



Peningkatan Pendapatan Kemplang Marmus melalui Marketing Produk dan Pengelolaan Keuangan

Eni Cahyani¹, Efrina Masdain², Bora Alviolosa³, M. Syahril⁴, Widi Samsudin⁵

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang, Palembang, Indonesia

^{3,4,5}Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang, Palembang, Indonesia

E-mail: ¹enicahyani@um-palembang.ac.id, ²efrina.masdiani@yahoo.co.id, ³bora.alviolosa@um-palembang.ac.id, ⁴msyahril@um-palembang.ac.id, ⁵widi_samsudin@um-palembang.ac.id

Abstract

This community service is aimed at Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) Kemplang Marmus Tanjung Raja, Ogan Ilir Regency, South Sumatra. This technical guidance (Bimtek) activity aims to introduce marketing elements, especially the product itself, namely Kemplang tunu. Continued by increasing knowledge regarding the calculation of production costs (HPP) and simulation of production cost calculations. This activity involves students who carry out Real Work Lectures (KKN) together with field supervisors. After identifying the problem, it was agreed that the problem was that Kemplang Marmus was still constrained by packaging so that its marketing was unable to be present in certain segments and had not calculated the production cost, this made it difficult for MSMEs to determine the right competitive price. Based on the problems above, a product marketing and financial knowledge training was carried out. The training was carried out in 2 stages, namely technical guidance starting from increasing knowledge of product packaging, designing logos on primary and secondary packaging. The activity was continued with a simulation of calculating the production cost for 1 3/4 kg package.

Keywords: *UMKM, Packaging, HPP, Kemplang*

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kemplang Marmus Tanjung Raja kabupaten Ogan Ilir, Sumatera Selatan. Kegiatan bimbingan teknis (Bimtek) ini bertujuan memperkenalkan elemen-elemen pemasaran khususnya produk itu sendiri yaitu Kemplang tunu. Dilanjutkan dengan melakukan peningkatan pengetahuan mengenai perhitungan harga pokok produksi (HPP) dan simulasi perhitungan harga pokok produksi. Kegiatan ini melibatkan mahasiswa yang melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) bersama dengan Dosen pendamping lapangan. Setelah mengidentifikasi permasalahan disepakati permasalahan yaitu Kemplang Marmus masih terkendala pada kemasan sehingga pemasarannya tidak mampu hadir pada segmentasi tertentu dan belum melakukan perhitungan harga pokok produksi hal ini menyebabkan UMKM sulit untuk menentukan harga bersaing yang tepat. Berdasarkan permasalahan di atas maka dilaksanakan bimtek pengetahuan *marketing* produk dan keuangan. Bimtek dilaksanakan 2 tahap yaitu bimbingan teknis dimulai dari peningkatan pengetahuan kemasan produk, perancangan logo pada kemasan primer dan sekunder. Kegiatan dilanjutkan dengan simulasi perhitungan harga pokok produksi untuk 1 kemasan berukuran 3/4 kg.

Kata Kunci: *UMKM, Kemasan, HPP, Kemplang.*

A. PENDAHULUAN

Perekonomian nasional digerakkan oleh usaha mikro kecil menengah (UMKM) melalui penciptaan lapangan kerja dan perdagangan. Kemampuan UMKM untuk menciptakan lapangan kerja secara efektif memberikan kontribusi sebesar 60,6% dari pendapatan domestik bruto (<https://amartha.com>). Selain itu, keberadaan usaha kecil dan menengah (UMKM) akan mengubah

ekonomi suatu daerah (Sarwoko et al., 2013 dan Cahyani, et al, 2023). Usaha kecil dan menengah (UMKM) bagian perekonomian Indonesia yang mandiri berpotensi dalam memajukan kesejahteraan rakyatnya. Ini tergambar dari peran UMKM pada ekonomi Indonesia mempromosikan pemerataan tingkat ekonomi masyarakat, mengurangi angka kemiskinan, dan mendatangkan foreign exchange untuk suatu negara (<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl>).

