

## **Pengelolaan Keuangan dan Manajemen Pemasaran Bagi UMKM Kripik Pisang dan Ketela di Jepara**

**Anandita Zulia Putri<sup>1\*</sup>**  
**Lulu Amalia Nusron<sup>2</sup>**  
**Ningrum Pramudiati<sup>3</sup>**

Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi  
Universitas PGRI Yogyakarta  
\*email: ananditazp@upy.ac.id

### **Abstrak**

Tujuan dari kegiatan ini adalah membantu mengelola keuangan UMKM Kripik Pisang dan Ketela di Jepara baik dalam menentukan harga jual, rencana anggaran produksi, laporan penjualan, serta mengetahui laba yang didapatkan sehingga unit usaha dapat mengembangkan modalnya menjadi lebih besar. Selain itu, meningkatkan pengemasan produk dan memperluas jangkauan pemasaran produk tersebut. Metode yang digunakan adalah observasi, pemaparan materi dan praktek pelatihan tentang penentuan harga jual, pembuatan rencana anggaran produksi, laporan penjualan, mengetahui laba yang didapat, pengemasan yang sesuai, dan evaluasi. Hasil yang dicapai oleh UMKM Kripik Pisang dan Ketela Jepara adalah peningkatan penjualan, dapat membuat catatan keuangan harian, laporan keuangan sederhana, menentukan harga jual yang lebih akurat, merubah kemasan yang lebih menarik dengan bermacam-macam ukuran, serta jangkauan pemasaran yang semakin luas.

**Kunci : Kripik, Pisang, Ketela, Pengelolaan Keuangan, Manajemen Pemasaran**

### **Abstract**

*The purpose of this activity is to help finance MSME Banana and Cassava Chips in Jepara both in determining the selling price, production budget plan, sales report, and knowing the profits obtained so that the business unit can develop its capital to be greater. In addition, increasing product packaging and expanding the advertising of these products. The method used is explanatory material and training practices about determining the selling price, making a production budget plan, reporting sales, knowing the profits obtained, packaging accordingly, and observation. The results approved by MSMEs Banana and Cassava Chips Jepara is an increase in sales, can make daily financial records, simple financial reports, determine a more accurate selling price, package more attractive packaging with a variety of settings, and sell a variety of products, and improve number of sales.*

**Keywords: Chips, Banana, Cassava, Financial Management, Marketing Management**

### **Latar Belakang**

Sektor UMKM di Indonesia sudah mulai berkembang dan semakin tumbuh akhir-akhir ini termasuk di kota Jepara, Jawa Tengah. Jepara merupakan kota pesisir yang mayoritas penduduknya adalah nelayan dan petani. Meskipun banyak yang berprofesi sebagai nelayan dan petani bukan berarti para pelaku usaha yang lain tidak dapat berkembang. Salah satunya adalah usaha Kripik Pisang dan Ketela di daerah Sumblo Cepogo, Kembang Jepara. Usaha Kripik Pisang dan Ketela ini termasuk kelompok usaha UMKM yang kebanyakan para anggotanya termasuk dalam kategori pelaku usaha pemula, walaupun sebagian usaha kripik pisang dan ketela sudah ada yang berdiri cukup lama. Namun kelompok usaha ini memiliki permasalahan yaitu terkait kurangnya pengetahuan tentang pengelolaan keuangan yang dikarenakan tingkat pendidikan yang masih rendah merupakan permasalahan utama dalam pengelolaan keuangan. Pengelolaan keuangan (*budgeting* dan penyusunan laporan produksi/penjualan) serta manajemen pemasaran produk yang menjadi penyebab kelompok usaha rumahan masih ragu-ragu dalam melangkah. Kurangnya diversifikasi produk dan pengemasan yang unik menyebabkan produk kurang menarik di pasaran. Kendala di bidang pemasaran (Satyajaya dkk., 2017) menyebabkan kelompok usaha mengalami kesulitan dalam berhubungan dengan pihak ketiga, apakah itu lembaga keuangan ataupun investor dan pihak-pihak lain. Hal ini dikarenakan kelompok usaha hanya menjalankan usaha seadanya, tanpa memenuhi standar-standar dalam pendirian usaha.

