

LAPORAN PENGABDIAN MASYARAKAT

**PERHITUNGAN HARGA POKOK PENJUALAN DAN
PEMAHAMAN PROPOSAL BISNIS PADA UMKM KAMPUNG
TAPE DUSUN KRAJAN DESA CANDIBINANGUN
KABUPATEN PASURUAN JAWA TIMUR**



Oleh:

Mardiana, SE., MM	(19740519201608012045)
Amelindha Vania, M.M	(199106172019032019)
Drs. Agus Sucipto, SE., MM., CRA	(196708162003121001)
Nora Ria Retnasih, M.E	(199205222020122003)
Syahirul Alim, MM	(197712232009121002)

FAKULTAS EKONOMI

UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Pengabdian Masyarakat dengan judul "Perhitungan Harga Pokok Penjualan dan Pemahaman Proposal Bisnis Pada UMKM Kampung Tape Dusun Krajan Desa Candibinangun Kabupaten Pasuruan Jawa Timur"

Disahkan pada Tanggal 23 Juni 2023

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.EI

Ketua Tim Pengabdian



Mardiana, SE., MM

Mengetahui,
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LP2M)
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



Prof. Dr. H. Agus Maimun, M.Pd

NIP. 19650817 199803 1 003

PERHITUNGAN HARGA POKOK PENJUALAN DAN PEMAHAMAN PROPOSAL BISNIS PADA UMKM KAMPUNG TAPE DUSUN KRAJAN DESA CANDIBINANGUN KABUPATEN PASURUAN JAWA TIMUR

Oleh:

Mardiana, SE., MM
Amelindha Vania, M.M
Drs. Agus Sucipto, SE., MM., CRA
Nora Ria Retnasih, M.E.
Syahirul Alim, MM

RINGKASAN

Suatu usaha (termasuk di dalamnya UMKM) pada umumnya bertujuan untuk mendapatkan laba yang optimal yang dimaksudkan untuk terus dapat bersaing. Dengan demikian UMKM harus memiliki strategi dan kebijakan yang tepat. Strategi dan kebijakan yang harus ditetapkan salah satunya adalah kebijakan dalam menentukan harga pokok produksi dan harga jual yang dihasilkan oleh badan usaha. Tujuan perhitungan harga pokok produksi dalam suatu usaha selain untuk menentukan harga jual yang sesungguhnya agar lebih dapat bersaing dengan usaha kecil lainnya, juga untuk dapat mengidentifikasi biaya produksi sehingga memungkinkan mencari cara dalam memperkecil biaya dengan mengidentifikasi biaya mana yang dapat dikurangi untuk mendapatkan harga pokok produksi yang lebih murah. Hampir keseluruhan UMKM Kampung Tape Desa Candibangun belum memahami bagaimana menghitung harga pokok penjualan (HPP) dan membuat proposal bisnis yang tepat. Oleh karena itu, perhitungan HPP sebelum menetapkan harga agar didapatkan harga jual yang sesuai. Metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian kali ini adalah in-class discussion dan praktek langsung. Sehingga output dari kegiatan pengabdian masyarakat adalah memberi pengetahuan dan membantu perhitungan HPP dan memberikan pemahaman dalam pembuatan proposal bisnis.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR LAMPIRAN.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Analisis Situasi	1
1.2 Perumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Kegiatan	3
1.4 Manfaat Kegiatan	3
1.5 Sasaran Kegiatan	3
1.6 Waktu, Jadwal dan Tempat Pelaksanaan.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	4
2.2 Harga Pokok Penjualan.....	4
BAB III MATERI DAN METODE PELAKSANAAN	5
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	6
4.1 Pelaku UMKM “Kampung Tape” Candibinangun.....	8
4.2 Pemahaman Pembuatan Proposal Bisnis.....	9
4.3 Perhitungan Harga Pokok Penjualan.....	9
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	12
5.1 Kesimpulan.....	12
5.2 Saran	12
DAFTAR PUSTAKA	13

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Curriculum Vitae Tim Pengabdian	14
Lampiran 2. Surat Tugas	35
Lampiran 3. Daftar Hadir	36
Lampiran 4. Foto-Foto Kegiatan.....	37
Lampiran 3. Materi Pengabdian.....	39

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Usaha kecil mikro dan menengah (UMKM) memiliki peran yang cukup penting dalam membangun perekonomian di Indonesia. Terbukti di saat krisis ekonomi melanda, pemerintah sangat mengandalkan peran UMKM untuk memperkecil dampak negatif dari krisis ekonomi. UMKM merupakan solusi untuk menyerap tenaga kerja yang diberhentikan akibat pemutusan hubungan kerja dan juga memberikan sumber pendapatan tambahan bagi tenaga kerja. Dalam menjalankan tugas dan fungsinya ada banyak faktor yang sangat diperlukan oleh manajemen UMKM, yang salah satunya adalah informasi. Informasi merupakan fakta, data, pengamatan, atau sesuatu yang lain yang menambah pengetahuan. Informasi diperlukan manusia untuk mengurangi ketidakpastian dalam pengambilan keputusan.

Suatu usaha (termasuk di dalamnya UMKM) pada umumnya bertujuan untuk mendapatkan laba yang optimal yang dimaksudkan untuk terus dapat bersaing. Dengan demikian UMKM harus memiliki strategi dan kebijakan yang tepat. Strategi dan kebijakan yang harus ditetapkan salah satunya adalah kebijakan dalam menentukan harga pokok produksi dan harga jual yang dihasilkan oleh badan usaha. Akuntansi biaya dalam perhitungan ini berperan menetapkan, menganalisis, dan melaporkan pos-pos biaya yang mendukung laporan keuangan. Dalam akuntansi biaya diperoleh data biaya usaha digolongkan dan dilakukan pencatatan untuk menentukan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan yang akurat.

Tujuan perhitungan harga pokok produksi dalam suatu usaha selain untuk menentukan harga jual yang sesungguhnya agar lebih dapat bersaing dengan usaha kecil lainnya, juga untuk dapat mengidentifikasi biaya produksi sehingga memungkinkan mencari cara dalam memperkecil biaya dengan mengidentifikasi biaya mana yang dapat dikurangi untuk mendapatkan harga pokok produksi yang lebih murah.

Industri tape singkong di UMKM Kampung Tape Dusun Krajan RT.05 RW.02 Desa Candibinangun Kecamatan Sukorejo Kabupaten Pasuruan merupakan usaha yang sudah

berlangsung lama dan turun temurun dan sampai saat masih bertahan. Usaha pengolahan tape singkong merupakan mata pencaharian sebagian besar masyarakat desa Candibinangun baik sebagai pekerjaan utama maupun sampingan. Kapasitas produksi pengrajin tape di desa Candibinangun rata-rata 150 kg tape per hari atau 3.750 kg per bulan. Kelompok UMKM ini memiliki potensi untuk diberdayakan dan dikembangkan. UMKM Kampung Tape Desa Candibangun ini memiliki potensi untuk dikembangkan dan ditingkatkan daya saingnya, namun kendala-kendala pemberdayaan dan pengembangan ekonomi masyarakat adalah terbatasnya tenaga ahli atau tenaga pendamping dan kapasitas pelaku UMKM yang masih rendah dalam program pemberdayaan. Salah satu hal yang dianggap penting dalam pemberdayaan dan pengembangan ekonomi terutama bidang UMKM adalah aspek penentuan harga pokok produk dan harga pokok penjualan.

Diketahui, masih banyak UMKM Kampung Tape Desa Candibangun yang belum akurat dalam menentukan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan, sehingga dalam jangka panjang akan merugikan UMKM. Ketidakakuratan penentuan harga pokok tersebut karena masih kurangnya pengetahuan para pelaku UMKM dalam perhitungan dan penentuannya (Fadilah, Mimbar dan Proceedings of SORES 2019). Perhitungan dan menentukan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan, pelaku UMKM harus dibekali pengetahuan dan keterampilan di bidang keuangan dan akuntansi biaya (Astri dan Asni, 2019). Dengan demikian, dalam mencapai efektifitas program pemberdayaan dan pengembangan ekonomi masyarakat, pengarah penentuan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan. Sosialisasi telah dilakukan berupa pelatihan bagaimana menentukan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan yang akurat.

1.2 Perumusan Masalah

Permasalahan yang muncul pada pemilik UMKM Kampung Tape Dusun Krajan RT.05 RW.02 Desa Candibinangun Kec. Sukorejo Kab.Pasuruan adalah mereka memiliki keterbatasan pengetahuan tentang perhitungan HPP dan pembuatan proposal bisnis. Pemilik UMKM selama ini menentukan harga penjualan dengan membandingkan dengan pesaing dan menjual harga lebih murah.

1.3 Tujuan Kegiatan

Tujuan kegiatan ini salah satunya adalah untuk membantu UMKM Kampung Tape Dusun Krajan RT.05 RW.02 Desa Candibinangun Kec. Sukorejo Kab.Pasuruan memberi pengetahuan dan membantu perhitungan HPP dan memberikan pemahaman dalam pembuatan proposal bisnis.

1.4 Manfaat Kegiatan

Manfaat dalam pengabdian ini adalah meningkatkan pengetahuan perhitungan HPP dan pembuatan proposal bisnis.

1.5 Sasaran Kegiatan

Sasaran dalam kegiatan ini adalah para pemilik UMKM Kampung Tape Dusun Krajan RT.05 RW.02 Desa Candibinangun Kec. Sukorejo Kab.Pasuruan Jawa Timur. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat berjalan dengan lancar karena adanya dukungan pihak Dinas Koperasi Kabupaten Pasuruan.

1.6 Waktu, Jadwal dan Tempat Pelaksanaan

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 7 Juni 2023, berlokasi di Kampung Tape Dusun Krajan RT.05 RW.02 Desa Candibinangun Kec. Sukorejo Kab.Pasuruan Jawa Timur.

Tabel 1. Jadwal Kegiatan Pengabdian Masyarakat di Kampung Tape Dusun Krajan RT.05 RW.02 Desa Candibinangun Kec. Sukorejo Kab.Pasuruan Jawa Timur

Jam	Kegiatan	Penanggung jawab
07.30 - 08.00	Persiapan keberangkatan dari Fakultas Ekonomi UIN Malang	Panitia
08.00 – 09.30	Keberangkatan ke lokasi UMKM Kampung Tape Desa Candibinangun	Panitia
09.30 – 10.00	Pembukaan cara	Panitia dan Bu Zaenab “Ketua UMKM Desa Candibinangun”
10.00 – 12.00	Pemaparan materi “Perhitungan HPP untuk UMKM Kampung Tape Desa Candibinangun”	MC dan Pemateri
12.00-12.15	Penutup	MC

Sumber: Jadwal Pengabdian Masyarakat FE UIN Maulana Malik Ibrahim Malang (2023)

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

UMKM didefinisikan berdasarkan kriteria dan ciri yang dapat berupa jumlah tenaga kerja yang dipergunakan, jumlah kapital dan omzet dari kegiatan yang dihasilkan, serta dapat pula didefinisikan berdasarkan karakteristik UMKM, seperti skala usaha, teknologi yang digunakan, organisasi dan manajemen, orientasi pasar, dan IAIN sebagainya.

Di Indonesia, sebelum disahkannya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 terdapat berbagai rumusan definisi yang dibuat oleh berbagai instansi dan menjadi acuan, di antaranya adalah definisi yang dirumuskan Bank Indonesia, Biro Pusat Statistik, Kementerian Koperasi dan UKM, dan berbagai definisi lainnya yang masing-masing merumuskan definisi berdasarkan kepentingan instansi masing-masing. Umumnya, definisi yang dibuat oleh instansi-instansi tersebut lebih kepada kriteria kuantitatif yang diukur berdasarkan jumlah omzet dan kepemilikan aset.

Menurut UU Nomor 9 Tahun 1995, usaha kecil didefinisikan sebagai:

- a. Usaha produktif milik warga negara Indonesia yang berbentuk badan usaha perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha berbadan hukum, termasuk koperasi.
- b. Anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi, baik langsung maupun tidak langsung, dengan usaha menengah atau besar tidak termasuk dalam kategori usaha kecil.
- c. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp200 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp 100 juta per tahun.

Setelah diberlakukannya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, definisi UMKM berubah menjadi:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro.

2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung dari usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam UU.

Setelah diberlakukannya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, definisi UMKM berubah menjadi :

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil.