Pengabdian kepada masyarakat (PKM) dalam konteks UMKM relevan untuk dilakukan karena memiliki beberapa nilai penting yang sangat relevan bagi Pemberdayaan Ekonomi Lokal, dengan berkontribusi dalam pengembangan UMKM, hal ini penting karena UMKM sering kali menjadi tulang punggung ekonomi di banyak komunitas. Selain itu melaksanakan PKM dapat meningkatkan kualitas hidup para pelaku UMKM. Ini dapat mencakup aspek seperti peningkatan keterampilan, pengembangan produk, atau akses pasar yang lebih luas. UMKM sering kali merupakan tempat lahirnya inovasi baru dan pengembangan produk lokal. Dengan mendukung mereka melalui pengabdian, kita mendorong terciptanya produk-produk yang lebih baik dan relevan dengan kebutuhan lokal maupun global (Tambunan, 2019).

Kabupaten Ogan Ilir, kabupaten di Provinsi Sumatera Selatan terbagi 16 kecamatan, adalah kecamatan Tanjung Raja luas 70,41 km², 19 desa, 52 dusun dan 140 RT. Pada tahun 2015 jumlah berpenduduk sebanyak 43.814 jiwa (Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Ogan Ilir, 2024). Sama dengan wilayah lainnya memiliki kuliner khas yang sudah dikenal di yaitu Kemplang biasa disebut kerupuk, tunu artinya dipanggang dibara api.

Di Wilayah Tanjung Raja, Kemplang tunu yang cukup terkenal adalah Kemplang Marmus. Usaha kemplang ini merupakan usaha kecil berdiri dimulai dari dapur rumah sejak 1998 dengan modal awal 2 juta dan sekarang telah memiliki 4 pekerja yang berasal dari lingkungan sekitar usaha. Kemplang Marmus memiliki potensi untuk dikembangkan. Agar usaha ini dapat bertahan dan selaras dengan apa yang menjadi trend masa kini terus diminati oleh masyarakat luas mulai dari tahap produksi pengolahan sampai pemasaran haruslah memiliki strategi.

Berdasarkan observasi, bahan pembuatan Kemplang Marmus berbahan dasar ikan tenggiri dan tepung tapioca, variasi produk terdiri dari kemplang tunu, kerupuk, tekwan goreng, pempek dengan level harga dari tingkat rasa berbeda. Kemplang Marmus diproduksi rumahan dengan alat yang sederhana dimana kemplang sebelum digoreng atau dipanggang harus dijemur diterik matahari. Cangkupan pasar kemplang Marmus berkisar di wilayah Sumatera Selatan.

Data yang terkumpul menjelaskan bahwa kemplang Marmus telah menetapkan segmentasi pasar dilihat dari banyaknya harga. Namun kemasan produk, selama ini dikemas sangat sederhana. Pengemas terbuat dari bahan plastik dan pengikatnya dari tali rapia yang sudah kecilkan. Pengemasan (Packaging) ini dapat meningkatkan permintaan konsumen terhadap produk kemplang tunu jika

dikemas dengan menarik. Menurut Soroka (2020) Kemasan merupakan alat yang umum digunakan untuk membawa dan atau melindungi suatu barang ketika berpindah tempat. Kotler dan Armstrong (2021) kemasan termasuk Branding, merupakan nama, istilah, tanda, simbol, rancangan atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dengan untuk membedakannya dari barang atau jasa pesaing. Branding yang inovasi dan memenuhi unsur-unsur Nama Merek, Kata-kata (slogan, Tagline, Jible, Akronim), Logo (logo type, monogram, bendera), tampilan visual dan suara.

Kemudian tim melakukan wawancara (Sugiyono, 2024) mendalam mengenai produk, diungkap dalam menentukan harga jual pemilik tidak melakukan perhitungan secara rinci dengan menghitung biaya yang dikeluarkan selama produksi berlangsung. Menurut Rooroh (2023) harga pokok produksi merupakan biaya yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan overhead. Hansen dan Mowen (2020) menyebutkan bahwa perhitungan HPP yang akurat penting untuk penetapan harga jual yang kompetitif, analisis profitabilitas, dan pengendalian biaya produksi. Biaya ditambahkan ke persediaan produk di awal proses dan dikurangkan dari persediaan produk di akhir proses.

