

SCALE UP NILAI JUAL MARKETING UMKM MASYARAKAT KEBAKKRAMAT, KABUPATEN KARANGANYAR JAWA TENGAH MELALUI SMART BOOTH PORTABLE, PENDAMPINGAN HPP DAN DIGITAL MARKETING

Roselina Rahmawati ¹, Dianita Ratna K¹, Maharani Rona Makom², Afandi Nur Aziz
Thohari³

¹Jurusan Teknik Sipil, Politeknik Negeri Semarang

²Jurusan Akutansi, Politeknik Negeri Semarang

³Jurusan Teknik Elektro, Politeknik Negeri Semarang

Info Makalah

Kata kunci:

Smart booth portable
Harga Pokok Penjualan
UMKM
Digital Marketing

Abstrak

Perekonomian di Indonesia mayoritas digerakkan oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Kondisi saat ini banyak para UMKM tidak memiliki modal usaha untuk menyewa tempat usaha, tidak adanya pengetahuan mengenai perhitungan harga pokok produksi (HPP) dari barang yang akan di hasilkan/ dijual dan belum maksimalnya proses pemasaran produk dari UMKM. Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat dilakukan pada UMKM Masyarakat Kebakkramat, Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah. UMKM diberikan smart booth portable, pendampingan penentuan HPP dan pelatihan digital marketing. Diharapkan dengan hadirnya smart booth portable ini UMKM tidak perlu menyewa tempat usaha dan dengan menggunakan smart booth portable UMKM dapat lebih mudah mendatangi para konsumen sehingga para konsumen dapat lebih mudah mendapatkan barang yang dijual oleh para UMKM. Selain itu pendampingan penentuan Harga Pokok Produksi dapat memaksimalkan keuntungan dan mengurangi resiko kerugian yang akan dihadapi oleh para UMKM. Para UMKM juga diberikan bekal mengenai digital marketing sehingga dapat lebih luas jangkauan penjualan tidak hanya pada wilayah desa Kebakkramat namun dapat secara nasional bahkan internasional. Melalui rangkaian kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pendapatan UMKM.

Corresponding Author:

Roselina Rahmawati
Teknik Sipil, Politeknik Negeri Semarang, Jl Prof Soedarto, Semarang
E-mail: roselina.rahmawati@polines.ac.id

PENDAHULUAN

Kontribusi UMKM dalam menghadapi krisis ekonomi dan meningkatkan pendapatan nasional sebesar 56% dari total produk domestik bruto (PDB) sangat baik di Indonesia. Hal ini karena UMKM karena mampu memberikan kesempatan kerja yang luas dengan meyerap 97,2 % tenaga kerja dari total Angkatan kerja (Sariwaty, et.,all 2019, Rachman, 2016). Tantangan lain yang dihadapi oleh UMKM untuk menghadapi persaingan di Tingkat global adalah meningkatnya integrasi pasar internasional (Daroin, et.al, 2015). Dengan demikian, tantangan globalisasi mengharuskan pelaku UMKM untuk menjadi lebih kreatif dan inovatif serta mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Peran serta pemerintah dalam memberi dukungan kepada program UMKM sangat dibutuhkan. Peranan dalam hal regulasi, perizinan dan kemudahan akses

permodalan dan pasar. Dukungan dari pemangku kepentingan lainnya seperti swasta, badan usaha milik negara dan Lembaga pemerintah lainnya memegang peranan penting

Saat ini perkembangan usaha beberapa UMKM lainnya belum maksimal, imbas dari suasana pandemi covid 19 yang lalu, para UMKM belum melaksanakan lagi proses jual beli secara optimal, beberapa penyebabnya adalah besarnya biaya penyewaan tempat usaha untuk menjual produk, terbatasnya lokasi untuk penyimpanan gerobak jualan, kesulitan umkm untuk mobilitas gerobak jualan karena harus mendorong gerobak ke lokasi jualan, kurangnya pengetahuan Masyarakat dalam menentukan penjualan produk karena belum mengetahui cara penentuan harga produksi dari produk yang akan dijual dan minimnya informasi mengenai pengetahuan digital marketing. Pentingnya menggunakan smart booth portable yang mudah digunakan untuk menjajakan produk dan promosi serta dengan meningkatnya pemahaman terhadap penentuan harga pokok produksi dan digital marketing tentu akan membuat para UMKM dapat melakukan proses jual beli dengan optimal sehingga pendapatan akan meningkat dan UMKM bangkit Kembali.

METODE

Metode yang dilakukan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dibagi dalam dua, yaitu:

1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- a. UMKM diberikan tata cara merakit *smart booth portable*
- b. UMKM menerima *smart booth portable*
- c. UMKM mengikuti pelatihan penentuan Harga Pokok Produk dan Digital Marketing
- d. Metode Evaluasi

Bentuk evaluasi yang dilakukan adalah memberikan pertanyaan kepada UMKM pada saat sebelum dan setelah kegiatan pemaparan materi dilakukan. Dari dua metode tersebut diharapkan dapat membangkitkan UMKM setelah masa pandemi covid dalam menumbuhkan keinginan berwirausaha, mencari peluang dan ide usaha serta dapat mengetahui tantangan dan kendala dalam berwirausaha dan berbisnis.

