

Umkm Mahir Menghitung Biaya Produksi Dan Strategi Labeling Packaging Guna Meningkatkan Pendapatan Kelompok Umkm Pamulang Estate

¹ Indawati, ² Anggun Anggraini, ³ Suciati Muanifah, ⁴ Juitania, ⁵ Fery Citra Febriyanto

^{1,2,3,4,5} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang Tangerang Selatan

email : ¹@unpam.ac.id, ²@unpam.ac.id, ³@unpam.ac.id,
⁴@unpam.ac.id, ⁵dosen02035@unpam.ac.id,

ABSTRAK

Para pelaku UMKM ScaleUp harus benar-benar bersaing tidak hanya dari segi pemasaran dalam hal ini adalah labelling atau packaging, tetapi juga kesiapan pengelolaan keuangannya, tujuannya agar para pelaku UMKM Pamulang Estate dapat melakukan perkembangan usaha dengan tepat sesuai dengan sasaran dan juga memperhatikan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, keterangan yang tercantum pada label sekurang-kurangnya memuat; Nama produk, Daftar bahan yang digunakan, Berat bersih atau isi bersih, Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia; Tanggal, bulan, dan tahun kadaluwarsa. Lemahnya kesadaran akan pentingnya disiplin pembukuan atau pengelolaan keuangan masih menjadi hal yang serius di lingkungan para pelaku UMKM Tangerang Selatan. Kegiatan tim pengabdian masyarakat dilakukan secara terukur dan proses monitoring dan evaluasi dari kegiatan ini dapat mengukur ketercapaian target dan luaran yang menjadikan pelaku UMKM yang disiplin melakukan pencatatan keuangan sederhana, membuat biaya produksi untuk setiap varian produk yang dijual dan memperhatikan labelling sebagai dasar informasi untuk konsumen yang akan membeli produk mereka sehingga terciptanya wirausaha yang tangguh dan mampu mengikuti perkembangan teknologi untuk menopang kemajuan usahanya yang akan dipublikasikan dalam jurnal pengabdian masyarakat.

Kata Kunci : UMKM, Biaya Produksi, Labelling

ABSTRACT

ScaleUp MSME actors must really compete not only in terms of marketing in this case is labeling or packaging, but also financial management readiness, the goal is that Pamulang Estate MSME actors can carry out business development appropriately according to the target and also pay attention to the Republic of Indonesia Government Regulations. Indonesia Number 69 of 1999 concerning Food Labels and Advertisements, the information contained on the label shall at least contain; Name of product, List of materials used, Net weight or net contents, Name and address of the party producing or importing food into the territory of Indonesia; Expiry date, month and year. Weak awareness of the importance of bookkeeping discipline or financial management is still a serious problem among South Tangerang MSME actors. Community service team activities are carried out in a measurable manner and the monitoring and evaluation process of this activity can measure the achievement of targets and outcomes that make disciplined MSME actors carry out simple financial records, make production costs for each product variant sold and pay attention to labeling as a basis for information for consumers who will buy their products so as to create entrepreneurs who are strong and able to keep up with technological developments to support their business progress which will be published in community service journals..

