

LAPORAN PENGABDIAN MASYARAKAT
Usaha Mikro Kecil dan Menengah Maju Makmur
Wingko Babat “Klapa Hijau” di Desa Pereng Kembang
Balecatur, Gamping, Sleman, Yogyakarta



Oleh :

Rita Kusumawati, SE, M.Si

Muhammad Miftahun Nadzir, MBA

Taufik Akhbar, SE, MBA

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2016

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Pengabdian : Pengabdian Masyarakat Pada UMKM Maju Makmur
Wingko Babat "Klapa Hijau" di Desa Pereng
Kembang, Balecatur, Gamping, Sleman, DIY

Ketua Pelaksana

Nama : Rita Kusumawati, SE, M.Si

Jenis Kelamin : Perempuan

NIK : 19710727199702143059

Disiplin Ilmu : Manajemen

Jabatan : Lektor Kepala

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Jumlah Anggota Peneliti : 2 (dua) orang

- Muhammad Miftahun Nadzir, MBA
- Taufik Akhbar, SE, MBA

Lokasi Pendampingan : Desa Pereng Kembang, Balecatur, Gamping, Sleman

Waktu Pendampingan : 2 (dua) bulan

Yogyakarta, 20 Mei 2016

Mengetahui

Ka. Prodi Jurusan Manajemen



(Retno Widowati P.A, M.Si, Ph.D)

Ketua Pelaksana

(Rita Kusumawati, SE, M.Si)

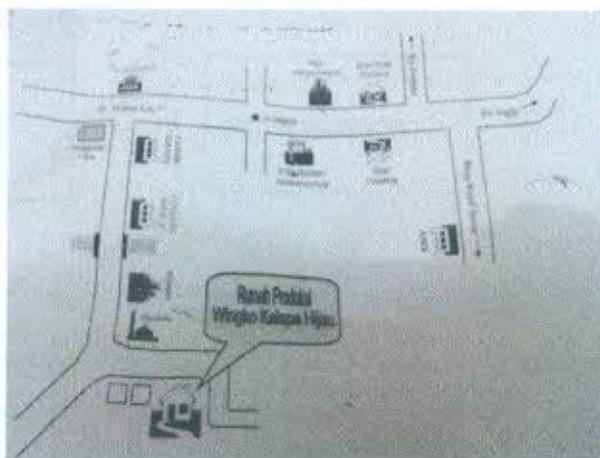
BAB I

PENDAHULUAN

A. Profil Mitra

Nama Perusahaan	Maju Makmur
Nama Merek Dagang	Klapa Hijau
Berdiri	Bulan Mei 2015
Jenis Usaha	Makanan tradisional Wingko Babat
Pemilik Usaha	Siswanto Noto Admodjo
Penanggung Jawab Produksi	Mangkoe Admodjo
Kapasitas produksi (normal)	600 biji
Jenis Kemasan	Plastik dan Tas

Maju Makmur adalah salah satu usaha kecil menengah yang beralamat di Pereng Kembang RT 06/ RW 21, Balecatur, Gamping, Sleman. Salah satu produk andalan yang dihasilkan oleh Maju Makmur adalah wingko babat yang memiliki merek "Klapa Hijau". Usaha ini masih sangat baru, karena berdiri baru setahun yang lalu, tepatnya pada bulan Mei 2015. Pemilik usaha ini adalah Bapak Siswanto Noto Admodjo. Usaha yang dirintis sejak 1 tahun yang lalu ini, saat ini setiap harinya memproduksi 600 biji wingko babat ketika dalam kondisi normal. Pada saat musim libur Maju Makmur mampu memproduksi wingko babat 900-1000 biji. Wingko Klapa Hijau ini juga menyediakan berbagai aneka macam rasa seperti original, melon, capucino, dan juga durian. Sistem yang dilakukan oleh Maju Makmur dalam menjual wingko babat Klapa Hijau ini adalah dengan dibungkus dalam tas-tas kecil, dimana masing-masing tas berisi 10 wingko babat.