2.2 Harga Pokok Penjualan

Harga pokok penjualan adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan barang yang dijual atau harga perolehan dari barang yang dijual (Sujarweni, 2016). Umumnya cara menghitung HPP ini ditentukan pada persediaan awal produk ditambah dengan jumlah harga produksi dan dikurangi dengan persediaan akhir produk. Jadi, pada prinsipnya harga pokok penjualan (HPP) adalah jumlah saldo awal persediaan dan harga pokok barang-barang yang dibeli dikurangi jumlah persediaan akhir pada periode tertentu. Harga pokok penjualan (HPP) melibatkan seluruh semua upah langsung dan biaya bahan -

bahan tambahan, dan biaya-biaya tak diduga lainnya. Tujuan penetapan harga pokok penjualan menurut Sujarweni (2016) adalah sebagai tolak ukur untuk menentukan harga jual dan untuk mengetahui laba yang diinginkan perusahaan.

Menghitung Harga Pokok Penjualan

Untuk menghitung Harga Pokok Penjualan dirumuskan sebagai berikut (Sujarweni, 2016):

$$\text{Harga Pokok Penjualan} = \text{Persediaan awal} + \text{Pembelian bersih} - \text{Persediaan Akhir}$$

1. Persediaan Awal Barang. Persediaan awal barang merupakan segala persediaan barang yang terdapat di awal tahun buku berjalan atau saldo yang dimiliki perusahaan pada laporan neraca tahun sebelumnya.
2. Persediaan Akhir Barang (End Inventory). Persediaan akhir barang merupakan persediaan barang-barang pada akhir suatu periode tertentu atau tahun buku berjalan.
3. Pembelian Bersih. Pembelian bersih merupakan segala biaya yang mencakup pembelian barang untuk produksi, baik biaya bahan baku maupun biaya bahan pelengkap. Elemen pembelian bersih yang dimaksudkan terdiri dari pembelian, biaya angkut pembelian, retur pembelian dan pengurangan harga, serta potongan pembelian

BAB III

MATERI DAN METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian ini adalah *in-class discussion* dan praktek langsung yang dilaksanakan pada kegiatan pengabdian masyarakat Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dengan peserta para pelaku UMKM Kampung Tape Dusun Krajan RT.05 RW.02 Desa Candibinangun Kec. Sukorejo Kab.Pasuruan Jawa Timur. Metode *in-class discussion* merupakan interaksi antar peserta dan fasilitator dengan diskusi yang bertujuan menumbuhkan kepekaan dan membangun kerangka berpikir para peserta loka karya mengenai pentingnya perhitungan HPP bagi UMKM.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pelaku UMKM “Kampung Tape” Candibinangun

Kampung Tape Candibinangun merupakan sentra dari pelaku UMKM dibidang makanan yang terletak di Dusun Krajan Kabupaten Pasuruan. Hampir seluruh masyarakat desa tersebut menekuni bisnis ini baik sebagai pemilik usaha maupun pekerja. Potensi usaha tape di desa ini sangat besar, hal ini dapat dilihat dari kapasitas produksi harian yang cukup besar dan sebaran pemasaran produk yang tidak hanya skala lokal saja tetapi sampai luar negeri meliputi Hongkong dan Singapura. Data dari pelaku UMKM Kampung Tape dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.1 Data Pelaku UMKM Kampung Tape

No.	Nama	Nama Dagang	Harga	Kapasitas Produksi Harian
1	Zaenab	Sri Sejati	Rp 5000	200 bungkus
2	Wiwik Handayani	WH Sejahtera	Rp 3500	250 bungkus
3	Kumkiama	Kum-Lezat	Rp 5000	180 bungkus
4	Azizatul Maulidia	AM Istimewa	Rp 4000	210 bungkus
5	Afni Laily Anggraheni	Lezat Nikmat	Rp 4000	200 bungkus
6	Dewi Salsabila	Dewa Dewi	Rp 6000	170 bungkus
7	Ahmad Mufid	Laris Manis	Rp 3000	250 bungkus
8	Widianto	Nikmat Rasa	Rp 5000	200 bungkus
9	Fikriah	Fikri Eco	Rp 4500	220 bungkus
10	Ratnasari	RS Jaya	Rp 3500	250 bungkus
11	Salma	Sari Madu	Rp 6000	170 bungkus
12	Humaira	Lancar Rezeki	Rp 5500	200 bungkus
13	Indri	Sekar Madu	Rp 6000	180 bungkus
14	Arsyla	Sari Manis	Rp 5000	210 bungkus
15	Siti Imama	Super Rasa	Rp 4000	200 bungkus
16	Junaedi	Juragan Jaya	Rp 3500	250 bungkus
17	Ruqayah	Madu Segar	Rp 3000	250 bungkus
18	Rosihan	Mana LAgi	Rp 6000	180 bungkus
19	Meeranisa	Asli Jaya	Rp 3500	250 bungkus
20	Lusita	Raja Manis	Rp 4000	200 bungkus
21	Wulandari	Prima Rasa	Rp 6000	150 bungkus
22	Candra	Sri Rejeki	Rp 6000	150 bungkus
23	Lestari	Primadona	Rp 6000	150 bungkus

Data di atas menunjukkan bahwa rata-rata produksi harian di kampung tape mencapai 200 bungkus dengan berbagai ukuran dan kemasan dengan harga jual yang bervariasi. Rata-rata harga tape per bungkus dalam kemasan 500 gram seharga Rp 4700. Perbedaan harga jual antar pelaku usaha dikarenakan tidak ada organisasi yang mewadahi para pelaku usaha sehingga pada umumnya setiap pelaku UMKM menentukan harganya masing-masing. Disisi lain, penetapan harga jual juga tidak di dasari perhitungan yang benar sehingga banyak pelaku usaha yang mengalami kendala dalam pembukuan dan pencatatan keuangannya. Hal ini ditunjukkan dengan adanya keluhan dari sebagian pelaku UMKM yang merasa bahwa penjualannya yang tinggi setiap hari tetapi tidak diimbangi dengan peningkatan keuntungan yang signifikan.

4.2 Pemahaman Pembuatan Proposal Bisnis

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yang menjadi khalayak sasaran antara adalah dan UMKM Kampung Tape Dusun Krajan RT.05 RW.02 Desa Candibinangun Kec. Sukorejo Kab.Pasuruan Jawa Timur yang kedua adalah ibu-ibu PKK yang nantinya akan dibekali dengan keterampilan pelatihan penyusunan proposal bisnis dan pembukuan sederhana yang akan menjadi modal dasar bagi mereka untuk memulai usaha, yang ketiga petugas dinas tenaga kerja yang nantinya akan menjadi mitra usaha.

Berikut adalah kriteria mitra yang terlibat dalam kegiatan pengabdian ini:

1. Anggota UMKM Kampung Tape Desa Candibinangun Kab.Pasuruan Jawa Timur
2. Sanggup mengikuti pelatihan selama 1 hari
3. Mengisi formulir pendaftaran

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mempunyai keterkaitan yang sangat erat dengan Pemerintah Kecamatan Kartasura, Pemerintah Desa Wirogunan Dan Dinas Tenaga Kerja bukan saja pada pemberian ijin terhadap jalannya kegiatan tersebut di atas tapi juga akan memberi dorongan moril dalam meningkatkan keterampilan.

4.3 Perhitungan Harga Pokok Penjualan

Salah satu perhitungan laporan keuangan yang dibutuhkan pelaku UMKM Kampung Tape yaitu perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP). Hal ini dikarenakan penetapan harga jual tape yang ada selama ini masih tidak disesuaikan dengan faktor produksi sehingga

beberapa pelaku usaha mengalami keuntungan yang minimal. Cara menghitung HPP pada produk makanan (tape) dipaparkan sebagai berikut.

a. Menghitung Biaya Bahan Baku Tape

Singkong	: Rp 8000/ kg x 100 kg = Rp	800.000
Ragi	: Rp 10.000	= Rp 10.000
Total		= Rp 810.000

b. Menghitung Biaya Tenaga Kerja

Upah 1 orang pekerja untuk 100 kg singkong = **Rp 40.000**

c. Menghitung Biaya Operasional Lainnya

Mika	= Rp 40.000
Daun dan plastik	= Rp 10.000
Kertas Logo dan Streples	= Rp 5.000
Transportasi	= Rp 50.000
Total	= Rp 105.000

d. Menghitung total biaya produksi

Total Biaya = 810.000 + 40.000 + 105.000 = 955.000

e. Menghitung Jumlah Produk Yang dihasilkan

Jumlah Produk = 200 x 30 hari
= 6000 bungkus per bulan

f. Menghitung Harga Pokok Penjualan

Harga Pokok Penjualan = Rp 955.000 / 200
= Rp 4775 per bungkus

g. Harga Jual jika keuntungan yang diharapkan sebesar 20% per bungkus

Harga jual = Rp 4775 + (20% x 4775)
= Rp 5730
= Rp 6000

Dari hasil perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa harga jual yang ditetapkan oleh beberapa pelaku UMKM di Kampung Tape masih terlalu rendah, sehingga para pelaku usaha tersebut tidak dapat mencapai keuntungan maksimum yang diharapkan. Perhitungan harga

pokok penjualan ini dapat membantu para pelaku UMKM untuk memahami bagaimana proses menentukan harga yang baik. Pada umumnya acuan harga jual adalah dengan menjumlahkan harga pokok dengan persentase keuntungan yang diinginkan. Persentase keuntungan dapat berbeda antara satu penjual dengan penjual lainnya sehingga para pelaku usaha tersebut membutuhkan sebuah wadah organisasi untuk mengakomodir sentra tape tersebut menjadi seragam dan dapat bersaing dengan sentra tape lainnya seperti tape bondowoso. Perhitungan HPP ini juga dapat membantu proses pembukuan pelaku UMKM sehingga mereka tidak mencampur keuangan bisnis dengan keuangan pribadi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Tim Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim di UMKM Kampung Tape Dusun Krajan RT.05 RW.02 Desa Candibinangun Kec. Sukorejo Kab.Pasuruan ini adalah suatu bentuk sosialiasasi pada masyarakat terkait pengembangan usaha dan keberlangsungan usaha khususnya pemahaman proposal bisnis dan perhitungan HPP dalam mennetukan harga jual. Tujuan kegiatan ini salah satunya adalah untuk membantu UMKM Kampung Tape Dusun Krajan RT.05 RW.02 Desa Candibinangun Kec. Sukorejo Kab.Pasuruan memberi pengetahuan dan membantu perhitungan HPP dan memberikan pemahaman dalam pembuatan proposal bisnis. Dengan data UMKM yang telah tercatat secara administratif, pemerintah dapat dengan mudah memberikan program – program yang membantu UMKM dengan tepat sasaran sesuai kebutuhan.

5.2 Saran

Berdasarkan pemaparan potensi pemilik UMKM Kampung Tape Dusun Krajan RT.05 RW.02 Desa Candibinangun Kec. Sukorejo Kab.Pasuruan maka dapat direkomendasikan kegiatan lanjutan yaitu penetapan harga jual produk dan praktek langsung pembuatan proposal bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadilah, S., Maemunah, M., Hernawati, N., Saefullah, I., & Nurfajrina, G. (2019). Laporan Akhir Penelitian Dosen Utama (PDU): Konstruksi model pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis dana zakat.
- Sanawiri, B., & Iqbal, M. (2018). Kewirausahaan. Universitas Brawijaya Press.
- Sujarweni, V. W. (2016). Implementasi Penentuan Harga Pokok Produksi Untuk Mencapai Laba Optimal (Studi Pada Sentra Ukm Industri Bakpia Di Wilayah Minomartani Sleman Yogyakarta). *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 4(3), 1111-1124.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4866.