Keywords: MSMEs, Production Costs, Labeling

PENDAHULUAN

Pada era revolusi industry 4.0 sekarang ini akan mendorong meningkatnya kebutuhan hidup suatu individu. Hal ini mampu mendorong suatu individu untuk bisa mempunyai penghasilan dengan cara membuka usaha sendiri, terutama bagi kalangan individu yang tidak mempunyai latar belakang pendidikan yang mumpuni dibidangnya. Sebagian besar dari individu memilih membuka usaha sendiri terutama dalam bidang usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) karena tidak membutuhkan modal yang besar, oleh karena itu perkembangan dunia usaha akan semakin berkembang dan jenis usahanya yang semakin beranekaragam. Perkembangan dunia bisnis atau usaha menuntut para pelaku bisnis dalam hal yakni pelaku UMKM harus mampu mengelola seluruh potensi yang ada pada usahanya secara efektif dan efisien agar dapat bersaing dalam pasar. Tujuan dari setiap usaha yang dibentuk adalah untuk menciptakan produk atau jasa untuk dijual kepada konsumen, dengan sasaran laba yang semaksimal mungkin guna kelangsungan hidup suatu perusahaan dan akan dapat meningkatkan operasinya, namun dengan pemakaian biaya seminimal mungkin. Salah satu wujud upaya agar perusahaan bisa efektif dan efisien adalah dengan menerapkan suatu sistem penggunaan biaya yang handal. Salah satu informasi biaya yang harus diketahui oleh pelaku usaha atau pemilik usaha UMKM adalah mengenai alokasi biaya secara tepat yang merupakan salah satu cara dalam menentukan harga pokok produksi. Pada usaha yang mengolah suatu bahan baku dalam satu proses produksi yang sama untuk menghasilkan beberapa jenis produk, dibutuhkan pengalokasian biaya secara tepat ke tiap produk yang dihasilkan, karena akan sulit untuk menelusuri biaya yang terjadi selama proses produksi bersama.

Kegiatan produksi memerlukan pengorbanan sumber ekonomi berupa berbagai jenis biaya untuk menghasilkan

produk yang akan dipasarkan. Biaya-biaya ini akan menjadi dasar dalam perhitungan biaya produksi. Elemen-elemen yang membentuk biaya produksi dapat dikelompokkan menjadi tiga golongan besar yakni : (1) Bahan Baku Langsung, (2) Tenaga Kerja Langsung, (3) Biaya Overhead Usaha. Ketiga biaya tersebut harus dicatat dan diklasifikasikan secara cermat sesuai dengan jenis dan sifat biaya tersebut. Hal tersebut dimaksudkan untuk mempermudah pelaku usaha dalam mengetahui berapa besarnya biaya sebenarnya yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu produk yang disebut dengan biaya produksi. Biaya produksi dalam usaha UMKM merupakan bagian terbesar dari biaya yang harus dikeluarkan pelaku usaha. Jika informasi biaya untuk pekerjaan atau proses tersedia dengan cepat, maka manajemen mempunyai dasar yang kuat untuk merencanakan kegiatannya.

Pelaku Usaha harus cermat dan rinci dalam membuat laporan keuangan terutama yang berkaitan dengan biaya produksi agar tidak terjadi penyimpangan-penyimpangan serta pemborosan biaya dalam proses produksi. Informasi biaya produksi dapat dijadikan titik tolak dalam menentukan harga pokok dan harga jual yang tepat kepada konsumen dalam arti yang menguntungkan perusahaan dan menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Perhitungan biaya produksi menjadi masalah yang harus dilakukan oleh UMKM untuk memberikan penentuan harga pokok dan harga jual yang tepat sehingga dapat menghasilkan laba yang optimal. Biaya produksi sangat menentukan laba rugi yang ingin dicapai perusahaan. Dengan demikian apabila perusahaan kurang teliti atau salah dalam perhitungan biaya produksi, mengakibatkan kesalahan dalam menentukan laba rugi yang diperoleh perusahaan. Mengingat arti pentingnya biaya produksi yang memerlukan ketelitian dan ketepatan, apalagi dalam persaingan yang tajam di industri seperti saat ini