Mulyadi (2019) dan Carter, W. K., & Usry, M. F. (2019) menjelaskan manfaat informasi harga pokok produksi (HPP) yaitu: 1) Menentukan harga jual produk. 2) Mengawasi pelaksanaan biaya produksi. Manajemen membutuhkan informasi tentang biaya produksi yang sebenarnya dikeluarkan selama pelaksanaan rencana produksi untuk jangka waktu tertentu. akuntansi biaya digunakan untuk mengumpulkan informasi biaya produksi sesuai dengan dipertimbangkan sebelumnya. 3) Untuk menghitung laba rugi periodik, manajemen membutuhkan informasi tentang biaya produksi yang dikeluarkan untuk memproduksi barang dalam interval waktu tertentu. Informasi tentang profit atau rugi bruto periodik diperlukan untuk mengetahui besaran kontribusi produk dalam menutup biaya non-produksi dan menghasilkan profit atau rugi. 4) Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca. Waktu manajemen diwajibkan untuk membuat pertanggungjawaban keuangan secara teratur, manajemen menyajikan neraca dan laporan laba rugi. Dalam neraca, harus menunjukkan harga pokok produk (HPP) jadi dan harga pokok produk yang masih dalam proses pada tanggal neraca (Satriani, D. & Kusuma, V., V., (2020).

Permasalahan teknis mengenai pengemasan dan perhitungan harga pokok produksi (HPP) untuk kemplang marmus. Perhitungan akan difokuskan hanya pada item kemplangnya sebab diproduksi

secara rutin dan memiliki daya saing terbaik dari item produk yang lain (Heizer, J., & Render, B., 2014).

B. PELAKSAAAN DAN METODE

Pelaksana PKM dilakukan secara bertahapan dengan menggunakan prinsip efektif dan efisien Heizer, J., & Render, B. (2021) yang dapat diterima oleh UMKM melalui rencana kegiatan PKM dijabarkan sebagai berikut:

1. Identifikasi

Pada tahap ini melakukan identifikasi permasalahan kemplang dengan dengan observasi oleh mahasiswa KKN angkatan 62 Universitas Muhammadiyah Palembang di ke 4 kelurahan yang ada di Tanjung Raja Ogan Ilir (OI) serta dinas terkait untuk mengumpulkan data berupa data UMKM usaha kuliner khas dan permasalahannya. Pada akhirnya sepakat untuk melakukan Bimbingan Teknis di UMKM kemplang Marmus yang berada di kelurahan Tanjung Raja Timur dengan permasalahan pengemasan dan HPP

2. Koordinasi dengan Kelurahan Tanjung Raja Timur

Agar pengabdian dapat terlaksana maka pihak tim berkoordinasi dengan LPPM kami membagi peran dosen melakukan pendekatan pada UMKM agar mau dilakukan bimtek sekaligus didampingi oleh mahasiswa KKN selama bimtek berlangsung yang telah dimentori oleh dosen terutama dalam perhitungan harga pokok produksi.

3. Penetapan topik pengabdian

Tim mahasiswa KKN, tim dosen bersama UMKM bersepakat menentukan periode tanggal dan waktu pelaksanaan pengabdian.

4. Pelaksanaan Kegiatan

pengabdian ini dilaksanakan di Tanjung Raja Timur Kabupaten Ogan Ilir pada tanggal 22 Agustus 2024 pkl 10.00 s.d selesai untuk materi pengemasan produk kompetitif dan logo dihadiri oleh Pemilik Kemplang Marmus dan pekerja serta dihadiri oleh mahasiswa KKN Angkatan 62 posko 25 Universitas Muhammadiyah Palembang. Sebelum kegiatan dimulai, peserta terlebih dahulu mengisi daftar hadir.

Selanjutnya untuk perhitungan HPP akan didampingi oleh mahasiswa KKN mengingat UMKM berada di wilayah mereka. Mahasiswa sebelum melakukan pendampingan telah

dimentori oleh Tim Dosen. Kegiatan pendampingan dilaksanakan selama 5 hari yaitu 23 Agustus 2024 s.d 27 Agustus 2024.



Gambar 1. Koordinasi mahasiswa KKN, Dosen dan Staf Kelurahan

5. Evaluasi dan Monitoring

Evaluasi Pasca-Pelatihan Survei kepuasan peserta untuk mengetahui apakah pelatihan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Uji keterampilan praktik dengan meminta peserta untuk membuat kemasan produk mereka sendiri dan menghitung harga produksi dengan benar.

