

**LAPORAN**  
**KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**  
**(ABDIMAS)**

**Pengembangan Pemasaran produk Olahan Tahu/Tempe dan  
Perhitungan Harga Pokok Penjualan pada UMKM Di Kelurahan  
Cipinang Besar Utara - Jakarta Timur**



**Pelaksana Kegiatan**

Rahmat Yuliansyah, S.E. Ak. M. Ak., CA	NIDN (0305076902)
Rutinaias Haholongan, S.E., M.M.	NIDN (0324128504)
Krisnando, SE., M. Ak	NIDN (0313037101)
Erizal Azhar, SE., M. BA	NIDN (0325046001)
Bayu Pratama, SE., M. Ak	NIDN (0309038703)
Basyiruddin Nur, SE., Ak., M. AK., CA	NIDN (0316026502)
Andi Fuji, SE., MM	NIDN (0320077303)

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**  
**JAKARTA**  
**2021**

**HALAMAN PENGESAHAN  
LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

Kegiatan : Pengembangan Pemasaran Produk Olahan Tahu/Tempe Dan Perhitungan Harga Pokok Penjualan Pada UMKM Di Kelurahan Cipinang Besar Utara - Jakarta Timur

**Pelaksana Kegiatan**

Ketua : Rahmat Yuliansyah, SE. Ak., M. Ak., CA NIDN (0305076902)  
Anggota : Rutinaias Haholongan, SE., M.M NIDN (0324128504)  
: Krisnando, SE., M. Ak NIDN (0313037101)  
: Erizal Azhar, SE., M. BA NIDN (0325046001)  
: Bayu Pratama, SE., M. Ak NIDN (0309038703)  
: Basyiruddin Nur, SE., Ak., M. AK., CA NIDN (0316026502)  
: Andi Fuji, SE., MM NIDN (0320077303)

**Lokasi Kegiatan** : Aula Kantor RW 07 Kelurahan Cipinang Besar Utara

**Luaran yang dihasilkan** :

1. Peserta dapat mengembangkan pemasaran produk olahan tahu/tempe, sehingga lebih bervariasi
2. Peserta dapat memperhitungkan harga produk penjualan tahu/tempe dari kegiatan usahanya
3. Peserta dapat menambah pengetahuan dalam mengelola usahanya

Biaya Total : Rp.3.500.000,-  
STEI : Rp.3.500.000,-  
Sumber lain : -

Jakarta, 22 Februari 2021

Ketua Tim Abdimas



Rahmat Yuliansyah, S.E.Ak.,M.Ak., CA  
NIDN 0305076902

Menyetujui,

Wakil Ketua IV STEI

Ketua Pusat PPM



(Drs. Yusuf Haryanto, M.Sc)  
NIDN 0325036001



(DR. Rimi Gusliana Mais, SE., M. Si, CSRA)  
NIDN 0005048109

## **RINGKASAN**

Pengabdian Kepada Masyarakat (Abdimas) bertujuan untuk memberikan pemahaman/keterampilan pengembangan pemasaran produk olahan dan pemahaman/keterampilan perhitungan harga pokok penjualan bagi pengusaha tahu/tempe. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan akan menciptakan manfaat bagi peserta lainnya. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa penyuluhan bagaimana cara pengembangan pemasaran produk olahan dan memperhitungkan harga pokok penjualan tahu/tempe sebagai peluang usaha yang menjanjikan. Kegiatan dilakukan pada pengusaha tahu/tempe di Kelurahan Cipinang Besar Utara, berjalan dengan lancar. Peserta dapat mengembangkan keterampilan sesuai dengan perubahan teknologi, sehingga produk tahu/tempe bisa lebih bervariasi. Peserta mengetahui kekurangan dan kelebihan usaha produk tahu/tempe dari kegiatan usahanya dan bertambahnya pengetahuan akuntansi dalam mengelola usahanya

Kata kunci: Pengembangan Pemasaran, Produk olahan, pengusaha tahu/tempe, harga Pokok penjualan

## DAFTAR ISI

	Hal	
HALAMAN PENGESAHAN	i	
RINGKASAN	ii	
DAFTAR ISI	iii	
DAFTAR TABEL	iv	
DAFTAR LAMPIRAN	v	
BAB I	PENDAHULUAN	1
	1.1 Latar Belakang Kegiatan	1
	1.2 Permasalahan	2
	1.3 Tujuan dan Manfaat Kegiatan	3
BAB II	TARGET DAN LUARAN	4
	2.1 Target	4
	2.2 Luaran (Output)	5
BAB III	PELAKSANAAN	6
	3.1 Tim Pelaksana	6
	3.2 Bentuk Kegiatan	6
	3.3 Urutan Kegiatan	7
	3.4 Susunan Acara	7
BAB IV	JADWAL KEGIATAN	8
	4.1 Jadwal Kegiatan	8
	4.2 Realisasi Biaya	8
	PENUTUP	10
	DAFTAR PUSTAKA	11

## DAFTAR TABEL

		Hal
Tabel 2.1	Peserta Kegiatan	4
Tabel 3.1	Jadwal Kegiatan	7
Tabel 3.2	Susunan Acara	7
Tabel 4.1	Chart Kegiatan	8

## DAFTAR LAMPIRAN

		Hal
Lampiran 1	Materi Penyuluhan	12
Lampiran 2	Daftar Hadir Panitia Pelaksana	18
Lampiran 3	Daftar Hadir Peserta	19
Lampiran 4	Foto Kegiatan	21
Lampiran 4	Bukti Peneluan	24

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Kegiatan

Kacang Kedelai atau dalam bahasa Inggris disebut dengan *Soybean* adalah jenis tanaman kacang-kacangan atau polong-polongan yang telah menjadi salah satu makanan populer di dunia. Tanaman yang diyakini berasal dari Asia Timur ini telah dibudidayakan sejak 3.500 tahun yang lalu. Kacang Kedelai memiliki berbagai manfaat kesehatan bagi orang yang mengkonsumsinya, diantaranya seperti memperbaiki metabolisme, melindungi kesehatan jantung, meningkatkan berat badan,,menjaga kesehatan tulang dan manfaat-manfaat lainnya.