CURRICULUM VITAE

IDENTITAS DIRI

Nama : Hj.MARDIANA,SE.,MM
 NIP/NIK/NIDT : 19740519201608012045
 NIDN : 2019057402
 Jenis Kelamin : PEREMPUAN
 Tempat dan Tanggal Lahir : KEDIRI, 19 MEI 1974
 No.KTP : 3573055905740001
 Status Perkawinan : KAWIN
 Agama : ISLAM
 Golongan/Pangkat : III/b
 Jabatan Fungsional Akademik : ASISTEN AHLI
 Jabatan Struktural : -
 Perguruan Tinggi : UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
 Alamat : JL.GAJAYANA 50 MALANG
 Telp./Faks. : 0341-558881
 Alamat Rumah : JL MANGGA 6 RT 3 RW. 13 ORO-ORO OMBO
 BATU
 Telp./Faks. : 081232760099
 E-mail : dians.mardiana19@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN PERGURUAN TINGGI

Tahun Lulus	Jenjang	Perguruan Tinggi	Jurusan/ Bidang Studi
1997	S-1	Universitas Islam Malang	Fakultas Ekonomi / jurusan Akuntansi
2003	S-2	Universitas Brawijaya	Manajemen /Ilmu Manajemen Keuangan

PELATIHAN PROFESIONAL

Tahun	Pelatihan	Penyelenggara
2015	Sekolah Metodologi Penelitian Dosen	LPPM Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
2016	IQF Competence for lecturer pedagogy enhancement	LPM Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
2017	Workshop Penulisan Dan Penelitian Di Bidang Gender	PSGA Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

PENGALAMAN PENELITIAN

Tahun	Judul Penelitian	Jabatan	Sumber Dana
2015	Penelitian Tim, judul “pemberdayaan jamaah Masjid untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di kecamatan pagak kab. Malang dengan cara hidroponik, fermentasi pakan ternak dan pembuatan pupuk organik”.	Anggota	DIPA BLU - DIPA 025.04.2.423812/2015
2016	Penelitian Tim, judul “Peranan workplace spirituality sebagai moderator pengaruh soft total quality manajemen (TQM) terhadap efektivitas organisasi”	Anggota	DIPA BLU - DIPA 025.04.2.423812/2016
2017	Pengaruh Manajemen Risiko Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi	ketua	DIPA BLU - DIPA 025.04.2.423812/2017
2018	Kinerja keuangan sebagai mediator pengaruh manajemen risiko terhadap kinerja organisasi	Ketua	DIPA BLU - DIPA 025.04.2.423812/2018
2019	Intellectual capital terhadap kinerja keuangan dengan corporate social responsibility dan corporate governance sebagai intervening	Ketua	DIPA BLU - DIPA 025.04.2.423812/2019
2020	Keputusan keuangan terhadap nilai perusahaan dengan women on board sebagai variabel moderasi	Ketua	DIPA BLU - DIPA 025.04.2.423812/2020
2021	Keputusan keuangan terhadap nilai perusahaan dengan women on board sebagai variabel moderasi	Ketua	DIPA BLU - DIPA 025.04.2.423812/2021
2022	Literasi Keuangan Islam meningkatkan pertumbuhan kinerja UMKM Kota Malang dengan spiritualitas sebagai variable moderasi	Ketua	DIPA BLU - DIPA 025.04.2.423812/2022

PESERTA KONFERENSI/SEMINAR/LOKAKARYA/SIMPOSIUM

Tahun	Judul Kegiatan	Penyelenggara
2014	2 nd International Conference on The Development of Shariah Economics	Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
2015	Roadshow Sekolah Pasar Modal Syariah	Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim

		Malang
2015	Pembangunan Ekonomi Desa Berbasis Pesantren	Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
2015	Green Economy for Sustainability Development	Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
2016	International Conference on Islamic Economics and Business (ICONIES) Build The Society Awareness and culture in strengthening Islam Economic And Business	Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
2017	International Seminar, judul “Accounting Rules Trading Incentives And Systemic Risk”	Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang
2020	Planning for learning or writing lesson plans; what is the difference?	Cambridge University Press
2021	Launching Wakaf Tani	Wakaf Tani
2021	The Power Of Shodagoh	UIN Maulana Malik Ibrahim

KARYA ILMIAH

Tahun	Judul Artikel	Jurnal
2018	The effect of risk management on financial performance with good corporate governance as a moderation variable	http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/mec/article/view/5223
2018	Pengaruh manajemen risiko terhadap kinerja keuangan keuangan: studi pada perbankan syariah yang terdaftar di BEI	http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/4940
2019	COMPANY SIZE STRENGTHENS THE INFUENCE OF ASSET STRUCTURE AND CAPITAL STRUCTURE ON FIRM VALUE	http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/el-muhasaba/article/view/6795
2019	Profitability and Leverage to the	https://www.atlantis-press.com/proceedings/iconies-18/125920524

	Value of Companies With Dividend Policies as a Moderation Variable	
2020	Loan growth and bank profitability of commercial banks in indonesia	https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL/article/view/7298
2020	Hubungan intellectual capital, corporate social responsibility dan corporate governance terhadap kinerja keuangan	http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/eldinar/article/view/9188
2020	The effect of financial knowledge and financial attitude on financial management behavior mediated with locus of control	http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/mec/article/view/5300
2020	Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Return Saham dengan Nilai Tukar (Kurs) sebagai Variabel Moderasi	https://jurnal.umk.ac.id/index.php/bmaj/article/view/4191
2021	Financial Performance as a Mediator of Risk Management on Organizational Performance	http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/mec/article/view/11454
2021	Gender in investment on firm the value of firm (consumer goods industry sector companies listed on the IDX)	https://www.atlantis-press.com/proceedings/iconetos-20/125955762
2021	Kejelasan sasaran anggaran dan sip terhadap akuntabilitas kinerja instansi dimoderasi partisipasi penyusun	http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/el-muhasaba/article/view/11813
2022	Profitabilitas terhadap Financial	https://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/13930

	Distress Dimediasi Corporate Social Responsibility	
--	----------------------------------------------------------	--

KEGIATAN PROFESIONAL/PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Tahun	Kegiatan
2016	Pengabdian Tim, judul “Penguatan manajerial (pemasaran, keuangan, SDM) dan kewirausahaan di lingkungan MAN Tambak Beras Jombang”
2017	Penguatan Posdaya Berbasis Masjid Melalui Revolusi Metal Dalam Rangka Meningkatkan potensi Daerah di Kecamatan Gedangan Kabupaten Malang
2018	Ekonomi Mengabdi: Implementasi Konsep Three angels Circle Menuju Masyarakat Masalah
2018	Peningkatan Ekonomi Masyarakat Menuju Kampung Ecogreen dengan Metode urban Farming
2019	Pengembangan Ekonomi Kreatif Menghadapi era 4.0 di Kota Batu
2021	Sinergi Mengembangkan Ekonomi Berbasis Pesantren di Pondok Pesantren La Raiba Hanifida Jombang

Saya menyatakan bahwa semua keterangan dalam Curriculum Vitae ini adalah benar dan apabila terdapat kesalahan, saya bersedia mempertanggungjawabkannya.

Malang, 23 juli 2022

Hj. MARDIANA, SE.,MM
NIDT. 19740519201608012045

CURRICULUM VITAE

IDENTITAS DIRI

Nama : Amelindha Vania, S.Pd., S.E., M.M
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Tempat dan Tanggal Lahir : Malang, 19 Juni 1991
 Status Perkawinan : Kawin
 Agama : Islam
 Pekerjaan : Dosen UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
 Jabatan / Pangkat, Golongan : Asisten Ahli / Penata Muda Tk.I - III/b
 Alamat Kantor : Jl Gajayana 50 Malang
 Telp./Faks. : 551354/572533
 Alamat Rumah : Mutiara Jingga Residence Blok B-54 (Jl.Loncat Indah)
 Tasikmadu – Lowokwaru - Malang
 Telp./Faks. : 081230409951
 E-mail : amelindhavania@uin-malang.ac.id

RIWAYAT PENDIDIKAN PERGURUAN TINGGI

Tahun Lulus	Jenjang	Nama Sekolah / Perguruan Tinggi	Jurusan/ Bidang Studi
1996	SD	SDN Sumbersekar III Dau Kab. Malang	-
2012	SMP	SLTPN 01 Dau Kab. Malang	-
2015	SMA	SMAN 2 Nganjuk	IPA
2008	D1	Universitas Brawijaya	Bahasa Inggris
2013	S1	Universitas Negeri Malang	Pendidikan Tata Niaga
2014	S1	Universitas Negeri Malang	Manajemen - Pemasaran
2018	S2	Universitas Brawijaya	Manajemen - Pemasaran

PELATIHAN / SEMINAR / WORKSHOP

Tahun	Pelatihan/Seminar/Workshop	Penyelenggara
2012	Seminar Pemasaran Syariah	Universitas Negeri Malang
2020	Peserta Edukasi Pasar Modal Online The Series,	Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng
2020	Webinar Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Dosen dalam Masa Pandemi dan New Normal	LPPM UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
2020	Webinar Perlindungan Konsumen di Masa Pandemi	Otoritas Jasa Keuangan
2020	Webinar Webinar Nasional Ekonomi Syariah di Indonesia: Kebijakan Strategis Pemerintah menuju New Normal Life	Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
2021	Participant Innovation and Creativity the form of Entrepreneurship Digitalization	INCDIGIPRENEUR
2021	Webinar Nasional Edukasi Unda "Berbisnis Asik Lewat Tiktok"	Universitas Darwan Ali
2021	Webinar Internasional "The Future of Media: Becoming a Digital Disrupter"	Yalda Gerami, Salesforce Etienne Soumoy, Salesforce Ben King, Chief Subscription Officer, DAZN

2021	Webinar Business Class 1.0	Sekolah Bisnis Institut Pertanian Bogor
2021	Webinar Business Class 2.0	Sekolah Bisnis Institut Pertanian Bogor
2021	Kuliah Umum "Isu dan Tren Riset e-Commerce"	Fakultas Saintek UIN Syarif Hidayatullah
2021	Online Short Course "Basic Excel"	Swanstatistics PT. Angsa Statistika Indonesia
2021	Online Short Course "Basic Data Visualization with Excel"	Swanstatistics PT. Angsa Statistika Indonesia
2021	Online Short Course "Advance Data Visualization with Excel"	Swanstatistics PT. Angsa Statistika Indonesia
2021	Online Short Course "Statistics Analysis using Excel"	Swanstatistics PT. Angsa Statistika Indonesia
2022	Webinar Research & Publication : Strategi Mengerjakan Penelitian Kualitatif yang Efektif dan Berkualitas	Blajar.Id
2022	Workshop Metodologi Penelitian Experimental Design	Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang
2022	Pelatihan Digital Marketing Bootcamp - Digital Entrepreneurship Academy	Digital Talent Scholarship dan KOMINFO

KARYA TULIS ILMIAH

Tahun	Judul	Penerbit/Jurnal
2014	Penerapan Pembelajaran kooperatif model Think Pair Share untuk meningkatkan Motivasi dan Hasil belajar siswa (studi pada siswa kelas XI Program Kecantikan SMK Kartika IV-1 Malang	Manajemen- Universitas Negeri Malang
2015	Analisis SWOT sebagai dasar perumusan strategi pemasaran online produk fashion pada Suka-suka Shop Malang	Universitas Negeri Malang
2018	Preferensi Pelanggan Online Shop Instagram Berdasarkan E-service Quality dengan Menggunakan Analisis Cluster dan Analisis Conjoint	MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen
2020	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada UKM Kharisma Sejahtera	Journal Industrial Engineering & Management Research (JIEMAR)
2020	Peran Brand Love sebagai Mediasi Hedonic Product dan Self-Expressive Brand Terhadap Brand Loyalty	Jurnal Bisnis dan Manajemen
2021	Peran Visual Merchandising Dan Store Image Terhadap Peningkatan Customers' Purchase Intention	Jurnal Ekonomi 26 (2), 260- 276
2022	Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Manajemen Hubungan Pelanggan Terhadap Nasabah Kupedes Dalam Usaha Mencegah Kredit Macet Pada Pt. Bank Bri Unit Kesamben Cabang Jombang	NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial 9 (2), 921-928

2022	Materialism, Financial Literacy, and Online Impulsive Buying: A Study on the Post Millennial Generation in a Pandemic Period	Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Journal of Theory and Applied Management 15 (1) 1-12
2022	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia 7 (6), 6881-6890
2022	Service Quality Terhadap Repurchase Intention di Mediasi Oleh Customer Satisfaction	REVITALISASI: Jurnal Ilmu Manajemen 11 (1), 54-62
2022	Edukasi perilaku hidup bersih dan sehat (PHBS) dalam pencegahan virus Covid-19 di TPQ Al-Ikhlas Desa Klabet	Unpublished
2022	Peningkatan Nilai Tambah Produk UMKM Carang Mas dari Hasil Program P2WKSS di Dusun Sobo Desa Madiredo Kabupaten Malang	Mejuajua: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat 2 (1), 61-65
2022	Optimalisasi potensi lingkungan melalui pembuatan vertical garden dan pengolahan limbah organik di Dusun Genting Kota Malang	Unpublished

KEGIATAN PROFESIONAL/PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Tahun	Kegiatan
2012	Guru Kewirausahaan di SMK Arjuna 01 Malang
2012	Staf Administrasi PPPPTK BOE Malang – VEDC Malang
2013	Guru Kewirausahaan di SMK Kartika IV 1 Malang
2019	Narasumber Kegiatan Pengabdian Masyarakat di Kopwan Bumi Rahayu Jalan Ardjuna Panderman Batu
2021	Sinergi Mengembangkan Ekonomi Berbasis Pesantren di Pondok Pesantren La Raiba Hanifida Jombang
2022	Narasumber di Shyeilah Production Sektor Pertanian "Digitalisasi Branding, Pemasaran dan Penjualan

PENGHARGAAN/PIAGAM

Tahun	Bentuk Penghargaan	Pemberi
2014	Mahasiswa Lulusan Terbaik (Double Degree)	Universitas Negeri Malang
2015	Mahasiswa Lulusan Terbaik	Universitas Brawijaya

Saya menyatakan bahwa semua keterangan dalam Curriculum Vitae ini adalah benar dan apabila terdapat kesalahan, saya bersedia mempertanggungjawabkannya.