Mitra disini adalah UKM yang bergerak dalam bidang home industri pembuatan keripik. Terkait dengan keuangan para pelaku usaha belum memiliki ilmu yang memadai tentang keuangan, sehingga mereka tidak melakukan catatan pembukuan, laporan produksi, laporan penjualan dan juga belum dapat menentukan besarnya laba yang diperoleh. Meskipun masih berbentuk home industri seharusnya mitra sudah mulai membuat catatan harian terkait pengeluaran dan pemasukan agar lebih memudahkan dalam membuat perencanaan kedepannya yaitu laporan anggaran. Laporan ini dibuat setelah pekerjaan terselesaikan sehingga mampu terlihat perbedaan yang terjadi antara angka yang telah dianggarkan sebelumnya dengan realisasinya. Laporan anggaran (*budget report*) merupakan laporan yang sistematis dan terperinci tentang realisasi pelaksanaan anggaran beserta analisis dan evaluasinya (Anthony & Govindarajan, 2012). Selain itu, UMKM yang belum memiliki laporan keuangan sederhana akan mempersulit bagi UMKM itu sendiri dalam peminjaman modal usaha. Pelaku usaha kripik pisang dan ketela juga dalam bidang pengelolaannya, mitra memiliki keterbatasan dalam peralatan, permodalan dan teknologi, sehingga aktivitas yang dijalankan belum berjalan maksimal dan kapasitas produksinya juga masih terbatas. Dari segi sanitasi lingkungan produksi, dengan keterbatasan ruang produksi yang ada, mitra masih perlu mendapatkan pembinaan. Tata letak fasilitas produkis yang masih tidak tertata dengan baik mengakibatkan sirkulasi udara tidak dapat keluar masuk sehingga berakibat udara menjadi panas. Produksi masih menggunakan tungku tradisional yang terbuat dari tanah liat dan menggunakan kayu bakar sehingga panas yang ditimbulkan menyebar keseluruh ruangan. Saat ini pemasaran mitra masih sangat terbatas yaitu lebih berfokus ke pasar tradisional

dikarenakan perputaran uangnya lebih cepat dari pada kalau mitra menjajakan di supermarket. Mengingat pasar masih terbuka lebar diharapkan produksi yang dihasilkan akan meningkat dengan menggunakan teknologi yang mendukung. Keterbatasan modal, tidak dapat menyusun laporan keuangan dan pemasaran yang masih terbatas merupakan kendala UMKM dalam beroperasi. Diharapkan dengan kualitas produksi yang terstandar dengan baik dan pengemasan yang menarik menjadi pintu utama untuk mendaftarkan produk mitra ke badan BPOM dan mendapatkan label BPOM. Legalitas ini akan membuka peluang mitra mendapat kepercayaan konsumen atas produk yang dijualnya. Adanya pasar yang luas akan berakibat meningkatkan kesejahteraan mitra itu sendiri

Penggunaan tenaga kerja dalam mitra kelompok pisang dan ketela berdomisili tidak jauh dari lokasi mitra. Secara garis besar proses produksi kripik pisang dan ketela adalah sebagai berikut:

1. Mitra membeli pisang dan ketela mentah di pasar tradisional atau ada pengepul yang datang ke tempat mitra.
2. Kemudian mitra mengolah pisang dan ketela yang diperoleh dari pasar. Proses pengolah dimulai dari pisang dan ketela dikupas, kemudian di cuci, kemudian dipotong-potong (pasah) sesuai ukuran, kemudian direndam dalam air bumbu sebelum akhirnya digoreng.
3. Proses penggorengan dilakukan dua kali agar hasilnya renyah.
4. Proses selanjutnya yaitu kripik pisang dan ketela ditiriskan sebelum akhirnya dibungkus dalam plastik besar.
5. Langkah selanjutnya yaitu pengepakan kripik pisang dan ketela sesuai dengan ukuran yang dipesan.
6. Yang terakhir yaitu pemberian label.

### Permasalahan Mitra

Berdasarkan analisis situasi tersebut dapat disimpulkan bahwa masalah utama dijelaskan pada tabel 1 berikut:

Tabel 1.  
Permasalahan Mitra

Aspek	Permasalahan
<b>Pengelolaan Keuangan</b>	Belum mampu menentu-kan harga jual
	Belum membuat anggaran produksi & penjualan
	Belum memiliki laporan penjualan & produksi
	Belum dapat meng-estimasi laba yang di-harapkan
<b>Pemasaran</b>	Kemasan masih sangat sederhana
	Logo kurang menarik

1. Pengelolaan keuangan  
Kripik ketela dan pisang belum mampu menentukan harga jual dikarenakan keterbatasan sumberdaya yang dimilikinya. Kotler (2006) menjelaskan pentingnya menentukan harga jual demi kelangsungan hidup perusahaan, peningkatan arus keuntungan, kepemimpinan kualitas produk, meningkatkan penjualan, mempertahankan dan meningkatkan pangsa

pasar, serta menstabilkan harga. Harga jual tidak diperoleh dari biaya produksi dan berapa keuntungan yang ingin diperoleh. Tetapi mitra hanya mengira-ngira dengan membandingkan harga yang ada di pasaran. Minimnya pengetahuan mitra terkait akuntansi menyebabkan penentuan harga jual tidak dapat dilakukan. Selain mitra tidak dapat menentukan harga jual, mitra juga belum membuat anggaran produksi dan penjualan mingguan maupun bulanan sehingga tidak dapat menentukan besarnya laba yang ingin diperoleh.