Makanan-makanan yang lezat seperti tahu, tempe, kecap, taoco, minyak dan susu kedelai merupakan hasil olahan dari kacang kedelai. Dapat dikatakan bahwa kacang kedelai merupakan makanan yang mengandung protein nabati paling tinggi diantara keluarga tanaman polong-polongan lainnya. Nama ilmiah kacang kedelai adalah *Glycine max*.

### Manfaat Kacang Kedelai bagi Kesehatan

Kacang kedelai mengandung berbagai nutrisi atau gizi dan senyawa organik yang bermanfaat bagi kesehatan tubuh kita. Beberapa diantaranya adalah :

1. Meningkatkan Aktivitas Metabolisme Tubuh
2. Menjaga Berat Badan Ideal
3. Mencegah Penyakit Kanker
4. Menjaga Kesehatan Jantung
5. Memperlancar Sistem Pencernaan dan mengatasi Sembelit
6. Meningkatkan Kesehatan Tulang (<https://ilmupengetahuanumum.com>)

Kacang kedelai sebagai bahan baku tahu dan tempe memiliki senyawa antinutrien, salah satunya asam fitat. Antinutrien adalah senyawa yang dapat menghambat penyerapan zat gizi tertentu dalam tubuh. Senyawa ini tidak dapat dihilangkan melalui proses koagulasi (pemadatan). Dengan kata lain, zat gizi yang terkandung dalam tempe akan lebih efektif diserap oleh tubuh dibandingkan tahu. Selain itu, tempe dan tahu mengandung senyawa isoflavone. Isoflavone diperkirakan memiliki berbagai manfaat kesehatan, salah satunya untuk menangkal kanker. Tempe memiliki kandungan isoflavone yang lebih tinggi dibandingkan tahu. Senyawa isoflavone yang terkandung pada tahu sebesar 4-67 mg/100 gram. Sementara pada tempe sebesar 103 mg/100 gram. Diperkirakan sebesar 30 sampai 50 mg konsumsi senyawa isoflavone setiap hari cukup untuk memberikan manfaat kesehatan. Tahu mengandung

lebih banyak mineral yang berasal dari senyawa koagulan (menjadikan sari kedelai padat). Sedang, tempe memiliki lebih banyak kandungan vitamin yang berasal dari hasil fermentasi. Secara kandungan gizi, tempe lebih padat nutrisi dibandingkan tahu. Tempe memiliki kalori yang lebih tinggi, dengan kandungan karbohidrat, protein, dan lemak yang lebih tinggi dibandingkan tahu. Tempe juga memiliki serat yang jauh lebih tinggi dibandingkan tahu. (<https://hellosehat.com>)

Banyak produk pangan kreatif yang berasal dari olahan tahu dan tempe di jual di pasar. Menurut Setyaningrum (2015:8) pasar sebagai tempat memasarkan produk berupa barang maupun jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia umumnya, khususnya kebutuhan dan keinginan kelompok masyarakat dengan ciri tertentu.

Dalam memasarkan produk olahan tahu dan tempe tidak terlepas dari persaingan bisnis, sehingga untuk itu di butuhkan perencanaan yang matang. Menurut Rangkuti (2006:2) Perencanaan bisnis dapat membuat kerangka pengendalian terhadap faktor keberhasilan sesuai rencana strategis yang merupakan syarat memenangkan persaingan. Persaingan di pengaruhi oleh faktor : (1) Sensitive harga, (2) Produk mystique, yaitu persepsi yang berbeda terhadap produk yang ditawarkan pesaing.

Kotler (2007:4) menjelaskan, dalam menghadapi persaingan memerlukan keputusan yang tepat yang berhubungan dengan beberapa hal seperti, ciri (features), apa yang harus dirancang untuk sebuah produk baru, harga yang harus ditawarkan, dimana produk dijual dan berapa biaya yang harus di keluarkan untuk iklan dan penjualan.

Warren, Carl S (2019:359) mengilustrasikan Harga Pokok Penjualan (HPP), merupakan persediaan awal dan pembelian dikurangi persediaan yang dapat dijual.

HPP bagian dari strategi pemasaran guna menghadapi persaingan produk yang akan di pasarkan. Diperhitungkan dari total keseluruhan pengeluaran dan beban yang dikenakan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menghasilkan barang dan jasa di dalam kondisi dan tempat dimana barang tersebut dapat dijual atau digunakan. Tujuan perhitungan HPP adalah untuk mengetahui besarnya biaya produksi yang akan dikeluarkan oleh suatu perusahaan saat akan memproduksi barang atau jasa. (<https://www.finansialku.com>)

## **1.2 Permasalahan**

Permasalahan dalam “Penyuluhan Pengembangan Pemasaran produk Olahan Tahu/Tempe dan Perhitungan Harga Pokok Penjualan Pada UMKM di Kelurahan Cipinang Besar Utara adalah :

- a. Bagaimana pengembangan pemasaran yang dilakukan UMKM terhadap produk olahan tahu dan tempe
- b. Bagaimana UMKM melakukan perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) produk olahan tahu dan tempe
- c. Bagaimana pengembangan pengusaha tahu tempe dilaksanakan oleh kelompok UMKM di Kelurahan Cipinang - Jakarta Timur

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Kegiatan**

#### **Tujuan Kegiatan**

Diharapkan peserta dapat melakukan pengembangan pemasaran terhadap produk olahan tahu/tempe dan mampu menghitung harga pokok penjualan (HPP) nya.