Malang, 1 Agustus 2022
Dosen Ybs

Amelindha Vania, S.Pd., S.E., M.M
NIP. 19910617 201903 2 019

CURRICULUM VITAE

IDENTITAS DIRI

Nama : Drs. Agus Sucipto, MM., CRA
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Tempat dan Tanggal Lahir : Malang, 16 Agustus 1967
 Status Perkawinan : Kawin
 Agama : Islam
 Alamat : Jl. Gajayana 50 Malang
 Telp./Faks. : (0341) 551354
 Alamat Rumah : Perum. Prima Ragil Permai B7 Malang
 Telp./Faks. : 081333699883
 E-mail : suga_cipto@yahoo.co.id

PENDIDIKAN

Tahun	Pendidikan
1991	S1 Universitas Brawijaya Malang
2002	S2 Universitas Brawijaya Malang

PELATIHAN PROFESIONAL

Tahun	Pelatihan	Penyelenggara
2022	Pendamping Proses Produk Halal	UIN Malang
2019	Manajemen Risiko	BNSP
2017	Metodologi Pelatihan	Badan Nasional Sertifikasi Profesi
2015	Community-Based Resarch (CBR)	UIN Sunan Ampel Surabaya
2014	General English	IALF
2013	Pelatihan Calon Konsultan Keuangan/Pendamping UMKM Mitra Bank	Bank Indonesia
2012	Syar'ipreneur (Trainer of Triner)	Asosiasi Dosen Indonesia – Dirjen Diktis Kemenag RI
2009	Sekolah Pasar Modal	Indonesia Stock Exchange
2009	IDX-Stock Exchange Game	Indonesia Stock Exchange
2007	Shortcourse Keislaman dan Logika-Metodologi Sains	LKQS UIN Malang
2007	Edukasi Pasar Modal	PT. Danareksa – Bursa Efek Surabaya
2007	Pelatihan Struktural Equation Model	Unibraw
2007	Refresment Workshop Analisis Teknikal dan Simulasi Pasar Modal	PT. ITHO Indostock Jakarta & Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada
2006	Simulasi Perdagangan Saham Manual & Komputerisasi	JSX Corner Unibraw
2005	Pelatihan Metodologi Riset Akuntansi dan Manajemen Keuangan Berbasis Pasar Modal	JSX Corner Unibraw
2004	Islamic Banking Training Goes to Campus	CIES – Direktorat

		Perbankan Syariah Bank Indonesia
--	--	-------------------------------------

PENGALAMAN JABATAN

Jabatan	Institusi	Tahun
Pengawas	KPRI UIN Maliki Malang	2004-2010
Kepala Unit Penerbitan, Publikasi, dan Kajian Ekonomi Islam	Fakultas Ekonomi UIN Malang	2007 s.d 2008
Pimpinan Redaksi Jurnal Iqtishoduna	Fakultas Ekonomi UIN Malang	2007 s.d 2008
Sekretaris Holding Company	UIN Malang	2008 s.d. 2010
Ketua KPRI	UIN Maliki Malang	2010-2016
Bidang Pengembangan Usaha dan Bisnis	Unit Kelembagaan dan Pengembangan UIN Maliki Malang	2010-2011
Sekretaris Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam	Program Pascasarjana UIN Maliki Malang	2011-2013
Kepala Pusat Pengembangan Bisnis	UIN Maliki Malang	2014-2015
Ketua Jurusan Manajemen	Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang	2017-2020
Pengawas	KPRI UIN Maliki Malang	2016-
Wakil Ketua	Asosiasi Marketing Produk UKM Hebat (AMPUH) Jawa Timur	2018-sekarang
Sekretaris	Pofesional Jaringan Mitra Negara (PROJAMIN) Kota Malang	2022-Sekarang

PENGALAMAN MENGAJAR

Mata Kuliah	Jenjang	Institusi/Jurusan/Program	Tahun
Seminar Proposal	S2	Magister Pendidikan Islam UIN Maliki Malang	2011-2013
Studi Kelayakan Bisnis	S1	Fak. Ekonomi UIN Malang/Manajemen	2003 s.d Sekarang
Manajemen Investasi	S1	Fak. Ekonomi UIN Malang/Manajemen	2003 s.d Sekarang
Pasar Modal	S1	Fak. Ekonomi UIN Malang/Manajemen	2003 s.d 2009
Teori Organisasi	S1	Fak. Ekonomi UIN Malang/Manajemen	2004 s.d 2006
Filsafat Ilmu	S1	Fak. Ekonomi UIN Malang/Manajemen	2008 s.d 2009
Ulul Albab	S1	Fak. Ekonomi UIN Malang/Manajemen	2007
Kewirausahaan	S1	Fak. Tarbiyah UIN Malang	2004 s.d 2007
Analisis	S1	Fak. Ekonomi UIN	2009 s.d 2010

Sekuritas		Malang/Manajemen	
Manajemen Risiko	S1	Fak. Ekonomi Malang/Manajemen	UIN 2010 s.d sekarang
Manajemen Keuangan	S1	Fak. Ekonomi Malang/Manajemen	UIN 2010 s.d 2011

PENGALAMAN PENELITIAN			
Tahun	Judul Penelitian	Jabatan	Sumber Dana
2021	Analisis Strategi Pengembangan Program studi Manajemen FE UIN Malang Menuju Peringkat Internasional: Berdasar pada Standar Quacquarelli Symonds (QS) World University Rankings (WUR)	Ketua Peneliti	DIPA
2017	Pengukuran Kinerja Koperasi dengan Balance Scorecard Perspektif Integrasi Keislaman pada Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kota Batu Jawa Timur	Ketua Peneliti	DIPA
2016	Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility (CSR) perusahaan terhadap earning response coefficient (ERC) di Jakarta Islamic Index (JII)	Ketua Peneliti	DIPA
2014	Peranan Inovasi, Differensiasi, dan Budaya Organisasi terhadap Sustainable Competitive Advantage (SCA) Studi Empiris pada Pegadaian Syariah di Malang Raya	Ketua Peneliti	DIPA
2013	Penilaian Kinerja Saham Syariah pada Bursa Efek Indonesia	Ketua Peneliti	DIPA
2012	Faktor yang Mempengaruhi Resiko Saham Perusahaan Syariah di Bursa Efek Indonesia	Peneliti	DIPA
2011	Pengukuran Kinerja Berbasis Budaya Spiritual dalam Rangka Pelayanan Prima	Anggota	DIPA
2010	Analisis Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap Kepemimpinan Transaksional serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan dan Kinerja Pegawai di Perbankan Syariah se-Malang Raya	Ketua Peneliti	DIPA
2010	Analisis Rasio Keuangan dan Metode Du Pont untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan	Peneliti	DIPA-FE
2007	Analisis Korelasi Risiko Beta terhadap Ukuran Perusahaan pada Kondisi Pasar Bullish dan Bearish di Bursa Efek Jakarta	Peneliti	DIPA

2006	Pengujian Rasio CAMEL sebagai Prediktor Pengklasifikasian Bank Sesuai Ketentuan Arsitektur Perbankan Indonesia (API) (Kasus Industri Perbankan yang Go Publik di Bursa Efek Jakarta)	Peneliti	DIPA
2005	Analisis Likuiditas Saham Sebelum, Sesaat, dan sesudah Pengumuman Stock Split (Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Go Publik di Bursa Efek Jakarta)	Peneliti	Mandiri
2004	Profil dan Minat Mahasiswa Studi di UIN Malang sebagai Dasar Penentuan Strategi	Anggota Tim	DIPA

KARYA TULIS ILMIAH

Buku/Bab/Jurnal

Tahun	Judul	Penerbit/Jurnal
2022	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Harga Saham dengan Nilai Perusahaan sebagai Variabel Intervening	Briliant: Jurnal Riset dan Konseptual
2021	Moderasi Ukuran Perusahaan pada Profitabilitas, Leverage dan Rasio Aktivitas terhadap Kebijakan Dividen	Iqtishoduna
2021	Apakah jumlah uang beredar memoderasi bank indonesia rate, transaksi non tunai, nilai tukar dan inflasi?	Akuntabel
2020	Pengaruh corporate social responsibility (csr) dan good corporate governance (gcg) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening	Jurnal Akuntabel
2020	The Moderating Role of Dividend Policy on The Influence of Liquidity, Profitability, Leverage, and Investment Opportunity Set Against Stock Return Registered in The Jakarta Islamic Index	Jurnal Media Ekonomi dan Manajemen
2019	Liquidity Ratio, Profitability, And Solvency On Stock Returns With Capital Structure As An Intervening Variable (Study On Food And Beverage Sub Sector Listed In Indonesia Stock Exchange (Idx) Period 2013-2017)	Jurnal Ekspektra Terindex Copernicus
2011	Trading Volume Activity and Bid-Ask Spread Before and After The Merger Announcement	Jurnal Keuangan dan Perbankan (Terakreditasi)
2010	Studi Kelayakan Bisnis, Analisis Integratif dan Studi Kasus	Buku Teks, UIN Malang Press

		(ISBN)
2008	Teori dan Perilaku Organisasi, Suatu Tinjauan Integratif	Buku Teks, UIN Malang Press (ISBN)
2008	Fenomena-Fenomena di Seputar Kebijakan Initial Public Offering (IPO) dan Pengukuran Kinerja Perusahaan di Indonesia	Jurnal Iqtishoduna (ISSN)
2007	Analisis Rasio Keuangan untuk Menemukan Bank Jangkar (Studi pada Bank Umum Syari'ah di Indonesia)	Jurnal Iqtishoduna (ISSN)
2007	Analisis Korelasi Risiko Beta terhadap Ukuran Perusahaan pada Kondisi Pasar Bullish dan Bearish di Bursa Efek Jakarta	Jurnal Iqtishoduna (ISSN)
2007	Pengujian Rasio CAMEL sebagai Prediktor Pengklasifikasian Bank Sesuai Ketentuan Arsitektur Perbankan Indonesia (API) (Kasus Industri Perbankan yang Go Publik di Bursa Efek Jakarta)	Jurnal Manajemen dan Pembangunan (Terakreditasi)
2006	Analisis Rasio Keuangan untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan (Kasus pada Perusahaan Tekstil yang Go Publik di Bursa Efek Jakarta)	Jurnal Ulul Albab (Terakreditasi)
2006	Analisis Likuiditas Saham Sebelum, Sesaat, dan sesudah Pengumuman Stock Split (Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Go Publik di Bursa Efek Jakarta)	Jurnal EI-Harakah (ISSN)
2005	Bisnis Syari'ah dan Globalisasi	Jurnal Iqtishoduna (ISSN)
2005	Perangkat dan Teknik Analisis Investasi Saham	Jurnal Iqtishoduna (ISSN)
2004	Profil dan Minat Mahasiswa Studi di UIN Malang sebagai Dasar Penentuan Strategi	Jurnal Ulul Albab (Terakreditasi)
2004	Motivasi dalam Kepemimpinan	Jurnal Iqtishoduna (ISSN)