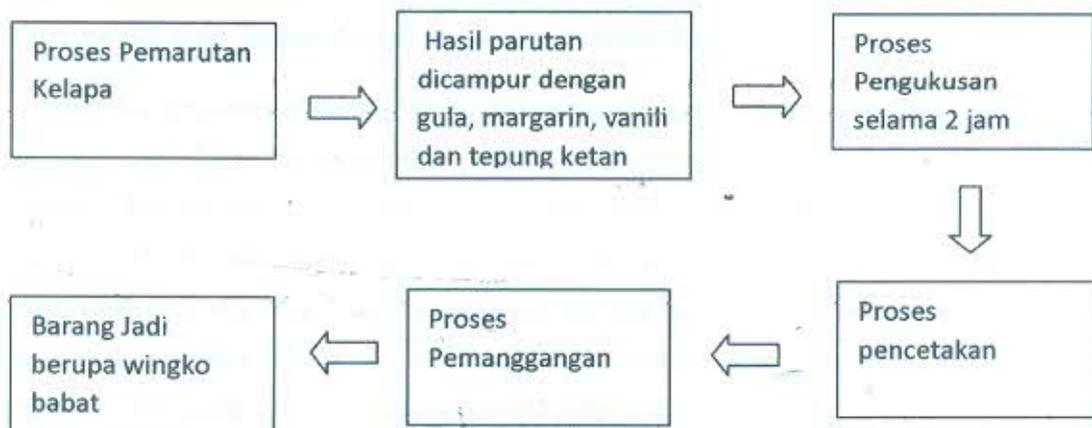
Gambar 1. Denah Lokasi Usaha Wingko Klapa Hijau



Gambar 2. Kemasan Produk Wingko Babat Klapa Hijau

Dalam menjual wingko babat ini mereka mematok harga Rp 13.000 per tas. Proses distribusi pemasarannya mereka menggunakan sistem *business to business* dimana mereka menjual kepada para pedagang oleh-oleh di Pasar Beringharjo. Proses produksi wingko babat Klapa Hijau ini hanya dilakukan pada hari Rabu, Kamis, dan Sabtu atau sesuai dengan pesanan. Para pelanggan wingko babat Klapa Hijau ini selain para pedagang oleh-oleh adalah para masyarakat sekitar yang mungkin sedang melaksanakan pesta pernikahan, syukuran dan sebagainya.

SKEMA PROSES PRODUKSI



Gambar 3. Skema Produksi Wingko Babat Klapa Hijau

Skema produksi yang dilakukan oleh Maju Makmur tahap pertamanya adalah memarut kelapa sebagai bahan bakunya. Kelapa ini mereka dapat dengan membeli di pasar, atau jika sedang banyak yang berbuah mereka bisa mengambil dari kebun. Setelah kelapa diparut, kemudian mereka mencampurnya dengan gula, margarin, vanili dan juga tepung ketan. Setelah semua bahan tercampur kemudian bahan tersebut dikukus selama 2 jam. Tahap berikutnya setelah melalui proses pengukusan

kemudian tahap percetakan. Tahap ini menjadi sangat penting karena harus segera dilakukan selagi bahan masih hangat, karena jika sudah mulai dingin akan mengakibatkan wingko menjadi keras. Setelah dilakukan percetakan menjadi bentuk bulat-bulat kemudian masuk kedalam proses pemanggangan. Proses ini memerlukan waktu tidak cukup lama, hanya 30 menit untuk mematangkan sisi-sisi wingkonya. Setelah wingko selesai dipanggang, maka siap untuk dikemas dan dipasarkan,



Gambar 4. Proses Pemanggangan

Pengelolaan bisnis wingko babat ini seluruhnya diserahkan oleh anggota keluarga dari pemilik wingko. Contohnya, dalam melakukan pemasaran mereka sendirilah yang mengantar wingko-wingko babat tersebut ke Pasar Beringharjo. Proses pembuatan sampai dengan pengemasan dilakukan oleh anak dari pemilik usaha. Mereka menganggap belum perlu menambah pegawai karena memang usaha ini masih relatif kecil dan masih mampu dikerjakan sendiri. Selain itu, untuk kemasan produknya mereka juga sudah mempunyai relasi dengan percetakan guna membuat kemasan untuk membungkus wingko tersebut. Kemudian terkait dengan bahan bakunya memang mereka lebih banyak membeli di pasar, kecuali kelapa jika memang sedang banyak berbuah.