memacu perusahaan yang satu bersaing dengan perusahaan yang lain, dalam menghasilkan produk yang sejenis maupun produk substitusi. Ketidak mampuan pemilik dalam melakukan perhitungan biaya produksi yang sesuai standar disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan wawasan akuntansi khususnya akuntansi manajemen dan tingkat pendidikan yang tidak mumpuni dibidangnya, yang dimana seperti kita ketahui perhitungan biaya produksi merupakan tolak ukur dalam melihat efisiensi produksi dalam suatu kegiatan usaha. Sedangkan perhitungan biaya produksi dalam UMKM Dapoer Intan Pamulang dan Story Kitchen Pamulang Estate tidak menggunakan unsur-unsur yang sesuai dengan standar melainkan hanya menggunakan perhitungan oleh pemilik sendiri, hal ini tentu sangat merugikan bagi usaha yang sedang berkembang dari waktu ke waktu. Keuangan atau pembukuan sederhana bukan satu-satunya penentu kemajuan dari UMKM, disamping itu strategi branding (labeling dan packaging) dan teknis-teknis marketing juga perlu diperhatikan. Labeling dan Packaging yang secara langsung menjadi penampilan produk merupakan identitas produk tersebut sehingga pengelolaan penampilan menjadi salah satu aspek penting yang harus diperhatikan oleh pelaku UMKM, karena lima detik pandangan pertama sangat menentukan pilihan para konsumen sehingga penampilan sangatlah penting artinya bagi konsumen di pasaran.

Melihat pentingnya pengelolaan penampilan produk dan teknis-teknis pemasaran di samping pentingnya peningkatan kualitas dari sisi konten, maka perlu adanya pembinaan bagi para pelaku usaha UMKM oleh perguruan tinggi sebagai wujud nyata implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi dalam rangka meningkatkan penghasilan atau omset para pelaku UMKM. Menurut Marinus Angipora (2002: 192) Label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau

penjualnya. Jadi, berdasarkan pengertian tersebut di atas label merupakan suatu yang sangat penting bagi produk karena dengan label tersebut konsumen dapat mengenal dan mengingat produk tersebut, hal ini disebabkan produk telah memiliki identitas yang berisi informasi tentang produk tersebut. Fungsi Label Menurut Kotler (2000: 478), fungsi label adalah sebagai berikut: 1) Label mengidentifikasi produk atau merek 2) Label menentukan kelas produk 3) Label menggambarkan beberapa hal mengenai produk (siapa pembuatnya, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana menggunakannya, dan bagaimana menggunakan secara aman) 4) Label mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik. c. Tipe-tipe Label Secara garis besar, menurut Basu Swastha (1984: 142) dalam Irubai (2015), terdapat tiga macam label yang sering digunakan oleh beberapa perusahaan, yaitu: 1) Brand label adalah label yang semata-mata sebagai brand. Selain brand label ini, masing-masing perusahaan juga mencantumkan merk yang dimilikinya padayang diproduksi. 2) Grade label adalah label yang menunjukkan tingkat kualitas tertentu dari suatu barang. Label ini dinyatakan dengan suatu tulisan atau katakata. 3) Descriptive label atau juga disebut informative label merupakan label yang menggambarkan tentang cara penggunaan, susunan, pemeliharaan, hasil kerja dari suatu barang. d. Keuntungan Menggunakan Label yang Efektif Adapun keuntungan penggunaan label yang efektif adalah sebagai berikut: 1) Meningkatkan penjualan 2) Mendorong promosi yang lebih besar 3) Perlindungan terhadap konsumen 4) Perlindungan terhadap persaingan yang tidak baik 5) Sejalan dengan tujuan ekonomi. Para pelaku UMKM tersebut memiliki kesulitan dalam hal pengelolaan keuangan dan masih minimnya pengetahuan terhadap labeling atau packaging. Potensi market yang telah berkembang dan berpindah kepada digitalisasi membuat para pelaku UMKM harus segera melekat akuntansi dan marketing

oleh karena itu diperlukan sosialisasi dan pelatihan pembuatan perhitungan biaya produksi dan pengenalan labeling dan packaging untuk menunjang kegiatan produksi dan pemasaran para pelaku UMKM. Kegiatan pengabdian masyarakat mengenai perhitungan biaya produksi dan pengenalan labeling dan packaging untuk menunjang kegiatan produksi dan pemasaran para pelaku UMKM serta dapat menginspirasi pelaku UMKM dalam memanfaatkan ilmu pengetahuan yang didapatnya untuk menjalankan dan mengembangkan usahanya.