PESERTA KONFERENSI/SEMINAR/LOKAKARYA/SIMPOSIUM

Tahun	Judul Kegiatan	Penyelenggara
2012	Soft Skill in Educational Management	International Islamic University.Malaysia
2011	Innovative Learning	Fakultas Ekonomi UIN Malik Malang
2008	Establishing ICT-Based University Management; Implementing e-Learning as e-Campus Media	UIN Malang
2008	Pengaruh Asean Trade Facilitation Terhadap Volume Perdagangan Produk Unggulan Ekspor Jawa Timur	Bank Indonesia Malang
2008	Strategi Komunikasi dalam Rangka Meningkatkan Kesadaran Tentang Hak-Hak Nasabah Perbankan di Jawa Timur	Bank Indonesia Malang
2007	Perkoperasian yang Berjatidiri: Refleksi Pemikiran Koperasi Masa Depan	ADOPKOP – Indonesia – Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang
2006	Informasi Kebijakan yang Telah Dikeluarkan Oleh	Bank Indonesia –

	Bank Indonesia pada Januari 2006 (Paket Januari 2006) dan Perlindungan Nasabah	Unibraw – Paguyuban Rektor Malang
2005	Seminar Nasional Pasar Modal Campus to Campus	Unibraw – Bapepam – BEJ – PT. Sinar Mas Sekuritas
2005	Social Work in Islamic Perspective : A Case Study in Indonesia and Canada	UIN Malang
2005	Strategic Management & Key Winning Formula: A Case Study of Sampoerna	Unibraw – Sampoerna Indonesia

KEGIATAN PROFESIONAL/PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT	
Tahun	Kegiatan
2022	Strategi Pemasaran Efektif, Paguyuban dan Koperasi Amangtiwi Kota Malang
2021	Penguatan Manajerial dan Digital Marketing di Junrejo Kota Batu
2021	Pelatihan dan on Boading Digital Dinas Koperasi UKM Kota Batu
2021	Training relawan inspirasi dengan tema analisis kelayakan usaha Oleh Desa Berdaya Foundation (Rumah Berdaya)
2019	Pendampingan Pembentukan Grosir Dan Retail Koperasi Sinar Surya Batu
2019	Penguatan manajerial Pasar Laron Batu
2018	Pemberdayaan komunitas Wanita budaya dan Usaha Kecil Menengah melalui Program Indonesia Mandiri dalam Rangka Terwujudnya Revolusi Mental di Desa Toyomarto Kecamatan Singosari Kabupaten Malang
2016	Posdaya Berbasis Masjid di Desa Tanggung Kecamatan Turen
2016	Penguatan Manajerial (Pemasaran, Keuangan, SDM) dan Kewirausahaan di Lingkungan MAN Tambakberas Jombang
2015	Pengembangan Usaha Kerajinan di Desa Tirtomoyo Kecamatan Singosari Kabupaten Malang
2015	Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kelurahan Tlogomas Kota Malang
2015	Koperasi Mawar Putih Desa Jedong Kecamatan Wagir Kabupaten Malang
2014	Posdaya Berbasis Masjid di Kec. Tirtoyudo
2013	Posdaya Berbasis Masjid di Desa Bokor dan Desa Talok Kec. Turen
2011	Pemberdayaan Masyarakat Miskin Kota
2011	Anggota Penggawas Lembaga Badan Usaha PDM Kota Malang
2011	Anggota Komisi Pengendalian KSP/USP Koperasi dan KJKS/UJKS Koperasi Kota Malang
2011	Pengembangan Masyarakat untuk Pendampingan Kelompok Miskin Perkotaan di Kelurahan Bumiayu Kota Malang
2010	Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Budidaya Perikanan Darat di Wilayah Kelurahan Wonokoyo Kecamatan Kedungkandang Kota Malang
2009	Pembinaan terhadap pengelola zakat: Akuntabilitas Pengelola Zakat (El-Zawa)
2008	Pembinaan Usaha Mikro Kecil Menengah : Manajemen Keuangan (El-Zawa – UKM Binaan)
2008	Peningkatan Kualitas Ekonomi Keluarga Muslim (El-zawa)

2008	Pelatihan Manajemen Zakat di Perguruan Tinggi (El-Zawa – Pengelola Zakat Malang Raya)
2007	Pelatihan Bisnis Berbasis Syari'ah (LPM-Kec. Batu)
2007	Strategi Membaca Peluang Kerja di Tengah Krisis Ekonomi (LPM-Kec. Batu)
2006	Pelatihan Manajemen Pemasaran bagi Pengusaha Kecil (Desa Sanan-Malang)
2006	Manajemen Organisasi Santri (PPP Al Hikmah Al Fatahiyah Malang)
2006	Pelatihan Membangun Semangat Kewirausahaan bagi Siswa Madrasah (LPM – Fakultas Ekonomi UIN Malang)
2005	Melakukan Pembinaan dan Verifikasi Kelayakan Usaha Kecil dibawah Binaan LPM UIN Malang
2004	Prospek dan Tantangan Bisnis Koperasi dalam Era Globalisasi (Kopma Padang Bulan)

NARASUMBER/PEMATERI		
Tahun	Tema	Penyelenggara
2021	Analisa Kelayakan Usaha	Bank Syariah Indonesia-Rumah Zakat
2021	Pemasaran, Kemitraan dan Manajemen Risiko	Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Perdagangan Kota Batu
2021	Fasilitasi Penguatan Jaringan Pemasaran Produk Bagi UMKM	Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur
2021	Talk Show: Manajemen Risiko	Radio Kharisma Kediri
2021	Ngaji Manajemen Bareng Gus Cip: Strategi Manajemen Pemasaran	Koperasi Usaha Bisma Gondanglegi Malang
2019	Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Kota Malang	MUI Kota Malang
2018	Penyusunan Busines Plan	Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur
2015	Workshop Pengembangan Usaha Koperasi di Sektor Riil dengan Materi Penyusunan Laporan Studi Kelayakan Bisnis bagi Koperasi	Dinas Koperasi Kota Malang
2015	Workshop Kesehatan Koperasi dengan materi Analisa Kinerja Keuangan Koperasi sebagai Bahan Tingkat Penilaian Kesehatan	Dinas Koperasi Kota Malang
2015	Bimtek SOP/SOM Koperasi dengan Materi Business Plan	Dinas Koperasi Kota Malang
2014	Pendampingan Penyusunan Laporan Pertanggungjawaban Dana Hibah Koperasi pada Koperasi Wanita di Koperasi Wanita Kabupaten Lumajang, Trenggalek, Nganjuk, Tulungagung, Kota Malang, Batu dan Pasuruan	Dinas Koperasi UKM Provinsi Jawa Timur
2014	Pelatihan Manajemen Usaha dan Penyusunan Proposal Bisnis	BAZNAS Kota Malang

2014	Seminar Entrepreneurship	Pusat Pengembangan Bisnis UIN Maliki Malang
2012	Pelatihan Kewirausahaan di Tinggowa, Jatiarjo, Prigen, Pasuruan	LP2M UIN Maliki Malang
2011	Reaktualisasi Konsep Keadilan Ekonomi dalam Nilai Dasar Perjuangan HMI dan Ekonomi Islam	HMI Cabang Malang
2011	Character Building	Komando Resimen Mahasiswa "Mahasurya" UIN Maliki Malang
2009	Akuntabilitas Pengelola Zakat	El-Zawa UIN Maliki Malang
2008	Peningkatan Kualitas Ekonomi Keluarga Muslim	El-Zawa UIN Maliki Malang
2007	Strategi Membaca Peluang Kerja di Tengah Krisis Ekonomi	LPM-Kec. Batu
2006	Manajemen Organisasi Santri	PP Al-Hikmah Al-Fatahiyah Malang






Saya menyatakan bahwa semua keterangan dalam Curriculum Vitae ini adalah benar dan apabila terdapat kesalahan, saya bersedia mempertanggungjawabkannya.

Malang, Agustus 2022

(Drs. Agus Sucipto, MM., CRA)



Nora Ria Retnasih

Malang, 22 Mei 1992 
081252196113 
Malang 
noraria@uin-malang.ac.id 
@nora.dhuhary 

Dosen Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
Pelaksana Unit Penjaminan Mutu Fakultas Ekonomi
Pengelola Merdeka Belajar Kampus Merdeka Fakultas Ekonomi
Tutor Tutorial Online Prodi Ekonomi Pembangunan, Universitas Terbuka
Anggota Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia Cabang Malang
Reviewer Jurnal Quantitative Economics and Management Studies (SINTA 3)
Reviewer Jurnal Ekonomika LLDIKTI-IX (SINTA 5)

Pendidikan

Ekonomi dan Studi Pembangunan, Universitas Negeri Malang (S.E.)
Ilmu Ekonomi, Universitas Negeri Malang (M.E)

Penelitian

1. Pengaruh Tingkat Kesehatan Bank Terhadap Harga Saham Pada Bank Pemerintah Dan Swasta Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012
2. Analisis Guncangan Eksternal Terhadap Indikator Moneter Dan Makro Ekonomi Indonesia
3. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi Indonesia (Pendekatan Vector Error Correction Model)
4. Analisis Kinerja Ekonomi Global dan Makroekonomi Domestik terhadap Pasar Modal Syariah Indonesia
5. Interest Rate Volatility of The Federal Funds Rate: Response of the Bank Indonesia and its Impact on the Indonesian Economic Stability
6. A linkage of monetary policy and conventional Islamic Stocks: Indonesia Evidence

Pengabdian

Pemateri Diskusi Online bersama HMJ Ekonomi Syariah UIN SATU Tulungagung
KKM DR UIN Mengabdi di Batu
Narasumber FE Mengabdi di Pasuruan 2022
KKM UIN Mengabdi di Turen
Pemateri Kajian Rutin bersama BI Corner UIN Maulana Malik Ibrahim Malang



Syahirul Alim

DATA PRIBADI

Tempat Tanggal Lahir : **Banyuwangi, 23-12-1977**
Jenis Kelamin : **Pria**
Alamat : **Jl. Pondok Blimbing Indah Blok D5-33
MALANG**
Telepon /HP : **082142289999, 085649849999
081944998999**
E-mail : **syahirul_alim@pbs.uin-malang.ac.id**

II. PENDIDIKAN FORMAL

1984 – 1990 : **SD Negeri Penganjuran V Banyuwangi**
1990 – 1993 : **SMP Negeri 1 Banyuwangi**
1993 – 1996 : **SMA Negeri 1 Banyuwangi, jurusan A1 (fisika)**
1996 – 2001 : **IESP FE Unibraw Malang**
2003 – 2005 : **Magister Manajemen Pascasarjana Unibraw Malang**
2008 – 2009 : **Doktoral FE Manajemen SDM Unibraw Malang**
2009 – skrg : **Doktoral FIA Administrasi Bisnis Unibraw Malang**
2020 – skrg : **Doktoral Ekonomi Syari'ah UIN Maliki Malang**

Pendidikan Non Formal:

1. Pesantren Al Qodir Jember, tahun 1992-1993
2. Pesantren Mahasiswa Al Hikam – Malang, 1996-2001

Riwayat Pekerjaan:

1. Financial Analyst PT. Cipta Dana Futura Lestari – Jakarta, tahun 2001-2003
2. Karyawan Perum Perhutani KPH.Banyuwangi Selatan, tahun 2005-2007
3. Guru Madrasah Aliyah Nahdlatul Wathan, Licin-Banyuwangi, tahun 2005-2007
4. Office Manager PT. Listafariska Putra, for Proje Islamic Development Bank (IDB) Islamic State University of Malang, tahun 2007-2009
5. Dosen PNS Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, tahun 2009 – sekarang
6. Dosen Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, tahun 2010 – sekarang

Pengalaman Organisasi:

1. Sekertaris Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Universitas Brawijaya, tahun 1998-2000
2. Anggota PMII (Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia) komisariat Universitas Brawijaya Malang, tahun 1996-2001
3. Sekertaris Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Brawijaya, tahun 1998-2000
4. Anggota HMI (Himpunan Mahasiswa Islam) komisariat Universitas Brawijaya Malang, tahun 2003-2005
5. Anggota ISNU (Ikatan Sarjana Nahdlatul Ulama) cabang Malang, tahun 2001-sekarang
6. Sekertaris Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Program Doktor Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, tahun 20010—2012



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI

Jalan Gajayana 50 Malang Telepon. (0341) 558881 Faksimile.(0341) 558881

SURAT TUGAS

Nomor : 1264 /F.Ek/KP.01.4/06/2023

Menimbang kegiatan : Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2023 bagi dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Dasar : Disposisi Pimpinan Tanggal 06 Juni 2023.