Dalam hal penjaminan mutu produk, mereka sudah menerapkan dengan baik. Salah satu hal yang penting adalah dalam hal kebersihan. Mereka selalu menggunakan plastik untuk membungkus tangan ketika dalam proses pengemasan, supaya produk tidak terkena bakteri dan bisa bertahan lama, sebab wingko babat ini mampu disimpan dan awet dalam jangka waktu 15 hari. Dalam memperoleh bahan baku kelapa mereka juga tidak sembarangan memilih kelapanya. Menurut mereka bahan baku ini menjadi sangat penting karena jika kelapa sudah tua rasanya akan tidak enak. Selain itu pemilik usaha juga berusaha untuk menggunakan bahan baku dari bahan alami buah-buahan dan menghindari penggunaan bahan pewarna. Mereka ingin wingko babat ini memiliki cita rasa yang khas dan berbeda dengan yang ada di pasar karena menggunakan bahan alami.

Kondisi saat ini, mitra sedang mengurus beberapa izin terkait dengan produk wingko babatnya. Mereka sedang mengurus izin produk (PIRT) dan sudah mencapai tahap akhir yaitu tinggal menunggu kunjungan dari instransi terkait untuk melihat proses produksinya, kemudian kebersihan lokasi usaha dan sebagainya. Dalam waktu dekat ini setelah PIRT jadi mereka juga akan berencana

mengurus sertifikasi halal. Namun, menurut mereka akan lebih berfokus satu-satu terlebih dahulu, supaya proses produksi tidak terganggu.

B. IDENTIFIKASI PERMASALAH MITRA

Berdasarkan hasil survey di lokasi usaha dan melakukan wawancara dengan pemilik usaha bahwa prioritas permasalahan yang muncul dalam usaha ini antara lain:

1. Masalah media pemasaran (promosi)

Masalah pertama adalah mengenai media pemasaran. Mereka ingin produk wingko ini terkenal secara luas di masyarakat. Namun, kendalanya muncul karena baik pemilik usaha dan penganggung jawab produksi masih belum bisa memanfaatkan sistem pemasaran yang ada saat ini seperti melalui media internet. Selain itu, faktor sumber daya manusianya juga sangat berpengaruh pada kegiatan promosi ini. Dalam satu keluarga yang bisa menggunakan internet hanya anak dari pemilik usaha dan usianya pun masih muda karena masih duduk di bangku SMP.

2. Masalah distribusi produk

Masalah kedua adalah mengenai distribusi produk. Selama ini pemilik usaha hanya menjualnya secara *business to business* kepada para penjualan oleh-oleh di Pasar Beringharjo. Saat ini mereka ingin menjualnya secara mandiri, artinya langsung ke konsumen. Mereka juga ingin menambah tempat untuk menjual. Saat ini mereka belum berani untuk melakukan sistem konsinyasi dengan menitipkan di tempat oleh-oleh karena mereka masih menghindari adanya pengembalian (retur) dari produk itu sendiri. Mereka menganggap jika ada barang kembali maka akan mengakibatkan kerugian sebab umur wingko yang hanya 15 hari dan setelah itu kualitasnya akan menurun seperti mengeras dan sudah tidak layak lagi dipasarkan. Oleh sebab itulah mereka memilih menjual secara tunai pada pedagang oleh-oleh atau melalui pesanan.

3. Masalah dalam pencatatan keuangan

Walaupun mereka sudah menerapkan sistem pencatatan, namun mereka masih merasa bingung untuk memantau arus kas baik itu arus kas masuk dan keluar. Selain itu kadang-kadang keuntungan hasil penjualan produk mereka masih gunakan untuk kepentingan-kepentingan pribadi sehingga tidak tahu sisanya tinggal berapa. Hal ini yang membuat pemilik produk sulit untuk menghitung berapa sisa modal yang ada sekarang, apalagi ketika akan digunakan untuk membeli bahan baku

BAB II

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

A. SOLUSI PERMASALAHAN DAN TARGET LUARAN

Berdasarkan urutan dari prioritas masalah yang telah dijelaskan dalam bab sebelumnya, kami menawarkan beberapa solusi untuk mengatasi masalah pada usaha mitra.

1. Masalah pertama : Kendala media pemasaran (promosi)

Solusi untuk mengatasi masalah pertama yang dialami mitra terkait dengan media pemasaran adalah membuat media promosi melalui media online atau menggunakan fasilitas internet. Bentuk dari media yang digunakan dalam media promosi adalah melalui layanan Facebook. Di dalam facebook itu nantinya akan di pajang foto-foto produk. Selain itu juga akan menampilkan profil mitra, dan juga nomer telepon yang bisa dihubungi ketika akan melakukan pemesanan. Nantinya, kedepannya akan dilakukan pendampingan lanjutan terkait dengan penggunaan media sosial ini. Saat ini mereka dibantu oleh anak pemilik usaha dalam mengupload dan mengedit isi dari media sosial tersebut.