METODE PE LAKSANAAN

Setelah sosialisasi tentang tertib laporan keuangan, UMKM sudah membuat laporan keuangan hanya berupa keluar masuk kas, belum dapat menghitung laba yang didapat dari setiap unit produksi yang dihasilkan maka pemecahan permasalahan yaitu memberikan pengetahuan dan pemahaman Akuntansi dan Pengelolaan Keuangan serta memberikan pengetahuan dan pemahaman menghitung Biaya Produksi dan Strategi Labeling dan Packaging yang merupakan bagian dari pengelolaan keuangan guna meningkatkan pendapatan usaha UMKM yang dilakukan dengan beberapa pendekatan yang dilakukan secara bersama sama yaitu:

a. Berbasis kelompok Bapak/Ibu pelaku UMKM, seluruh kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan kepada masyarakat dilakukan dengan menggunakan kelompok sebagai media belajar dan pendampingan, perencanaan dan memonitor dan evaluasi seluruh kegiatan pengabdian masyarakat. Pada kesempatan ini para pelaku UMKM diberikan penyuluhan mengenai pentingnya melakukan pencatatan transaksi keuangan. Selain itu, materi yang diajarkan mengenai standar akuntansi keuangan entitas mikro kecil menengah yang disampaikan dengan bahasa sehari-hari para pelaku UMKM. Berbasis

kelompok maksudnya adalah para pelaku UMKM yang tergabung dalam Persatuan UMKM Pamulang Estate. Pada kesempatan kali ini peserta UMKM kelompok kami adalah UMKM Dapoer Intan. Tujuan dibuat berkelompok adalah agar model pembelajaran akuntansi dapat dengan mudah dipahami, dan dapat dipraktikkan langsung pada usaha masing-masing peserta.

- b. UMKM akan didata dan dinilai untuk mendapatkan gambaran kondisi usaha terkini tentang akuntansi dan pengelolaan keuangan yang sudah dilakukan. Selanjutnya akan dilakukan sosialisasi dan memprioritasa apa yang dibutuhkan untuk pendampingan dan pelatihan.
- c. Setelah terbagi dalam beberapa kelompok pengabdian dan diperoleh satu UMKM untuk setiap kelompok, tim pengabdian bertemu dengan UMKM di Tangerang Selatan melalui Zoom Meeting. Kegiatan dimulai dengan perkenalan, kemudian dilanjutkan dengan sharing session dari Ibu Eka selaku pemilik UMKM Dapoer Intan.
- d. Seluruh kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan kepada UMKM Dapoer Intan. Pada kesempatan ini para pelaku UMKM diberikan penyuluhan mengenai pentingnya Akuntansi dan Pengelolaan Keuangan. Selain itu, materi yang diajarkan melalui online yang disampaikan dengan bahasa sehari-hari .
- e. Seluruh kegiatan pengabdian masyarakat dilakukankait standar UMKM yang berlaku yang dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan akuntansi dan pengelolaan keuangan. Materi yang disampaikan adalah Pengertian, Jenis-jenis, tujuan dan yang siapa saja berkepentingan terhadap laporan keuangan materi selajutnya pemahaman tentang cara menghitung Biaya Produksi, tujuan dana manfaat dari Biaya Produksi tersebut kemudian

memberikan apa apa saja yang termasuk dalam perhitungan Biaya Produksi, mengelompokan biaya memberikan pelatihan dan pendampingan dan cara melakukan Strategi Labeling dan Packaging yang baik dan menarik guna meningkatkan pendapatan usaha UMKM Dapoer Intan. Permasalahan mengetahui laba merupakan masalah yang bisa ditemui di hampir seluruh pelaku UMKM. Metode pendampingan yang dilakukan adalah secara offline dengan tetap menerapkan protokol kesehatan secara ketat dan disiplin semasa pandemi covid 19.

- f. Setelah dilakukan Pelatihan dan Pendampingan selama satu bulan maka kami mengevaluasi tentang pengelompokan biaya dan catatan atas target yang dicapai dalam peningkatan usaha UMKM Dapoer Intan.