Tindak lanjut (follow-up) Mengunjungi atau menghubungi peserta beberapa minggu atau bulan setelah pelatihan untuk melihat apakah mereka menerapkan ilmu yang didapat.

Monitoring Implementasi di UMKM

Pendampingan UMKM Memantau apakah UMKM sudah menerapkan teknik pengemasan yang baik dan menghitung harga produksi dengan benar.

Evaluasi peningkatan usaha Melihat apakah ada perubahan dalam penjualan, efisiensi produksi, atau kualitas produk setelah pelatihan.

Analisis kendala Mengidentifikasi tantangan yang masih dihadapi peserta dalam implementasi ilmu yang didapat.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknis (Bimtek) penyampaian materi

Materi diberikan kepada pemilik dan pegawai UMKM. Pelaksanaan diselenggarakan di lokasi Usaha



Gambar 2. Spanduk Kegiatan

Materi yang disampaikan untuk meningkatkan penjualan melalui kemasan produk.



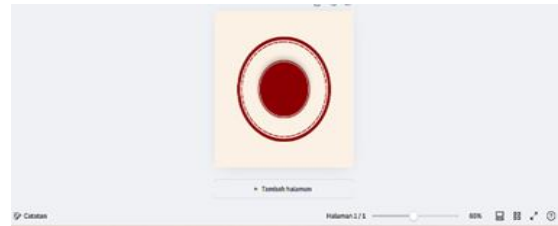
Gambar 3. Materi Bimtek

Setelah pemaparan mengenai pentingnya dan jenis-jenis kemasan bagi produk, tim menyerahkan beberapa logo untuk kemasan kemplang marmus, kemudian di desain pada kemasan yang menarik, aman, dan higienis. UMKM setuju menggunakan dua kemasan: Primer dan Sekunder. Kemasan primer adalah kemasan langsung yang merupakan wadah dari bahan makanan/produk, seperti kaleng untuk susu, botol minuman, dan lainnya. Kemasan sekunder melindungi kelompok kemasan lainnya, seperti kotak kayu untuk buah-buahan yang dibungkus, kotak karton untuk kaleng susu, dan sebagainya. Kami menggunakan tas kertas dari karton untuk melindungi produk Kotler & Phillip (2022).

Kemasan adalah rancangan kreatif yang menghubungkan bentuk, struktur, material, *color*, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Setiap produk unsur penting yang melengkapi

produk seperti barang, *packing*, *brand*, label, *service*, dan jaminan menjadi suatu kepuasan konsumen (Kotler & Keller (2022)).

Melalui Bimtek ini, kami membekali UMKM kemplang marmus mengenai pengetahuan dan keterampilan pengemasan yang tepat, sehingga produk kemplang marmus mereka semakin berkualitas dan mampu menembus pasar yang lebih luas. Dengan inovasi pengemasan yang tepat, kemplang marmus bukan hanya sekadar makanan ringan, tetapi menjadi produk unggulan yang membanggakan daerah."



(1)

Sebelum mulai mendesain, tim dosen menjelaskan elemen yang perlu memahami Identitas dan nilai merek, Apa visi, misi, dan kepribadian bisnis?. Target audiens. Siapa yang akan melihat logo ini? (usia, preferensi, budaya). Kemudian menganalisis logo pesaing untuk memahami tren dan keunikan yang bisa diciptakan. Brainstorming dan Sketsa Awal seperti ikon, tipografi, dan warna.

Memilih beberapa konsep terbaik yang bisa dikembangkan lebih lanjut. Pemilihan Tipografi (Font)/gambar sesuai dengan karakter merek (formal, modern, playful, minimalis, dll.) untuk menciptakan ciri khas. Pemilihan Warna Merah → Energi, keberanian (cocok untuk makanan, hiburan). Desain Digital, menggunakan software desain Canva untuk membuat logo dalam format vektor agar bisa diperbesar tanpa kehilangan kualitas. Pengujian dan Simulasi, menguji logo dalam berbagai media Kemasan produk.

Finalisasi dan Ekspor File

Menyimpan logo dalam berbagai format:

AI/EPS → Format vektor untuk desain fleksibel.
.PNG → Latar belakang transparan.

JPG → Untuk kebutuhan digital atau cetak.

SVG → Digunakan untuk website dan desain responsif.