Bentuk target luaran : Luaran dari solusi ini adalah berupa media sosial sebagai sarana memasarkan produk wingko babat ini. Selain itu juga disediakan peta dalam media sosial tersebut supaya bisa mengarahkan ke tempat produksinya, serta nomer kontak yang bisa dihubungi. Penggunaan media sosial ini nantinya akan dijadikan sebagai display produk



Gambar 5. Tampilan Fanpage Facebook Klapa Hijau

2. Masalah kedua : Distribusi Produk

Solusi untuk mengatasi masalah kedua mengenai distribusi produk adalah kita menawarkan untuk membuat stand sebagai tempat berjualan. Stand itu nantinya akan dipasang di berbagai toko ritel seperti Indomart. Alasan mengapa ditempatkan di depan Indomart, karena ritel ini relatif selalu ramai dan tidak atau jarang sepi sehingga menjadi lokasi yang strategis untuk berjualan. Strategi ini kami pakai mengikuti strategi yang dilakukan oleh usaha makanan yang lainnya seperti Kedai Kebab Babarafi. Pada kunjungan sebelumnya kami sudah membicarakan rencana ini kepada para pemilik, dan mereka tertarik. Diharapkan nantinya program ini bisa dimulai bersamaan dengan momen Ramadan dan Idul Fitri karena biasanya saat itu banyak pengunjung dari luar kota datang.

Bentuk Target Luaran : Target luaran nantinya adalah stand untuk menjual produk di depan Indomart. Selain itu untuk lebih menarik perhatian calon pembeli akan dibuatkan banner. Nantinya juga di tempat produksinya juga akan dibuatkan spanduk untuk menandai bahwa disitulah rumah produksi wingko babat Klapa Hijau. Ini dilakukan sebagai penyempurnaan solusi masalah pertama, setelah dibuatkan Fanpage facebook yang berisi peta, kemudian dibuatkan spanduk agar lebih mudah dilihat.

3. Masalah ketiga : Pencatatan Keuangan

Solusi dari masalah pencatatan keuangan adalah dilakukan pendampingan dalam melakukan pencatatan keuangan. Pada tahap awal-awal sesuai dengan masalah yang dihadapi mengenai kontrol keuangannya terutama mengenai arus kas yang terjadi di dalam usaha, maka kami menyarankan agar pemilik usaha menggunakan sistem nota untuk mencatat pengeluaran dan pemasukan. Dalam hal pengeluaran misal untuk belanja bahan baku selalu minta nota dari pembeli, jika tidak ada maka catatlah dengan menggunakan nota kosong. Begitu pula dengan jika ada penjualan, maka transaksi yang terjadi catatlah menggunakan nota. Setelah itu disarankan menyimpan nota tersebut, dan dilakukan kontrol sebulan sekali untuk memonitor keadaan uang masuk dan keluar.

Untuk masalah penggunaan uangnya terutama untuk kebutuhan pribadi, akhirnya disarankan untuk menyisihkan sebagian laba yang diperoleh setiap transaksi. Pemisahan ini dilakukan agar pemilik usaha tidak mengambil uang usaha untuk keperluan pribadinya. Selain itu, ini berguna agar kebutuhan modal kerjanya juga tetap terjaga, terutama untuk pembelian bahan baku.

Bentuk Target Luaran: Target luaran yang nanti bisa dihasilkan adalah memiliki buku sendiri yang digunakan sebagai pencatatan. Selain itu juga diharapkan memiliki catatan laporan keuangan sederhana guna mengontrol arus kas tersebut dan untuk mengetahui posisi keuangan.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dalam pendampingan Wingko Babat Klapa Hijau dilaksanakan dengan dua tahap, yaitu

1. Observasi Lapangan

Pada tahap ini, tim melakukan observasi langsung di lapangan untuk mengetahui bagaimana proses bisnis berlangsung, dari mulai pemilihan bahan baku, proses pembuatan, pengemasan, hingga bagaimana produk tersebut didistribusikan.

2. Wawancara

Wawancara dengan pemilik usaha bertujuan untuk mengetahui permasalahan-permasalahan yang dihadapi secara lebih detail sekaligus memberikan rekomendasi untuk pengembangan bisnis ke depan.