#### **Manfaat Kegiatan**

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan melalui penyuluhan ini diharapkan mempunyai manfaat sebagai berikut:

##### **a. Bagi Pembicara**

Sebagai sarana untuk menjalankan tugas dosen dalam Tridharma Perguruan Tinggi, guna pengembangan teori dan praktek melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

##### **b. Bagi Kampus (Lembaga)**

Sebagai sarana promosi dan mendekatkan STIE Indonesia kepada masyarakat.

##### **c. Peserta pengusaha kecil**

Dapat memahami dan mampu mengembangkan pemasaran produk olahan tahu/tempe dan memperhitungkan harga pokok penjualan (HPP) nya, sehingga berdampak terhadap peningkatan taraf hidup dan perekonomian keluarga, masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

## **BAB II**

### **TARGET DAN LUARAN (OUTPUT)**

#### **2.1 Target**

Sasaran kegiatan penyuluhan ini adalah pengusaha kecil dan calon pengusaha (wira usaha) di lingkungan RW 07 Kelurahan Cipinang Kecamatan Pulogadung, Jakarta Timur. Di bawah ini disajikan table peserta yang mengikuti Penyuluhan Pengembangan Pemasaran Produk Olahan Tahu/Tempe dan Perhitungan Harga Pokok Penjualan Pada UMKM di Kelurahan Cipinang Besar Utara.

**Tabel 2.1 Peserta Kegiatan**

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>L/P</b>	<b>Pekerjaan</b>
1	Wahyudi	L	Pedagang Tempe & Tahu
2	Irin	P	Pedagang Tempe
3	Dobang	L	Pedagang Tempe
4	Suzaenal	L	Pedagang Tempe & Tahu
5	Cahyana	P	Pedagang Tempe
6	Ipung	L	Produsen Tempe
7	Kana K	P	Produsen Tahu
8	Herwanto	L	Pedagang Tempe
9	Wahid	L	Produsen Tempe & Tahu
10	Ghozali	L	Pedagang Tahu
11	Djono S	L	Pedagang Tempe & Tahu
12	Benny	L	Pedagang Tempe
13	Deni	L	Pedagang Tempe
14	Sukmono	L	Pedagang Tempe
15	Harto	L	Produsen Tempe & Tahu
16	Eka	P	Pedagang Tempe & Tahu
17	Yeti Sri Rusmiati	P	Pedagang Tempe
18	Rusma EP	P	Pedagang Tempe
19	Zufri	L	Produsen Tempe & Tahu
20	Sri Rusmini	P	Pedagang Tempe
21	Nani Wahyuni	P	Pedagang Tempe
22	M. Bakri	L	OB
23	Rocih	P	Pedagang Tempe & Tahu
24	Witarsa	L	Pedagang Tahu
25	M. Syarif	L	Pedagang Tempe
26	Nani	P	Pedagang Tempe
27	Mursiyah	P	Pedagang Gorengan
28	Harni	P	Pedagang Tempe

29	Asep S	L	Pedagang Somay
30	Bahar	L	Pedagang sembako
31	Wiwit	L	Security
32	Rizaldi	L	Pedagang Tahu
33	Sarah	P	Pedagang Tempe

---

Sumber: Daftar Hadir Peserta

## 2.2 Luaran (output)

Luaran yang diharapkan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat (Abdimas) ini sebagai berikut:

- a. Peserta penyuluhan di lingkungan Kelurahan Cipinang Besar Utara dapat memahami bagaimana pengembangan pemasaran produk olahan yang dihasilkan.
- b. Peserta penyuluhan di lingkungan Kelurahan Cipinang Besar Utara dapat memahami bagaimana menghitung Harga Pokok Penjualan Produk yang dihasilkan.
- c. Peserta penyuluhan di lingkungan Kelurahan Cipinang Besar Utara diharapkan dapat mengembangkan UMKM melalui produk tahu/tempe yang dihasilkan.

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN**

#### **3.1 Tim Pelaksana**

Kegiatan ini dilaksanakan oleh dosen STIE Indonesia, Rawamangun, Jakarta Timur dengan susunan tim sebagai berikut:

- Ketua : Rahmat Yuliansyah, SE. Ak., M. Ak., CA  
Sekretaris : Rutinaias Haholongan, S.E., M.M  
Anggota: Krisnando, SE, M.Ak  
Erizal Azhar, SE., M. BA  
Bayu Pratama, SE., M. Ak  
Basyiruddin Nur, SE., Ak., M. AK., CA  
Andi Fuji, SE., MM

#### **3.2 Bentuk Kegiatan**

Kegiatan dilakukan dalam dua tahapan, yaitu:

##### a. Tahap persiapan

Tahapan ini di laksanakan sejak tanggal 15 Desember 2020. Dalam tahapan ini dilakukan antara lain :

1. Mencari objek penelitian dan peserta pelatihan
2. Persiapan tempat dan peralatan yang dibutuhkan.
3. Persiapan pembuatan makalah yang dibutuhkan peserta.