2. Pemasaran

Terkait pemasaran yang dilakukan masih sangat sederhana berdasarkan mulut ke mulut dan hanya dipasarkan di pasar tradisional dan warung-warung sekitar kelompok usaha. Kemasan yang digunakan masih sangat sederhana sehingga kurang menjadi daya tarik. Penggunaan logo juga masih sangat sederhana sehingga perlu diperbarui agar lebih menarik. Unsur yang menjadi daya tarik calon konsumen ketika melihat kemasannya bisa berasal dari warna, bentuk, merek dan logo, ilustrasi maupun tata letak (Nugroho, 2006).

### **Metode Pelaksanaan**

1. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama 5 bulan yang dimulai sejak bulan Desember 2018 sampai Mei 2019. Program dilaksanakan sebulan dua kali dengan durasi 120 menit setiap pertemuan. Kegiatan ini dilaksanakan di Dusun Sumbodro, Cepogo, Kembang, Jepara Jawa Tengah.

2. Pelaksanaan kegiatan

1) Kegiatan 1 : Observasi awal dan perizinan

Kegiatan pertama dilaksanakan pada Rabu, 16 Desember 2018 pukul 10.00 sampai dengan pukul 13.00. Kegiatan ini berlokasi di rumah Ibu Malirah yang bertempat di Dusun Sumbodro Cepogo Kembang Jepara. Tujuan kegiatan pertama ini adalah menggali permasalahan mitra melalui observasi awal serta menyampaikan maksud dan tujuan kedatangan tim. Kegiatan berlangsung selama 3 jam karena dikemas dengan bentuk diskusi tanya jawab. Ketua mitra tampak antusias menerima kehadiran tim dan menyambut hangat maksud dan tujuan tim untuk melaksanakan pengabdian.

2) Kegiatan 2 : Penyampaian Materi “Catatan Penggunaan Bahan Baku”

Kegiatan kedua dilaksanakan pada 2 Maret 2019 pukul 10.00 sampai dengan pukul 12.00. Kegiatan kedua berlokasi di kediaman Ibu Malirah. Tujuan kegiatan kedua adalah memberikan pengetahuan dasar tentang pembuatan catatan penggunaan bahan baku. Mengingat mitra masih belum secara rutin memproduksi kripik pisang dan ketela, maka fokus tim pengabdian adalah mengenalkan format basic dari laporan penggunaan bahan baku. Sasarannya adalah, setidaknya mitra bisa mendokumentasikan bahan-bahan yang digunakan dalam sekali proses produksi kripik pisang dan ketela. Selama ini, setiap memproduksi, mitra memang membuat

catatannya, namun elemen bahan baku saja yang dicatat sehingga harga jual yang dikenakan kepada konsumennya belum merepresentasikan seluruh elemen bahan baku (dan penolong) yang digunakan. Harga jual yang diberikan kepada konsumen juga belum dianggap layak oleh tim pengabdian. Melalui pembuatan catatan penggunaan bahan baku, harapannya seluruh bahan baku yang dibutuhkan dalam proses produksi dapat terdokumentasikan dengan baik.

3) Kegiatan 3 : Penyampaian Materi “Catatan Produksi”

Kegiatan ketiga dilaksanakan pada Sabtu, 16 Maret 2019 pukul 10.00 sampai dengan 11.30. Kegiatan ketiga berlokasi di kediaman ketua mitra Ibu Malirah. Tujuan kegiatan ketiga erat kaitannya dengan kegiatan kedua. Jika di kegiatan sebelumnya, output dari hasil pelatihan berupa catatan penggunaan bahan baku, maka di kegiatan ketiga ini mitra diajak oleh tim pengabdian untuk mendokumentasikan kuantitas produksi dalam sekali produksi. Sasaran kegiatan ini adalah mengenalkan format dasar laporan produksi kepada mitra agar pencatatan yang sebelumnya sudah pernah dilakukan menjadi lebih rapi dan lebih reliabel untuk digunakan.