(2)



(3)

Gambar 4. Bimtek di UMKM, pengemasan dan Logo (1) UMKM, Dosen dan MHS KKN (2), dan diskusi (3)

Tahap pengemasan kemplang marmus, awalnya kemasan produk masih menggunakan kemasan tradisional yang masih polos pada kemasan kemplang belum sesuai dengan keamanan setelah diadakannya pelatihan dan tambahan masukan dari mahasiswa KKN 62 posko 25 Universitas Muhammadiyah Palembang kemasan produk diupgrade menjadi sedemikian rupa yang dimana sudah terjaga keamanan dan kehygienisan produk tersebut sehingga konsumen tertarik dan tidak resah terhadap produk. Tahap pengemasan produk kemplang marmus bertujuan untuk memastikan bahwa kemplang marmus tetap renyah, lezat, dan menarik hingga sampai ke tangan konsumen.



(1)



(2)



(3)

Gambar 5. Kemasan tradisional (1) Primer (2) dan Sekunder (3) setelah bimtek

Tahapan kedua adalah membantu perhitungan pokok produksi UMKM kemplang marmus



Gambar 6. kegiatan pembekalan perhitungan HPP terhadap mahasiswa KKN oleh Tim Dosen

Tahapan dalam penghitungan dari Harga Pokok (satu) kali produksi oleh UMKM Kemplang Marmus Produksi disimulasikan didasarkan pada asumsi 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Biaya Bahan Baku material per Produksi

Material	Jumlah	Harga	Total
Tepung Tapioka	35 kg	Rp. 7000	Rp. 2450.000
Ikan Giling	7,5 kg	Rp. 20.000	Rp. 150.000
Garam	5 kg	Rp. 4.000	Rp. 20.000
Gula Merah	7 kg	Rp. 5.000	Rp. 35.000
Gula Pasir	6 kg	Rp. 4.000	Rp. 24.000
Penyedap Rasa	Secukupnya	-	Rp. 37.500
Arang	1 karung	Rp. 60.000	Rp. 60.000
Karet	2,5	Rp. 5.000	Rp. 12.500
Plastik	1,5	Rp. 10.000	Rp. 15.000
Tali Rapia	2,5	Rp. 8.600	Rp. 21.500
Biaya bahan baku untuk satu kali Produksi			Rp. 623.000
Biaya bahan baku selama sebulan (30 produksi)			Rp. 18.690.000

Tabel 2. Biaya Tenaga Kerja Langsung per Produksi

Jumlah Pekerja	Gaji diterima
1 orang (packing)	Rp. 25.000/hari
2 orang (produksi)	Rp. 100.000/hari
1 orang Pemangangan	Rp. 50.000/1000pc Kemplang

Tabel 3. Biaya Overhead Pabrik - Depresiasi Peralatan per Produksi

Peralatan	Jumlah	Harga	Total
Kompor Gas	1	Rp. 375.000	Rp. 375.000
Wajan Besar	1	Rp. 700.000	Rp. 700.000
Dandang	1	Rp. 350.000	Rp. 350.000
Alat Pemipih	1	Rp. 620.000	Rp. 620.000
Tungku	1	Rp. 1.000.000	Rp. 1.000.000
Bak Besar	5	Rp. 20.000	Rp. 100.000
Alat Jemur	35	Rp. 10.000	Rp. 350.000
Alat Pemanggang	5	Rp. 100.000	Rp. 500.000
Alat Pengasapan	1	Rp. 100.000	Rp. 100.000
Plastik Terpal	4	Rp. 250.000	Rp. 1.000.000
Karung	10	Rp. 3.000	Rp. 30.000
Baskom Kecil	4	Rp. 5.000	Rp. 20.000
Wadah/tempat Sambel	2	Rp. 15.000	Rp. 30.000
Total Peralatan			Rp. 4.375.000



Produksi Kerupuk Kemplang dilakukan setiap hari, dalam sebulan persediaan bahan baku awal produksi adalah Rp.1.000.000. Selanjutnya dalam

perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) diketahui memiliki sisa persediaan bahan baku untuk sebesar Rp. 1.000.000, berikut perhitungan HPP :