##### b. Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan pada tanggal 20 Februari 2021, dengan memberikan penyuluhan ”Pengembangan Pemasaran Produk Olahan Tahu/Tempe Dan Perhitungan Harga Pokok Penjualan Pada UMKM Di Kelurahan Cipinang Besar Utara - Jakarta Timur.

### 3.3. Urutan Kegiatan

**Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan**

Kegiatan	Tanggal	Waktu	Durasi
Rapat persiapan pengajuan proposal	22 Desember 2020	11.00-12.00	1 Jam
Pembuatan proposal	28 - 29 Des 2020	14.00-17.00	8 Jam
Review proposal	Jan 2021	13.00-14.00	1 jam
Revisi proposal	11 Jan s.d.16 Jan 2021	13.00-15.00	12 Jam
Rapat persiapan pelaksanaan PKM	20 Jan 2021	13.00-14.00	1 Jam
Persiapan PKM	26 Jan 2021	13.00-16.00	12 Jam
Persiapan akhir pelaksanaan	9 Febr 2021	13.00-15.00	2 Jam
Pelaksanaan PKM	20 Febr 2021	13.00-17.00	7 Jam
Evaluasi pelaksanaan PKM	2 Mar 2021	13.00-15.00	2 Jam
Pembuatan laporan PKM	17 Mar 2021	13.00-15.00	12 Jam
Total Durasi PKM			58 Jam

### 3.4. Susunan Acara

Kegiatan dilaksanakan pada,

Hari/tanggal : Sabtu, 20 Februari 2021

Waktu : 09.00 s/d 12.00

Tempat : Kantor RW 07 Kelurahan Cipinang Besar Utara – Jakarta Timur

Berikut jadwal Kegiatan yang akan dilaksanakan:

**Tabel 3.2 Susunan Acara**

Waktu	Kegiatan	Pelaksana
09.00 – 09.30	Registrasi	Tim
09.30 – 09.40	Pembukaan	Ketua Panitia
09.45 – 10.15	Materi pembelajaran Pemasaran Produk Olahan	Andi Fuji & Bayu P
10.15 - 10.45	Materi pembelajaran akuntansi Perhitungan Harga Pokok Penjualan	Rahmat Y & Krisnando
10.45 - 11.30	Diskusi	Tim

**BAB IV**  
**BIAYA DAN JADWAL**

**4.1 Jadwal Kegiatan**

**Tabel 4.1 Chart Kegiatan**

No	Kegiatan	Desember 2020 - Maret 2021									
		22 Des '20	28 - 29 Des '20	Jan '21	11 - 16 Jan '21	20 Jan '21	26 Jan '21	9 Febr '21	20 Febr '21	2 Mar '21	17 Mar '21
1	Rapat Persiapan Pengajuan Proposal PKM										
2	Pembuatan Proposal										
3	Review Proposal										
4	Revisi Proposal										
5	Rapat Persiapan Pelaksanaan PKM										
6	Persiapan PKM										
7	Persiapan Akhir Pelaksanaan										
8	Pelaksanaan PKM										
9	Evaluasi Pelaksanaan PKM										
10	Pembuatan Laporan PKM										

**4.2 Realisasi Biaya**

Realisasi biaya anggaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan pada Sabtu, 20 Februari 2021 sebagai berikut:

1. Konsumsi :

- a. Makan Peserta dan Panitia Pelatihan  
(40 box @Rp. 35.000) Rp. 1.400.000,-
- b. Snack peserta dan panitia (40 box @Rp.18.000) 720.000,-
- Total Biaya Konsumsi Rp. 2.120.000,-**

2. Honor dan Transportasi:

- a. Transportasi Pelaksana dan Panitia  
(4 Orang @ Rp. 100.000) Rp. 400.000,-
- b. Transportasi survey pertama & izin Abdimas  
(3 orang @ Rp.100.000) 300.000,-
- c. Transportasi survey kedua (3 orang @ Rp.100.000) 300.000,-
- d. Petugas kebersihan 50.000
- e. Petugas keamanan 50.000
- f. Sumbangan kas RW Cipinang 150.000,-

**Total Biaya Honor dan Transportasi Rp. 1.250.000,-**

3. Lain-Lain:

a. Penggandaan Materi Penyuluhan dan laporan (250 eks @ Rp. 100)	Rp.	25.000,-
b. Laminating Laporan Abdimas @ Rp. 5.000		5.000,-
c. Spanduk 200 x 80 (1 unit @Rp. 80.000)		100.000,-
Total Biaya Lain-lain		<u>Rp. 130.000,-</u>
T O T A L		<u><u>Rp. 3.500.000</u></u>

Terbilang (Tiga Juta Lima Ratus Ribu Rupiah)

## **PENUTUP**

Demikian Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat (Abdimas) ini disampaikan dengan harapan kegiatan yang telah terlaksana dengan lancar dan baik tersebut dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, Aamiin Ya Rabbal ‘Alamiin.