Memberikan Tugas:

NO	NAMA	NIP/NIDT	JABATAN
1	Mardiana, SE., MM	19740519 20160801 2 045	Asisten Ahli
2	Amelindha Vania, M.M	19910617 201903 2 019	Asisten Ahli
3	Drs. Agus Sucipto, SE., MM., CRA	19670816 200312 1 001	Lektor Kepala
4	Nora Ria Retnasih, M.E.	19920522 202012 2 003	Asisten Ahli
5	Syahirul Alim, MM	19771223 200912 1 002	Lektor

Acara / Kegiatan : Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2023 dengan tema "Penguatan UMKM Menghadapi Era Industri 5.0" bagi dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Kegiatan tersebut dilaksanakan pada, Tanggal 07 Juni 2023 di Kampung Tape , Dusun Krajan RT. 05 RW. 02 Desa Candibinangun Kec. Sukorejo, Pasuruan.

Selesai menyelesaikan tugas, segera menyampaikan laporan kepada pemberi tugas.

Malang, 06 Juni 2023
Dekan,

Misbahul Munir

Tembusan disampaikan kepada Yth:

1. Para wakil Dekan sebagai Laporan;
2. Kabag. Tata Usaha Fakultas;
3. Arsip.



DAFTAR HADIR

Hari/Tanggal : 7 Juni 2023
Agenda/Tema : Pengabdian kepada masyarakat FE UIN Malang
Tempat : Dn Krajan Kec. Sukorejo (Camping tare) Patunan

NO	NAMA	TANDA TANGAN
1	Wiwik Handayani	1
2	KUMKIAMA	2
3	Dewi Salsabila	3
4	Amelinda Vantia	4
5	AZIZATUL Maulidia	5
6	AFni Laily Anggraheni	6
7	Nora Ria Petrasih	7
8	zaenab	8
9	Ahmad Mufid	9
10	wi di yan to	10
11	Fikrah	11
12	Ratnasari	12
13	Salma	13
14	Hurnaira	14
15	inder	15
16	ARSYLA.	16
17	Siti Imama	17
18	Junaedi	18
19	Rugayah	19
20	Roihan	20
21	Meeranisa	21
22	Ulita	22
23	Wulan da Ri	23
24	Candra	24
25	Lestari	25

Penanggung Jawab,

(.....)

NIP.

LAMPIRAN FOTO PENGABDIAN 2023





MENGHITUNG HPP

Oleh:

Hj. Mardiana

1

CARA MENGHITUNG HPP UNTUK UMKM MAKANAN

1. Tentukan Biaya Bahan Baku
2. Hitung Biaya Tenaga Kerja
3. Hitung Biaya Operasional Lainnya
4. Hitung Total Biaya Produksi
5. Tentukan Jumlah Produk yang Dihasilkan
6. Hitung Harga Pokok Penjualan (HPP)

2

1. TENTUKAN BIAYA BAHAN BAKU

- a) Buat daftar bahan baku
- b) Hitung biaya bahan baku per satuan.
- c) Hitung total biaya bahan baku untuk satu jenis makanan.
- d) Hitung Total biaya bahan baku untuk satu Barang

3

2. Hitung Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja adalah biaya upah karyawan yang terlibat

cara menghitung biaya tenaga kerja:

- a) Buat daftar pekerjaan dan tentukan jumlah waktu untuk menyelesaikan setiap tugas.
- b) Hitung jumlah jam kerja yang dibutuhkan per hari.

Misal,

- waktu produksi 1 roti adalah 5 menit,
- Upah TK per jam adalah Rp 12.500
- Biaya TK untuk 1 roti = Rp.1.041,-

4

3.HITUNG BIAYA OPERASIONAL LAINNYA / BIAYA OVERHEAD

- a) Identifikasi jenis-jenis biaya overhead.
(biaya sewa tempat usaha, biaya listrik, biaya air, biaya telepon, biaya bahan bakar, biaya perawatan dan perbaikan peralatan)
- b) Hitung total biaya overhead.
- c) Tentukan unit pengukuran yang tepat.
- d) Tentukan tingkat overhead per unit produk.
(total biaya overhead 1 bulan : jumlah unit produk yang dihasilkan dalam satu bulan).

5

4.HITUNG TOTAL BIAYA PRODUKSI

Hitung total biaya produk.(biaya bahan baku + biaya tenaga kerja + tingkat overhead per unit produk) untuk mendapatkan total biaya produk.

Misalnya, - biaya bahan baku untuk satu potong kue = Rp 10.000
 - biaya tenaga kerja untuk satu potong kue = Rp 1.041
 - biaya overhead per potong kue = Rp 2.000

maka total biaya produk untuk satu potong kue = Rp 13.041.

6

5. Tentukan Jumlah Produk yang Dihasilkan

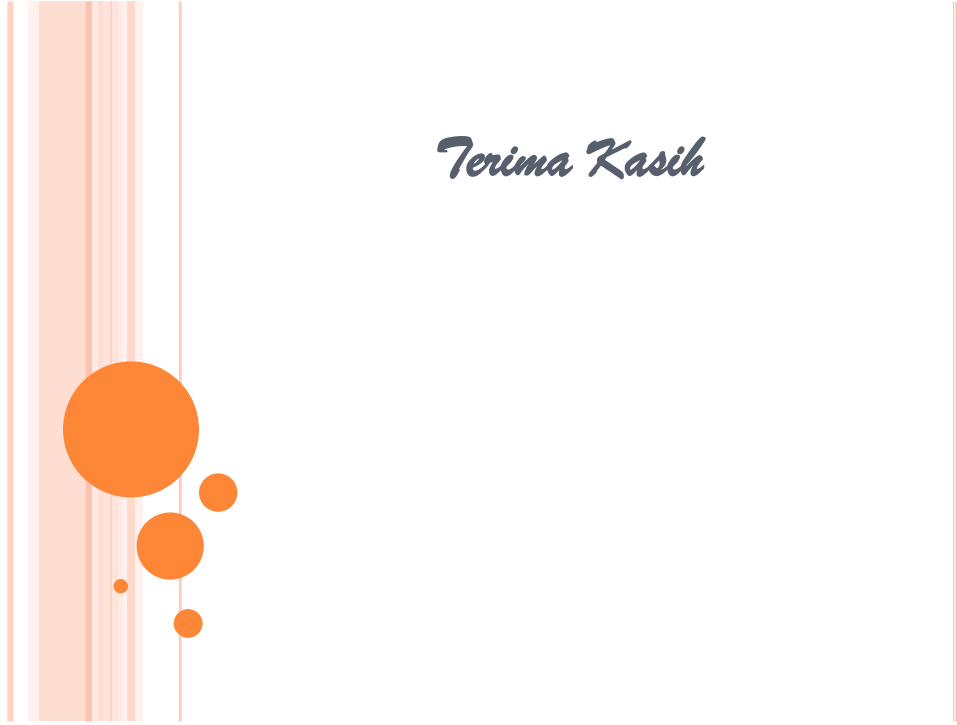
Memproduksi 100 roti per hari, maka perbulan (1 bulan = 30 hari) ,
akan memproduksi: $100 \text{ roti/hari} \times 30 \text{ hari} = 3000 \text{ roti/bulan}$

7

6 Hitung Harga Pokok Penjualan (HPP)

$HPP = \text{Total biaya produksi} / \text{Jumlah produk yang dihasilkan}$

8



Terima Kasih

CARA MENENTUKAN HPP (HARGA POKOK PENJUALAN) PRODUK TAPE

By: Amelindha Vania, M.M

1

PROSES PEMBUATAN TAPE

Pada dasarnya perusahaan manufaktur mempunyai kegiatan mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Tape Super Madu mempunyai pokok memproduksi tape dan menjual tape singkong, tape ketan, suwar-suwir. Proses produksi pembuatan tape singkong meliputi berbagai tahap yaitu:



Gambar 3.1 Rantai Produksi

2

3.6.1 Alat yang harus diperlukan

1. Baskom
2. Kain Lap
3. Kompor
4. Panci Kukus
5. Penyaring
6. Piring
7. Pisau
8. Sendok & Garpu
9. Tampah
10. Timbangan

3.6.2 Bahan :

1. Daun pisang
2. Ragi yang telah dihaluskan
3. Singkong

Berdasarkan jumlah produksi atau volume diatas, maka total produksi untuk semua produk dalam bulan januari adalah : $15.000 + 1.500 + 1.000 + 400 = 17.900$ unit.

4.2 Volume Produksi Tape Super Madu Selama Bulan Januari**1. Tape Singkong**

Tape singkong diproduksi setiap hari selama bulan februari karena permintaannya cukup besar. Untuk sekali produksi dapat dihasilkan 500 kardsu tape. Jadi selama satu bulan jumlah tape yang diproduksi adalah : $500 \times 30 \text{ hari} = 15.000$ kardus

2. Suwar-suwir

Suwar-suwir diproduksi apabila terjadi suatu retur dari produk tape singkong. Jadi dalam memproduksi suwar-suwir tergantung dari retur tape tersebut. Dalam satu kali produksi diperkirakan terjadi 10% retur dari tape singkong. Selama bulan januari kurang lebih terdapat produksi suwar-suwir sebanyak 1.500 pack.

3. Prol Tape

Produk prol tape diproduksi tergantung dari banyaknya permintaan dari konsumen. Dalam pembuatan prol tape ini memerlukan singkong 150 kilogram. Selama bulan januari kurang lebih terdapat produksi prol tape sebanyak 1.000 kotak.

4. Brownies Tape

Brownies diproduksi juga tergantung dari banyaknya permintaan konsumen. Dalam pembuatan prol tape ini memerlukan singkong 100 kilogram. Selama bulan januari kurang lebih terdapat produksi brownies sebanyak 400 kotak.

3

CARA MENGHITUNG HPP

• BAHAN BAKU LANGSUNG

Bahan baku yang digunakan adalah singkong sebanyak 1.000 kilogram rata-rata per harinya dengan harga beli singkong sebesar Rp 3.000,00 per kg terdiri dari 150 kg untuk prol tape, 100 kg untuk brownies, dan 750 kg untuk tape singkong. Bahan baku diperoleh dari pemasok tiap hari selama proses produksi, sehingga tidak ada persediaan bahan baku digudang. Alasan tidak menyediakan bahan baku karena kurang baik apabila singkong disimpan dalam jangka waktu yang terlalu lama. Jadi bahan baku yang dipergunakan adalah singkong segar. Jadi selama bulan januari dalam pembuatan tape singkong membutuhkan bahan baku sebanyak : $750 \text{ kg} \times \text{Rp } 3.000,00 \times 30 \text{ hari} = \text{Rp } 67.500.000,00$

4

• TENAGA KERJA LANGSUNG

Tenaga kerja yang memproduksi tape singkong sebanyak 12 orang dan tidak ada pembagian tugas. Sistem tenaga kerjanya yaitu dilakukan dengan sistem gotong royong atau bersama-sama mulai dari pengupasan singkong, pencucian, pengukusan, peragian hingga pengemasan produk jadi yang siap untuk dijual. Sedangkan sistem upah yang diberikan yaitu dengan sistem upah mingguan sebesar Rp 250.000,00. Jika ditotal maka upah untuk pekerja tape singkong selama satu bulan yaitu sebesar Rp $250.000 \times 12 \times 4 \text{ minggu} = \text{Rp } 12.000.000,00$. Tenaga kerja langsung yang dialokasikan pada tape singkong yaitu sebesar :

$$\frac{15.000}{17.900} \times \text{Rp } 12.000.000 = \text{Rp } 10.055.866$$

5

• BAHAN PENOLONG

Bahan-bahan penolong untuk pembuatan tape singkong terdiri dari :

- Ragi yang diperlukan untuk satu kali produksi memerlukan ragi 13 bungkus dengan harga per bungkus sebesar Rp 7.500,00. Selama bulan januari membutuhkan ragi Rp $7.500,00 \times 13 \text{ bungkus} \times 30 \text{ hari} = \text{Rp } 2.925.000,00$
- Daun pisang yang diperlukan untuk satu kali produksi Rp 15.000,00. Selama bulan januari membutuhkan daun pisang Rp $15.000,00 \times 30 \text{ hari} = \text{Rp } 450.000$
- Kardus yang diperlukan untuk satu kali produksi kurang lebih 600 kardus dengan harga @ Rp 1.500,00. Selama bulan januari membutuhkan kardus $600 \times \text{Rp } 1.500,00 \times 30 \text{ hari} = \text{Rp } 27.000.000,00$

RAGI

DAUN PISANG

KARDUS

6

• BAHAN PENOLONG LANJUTAN

- Solasi yang diperlukan untuk satu kali produksi Rp 5.000,00 untuk 1 solasi. Selama bulan Januari membutuhkan solasi Rp 5.000,00 x 30 hari = Rp 150.000,00
- Tali rafia yang diperlukan sebanyak 1,5 kg untuk satu kali produksi seharga Rp 8.000,00. Selama bulan Januari membutuhkan tali rafia Rp 8.000,00 x 30 hari = Rp 240.000,00
- Gas LPG yang diperlukan untuk satu kali produksi sebanyak 3 tabung LPG seberat 3 kg dengan harga @ Rp 16.000. Selama bulan Januari membutuhkan Gas LPG Rp 16.000,00 x 3 tabung x 30 hari = Rp 1.440.000,00

Alokasi Gas LPG untuk produk tape adalah sebagai berikut :

$$\frac{15.000}{17.900} \times \text{Rp } 1.440.000 = \text{Rp } 1.206.704$$

SOLASI

TALI RAFIA

GAS LPG

7

• BIAYA OVERHEAD PABRIK : adalah biaya produksi yang dikeluarkan selain untuk keperluan bahan baku dan biaya tenaga kerja secara langsung

Biaya overhead pabrik dalam pembuatan tape singkong antara lain sebagai berikut :

- Biaya penyusutan

Karena di home industri tape super madu tidak menetapkan metode penyusutan, maka kami akan menetapkan metode penyusutan dengan metode garis lurus. Inilah daftar aset tetap dan penyusutannya.