Tabel 4. Perhitungan Bahan Baku material digunakan

Persediaan awal bahan baku material	Rp. 0
Pembelian bahan baku material	Rp. 18.690.000
	Rp. 18.690.000
Persediaan akhir bahan baku material	Rp. 1.000.000
Total Bahan Baku yang digunakan	Rp 17.690.000

Perhitungan Biaya Produksi kemplang

Bahan baku material yang digunakan	Rp. 17.690.000	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	<u>Rp. 5.250.000</u>	
Total		<u>Rp.22.940.000</u>
Biaya Overhead		Rp. 4.375.000
Biaya Lain-lain		<u>Rp. 630.000</u>
Total Biaya Produksi		Rp.27.945.000

Tabel 5. Perhitungan Harga Pokok Produksi kemplang

Biaya	Jumlah Biaya
Persediaan awal barang dalam proses	Rp.0
(+) Biaya Produksi	Rp 27.945.000
(-) Persediaan akhir barang dalam proses	(Rp. 0)
Total Harga Pokok Produksi kemplang	Rp 27.945.000

Biaya-biaya yang dikeluarkan tersebut mendapatkan 3.000 bungkus Kerupuk Kemplang

dan perhitungan harga jualnya adalah sebagai berikut :

Biaya Bahan Baku	Rp. 17.690.000	
Biaya Overhead	Rp.4.375.000	
Total Biaya Produksi		Rp 22.065.00
Jml bungkus kemplang diproduksi		3.000 bks
Harga Pokok Penjualan kemplang per unit		Rp. 7.355

Dampak pengabdian ini pada UMKM kemplang Marmus analisis kegiatan bimtek yang dilakukan oleh dosen dan Mahasiswa KKN ada 3 hal

bahwa kemasan yang lebih baik dapat meningkatkan minat beli konsumen dan membuat produk lebih siap bersaing di pasar modern (supermarket atau marketplace).

1. Dampak pada Pengemasan

Menurut Kotler (2019), kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk tetapi juga sebagai alat pemasaran yang mampu menarik perhatian konsumen dan meningkatkan nilai jual produk. Dalam konteks Kemplang Marmus. Sebelum pelatihan, kemasan produk masih menggunakan plastik sederhana dengan tali rafia sebagai pengikatnya, sehingga kurang menarik dan tidak memberikan kesan premium. Setelah Bimtek, Kemplang Marmus mulai menggunakan kemasan primer dan sekunder yang lebih profesional, menjaga kebersihan, daya tahan, dan memberikan informasi produk dengan lebih baik. Hal ini sejalan dengan teori

2. Dampak pada Desain Logo

Dalam teori branding, Kotler & Phillip (2022) menjelaskan bahwa logo merupakan bagian dari identitas visual yang membantu konsumen mengenali dan mengingat suatu produk. Hasil implementasi di UMKM Kemplang Marmus menunjukkan bahwa sebelum pelatihan, Kemplang Marmus belum memiliki logo yang khas dan profesional, sehingga sulit membangun identitas brand yang kuat.

Setelah Bimtek, UMKM ini memperoleh desain logo yang lebih menarik yang dapat digunakan di kemasan, media sosial, dan marketplace. Hal

ini berkontribusi dalam meningkatkan daya saing produk serta membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan, sesuai dengan teori bahwa logo yang baik mencerminkan profesionalisme dan kualitas usaha.

3. Dampak pada Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP)

Menurut Mulyadi (2019), perhitungan HPP yang akurat penting dalam manajemen

bisnis karena membantu dalam Menentukan harga jual yang kompetitif, Mengawasi biaya produksi, dan Mengoptimalkan profitabilitas usaha. Dalam kasus Kemplang Marmus: Sebelum bimtek, UMKM ini belum melakukan perhitungan HPP secara rinci dan hanya menetapkan harga jual berdasarkan perkiraan. Setelah Bimtek, pemilik usaha dan pekerja diberikan pemahaman mengenai komponen biaya produksi seperti bahan baku, tenaga kerja, dan biaya overhead.

Simulasi perhitungan menunjukkan bahwa pemilik usaha kini dapat menentukan harga jual yang lebih akurat dan kompetitif, sekaligus mengidentifikasi peluang efisiensi dalam proses produksi.