Jakarta, 20 Februari 2021

**TIM PELAKSANA**

Ketua



(Rahmat Yuliansyah, SE. AK., M. AK., CA)

NIDN 0305076902

## DAFTAR PUSTAKA

Kotler, Philip. Kevin Lane Keller. 2007. Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1. Indeks Indonesia

Rangkuti, Freddy. 2006 . Business Plan, Teknik Membuat Perencanaan Bisnis & Analisis Kasus. PT Gramedia Pustaka Utama Jakarta

Setyaningrum, Ari. Jusuf Udaya, Efendi, 2015. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Andi Yogyakarta

Warren, Carl S. James M Reeve. Jonathan E Duchac, 2019. Pengantar Akuntansi Adaptasi Indonesia. Edisi 4. Salemba Empat. Jakarta

<https://helohehat.com>

<https://ilmupengetahuanumum.com>

<https://www.finansialku.com>

## **STRATEGI PEMASARAN**

Pemasaran berhubungan dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia terhadap barang dan jasa. Asosiasi pemasaran Amerika dalam Kotler (2007:6), pemasaran di definisikan satu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan peklanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi.

Untuk memperoleh suatu produk menurut Kotler (2007:7), dapat dilakukan dengan salah satu dari 4 cara berikut:

1. Menghasilkan sendiri produk atau jasa
2. Menggunakan kekuatan otot
3. Mengemis atau meminta-minta
4. Menawarkan produk utuk mendapatkan produk lain (barter)

Kotler (2007:18) menjelaskan terdapat beberapa konsep pada kegiatan pemasaran yaitu :

1. Konsep Produksi

Merupakan yang menyatakan konsumen akan memilih produk yang tersedia di mana-mana dan murah. Dalam hal ini Perusahaan berusaha mencapai efiseinsi produksi yang tinggi, biaya rendah dan distribusi massal

2. Konsep Produk

Menyatakan, konsumen lebih menyukai produk yang bermutu, berprestasi atau inovatif. Perusahaan berusaha menghasilkan produk superior, sehingga sering terperangkap terhadap “kecintaan” pada produk sendiri

3. Konsep Penjualan

Menyatakan konsumen dan bisnis akan meninggalkan suatu produk jika perusahaan tidak berusaha menjual dan melakukan promosi. Biasa berlaku untuk produk yang jarang di butuhkan, spt. Asuransi, tempat perkuburan dan lain-lain

4. Konsep Pemasaran

Menetapkan bagaimana menentukan produk yang tepat/dibutuhkan pelanggan bukan untuk menemukan pelanggan yang membutuhkan produk yang dihasilkan. Perusahaan

harus menjadi lebih efektif di banding pesaing nya dalam menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan sasaran produk nya

#### 5. Konsep Holistik

Konsep pemasaran berdasarkan pengembangan, perancangan dan implementasi program, proses dan kegiatan yang mengakui keleluasaan serta interdependensi. Pemasaran holistik mencoba mengakui dan mendamaikan lingkup dan kompleksitas kegiatan pemasaran, dimana segala sesuatu bisa terjadi dalam kegiatan pemasaran

Terkait penjelasan diatas Setyaningrum (2015:5) menyatakan pasar perusahaan bukan saja mereka yang membeli atau berpotensi membeli produk perusahaan, malainkan juga pihak yang memegang peran dalam pengambilan keputusan untuk membeli, seperti orang tua, teman sejawat dan atasan.

Kegiatan pemasaran dapat menghidupkan, memajukan dan menjatuhkan perusahaan, sehingga pemasaran merupakan suatu ilmu dan juga seni bagaimana pemasaran dilakukan atau seharusnya dilakukan.

Rangkuti (2006:2) menjelaskan, untuk menunjukkan keberhasilan kinerja aktual perusahaan di perlukan 4 hal yang harus ada dalam perencanaan bisnis :

1. Penjelasan mengenai bisnis yang sedang digeluti dan rencana yang bersifat strategis
2. Rencana pemasaran
3. Rencana manajemen mengenai keuangan dan
4. Rencana manajemen secara operasioanal

Selanjutnya Rangkuti (2006:3) menguraikan, dalam membuat perencanaan bisnis perlu mengetahui hal berikut:

1. Posisi nilai produk yang dihasilkan, yang merupakan rasio relative terhadap kalitas dan harga
2. Strategi yang dijalankan, apakah menjadi pioneer atau pengekor
3. Pendanaan yang terencana dengan baik

## USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM)

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM diatur berdasarkan UU Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Berikut ini isi dari UU 20 Tahun 2008.

**Usaha Mikro adalah** usaha produktif yang dimiliki oleh individu dan / atau badan usaha perorangan yang telah memenuhi kriteria untuk usaha mikro sebagaimana didefinisikan oleh Undang-undang ini

**Usaha Kecil adalah** usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dan dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

**Usaha Menengah adalah** usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Aset dan omzet menjadi parameter penting sebuah skala badan usaha.

- **Kriteria aset Usaha Mikro** maksimal 50 Juta rupiah, sedangkan **kriteria omzet Usaha Mikro** maksimal 300 juta rupiah.
- **Kriteria aset Usaha Kecil** berkisar 50 Juta – 500 juta rupiah , sedangkan **kriteria omzet Usaha Kecil** berkisar antara 300 juta rupiah – 2,5 Miliar rupiah.

**Kriteria aset Usaha Menengah** berkisar 500 juta rupiah – 10 Miliar rupiah , sedangkan **kriteria omzet Usaha Menengah** berkisar antara 2,5 Miliar rupiah – 50 Miliar rupiah

UMKM adalah representasi perekonomian rakyat dan kita sadari tentu memiliki sejumlah keterbatasan untuk bersaing dengan badan usaha dari pemodal besar. Untuk itulah intervensi negara dibutuhkan jangan sampai *Usaha Mikro Kecil dan Menengah* terdesak oleh kehadiran pemodal besar yang tidak berpihak pada kepentingan *Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. Cara untuk mendorong kemajuan UMKM adalah dengan memberikan perhatian pada hal-hal seperti penguasaan teknologi, fasilitas pembiayaan, kelancaran arus informasi,

serta peningkatan kualitas sumberdaya manusia. Menjadi harapan bersama agar keberpihakan kepada pilar perekonomian nasional ini tidak hanya menjadi sebuah rutinitas slogan kampanye politik semata.

