), menyatakan bahwa *management is the accomplishing of a predeternined obojectives through the efforts of otherpeople* atau manajemen adalah suatu capaian tujuan yang telah ditetapkan melalui atau bersama dengan usaha orang lain.

Fungsi Manajemen Antara Lain :

1. *Planning* (Perencanaan)

merupakan proses menentukan apa yang ingin dicapai pada masa yang akan datang serta menetapkan tahapan-tahapan yang dibutuhkan untuk mencapainya..

2. *Organizing* (Pengorganisasian)

ialah menentukan, pengelompokkan, serta menyusun berbagai kegiatan yang

diperlukan dalam pencapaian tujuan, menempatkan karyawan (pegawai), terhadap kegiatan ini, penyediaan faktor-faktor fisik yang sesuai bagi keperluan kerja dan memerintahkan hubungan wewenang, yang dilimpahkan kepada setiap orang dalam hubungannya dengan pelaksanaan kegiatan yang diharapkan.

3. *Actuating* (Pelaksanaan atau

Penggerakan)

yaitu menumbuhkan serta menggerakan seluruh kelompok supaya bekerja dan melakukan usaha dengan giat guna tercapainya tujuan yang ikhlas dan selaras melalui perencanaan dan kegiatan organisasian dari atasan.

4. *Controlling* (Pengawasan)

kontrol berperan atau berkedudukan sangat penting pada manajemen, dimana



UNIVERSITAS PERWIRA TUBAN INDONESIA

berfungsi menguji, apakah dalam melaksanakan kerja dengan teratur, tertib, terarah atau tidak.

C. Manajemen Pemasaran

Pemasaran menurut William J. Stanton (2012) merupakan semua kegiatan usaha yang digunakan untuk perencanaan, penentu harga, pengiklanan, dan pendistribusian barang maupun jasa yang bisa memenuhi kebutuhan dari konsumen. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa pemasaran biasanya mencakup dari segala segi kehidupan setiap orang maupun kelompok dengan tujuan memenuhi kebutuhan maupun keinginan dengan melakukan penukaran produk maupun penyaluran barang maupun jasa dari produsen ke konsumen. Pemasaran juga digunakan konsumen sebagai pemenuhan kebutuhan, sedangkan untuk perusahaan dapat membantu organisasi memberikan informasi produknya terhadap konsumen agar tau bagaimana penggunaan produk dari perusahaannya.

Gambar 1 : Produk UMKM Citra Rasa Cake & Snack





Metode penelitian

Untuk mengatasi permasalahan pada Cita Rasa cake and Snack, maka kegiatan memfokuskan terhadap pendampingan melalui pengembangan digital marketing agar dapat menjadi solusi yang dimanfaatkan bagi UMKM. Proses tahapan dalam pendampingannya sebagai berikut :

1. Tahap Survey

Mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh UMKM Citra Rasa Cake & Snack antara lain:

- a. Belum memiliki banner usaha.
- b. Belum memiliki ijin P-IRT dan halal.
- c. Belum adanya logo
- d. Belum adanya laporan keuangan yang terstruktur.

2. Tahap Pelaksanaan Program

Bekerjasama antara tim KKU dengan owner Citra Rasa Cake & Snack yaitu tim mendapatkan data-data yang akan diolah dalam menunjang pelaksanaan pendampingan.

3. Tahap Penyampaian Hasil

Menyampaikan hasil kerja pendampingan yang dilakukan dan diberikan kepada owner Citra Rasa Cake & Snack.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Citra Rasa Cake & Snack merupakan usaha yang berdiri sejak 6 Desember 2021 yang di Rintis oleh Ibu Mudri'ah. Usaha Citra Rasa Cake & snack

ini berada di Desa Kaligelang Kecamatan Taman Pemalang. Usaha ini sudah dilengkapi dengan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan juga dilengkapi dengan P-IRT. Produk dari usaha ini terdiri dari 3 jenis produk yaitu Akar kelapa, Pilus wijen dan Bolen, untuk ukuran setiap kemasan yaitu seberat 250gr untuk akar kelapa dan pilus wijen, sedangkan untuk bolen sendiri memiliki berat 15gr per pcs. Pada awal mendirikan usaha ini, tentunya ada beberapa kendala yang di hadapi oleh usaha Citra Rasa Cake & Snack diantaranya belum adanya identitas Citra Rasa cake & Snack yang dipasang sebagai promosi, belum adanya kegiatan promosi yang tepat, dalam memasarkan juga belum maksimal, belum adanya perhitungan harga pokok produk.

Beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM selanjutnya menjadi agenda utama bagi tim KKU dengan hasil kegiatan pendampingan laksanakan selama kurang lebih 1 bulan telah tercapai pendampingan seperti yang telah dirancang diantaranya yaitu:

1. Pembuatan Banner

Bertujuan agar tempat usahanya dikenali oleh masyarakat banyak Gambar Banner



UNIVERSITAS PERWIRA KARAMADINA



2. Pembukuan



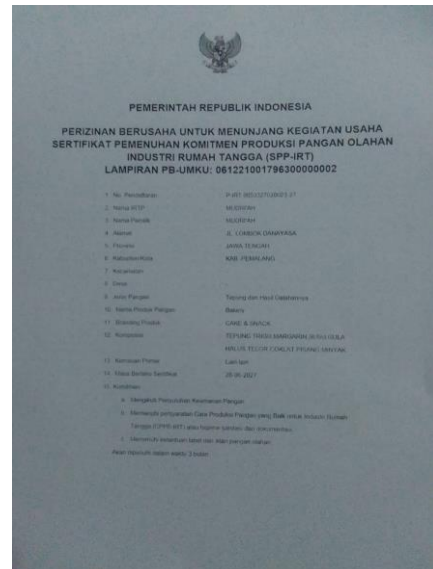
Gambar 4

Gambar 5

4. Pembuatan P-IRT



Gambar 3



Gambar 6

3. Verval Halal



4. Desain logo



Gambar 7

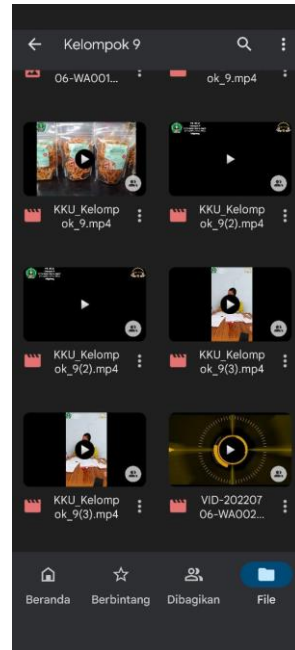


Gambar 8

5. Desain promosi



6. Penyuluhan promosi seperti pembuatan iklan



7. HPP

2022

PERHITUNGAN HARGA POKOK

UMKM CITRA RASA CAKE & SNACK “ AKAR KELAPA “

KULIAH KERJA USAHA ITB ADIAS

PEMALANG

a) Untuk satu kali produksi Akar Kelapa kemasan 250g dibutuhkan :

- Biaya Bahan Baku

Bahan – bahan	Jml	Satuan	Harga	Total	BBB	Ket.
Tepung Ketan Putih	2,4	Kg	20.000	48.000	243.620	
Tepung Beras Putih	0,6	Kg	12.000	7.200		
Gula Pasir	1,2	Kg	15.000	18.000		
Wijen	0,3	Kg	55.000	16.500		
Margarin	0,6	Kg	31.000	18.200		
Vanili	0,006	Kg	110.000	720		
Minyak Goreng	3	Liter	22.500	67.500		
Santan Kara	1	Liter	40.000	36.000		



UNIVERSITAS PERWIRA INDONESIA

Telur	1.125	Kg	28.000	31.500	18 Butir
Garam	Secukup- nya				

- **Biaya Bahan Penolong**

Bahan Penolong	Kebutuhan	Harga	Total
Standing Pouch Uk. 1000g	27	700	18.900
Sticker	27	600	16.200
Jumlah Biaya			35.100

BIAAYA OVERHEAD PABRIK

BOP		
Item	Jumlah	Total Biaya
Biaya Gas	2.000	10.000
Biaya Kuota	1.000	
Biaya Transport	5.000	
Biaya Listrik	2.000	