Pelaksanaan Bimtek memberikan dampak yang selaras dengan teori pemasaran dan manajemen keuangan, khususnya dalam:

- a) Peningkatan daya tarik produk melalui desain kemasan yang lebih baik,
- b) Penguatan branding dan identitas usaha dengan logo yang profesional, serta
- c) Optimalisasi harga jual dan efisiensi biaya melalui perhitungan HPP yang lebih akurat.

Dengan adanya implementasi teori ini dalam praktik UMKM, Kemplang Marmus menjadi lebih siap menghadapi persaingan di pasar yang lebih luas dan meningkatkan pertumbuhan usahanya

D. PENUTUP

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM Kemplang Marmus melalui dua aspek utama:

1. Peningkatan Kemasan Produk – Memastikan produk memiliki kemasan yang lebih menarik dan higienis guna meningkatkan daya tarik pasar.
2. Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) – Memberikan pemahaman dan simulasi perhitungan HPP agar UMKM dapat menetapkan harga jual yang lebih kompetitif dan mengoptimalkan keuntungan.

Saran

Rekomendasi Tindak Lanjut dan Saran untuk pengabdian selanjutnya adalah:

1. Optimalisasi Branding dan Digital Marketing, Mengembangkan pemasaran digital dengan memanfaatkan media sosial dan e-commerce untuk menjangkau pasar yang lebih luas.
2. Membuat strategi pemasaran yang lebih profesional, termasuk penggunaan logo dan desain kemasan yang lebih kuat.
3. Pendampingan Manajemen Keuangan Memberikan pelatihan lanjutan tentang manajemen keuangan dan pembukuan sederhana bagi UMKM agar mereka dapat mengelola biaya dan keuntungan secara lebih efektif.
4. Pengembangan Produk, meneliti inovasi rasa dan varian produk untuk menarik lebih banyak segmen pasar.
5. Meningkatkan standar produksi agar produk lebih tahan lama dan bisa bersaing di pasar modern.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Amartha.com. (2023). Kontribusi dan Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia. Diakses dari <https://amartha.com/blog/work-smart>
- Rooroh, A. R. (2023). Perhitungan harga pokok produksi dan penentuan harga jual produk. Yogyakarta: Tahta Media Group.
- Cahyani, E., Afriliana, N., Aida, U., Repaldo, R., (2023). Edukasi marketing mix dan standar akuntansi keuangan emkm mitra kerupuk kemplang. Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, vol. 6(12), pp 4458-4467
- Carter, W. K., & Usry, M. F. (2019). Cost Accounting (16th ed.). McGraw-Hill Education.
- Hansen, Don R., & Maryanne M. Mowen, (2020). Akuntansi Manajemen. Edisi Keempat, Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Heizer, J., & Render, B. (2021). Principles of Operations Management (11th ed.). Pearson education.
- <https://amartha.com/blog/work-smart/kontribusi-dan-peran-umkm-dalam-perekonomian-indonesia/>
- <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpkn-balikpapan/baca-artikel/15677/Peran-Penting-UMKM-dalam-Ancaman-Isu-Resesi>
- <https://ogani.lirkab.bps.go.id/id>
- Kotler, Philip. (2019). Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler & Phillip (2022), Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga, Jilid 16, Penerbit Erlangga, Jakarta

- Kotler, Philip dan Gary Amstrong.(2021). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi18.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2019). Manajemen Pemasaran Edisi ke Tigabelas Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Kementerian Keuangan RI. (2023). Peran Penting UMKM dalam Ancaman Isu Resesi. Diakses dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id>
- Mulyadi. (2019). Akuntansi Biaya. Edisi Ke-5. Yogyakarta : UPP STIM YKPN
- Sarwoko, E., Surachman, A., & Hadiwidjojo, D. (2013). Entrepreneurial characteristics and competency as determinants of business performance in SMEs. *Journal of Business and Management*, 7(3), 31-38. <https://doi.org/10.9790/487X-0733138>
- Satriani, D. & Kusuma, V., V., (2020). Pergitungan harga pokok produksi dan Harga pokok penjualan terhadap lamba penjualan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, Vol. 4 No. 2. 438-453
- Sugiyono. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi Revisi). Alfabeta.
- Soroka, W.(2020). *Fundamentals of Packaging Technology* (4th ed.). Institute of Packaging Professionals.
- Tambunan, T. T. H. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan*. Prenada Media.