Salah satu kebutuhan dasar hidup manusia adalah kebutuhan akan pangan. Hal ini juga dinyatakan dalam Undang-Undang Pangan Nomor 7/1996 bahwa pangan merupakan salah satu kebutuhan pokok yang pemenuhannya merupakan bagian dari hak azasi manusia. Bahan dasar yang sering dimanfaatkan untuk kebutuhan pangan salah satunya yaitu kacang-kacangan seperti kacang kedelai. Kacang kedelai biasanya banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia sebagai bahan baku utama makanan seperti tahu dan tempe. Tahu dan tempe merupakan bahan pangan yang amat populer dan cukup potensial di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan jumlah nilai produksi industri tertinggi diantara produk turunan kedelai lainnya. Potensi yang baik ini dimanfaatkan oleh beberapa orang untuk dijadikan sebagai usaha kecil menengah.

## HARGA POKOK PENJUALAN

### Cara Menghitung

Menurut Warren (2019:165) Untuk menentukan HPP, menggunakan rumus di bawah ini:

$$HPP = \text{barang tersedia untuk dijual} - \text{persediaan akhir}$$

Keterangan:

- Barang tersedia untuk dijual = persediaan barang dagangan awal + pembelian bersih
- Pembelian bersih = (pembelian + biaya angkut pembelian) - (retur pembelian + potongan pembelian)

Contoh:

PT XYZ, Jakarta 1 Januari 2017

- Persediaan barang dagangan (awal) : Rp 10.000.000
- Pembelian : Rp 50.000.000
- Beban angkut pembelian : Rp 1.000.000
- Retur pembelian : Rp 2.000.000
- Potongan pembelian : Rp 1.500.000
- Persediaan barang dagangan (akhir) : Rp 5.000.000

Penghitungan HPP:

- Pembelian bersih =  $(Rp\ 50.000.000 + Rp\ 1.000.000) - (Rp2.000.000 + Rp\ 1.500.000) = Rp\ 47.500.000$
- Barang tersedia untuk dijual =  $Rp\ 10.000.000 + Rp\ 47.500.000 = Rp\ 57.500.000$
- Harga pokok penjualan =  $Rp\ 57.500.000 - Rp\ 5.000.000 = Rp\ 52.500.000$

Dengan menghitung HPP, bisa menentukan harga jual yang pas untuk dibebankan kepada konsumen. Di sisi lain, HPP juga dapat membantu untuk mengetahui laba yang diinginkan. Jadi, jika harga jual lebih besar dari HPP, maka bisnis akan menghasilkan laba. Sebaliknya, jika harga jual lebih rendah dari HPP, maka kemungkinan besar bisnis akan mengalami kerugian.

## Harga Jual

Harga jual merupakan besaran harga yang dibebankan kepada konsumen. Besaran harga jual didapatkan dari penghitungan biaya produksi ditambah biaya non-produksi serta laba yang diharapkan. Dalam menentukan harga jual, umumnya ada dua metode yang biasanya diterapkan, yaitu:

### a. Penetapan harga biaya plus

Menentukan harga biaya plus atau *cost-plus pricing method* bisa dilakukan dengan rumus berikut:

$$\text{Harga jual} = \text{biaya total} + \text{margin}$$

Sebagai contoh, anggaplah usaha tas kecil Anda mendapatkan order sebanyak 100 buah untuk souvenir pernikahan. Biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi tas tersebut diperkirakan sebanyak Rp 5.000.000. Rinciannya sebagai berikut:

- Biaya bahan baku : Rp 3.500.000
- Biaya tenaga kerja : Rp 1.000.000
- Biaya lain-lain : Rp 500.000

Jika Anda menginginkan laba sebesar 10% dari biaya total, maka:

*Harga total: biaya total + laba = Rp 5.000.000 + (10% x Rp 5.000.000) = Rp 5.500.000*

Dengan demikian, harga setiap tas kecil yang dijual adalah sebesar Rp 55.000.

#### **b. Penetapan harga mark up**

Metode ini lebih banyak digunakan oleh pebisnis karena caranya yang cenderung lebih sederhana. *Mark up* adalah kelebihan harga jual dari harga beli. Misalnya, Anda mempunyai toko *makeup*. Anda membeli salah satu produk *makeup* seharga Rp 200.000. Karena ingin mendapatkan keuntungan sebesar Rp 50.000, Anda pun menjualnya seharga Rp 250.000 (Rp 200.000 + Rp 50.000).