BIAAYA TENAGA KERJA LANGSUNG

Biaya Tenaga Kerja			
No	Uraian Produksi	Jumlah	Upah Sekali Produksi
1	Karyawan Produksi	1	30.000

* Perhitungan harga per unit per variasi
Ukuran produk Akar Kelapa



UNIVERSITAS PERWIRA KALANTAN

Kemasan 250 g

Rumus Biaya Produksi

= Biaya bahan baku + Biaya Bahan

Penolong + Biaya tenaga kerja + BOP

= 243.620 + 35.100 + 30.000 + 10.000 =

318.720

Rumus Harga Jua Per unit = Biaya

Produksi / Kebutuhan

= 318.720 / 27 pc = 11.805

(dibulatkan 11.900)

Harga Jual Per Unit Rp. 15.000

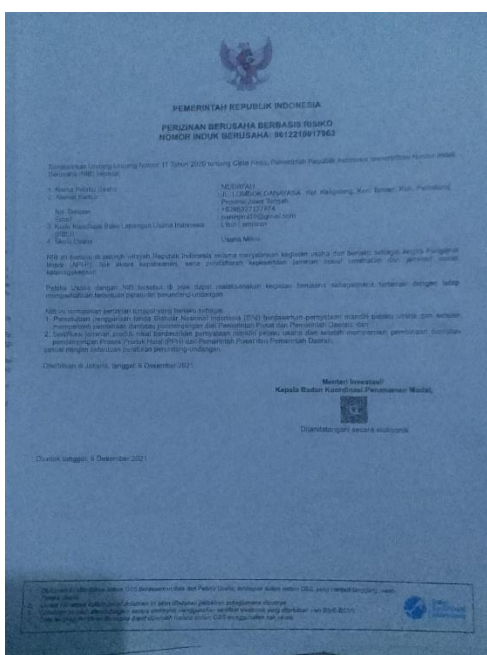
Dengan harga Rp. 15.000 akan mendapat
keuntungan sebesar Rp. 3.100

Di Indonesia posisi (UMKM) sejak lama di akui sebagai sektor usaha penting, UMKM telah berkontribusi besar terhadap PDB Indonesia yaitu 61,97% dari total PDB nasional atau setara dengan Rp8.500 triliun di tahun 2020. 2. UMKM sukses menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar yakni sekitar 97% dari daya serap dunia usaha di tahun 2022. karena berbagai peranannya yang nyata dalam perekonomian.UMKM sebagai penggerak ekonomi kerakyatan, merupakan pondasi ekonomi sosialis. Dalam pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Usaha (KKU) ini, telah kami realisasikan program yang telah kami susun sebelumnya.

Diantaranya program yang telah kami laksanakan antara lain : pembuatan banner identitas, pembuatan logo, pengajuan P-IRT dan Halal, penghitungan HPP, Pembukuan, Desain promosi.

Hal ini sebagai penerapan teoritis yang di buat program studi ITB ADIAS Pemalang, dengan mengembangkan sebuah kreatifitas program KKU. Program ini sangat berarti dan bermanfaat bagi penulis karena sebagai pengetahuan dan pengalaman dalam dunia usaha yang sesungguhnya, begitu juga bagi sektor UMKM

Lampiran 4 : NIB



KESIMPULAN



UNIVERSITAS PERWIRA TUBAN INDONESIA

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan kelancaran program pengabdian, penulis serta tim Pengabdian kepada Masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Intsitut Teknologi dan Bisnis Adias yang telah memberi support sekaligus memberi dukungan financial terhadap kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini .

DAFTAR PUSTAKA

- Az-Zahra, N. S. (2021, November). Implementasi Digital Marketing Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM. In *NCOINS: National Conference Of Islamic Natural Science* (Vol. 1, No. 1, pp. 77-88).
- Siagian, A. O., Martiwi, R., & Indra, N. (2020). Kemajuan pemasaran produk dalam memanfaatkan media sosial di era digital. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 44-51.
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.
- Shinta, A. (2011). Manajemen pemasaran. Universitas Brawijaya Press.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2002). Manajemen pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.29407/GJ.V4I1.13906>