Dari dua tahap pelaksanaan pendampingan tersebut, tim menemukan permasalahan-permasalahan yang terbagi atas tiga aspek berikut ini:

a. Permasalahan Produksi

Permasalahan produksi yang dihadapi pemilik usaha lebih dominan pada proses mendapatkan bahan baku yang berkualitas. Kenaikan harga gula yang fluktuatif dan sulitnya mendapatkan kelapa hijau yang sesuai dengan kapasitas produksi yang ditargetkan membuat pemilik usaha sering menghadapi kesulitan ketika terjadi lonjakan permintaan. Kemudian, sebagai salah satu langkah penjaminan mutu, pemilik juga mengalami kesulitan dalam pengurusan perizinan P-IRT (Pangan Industri Rumah Tangga) dan label Halal MUI (Majelis Ulama Indonesia). Selain memerlukan waktu yang lama, pengurusan kedua hal tersebut juga memerlukan kelengkapan dokumen yang tidak sedikit. Hal ini, diakui pemilik cukup mengganggu proses produksi, yang pada akhirnya menyebabkan inkonsistensi pada kapasitas produksi yang ditargetkan maupun ketepatan waktu pendistribusian produk.

b. Permasalahan Manajemen

Dari segi manajemen, terutama dalam manajemen keuangan, pemilik usaha belum melakukan pencatatan administrasi keuangan secara disiplin. Sebagai dampaknya, arus kas menjadi tidak termonitor dengan baik sehingga pengalokasian anggaran belanja tidak tepat sasaran.

c. Permasalahan Pemasaran

Dari hasil wawancara yang dilakukan, aspek pemasaran menjadi kendala terbesar bagi pemilik. Saat ini penjualan produk masih mengandalkan satu saluran distribusi saja yaitu sebuah toko oleh-oleh di Pasar Bringharjo yang dimiliki oleh orang tua dari pemilik usaha. Sehingga, kapasitas produksi yang dicapai secara mayoritas berdasarkan permintaan dari toko tersebut. Tentunya, hal ini sangat disayangkan mengingat dari hasil observasi tim, produk wingko babat Klapa Hijau memiliki kualitas rasa yang baik. Perluasan area pemasaran harus menjadi perhatian serius pemilik dengan melakukan berbagai strategi pemasaran. Ketergantungan pada satu saluran distribusi saja, akan berakibat fatal pada pendapatan usaha jika terjadi kejenuhan pasar yang pasti akan terjadi sewaktu waktu. Selain itu, ketidakmampuan dalam memperluas area pemasaran juga disebabkan oleh visibilitas dan aksesibilitas dari usaha tersebut. Seharusnya, pemilik mulai memikirkan strategi pemasaran untuk melakukan *brand activation* secara *above the line* maupun *below the line*.

BAB IV
LAPORAN KEGIATAN

Berdasarkan pemaparan metode pelaksanaan yang dilakukan dan temuan yang terkait dengan permasalahan- permasalahan yang terjadi, tim pendampingan usaha akan melakukan langkah sebagai berikut:

No	Kategori Masalah	Solusi	Aksi	Periode Pelaksanaan	Status	Keterangan
1	Produksi	menanggulangi fluktuasi harga gula	mendorong pemilik usaha untuk melakukan kemitraan dengan instansi terkait seperti koperasi-koperasi yang berafiliasi dengan pemerintah (DISPERINDAG) untuk mendapatkan harga gula yang murah dan suplai yang melimpah	April-Mei	Done	Dokumentasi 1
		Menanggulangi kelangkaan kelapa hijau	mendorong pemilik untuk melakukan penanaman secara mandiri di lahan di sekitar lokasi usaha	April-Mei	Done	
			mendorong pemilik melakukan kemitraan dengan pemasok di sekitar lokasi usaha (sebagai referensi, LOCKERFARM, pemasok kelapa yang berada di Jl. Wates km 3	April-Mei	Done	

			Yogyakarta HP: 082323273237/ 082323273237)			
		Melengkapi perizinan P-IRT dan pengurusan label Halal MUI	Penyuluhan terkait dengan pemberkasan dokumen hingga kunjungan dari instansi yang berkepentingan	April-Mei	<i>Done</i>	