Lampiran 2 – Daftar Hadir Panitia Pelaksana



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (ABDIMAS)

DAFTAR HADIR PANITIA

Sabtu, 20 Februari 2021

NO	NAMA	NIDN/NPK	KETERANGAN	TANDA TANGAN
1	Rahmat Yuliansyah, SE. AK., M. Ak., CA	0305076902	KETUA	
2	Rutinaias Haholongan, S.E., M.M.	0324128504	SEKRETARIS	
3	Krisnando, SE. M. AK.	0313037101	ANGGOTA	
4	Erizal Azhar, SE, M. BA	0325046001	ANGGOTA	
5	Bayu Pratama, SE., M. Ak	0309038703	ANGGOTA	
6	Basyiruddin Nur, SE., Ak., M. AK., CA	0316026502	ANGGOTA	
7	Andi Fuji, SE., MM	0320077303	ANGGOTA	

Jakarta, 20 Februari 2021

Ketua

(Rahmat Yuliansyah, SE. AK., M. Ak., CA)

Lampiran 3 – Daftar Hadir Peserta



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
 PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (ABDIMAS)  
 DAFTAR HADIR PESERTA  
 SABTU, 20 FEBRUARI 2021

NO	NAMA	TANGAN	TANGAN
1	wahyus	1	✓
2	IRAN	2	✓
3	DOBANO	3	✓
4	SUZANNA	4	✓
5	CAHYANA	5	✓
6	ipung	6	✓
7	KUKUK	7	✓
8	HERWANTO	8	✓
9	wahid	9	✓
10	OTODALI	10	✓
11	Djono.s	11	✓
12	Benny.	12	✓
13	BENI	13	✓
14	Sukmono	14	✓
15	HARTO	15	✓
16	EKA	16	✓
17	YETISAI KUSNIATI	17	✓
18	MAUSMA - E.F.	18	✓
19	ZUFRI	19	✓
20	Sud Rumi	20	✓



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (ABDIMAS)  
DAFTAR HADIR PESERTA  
SABTU, 20 FEBRUARI 2021

NO	NAMA	TANGAN	TANGAN
21	Nani Wangyuni	21	✓
22	M BARRI	22	✓
23	ROCIH	23	✓
24	WITARSA	24	✓
* 25	M Syarif	25	✓
26	NANI	26	✓
27	IBU MURSIYAH	27	✓
28	... HARNI	28	✓
29	Asp s	29	
30	BAHAR	30	
31	Wiwat	31	
32	Rusaldi	32	
33	SARAH	33	
34			34
35		35	
36			36
37		37	
38			38
39		39	
40			40