Ketiga metode di atas diimplementasikan dalam 4 (empat) tahapan yaitu (1) Perkenalan (2) sosialisasi, (3) Pendampingan (4) monitoring dan evaluasi. Diharapkan sosialisasi, Pendampingan dan pelatihan akuntansi dan pengelolaan keuangan UMKM dapat bejalan baik guna kelangsungan usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Tahapan perkenalan dengan UMKM Dapoer Intan yang sudah dimulai dari tahun 2015 dan baru memiliki BPOM pada tahun 2018 tepatnya 31 Oktober 2018 dengan usaha dibidang perdagangan kuliner yaitu menerima pesanan catering dan menjual berbagai macam produk menu masakan lauk pauk yang siap saji dengan olahan ikan dan ayam ada juga olahan kue basah dan kering. Selanjutnya Pemaparan Materi dilakukan dengan ceramah dan tanya jawab materi yang dipaparkan mengenai pengertian Laporan keuangan, jenis-jenis laporan keuangan dan tujuan penyusunan laporan keuangan berserta siapa saja yang

berkepentingan atas laporan keuangan dan cara menghitung Biaya Produksi dan tentang pentingnya melakukan tertib dalam membuat laporan keuangan.

Setelah menyampaikan materi serta pendampingan UMKM Dapoer Intan sudah mulai memisahkan Aset UMKM dengan Aset pribadi, membuat laporan keuangan sederhana, menyisihkan laba yang didapat untuk mengembangkan usaha serta membuat dan menghitung Biaya Produksi untuk informasi berapa unit produk yang harus dijual, dan berapa biaya produksi yang dibutuhkan sehingga memudahkan pihak UMKM untuk menghitung berapa besar laba dan biaya-biaya dalam operasional usahanya. Selain itu juga dilakukan pendampingan dan bimbingan dalam menentukan strategi labeling dan packaging yang baik dan menarik guna meningkatkan pendapatan usaha UMKM Dapoer Intan dan Story Kitchen.

Output yang dicapai dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah UMKM mendapatkan tambahan informasi tentang laporan keuangan umumnya dan khususnya cara menghitung Biaya Produksi dan Strategi Labeling dan Packaging yang baik dan menarik.

B. Pembahasan

UMKM yang didampingi pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat kali ini sudah mampu melakukan proses menghitung Biaya Produksi dan melakukan Strategi Labeling Packaging dengan baik dan menarik sehingga menambah dan meningkatkan pendapatan usaha UMKMnya.

Dengan adanya proses dari perhitungan biaya produksi serta contoh *production cost* yang mempengaruhi perhitungan tersebut, maka diambil kesimpulan bahwa setiap kebutuhan dan unsur yang mempengaruhi produksi akan menghasilkan biaya. Bisa dihitung setiap unit produksi atau biaya pokok produksi dalam bulan tersebut. Dalam melakukan perhitungan haruslah merunut apa saja yang

dilalui dalam proses produksi sehingga barang bisa dihasilkan. Jangan hanya menghitung pada biaya langsung saja dan pasti tapi juga ada biaya yang tidak langsung. Agar memastikan tidak ada yang terlewat dalam perhitungan, perhatikan tahapan alokasi biaya yang dimasukkan ke dalam perhitungan yang dilakukan. Selain itu dalam melakukan perhitungan dibutuhkan kejelasan angka atau biaya yang dikeluarkan. Biaya tersebut harus sesuai dengan kebutuhan serta kondisi yang ada pada saat terjadinya proses produksi. Jika ada kendala pada proses produksi dari segi biaya, maka pencatatan harus tetap berjalan dan dilaporkan segera. Dengan adanya pengertian, contoh dan cara dalam menghitung *production cost* maka bisa dengan mudah menerapkan *production cost*. Baik dalam satuan per unit atau dalam perbulan pengeluaran. Jadi, saat melakukan proses produksi dan memahami biaya yang dikeluarkan bisa memperlancar produksi yang dilakukan oleh suatu perusahaan.