4) Kegiatan 4 : Penentuan Harga Jual

Kegiatan keempat dilaksanakan pada Sabtu, 6 April 2019 pukul 10.00 sampai dengan pukul 15.00. Kegiatan keempat berlokasi di kediaman ketua Mitra Ibu Malirah. Kegiatan ini merupakan hilir dari dua kegiatan sebelumnya. Setelah mitra dikenalkan dengan laporan penggunaan bahan baku dan laporan produksi, maka menentukan harga jual menjadi sangat mudah. Kondisi yang terjadi selama ini adalah harga jual yang ditentukan oleh mitra belum merepresentasikan seluruh elemen bahan yang digunakan sehingga harga jual masih terlalu rendah. Setelah mitra diberikan pelatihan yang mendalam, mitra telah mampu untuk menentukan harga jual yang lebih layak. Penentuan harga jual tidak lepas pula dari berapa varian ukuran yang akan diproduksi oleh mitra sehingga output dari kegiatan ketiga (laporan produksi) menjadi sangat dibutuhkan disini.

5) Kegiatan 5 : *Packaging*

Kegiatan pengemasan ini dilakukan pada tanggal 7 April 2019 yang bertempat di kediaman Ibu Malirah, tim pengabdian memberikan arahan agar pengemasan lebih menarik dan menjadi berbeda dengan produk lain sehingga para konsumen akan tertarik untuk membelinya. Dengan pengemasan yang rapi dan merk yang melekat dalam kemasan produk diharapkan akan menambah nilai jual sehingga dapat memasuki toko-toko besar di daerah Jepara dan dapat menjadi oleh-oleh yang menarik.

6) Peninjauan Akhir

Kegiatan akhir dilakukan pada tanggal 18 Mei 2019 ialah peninjauan akhir terkait program kerja yang pengabdian lakukan. Berdasarkan hasil peninjauan akhir mitra usaha kripik pisang dan ketela ibu Malirah sudah memiliki kemajuan terkait bagaimana cara menyusun laporan keuangan, menentukan laba yang diinginkan diperoleh, menentukan harga jual dan pengemasan yang lebih menarik. Terdapat peningkatan penjualan

dikarenakan pengemasan produk lebih menarik sehingga konsumen lebih tertarik untuk membelinya.

### Target dan Luaran

Dari pendampingan yang diberikan sebelumnya dimana terdapat dua aspek utama yang menjadi prioritas kegiatan pendampingan, maka disini diuraikan secara detail target luaran yang diharapkan dari masing-masing aspek dimensi bisnis yang terpilih seperti pada tabel berikut:

- a. Bidang manajemen pengelolaan keuangan
  1. Pembuatan catatan keuangan harian
  2. Pembuatan laporan keuangan sederhana
  3. Penentuan harga jual yang lebih akurat
- b. Bidang pemasaran
  1. Perbaikan kemasan produk
  2. Perluasan pasar

### Hasil dan Pembahasan

#### a. Bidang manajemen pengelolaan keuangan

##### 1. Pembuatan catatan keuangan harian

Tim pengabdian memberikan pendampingan terkait pembukuan sederhana untuk memudahkan mitra dalam pembuatan catatan harian agar lebih rapi dan mudah dipahami. Tujuan dari pembuatan catatan harian ini agar mitra mengetahui seberapa besar pengeluaran dan pemasukan dari hasil produksi serta penjualan kripik pisang dan ketela. Format pembuatan catatan harian ini ditulis dibuku dengan format yang sangat sederhana yaitu hanya ada beberapa kolom yaitu penerimaan dan pengeluaran. Berikut adalah contoh format pembukuan kas sederhana terkait pengeluaran dan pemasukan catatan laporan keuangan harian:

No.	Tgl	Ket.	Debit	Kredit

##### 2. Pembuatan laporan keuangan sederhana

<b>Penjualan</b>	<b>xxx</b>
<b>Harga Pokok Penjualan</b>	<b>(xxx)</b>
<b>Laba Kotor</b>	<b>xxx</b>
<b>Biaya Pemasaran</b>	<b>(xxx)</b>
<b>Laba Bersih</b>	<b>xxx</b>

##### 3. Penentuan harga jual yang lebih akurat

Mitra pada awalnya tidak mengetahui cara menentukan harga jual. Penjualan hanya berdasarkan perkiraan tanpa ada target keuntungan yang ingin diperoleh dari penjualan kripik pisang dan ketela ini.

Keterbatasan sumber daya merupakan masalah utama dalam kelompok mitra ini. Tim pengabdian memberikan pengarahan cara-cara untuk membuat laporan penjualan yang akurat dengan menggunakan format yang sederhana agar mudah dipahami. Berikut adalah gambar sederhana mengenai laporan penentuan harga jual.