Lampiran 4 – Foto Kegiatan

**Gambar 1**  
**Pendaftaran dan Pembukaan Pelatihan**



**Gambar 2**  
**Pelatihan Pembelajaran Pengembangan Pemasaran Produk Olahan Tahu/Tempe**



**Gambar 3**

**Peserta Pelaksanaan Kegiatan Abdimas**



**Gambar 4**

**Pembelajaran Perhitungan Harga Pokok Penjualan Pada UMKM**



Gambar 5

Foto Bersama Pelaksana Abdimas



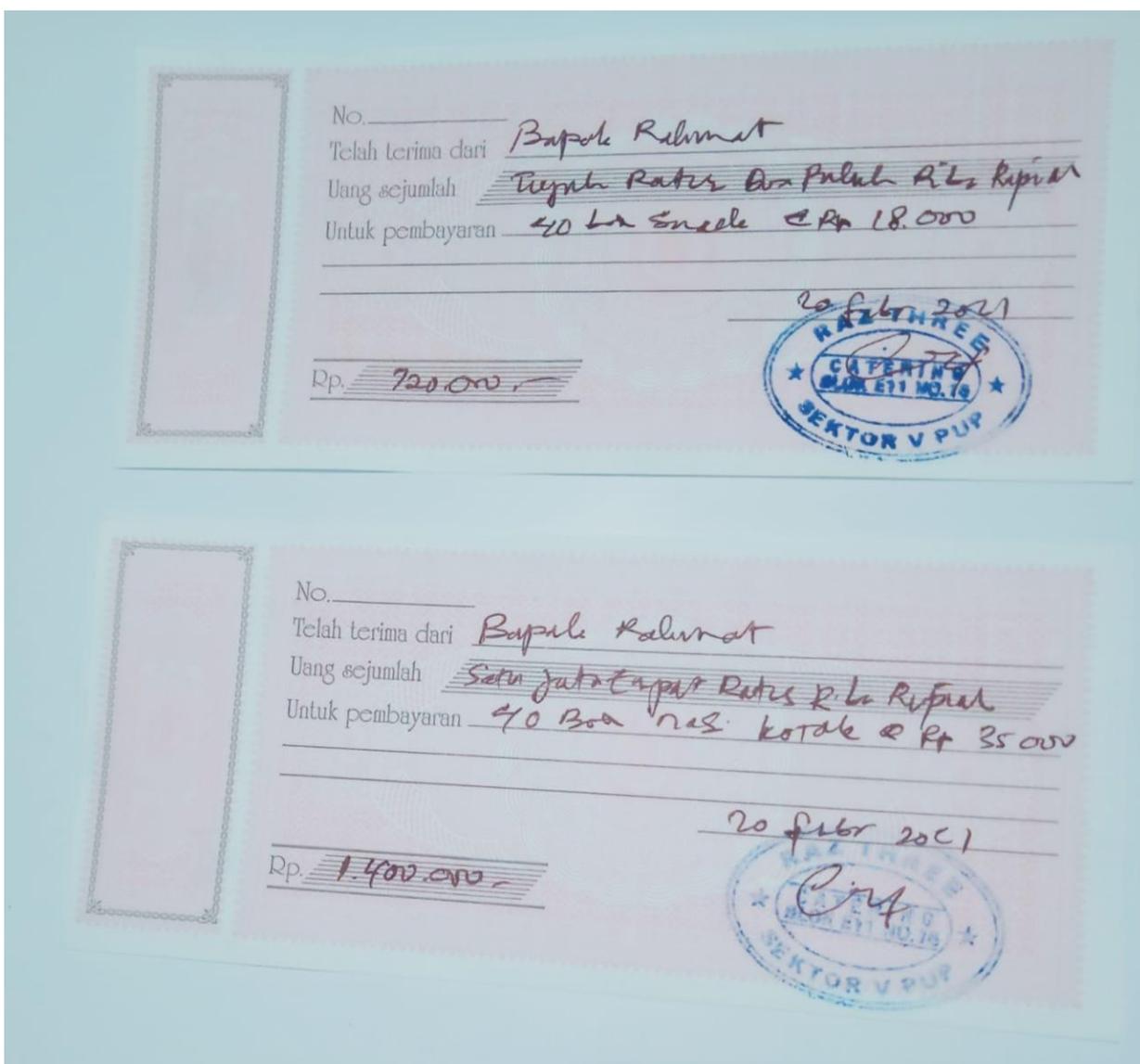
Gambar 6

Spanduk Pelaksanaan Abdimas



Lampiran 5 – Bukti Pengeluaran

1. Konsumsi



2. Honor dan Transportasi



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (ABDIMAS)  
DAFTAR HONOR PANITIA  
Sabtu, 20 Februari 2021

NO	NAMA	NIDN/NPK	JUMLAH	TANDA TANGAN
1	Rahmat Yuliansyah, SE. AK., M. Ak.,CA	0305076902	Rp. 100.000	
2	Krisnando, SE. M. AK.	0313037101	100.000	
3	Bayu Pratama, SE., M. Ak	0309038703	100.000	
4	Andi Fuji, SE., MM	0320077303	100.000	
Jumlah			Rp. 400.000	

Terbilang : (Empat Ratus Ribu Rupiah)

Jakarta, 20 Februari 2021  
Ketua

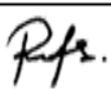
(Rahmat Yuliansyah, SE. AK., M. Ak.,CA)



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (ABDIMAS)

DAFTAR TRANSPOR SURVEI LOKASI

Sabtu, 20 Februari 2021

NO	NAMA	NIDN/NPK	JUMLAH	TANDA TANGAN
1	Rahmat Yuliansyah, SE. AK., M. Ak.,CA	0305076902	Rp. 200.000	
2	Rutinaias Haholongan, SE., MM	0324128504	200.000	
2	Krisnando, SE. M. AK.	0313037101	200.000	
Jumlah			Rp. 600.000	

Terbilang : (Enam Ratus Ribu Rupiah)

Jakarta, 20 Februari 2021

Ketua



(Rahmat Yuliansyah, SE. AK., M. Ak.,CA)



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (ABDIMAS)  
DAFTAR HONOR KEBERSIHAN DAN KEAMANAN  
Minggu, 20 Februari 2021

NO	NAMA		JUMLAH	TANDA TANGAN
1	Bokri	Kebersihan	Rp. 50.000	
2	Shyca/Utami	Keamanan	50.000	
3	Afrizal	Kas RW	150.000	
Jumlah			Rp. 250.000	

Terbilang : (Dua Ratus Lima Puluh Ribu Rupiah)

Jakarta, 20 Februari 2021

Ketua

(Rahmat Yuliansyah, SE. AK., M. Ak., CA)

3. Lain – lain

**TOKO AMIEN**

FOTO KOPY & ALAT-ALAT FILE & LANTOR  
 PSR: KAYU JATI BLOK A. HO 30-12  
 RAWAMANGUN JAKARTA TIMUR 13220  
 TLP: 021- 3812851, 3774

20.02.16

NO. NOTA LANYA VA	NAMA BARANG	KELOMPOK	JUMLAH
280	1 FOTO COPY A3		
	2 FOTO COPY POLIC		25000
	3 FOTO COPY A4		
	4 FOTO COPY QUARTO		
	5 FOTO COPY B5		
	6 FOTO COPY PERBESAR		
	7 FOTO COPY PR KECIL		
	8 FOTO KOPY TRANSPAREN		
	9 JILID SPIRAL PLASTIK		
	10 JILID SPIRAL KAWAT		
	11 JILID LANGSUNG		5000
	12 JILID HARD COVER		
	13 JILID BIASA		
	14 LAMINATING		
	15 ATK		
	16		
	17		
	18		
	19		
	20		
	21		
	22		
	23		
	24		
	25		
	26		
	27		
	28		
	29		

**PERHATIAN** - HORMAT KAMI  
 Barang yang sudah di  
 beli tidak bisa di tukar  
 atau di kembalikan.

25000  
5000  
30.000

**JAWA Printing**

Toko 1 : Jl. Raya Candrabaga (Pengkalen Raya Silam) Kalibang Tengah  
 Toko 2 : Jl. Raya Tanggul, Rawo Silam 2 No.27 Kalibang Tengah - Bekasi Utara  
 0812 104 111 77, 0853 1103 4977  
 WA : 0896 2012 4677

BEKASI, 17-2-.....20..21  
 KEPADA : .....

NO. TELP : 0898 7895171

NOTA NO. :

QTY	JENIS PEKERJAAN	KERTAS	TINTA	@ Rp.	JUMLAH
1	Jes Gendul digital 2m x 80cm				100.000

TANDA TERIMA. **PERHATIAN !!!**  
 - Barang / Cetakan yang tidak diambil  
 lebih dari 30 Hari, rusak / hilang  
 bukan menjadi tanggung jawab kami  
 - DP minimal 50%

HORMAT KAMI. JUMLAH RP. 100.000  
 DP RP.  
 SISA RP.

(JAWA PRINTING)