2	- Manajemen Keuangan	melakukan perbaikan dalam administrasi keuangan	Penyuluhan terkait dengan keuangan sederhana seperti pengelolaan modal, pencatatan arus kas, pengumpulan nota pembelian maupun penjualan, dan monitoring profitabilitas	Mei-Juni	<i>Done</i>	Dokumentasi 2
3	Pemasaran	<i>Brand Activation</i>	penyuluhan terkait dengan aktivitas periklanan secara <i>above the line</i> melalui membuat brosur dan spanduk yang kemudian diletakkan tepat di lokasi usaha dan sekitarnya (Jalan	Mei-Juni	<i>Done</i>	Dokumentasi 3

			Wates)			
			penyuluhan strategi pemasaran secara <i>below the line</i> dengan melakukan penjualan langsung dan <i>sampling</i> di depan minimarket jalan wates	Mei-Juni	<i>Done</i>	

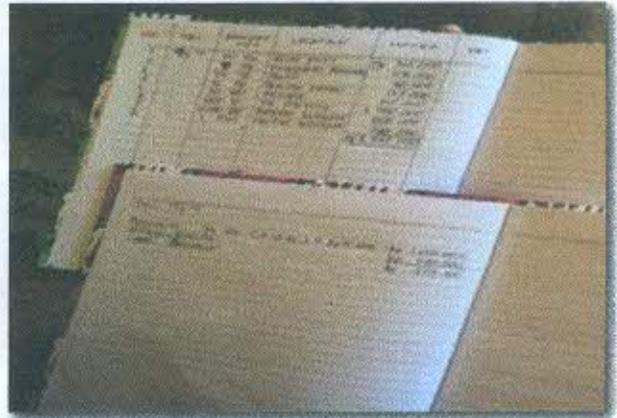
2024

DOKUMENTASI KUNJUNGAN

1. Penyuluhan Permasalahan Produksi



2. Penyuluhan Permasalahan Manajemen Keuangan

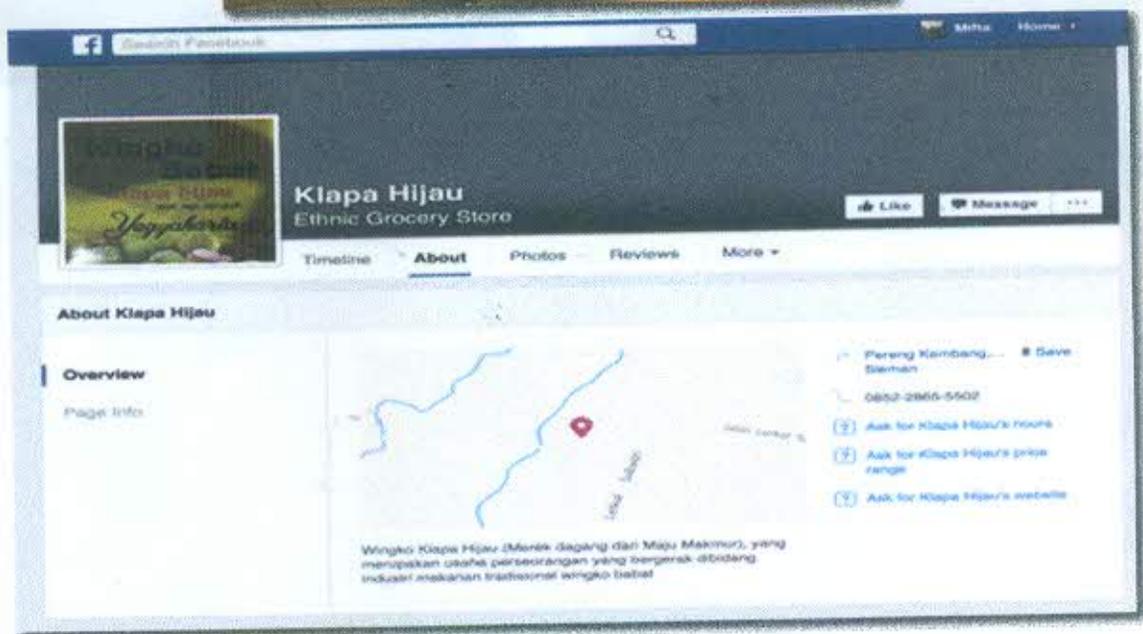


3. Penyuluhan Permasalahan Pemasaran

a. Pembuatan Spanduk, Banner, Brosur

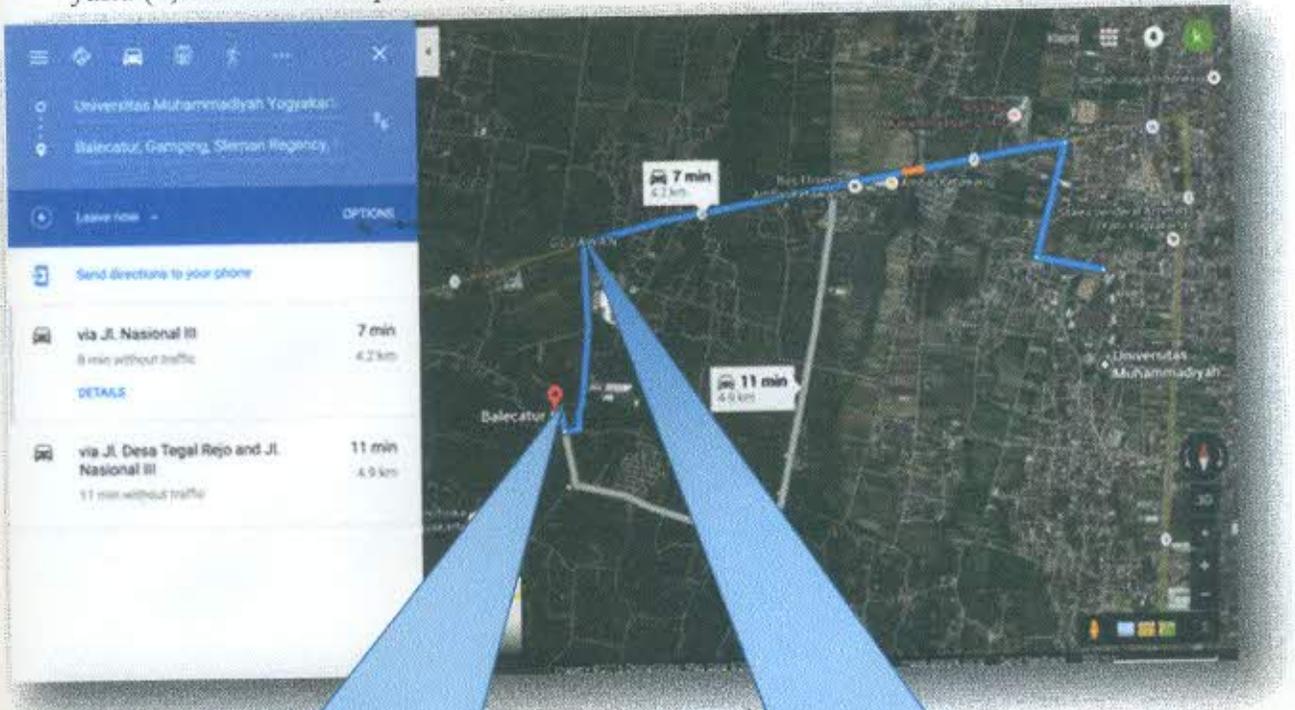


b. Pembuatan Akun Facebook

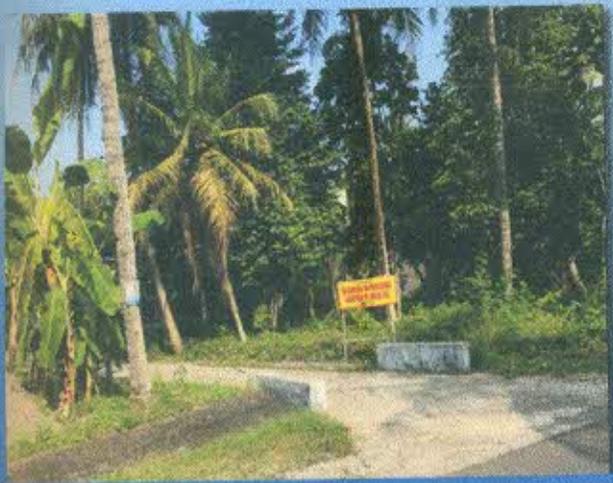


4. Lokasi

c. Alamat usaha di daerah Pereng Kembang, RT 06/RW 21 Balecatur, Gamping Sleman yaitu (4,2 Km dari kampus UMY)



Titik Penempatan Spanduk Penunjuk Arah 50 m



Titik Penempatan Spanduk Penunjuk Arah 500 m