Pelaporan *production cost* tentu ditentukan berdasarkan pemasukan produk dan kebutuhan biaya pada satu bulan tersebut. Hal ini pula yang akan dijadikan acuan perusahaan dalam menganalisa laporan keuangan guna melihat nilai laba dan rugi yang didapatkan. UMKM yang selanjutnya yaitu UMKM yang masih bergerak dibidang makanan dengan mengolah tepung menjadi brownis panggang seperti cookies, dengan merk dagang Story Kitchen Brownies Cookiss yang memiliki 2 varian yaitu almond dan Chocochips. Brownies Cookiss dikemas dengan kemasan kedap udara sehingga tahan hingga 1 bulan atau lebih jika ditempatkan ditempat yang kering dan sejuk. UMKM Story Kitchen ingin merebranding packing dari kemasan Brownies Cookiss agar lebih eye-catching, kemasan yang menarik perhatian pembeli akan memberikan rasa penasaran akan rasa ingin mencicipi cookiss ini, kami tim PkM melakukan pengamatan terlebih dahulu dan mengacu kepada Peraturan BPOM Nomor 31 tahun 2018

tentang label pangan olahan. Label Packaging produk yang baru kami disesuaikan dengan peraturan tersebut sehingga isi yang tertulis didalam label sesuai dengan kaidah kaidah yang ditetapkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Peserta dapat memahami pentingnya akuntansi dan laporan keuangan dengan memisahkan aset UMKM dengan aset pribadi dengan membuat catatan sederhana.
2. Peserta dapat melakukan pengelolaan keuangan dengan adanya keuntungan yang disimpan untuk penambahan modal.
3. Peserta sudah dapat menghitung Biaya Produksi sekaligus mengetahui Strategi Labeling dan Packaging dengan baik dan menarik guna meningkatkan pendapatan penjualan pada usaha UMKM.
4. Peserta sudah dapat memahami pentingnya memperhatikan tata cara penulisan informasi yang tercantum didalam label *packaging*.

B. Saran

Kegiatan pengabdian ini adalah sedapat mungkin pelatihan yang dilakukan ini dapat berkelanjutan, Masih diperlukan pendampingan untuk melakukan pencatatan akuntansi dan pembuatan laporan keuangan sederhana secara rinci dan benar. Kegiatan pendampingan UMKM ini diharapkan akan ada rencana tindak lanjut atas pelatihan ini tentunya dengan disepakati oleh kedua belah pihak yaitu pengabdian dan juga UMKM yang akan didampingi, yang dapat berupa pendampingan pencatatan akuntansi dan pembuatan laporan keuangan secara tertib.

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, Marinus, 2002. Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Irrubai, Mohammad Liwa. 2015, Strategi Labeling, Packaging Dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga Di Kelurahan Monjok Kecamatan Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat. State Islamic University (UIN) Mataram
- Juli Sulaksono, Nizar Zakaria, Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri, *Generation Journal /Vol.4 No.1/ e-ISSN: 2549-2233 / p-ISSN: 2580-4952*
- Kotler, Philip, 2000. Manajemen Pemasaran Jilid 2. Jakarta: Prenhallindo.
- RPIJM (Rencana Program Investasi Jangka Menengah) Bidang Cipta Karya Tahun 2019-2023. 2019. Tangerang Selatan. Bab 2.
- Tambunan, Tulus .2000. Perkembangan Industri Skala Kecil di Indonesia, Jakarta: PT Mutiara Sumber Widya
- Tambunan, Tulus. 2003. Perkembangan UMKM dalam Era AFTA: Peluang, Tantangan, Permasalahan dan Alternatif Solusinya. Paper Diskusi pada Yayasan Indonesia Forum.
- Tambunan, Tulus. 2012, Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: IsuIsu Penting. LP3ES
- Undang Undang Republik Indonesia No.20, Usaha Mikro Kecil dan Menengah. 2008