Jenis Aset Tetap	Harga Perolehan	Umur Ekonomis	Penyusutan per tahun	Penyusutan per bulan
Gedung	Rp 45.000.000	25 tahun	Rp 1.800.000	Rp 150.000
Mobil Grand Max 2014	Rp 100.000.000	20 tahun	Rp 5.000.000	Rp 416.667
Mobil Grand Max 2005	Rp 45.000.000	15 tahun	Rp 3.000.000	Rp 250.000
Mobil Kijang	Rp 40.000.000	15 tahun	Rp 2.666.667	Rp 222.223

Cara menghitung →

8

Catatan :

- Penyusutan gedung yang dialokasikan pada produk tape singkong adalah sebagai berikut : $15.000 \times \text{Rp } 150.000 = \text{Rp } 125.698$
17.900
- Kendaraan yang dialokasikan pada produk tape singkong yaitu kendaraan yang ikut dalam proses produksi terdiri dari mobil kijang, sedangkan untuk mobil grand max masuk dalam bidang pemasaran.
Total penyusutan kendaraan kijang per bulan Rp 222.223
Alokasi penyusutan kendaraan untuk tape singkong dalam proses produksi sebagai berikut: $15.000 \times \text{Rp } 222.223 = \text{Rp } 186.220$
17.900
 - Biaya Listrik dan air
Setelah saya wawancara dengan pemiliknya, menurut pemilik yaitu ibu wiji biaya listrik dan air yang dialokasikan untuk pabrik selama 1 bulan sebesar Rp 500.000,00. Sedangkan biaya listrik dan air yang dialokasikan pada produk tape singkong adalah :
 $15.000 \times \text{Rp } 500.000 = \text{Rp } 418.994$
17.900

GEDUNG

KENDARAAN

LISTRIK DAN AIR

9

Home Industri Tape Super Madu
Laporan Harga Pokok Produksi Tape Singkong
Untuk bulan Januari 2015

Pemakaian bahan baku :	
Bahan baku	Rp 67.500.000
Persediaan bahan baku, 31 januari 2015	Rp <u> 0</u>
Total pemakaian bahan baku	Rp 67.500.000
Biaya bahan penolong :	
Ragi	Rp 2.925.000
Daun pisang	Rp 450.000
Kardus	Rp 27.000.000
Solasi	Rp 150.000
Tali rafia	Rp 240.000
Gas LPG	Rp <u>1.206.704</u>
	Rp 31.971.704
Biaya tenaga kerja langsung	Rp 10.055.866
Biaya overhead pabrik :	
Biaya penyusutan gedung	Rp 125.698
Biaya penyusutan kendaraan	Rp 186.220
Biaya Listrik dan air	Rp 418.994
	Rp <u>730.912</u>
Total Biaya produksi	Rp 110.258.482
Persediaan barang dalam proses, 1 januari 2015	Rp <u> 0</u>
Harga pokok barang siap diproduksi	Rp 110.258.482
Persediaan barang dalam proses, 31 januari 2015	Rp <u> 0</u>
Harga pokok produksi	Rp 110.258.482

Jadi harga pokok produksi tape singkong per kardus yaitu :
Rp 110.258.482 : 15.000 kardus = **Rp 7.351**

10



Gambar 9 Produk suwar suwir



11

PACKAGING



Mengenal Tape Crispy asal Bondowoso



12



13

CONTOH LABEL PANGAN OLAHAN

Nama Dagang ←

Nama Produk* ←

Halal* ←

Nama & Alamat Produsen* ←

Nomor izin edar* ←

Keterangan kedaluwarsa* ←

Isi/berat bersih* ←

Cindy

Keripik Ikan Bilis

Diproduksi oleh:
PT. Rancak Minang
Padang 25125
Indonesia

BPOM RI MD 123456789013

Baik Digunakan
Sebelum : 010820

Isi Bersih 130 g

Daftar bahan:
Ikan bilis (40%), minyak kelapa sawit (mengandung antioksidan TBHQ), tepung beras, tepung tapioka, air, rempah-rempah

Mengandung alergen, lihat daftar bahan yang dicetak tebal

Simpan di tempat sejuk & kering

INFORMASI NILAI GIZI	
Nama Dagang: Cindy	
Jumlah Per Pakan: 130 g	
Bahan-bahan yang mengandung alergen dicetak tebal	
Lemak Total	4,5 g 7%
Lemak Jenuh	0,2 g 2%
Karbohidrat	28 mg 9%
Protein	7 g 12%
Kalsium Total	8 g 2%
Sifat Pangan	1 g 2%
Natrium	110 mg 11%
Vitamin A	4%
Vitamin C	0%
Kalium	20%
Zat Besi	0%

*Persepsi APD mengandung seduhan energi 1100 kkal. Atorbuter energi masih mungkin lebih tinggi atau lebih rendah.

Kode Produksi: **ACG07**

Daftar bahan →

Informasi alergen →

ING →

Kode produksi →

2D barcode →

***) keterangan yang bergaris bawah adalah yang wajib dicantumkan di bagian yang paling mudah dilihat dan dibaca**

14

7

Penyusunan Proposal Bisnis

(Disampaikan dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat di
Dusun Krajan Desa Candibinangun Kec. Sukorejo Kab.
Pasuruan Jawa Timur pada Tanggal 14 Juni 2023)

Oleh:
Agus Sucipto

1

1. BIODATA PERUSAHAAN DAN PENGUSAHA

Nama Perusahaan :

Nomor Induk Berusaha

Nomor pokok wajib pajak :

Alamat dan nomor telepon :

Nama pengusaha/pemilik :

Nomor pokok wajib pajak :

Alamat :

2

2. RIWAYAT PENDIRIAN PERUSAHAAN

--

3

3. PERIJINAN YANG TELAH DIMILIKI

NO	JENIS SURAT PERIJINAN	SUDAH	BELUM
1	Surat Tanda Daftar Perusahaan		
2	Surat Ijin Industri		
3	Surat Ijin Tempat Usaha		
4	Surat Ijin Gangguan (HO)		
5	Tanda Daftar Usaha		
6	Perdagangan		
7	Surat Keterangan Domisili		
8			
9			
10			

4

4 JENIS PRODUK YANG DIHASILKAN

NO	JENIS PRODUK	SATUAN
1		
2		
3		
4		
5		

5

5. BAHAN BAKU YANG DIPERLUKAN

NO	JENIS BAHAN BAKU	SATUAN
1		
2		
3		
4		
5		

6

6. MESIN/PERALATAN YANG DIGUNAKAN

NO	JENIS MESIN/PERALATAN	SATUAN
1		
2		
3		
4		
5		

7

7. DAERAH PEMASARAN



8

8. TENAGA KERJA

NO	PENDIDIKAN	JUMLAH
1	SD	Orang
2	SMP	Orang
3	SMA	Orang
4	SARJANA MUDA (D1, D2, D3)	Orang
5	SARJANA (S1)	Orang
	Jumlah	Orang

9

9. JUMLAH MODAL USAHA

NO	KETERANGAN	JUMLAH
1	Modal Tetap	
	a. Bangunan	Rp.
	b. Mesin	Rp.
	c. Peralatan	Rp.
	d. Lain-lain	Rp.
	Jumlah	Rp.
2	Modal Kerja	Rp.
	Jumlah	Rp.

10

10. PEREDARAN (OMSET) PRODUKSI DAN HASIL PENJUALAN RATA-RATA PER BULAN PADA TAHUN.....

NO	JENIS PRODUKSI	SATUAN	JUMLAH PRODUKSI	HARGA SATUAN	HASIL PENJUALAN
1				Rp.	Rp.
2				Rp.	Rp.
3				Rp.	Rp.
4				Rp.	Rp.
5				Rp.	Rp.
				Jumlah	Rp.

11

11. PEMBINAAN DARI PIHAK LAIN

Selama ini pernah mendapat pembinaan dari
berupa bantuan pelatihan manajemen/ modal kerja / investasi sebesar
Rp.....

12

12. PEREDARAN (OMSET) PRODUKSI DAN HASIL PENJUALAN RATA-RATA PER BULAN PADA TAHUN.....

NO	URAIAN	JUMLAH
1	HASIL PENJUALAN	Rp.
2	BIAYA PRODUKSI	
	a. Biaya Tidak Tetap (Variabel)	
	1) Bahan baku	Rp.
	2) Bahan penolong	Rp.
	3) Upah tenaga kerja	Rp.
	4) Lain-lain	Rp.
	a. Biaya Tetap	
	1) Biaya penjualan	Rp.
	2) Biaya administrasi	Rp.
	3) Biaya penyusutan	Rp.
	4) Biaya gaji perusahaan/pemilik	Rp.
	5) Biaya lain-lain	Rp.
	a. Biaya bunga	Rp.
	Jumlah biaya produksi (a+b+c)	Rp.
3	LARANG RATA-RATA PER BULAN (1-2)	Rp.

13

13. SISTEM PEMBAYARAN

a. Pembayaran untuk biaya produksi seperti:

- Bahan baku dilakukan dengan cara : tunai / kredit / cek mundur
- Upah tenaga kerja dilakukan dengan cara : tunai / kredit / cek mundur

b. Pembayaran dari pembeli produk dilakukan dengan cara : tunai / kredit / cek mundur

14

14. TIPE PEMBELI PRODUK DAN CARA PENJUALAN

a. Produk dijual kepada:

- 1) Pembeli perorangan
- 2) Toko-toko / pedagang
- 3) Grosir / perantara
- 4) Lain-lain.....

b. Teknik pengiriman barang

- 1) Dikirim sendiri
- 2) Diambil pembeli
- 3) Lain-lain.....

15

15. KEWAJIBAN KEPADA PIHAK LAIN

Saat ini masih punya kewajiban / hutang kepada bank atau pihak lain sebesar Rp..... yaitu untuk keperluan

16

16 PERMASALAHAN YANG DIHADAPI PENGUSAHA SEHINGGA MEMERLUKAN BANTUAN MODAL DARI BAPAK ANGKAT

Jelaskan secara rinci permasalahan yang dihadapi dalam usaha saat ini

- a. Masalah manajemen / pelatihan
- b. Masalah pemasaran produk
- c. Masalah produksi
- d. Masalah keuangan / modal kerja / modal investasi
- e. Masalah lain-lain

17

17. PERMOHONAN PENGUSAHA KEPADA BAPAK ANGKAT

Atas permasalahan tersebut di atas dengan ini mohon bantuan Bapak angkat..... kiranya dapat memberikan pinjaman berupa:

- a. Pinjaman modal kerja Rp.....
- b. Pinjaman modal ntuk investasi yaitu pembelian:
 - 1) Rp.....
 - 2) Rp.....
 - 3) Rp.....

Rp.....

Jumlah Rp.....