Persediaan Awal	xxx
Harga Pokok Produksi:	
Biaya Bahan Baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja	xxx
Total Harga Pokok Produksi	xxx
Barang tersedia dijual	xxx
(Persediaan Akhir)	(xxx)
Harga Pokok Penjualan	xxx

Penentuan harga jual:

- $\text{Marjin Laba} = \text{Persentase marjin laba (\%)} \times \text{Harga Pokok Penjualan}$
- $\text{Harga Jual/ Pcs} = (\text{Harga Pokok Penjualan} + \text{Marjin Laba}) / \text{Kuantitas Produksi}$

## b. Bidang pemasaran

### 1. Perbaikan kemasan

Tim pengabdian mencoba memberikan pendampingan agar produk kemasan lebih menarik dan ukuran lebih bervariasi. Awalnya kemasan hanya menggunakan plastik biasa, namun setelah adanya tim pengabdian pengemasan dan pemberian label menjadi lebih menarik dan berbeda dengan kripik pisang dan ketela yang lain karena menggunakan kemasan aluminium dan label yang lebih menarik. Berikut adalah hasil perbaikan pengemasan dari tim pengabdian.

Berdasarkan	Sebelum	Sesudah
<b>Ukuran Kemasan</b>	½ kg; 1 kg	4 ons; ¼ kg; ½ kg; 1 kg
<b>Jenis Plastik</b>	Plastik biasa bening dengan steples	Plastik aluminium klip

Perbaikan kemasan nyatanya dapat menarik pelanggan atau konsumen untuk membeli karena sangat cocok untuk dijadikan oleh-oleh selain untuk konsumsi pribadi. Perbaikan kemasan juga memberikan dampak terhadap penjualan yang lebih meningkat.

### 2. Penjualan dikonsinyasikan ke beberapa toko

Sebelum adanya tim pengabdian penjualan hanya dilakukan di pasar tradisional dengan alasan perputaran uangnya lebih cepat. Namun setelah adanya tim pengabdian kripik pisang dan ketela ibu Malirah sudah merambah ke beberapa toko oleh-oleh di Jepara karena sudah

memiliki kemasan yang lebih menarik sehingga dapat bersaing dengan produk-produk yang lain. Mitra berusaha untuk mempromosikan dagangannya ke beberapa toko termasuk toko kelontong dan toko oleh-oleh. Setelah tim pengabdian melakukan peninjauan akhir penjualan setiap harinya mengalami peningkatan dikarenakan banyaknya permintaan akan produk ini.

### **Kesimpulan**

Catatan keuangan harian dan laporan keuangan dapat membantu UMKM dalam menentukan harga jual dan target produksi yang ingin dicapai. Selain itu dapat membantu UMKM untuk menentukan besarnya laba yang dapat digunakan untuk perluasan usaha. Perbaikan kemasan produk dapat meningkatkan permintaan pasar terhadap kripik pisang dan ketela. Selain itu perbaikan kemasan juga akan membantu perluasan pasar. Minat konsumen akan lebih tinggi jika produk dikemas dalam bentuk yang lebih menarik, efisien, efektif, higienis.

### **Saran**

Saran dari tim pengabdian kepada UMKM ialah sebagai berikut:

1. Untuk selalu terbuka terhadap informasi dan teknologi demi berlangsungnya kegiatan usaha.
2. Pelaku usaha perlu membuat standar rasa dan kualitas bahan baku terkait produk yang ditawarkan.
3. Pelaku usaha harus menjaga kebersihan tempat produksi usaha demi terciptanya produk yang higienis.
4. Pelaku usaha harus konsisten mencatat laporan harian baik pengeluaran maupun pemasukan.
5. Pelaku usaha perlu memasarkan produknya melalui sosial media, mengingat teknologi informasi saat ini sangat pesat.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Anthony, Robert dan V. Govindarajan. 2012. Management Control System 12th edition. Mc Graw Hill : New York.
- Kotler, Philip. 2006. Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi kesebelas. PT Indeks Gramedia : Jakarta
- Nugroho, Banu Tri. 2006. Menambah Daya Tarik Melalui Keindahan. <http://mipa.uns.ac.id~science/tutorial.doc> (diunduh 17 Desember 2018)
- Satyajaya, W., A. Rangga, M. Marniza, I.M.Alfian.(2017). Strategi Pemasaran Produk Tortilla Jagung (Studi Kasus UMKM Kelompok Wanita Tani Kemuning II Desa Marga Catur, Kalianda). J.Fd.Life.Sci. 1 (1), 11 – 20. doi: 10.21776/ub.jfls.2017.001.01.02