HASIL KEGIATAN

1. Survey Lokasi

Dalam survey lokasi yang dilakukan adalah survei tentang Tingkat Pendidikan Masyarakat UMKM Desa Kebakkramat, Karanganyar, tingkat pendapatan dan tentang kondisi perekonomian keluarga masyarakat. Apakah kondisi kesejahteraan saat ini sudah terpenuhi atau belum



Gambar 1. Lokasi Desa

2. Kegiatan Persiapan

Tahap Persiapan yang dilakukan adalah mengadakan pertemuan pendahuluan dengan Masyarakat UMKM Desa Kebakkramat, Karanganyar, sebagai obyek pengabdian agar didapatkan persamaan persepsi antara Tim Pengabdian dengan para Masyarakat UMKM Desa Kebakkramat, Karanganyar. Dalam pertemuan ini menyampaikan maksud dan tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat.



Gambar 2. Produk UMKM

3. Perakitan smart booth portable

Smart booth portable diberikan kepada mitra dan dilakukan perakitan Bersama mitra.



Gambar 3. Perakitan booth

4. Pemberian Smart booth portable



Gambar 4. Penyerahan booth

5. Pelatihan penentuan harga pokok produk dan digital marketing



Gambar 5. Pelatihan

SIMPULAN

Tim pengabdian kepada masyarakat Politeknik Negeri Semarang melakukan pengabdian masyarakat dengan tujuan utama memberikan pengetahuan kepada masyarakat di wilayah Kebakkramat. Pengabdian masyarakat berjalan dengan baik dan lancar sesuai dengan rencana kegiatan. Pemaparan materi kepada pelaku usaha sangat

relevan dengan keadaan asli dalam menjalankan usahanya ketika mereka semua menyadari pentingnya pencatatan keuangan bisnis mereka. Pengabdian melalui pelatihan tentang harga pokok produksi dan pencatatan keuangan sederhana merupakan landasan penting. Dengan memperbaiki sistem laporan keuangan, suatu usaha dapat menjadi merek yang kuat, mendorong pertumbuhan keberlanjutan usaha kecil dan menengah (UMKM) di berbagai industri. Saat pelatihan dan praktik selesai, agenda selanjutnya adalah memantau mitra UMKM dalam mengembangkan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ardiana, T. E., & Ulfah, I. F. (2023). Pendampingan penyusunan harga pokok produksi bagi pelaku UMKM di Kabupaten Ponorogo. *Jurnal BUDIMAS*, 5(2), 1–10.
- [2] Handayani, R. (2020). Sosialisasi penghitungan harga pokok penjualan dan harga jual produk pada industri lettering dan olahan makanan di Kota Surakarta. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Kewirausahaan Indonesia*, 6(1), 1–8.
- [3] Hardana, A., Nasution, J., & Damisa, A. (2022). Pelatihan manajemen usaha dalam meningkatkan usaha UMKM kuliner. *Medani: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 16–22. <https://doi.org/10.59086/jpm.v1i1.87>
- [4] Indriani, M. P., Dumadi, & Wulandari, H. K. (2022). Sosialisasi penentuan harga pokok produksi dalam menunjang kesuksesan UMKM di Desa Parereja. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains Dan Teknologi*, 1(2), 57–66. <https://doi.org/10.58169/jpmsaintek.v1i3.23>
- [5] Mulyani, S., Gunawan, B., & Nurkamid, M. (2021). Pelatihan perhitungan harga pokok produksi bagi UMKM Kabupaten Pati. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 181–187. <https://doi.org/10.25134/empowerment.v4i02.4526>
- [6] Odi, S., & Paramitalaksmi, R. (2024). Peningkatan kualitas laporan keuangan UMKM kuliner tradisional di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi*, 2(1), 60–65. <https://doi.org/10.59581/jmki-widyakarya.v2i1.2076>
- [7] Prasetyo, T., Maharani, K. M., & Triesdianto, K. A. (2024). Sosialisasi perhitungan harga pokok penjualan kepada UMKM di Stasiun Gondangdia, Jakarta Pusat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 47–54.
- [8] Rusli, T. S., Bosri, Y., Amelia, D., Rahayu, D., Setiaji, B., Suhadarliyah, S., Syarfina, A., Ansar, S., Syahrudin, A., Amiruddin, & Yuniwati, I. (2024). Pengantar metodologi pengabdian masyarakat Dalam Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>
- [9] Widyastuti, I., & Mita, D. (2018). Akuntansi perhitungan harga pokok penjualan dengan metode pesanan untuk menentukan harga jual. *Jurnal Moneter*, 5(1), 74–85. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/moneter/article/view/3232>

- [10] Yustitia, E., & Adriansah, A. (2022). Pendampingan penentuan harga pokok produksi (HPP) dan harga jual pada UMKM di Desa Sawahkulon. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1–9.
https://doi.org/10.32764/abdimas_ekon.v3i1.2506