Modal kerja tersebut akan kami angsur selama..... bulan

Modal investasi tersebut akan kami angsur selama..... bulan

18

18. PROSPEK USAHA JIKA MENDAPAT PINJAMAN DARI BAPAK ANGKAT

NO	URAIAN	RATA-RATA PER BULAN	
		YANG LALU	YANG AKAN DATANG
1	JENIS PRODUKSI a..... b..... c..... d. Lain-lain		
2	HASIL PENJUALAN	Rp.	Rp
3	BIAYA PRODUKSI a. Biaya tidak tetap (variabel) b. Biaya tetap c. Biaya bunga	Rp Rp Rp	Rp Rp Rp
	JUMLAH BIAYA PRODUKSI	Rp	Rp
4	LABA RATA-RATA PER BULAN (2-3)	Rp	Rp
5	ANGSURAN POKOK ATAS PINJAMAN	Rp	Rp
6	DAERAH PEMASARAN		
7	JULAH PEMASAR		

19

19. LAIN-LAIN

Kami akan mematuhi segala ketentuan yang berlaku,

Malang,.....

Mengetahui,

Pemohon,

(.....)

(.....)

20

LAMPIRAN-LAMPIRAN

NO	JENIS LAMPIRAN	KETERANGAN	
		ADA	TIDAK ADA
1	2 (dua) buah pas foto		
2	Foto copy KTP Pengusaha		
3	Foto copy NPWP		
4	Foto copy Surat Tanda Daftar Usaha		
5	Foto copy Surat Ijin Usaha Industri		
6	Foto copy Surat Ijin Tempat Usaha		
7	Foto copy Surat Ijin Gangguan (HO)		
8	Foto copy Surat Keterangan Domisili		
9	Foto copy Neraca dan Perhitungan Laba /		
10	Rugi Foto copy lain-lain		

Re-Packaging sebagai strategi penguatan usaha pada UMKM “Kampung Tape” Desa Candibinangun – Sukorejo Kabupaten Pasuruan

Oleh:
Nora Ria Retnasih



1

UMKM menjadi salah satu penggerak perekonomian yang ada di Indonesia. Kontribusi UMKM sangat penting dalam membantu meningkatkan perekonomian masyarakat. Namun, banyak hambatan yang membuat mereka sulit untuk berkembang. Pelaku UMKM seringkali tidak memperhatikan kekurangan produk yang dihasilkan. Banyak produk UMKM sulit bersaing di pasar nasional.



Desain kemasan sendiri menjadi salah satu aspek yang dapat menunjang minat beli konsumen terhadap produk. Kemasan yang dirancang dengan baik dan menarik akan dapat membangun eksistensi merek dan menunjang penjualan produk. Dalam hal lain kemasan dapat menjadi pembungkus, melindungi, mengirim, menyimpan, mengeluarkan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar



2



Desain kemasan merupakan usaha kreatif dalam memproses suatu benda yang nantinya berfungsi sebagai pembungkus atau wadah dari suatu produk. Proses pembuatan desain mengacu pada rancangan untuk produk itu sendiri. Misalnya, bahan dasar kemasan, warna, jenis *font*, serta elemen grafisnya.



Desain kemasan harus mewakili kebutuhan produsen ke konsumen. Kebutuhan maksudnya adalah seberapa menarik buat konsumen, siapa yang akan membeli produk tersebut, dan pesan atau info tersirat apa yang bisa konsumen dapatkan.

3

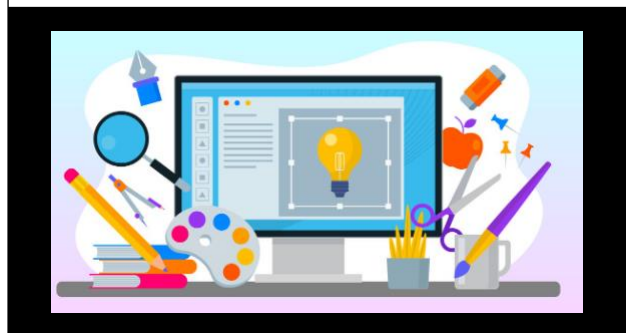
•**Media komunikasi tentang produk ke konsumen.** Rincian tentang produk biasanya tampil pada informasi produk sehingga konsumen lebih mudah membaca sekaligus memahaminya. Citra produk juga dapat terlukis lewat visual yang ada pada kemasan.

•**Penentu identitas produk.** Dalam hal ini, desain secara tidak langsung mempengaruhi *branding* produk. Dalam sekali lihat, konsumen dapat mengetahui identitas produk tanpa harus membaca semua info pada kemasan.

•**Mewakili estetika produk.** Kadang ada produk yang sebenarnya secara kualitas biasa-biasa saja, tetapi mudah menjadi hits karena pengemasan yang menarik. Desain menjadi kunci penting dalam faktor estetika untuk menjangkau lebih banyak konsumen.

•**Brand image jangka panjang.** Untuk memenangi persaingan bisnis yang ketat, desain pada pengemasan produk haruslah kuat.

Tujuannya adalah menjaga *brand image* untuk waktu lebih lama. Tentu saja produsen perlu



4

Prinsip Desain Kemasan

1. Kesederhanaan

Bentuk desain dan warna yang jelas jauh lebih menguntungkan produsen daripada desain yang terlalu kompleks. Prioritaskan kesederhaan dalam desain, misalnya dari segi warna, elemen, bahkan bentuk huruf. Pasalnya, produsen cuma punya waktu empat hingga lima detik untuk menarik hati konsumen.

2. Kejujuran

Prinsip berikutnya ini juga kerap produsen lupakan, terutama untuk produk-produk makanan. Junjung tinggi kejujuran untuk konsumen. Maksudnya, gunakan visual gambar produk yang sebenarnya, bukan yang memanfaatkan editing berlebihan sehingga produk tampak lebih bagus.

3. Autentik

Sebuah desain harus autentik alias tidak menjiplak. Gunakan prinsip ATM (amati, tiru, modifikasi) dalam merancang sebuah desain pengemasan. Berikan pembeda dan keunikan pada kemasan, bukan meniru kemasan produk lain.

4. Unik

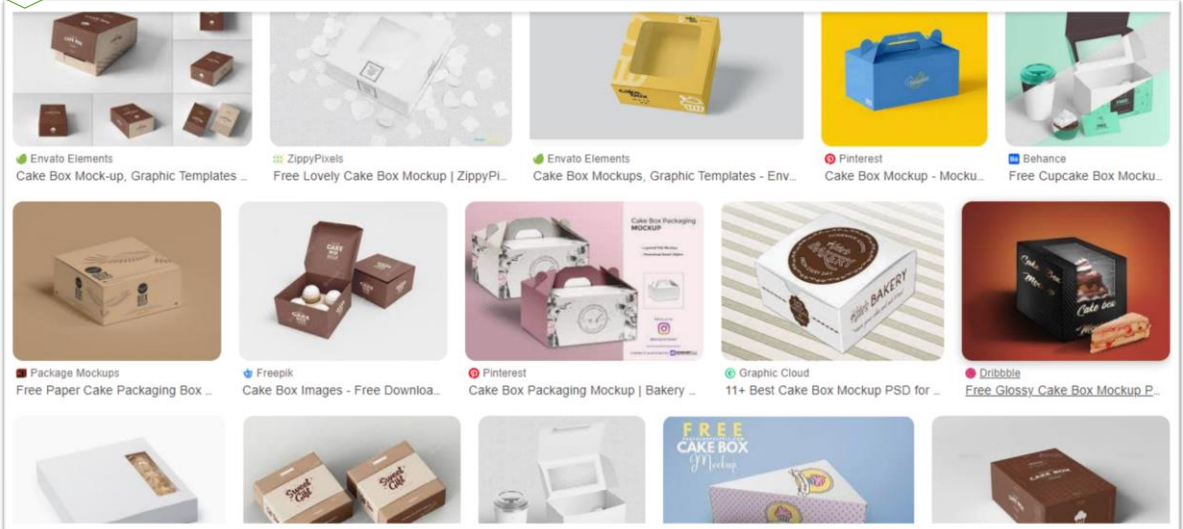
Sangat penting untuk membuat kemasan yang unik dan menarik. Nilai dari keunikan ini dapat produsen ambil dari berbagai aspek, misalnya warna atau ilustrasi produk pada kemasan. Sedot perhatian konsumen sejak awal melihat produk tanpa perlu berpikir panjang untuk membelinya.

5. Safety

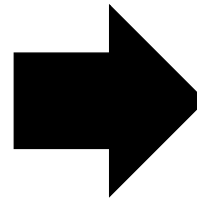
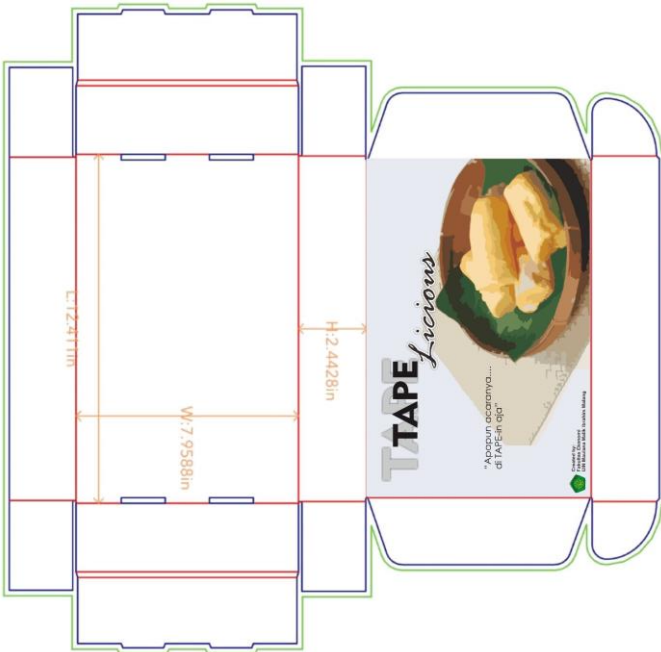
memberikan jaminan keamanan pangan pada konsumen juga wajib masuk *checklist* para produsen saat mendesain kemasan. Bahan berkualitas juga sebenarnya mempermudah proses cetak kemasan. Desain yang ada pun dapat tercetak bagus.

5

Contoh Desain Kemasan



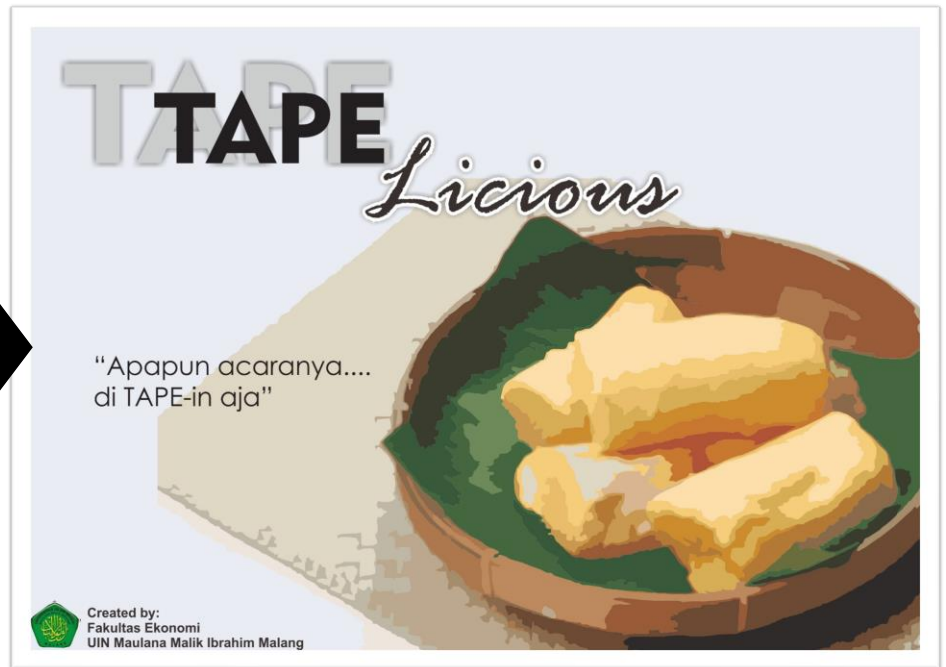
6



Mockup
Dieline
Packaging
Tape

7

Desain
Kemasan



8



Tampilan Jadi
Mockup

ANALISA PASAR DALAM PERMASALAHAN SOSIAL

(Disampaikan dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat di Dusun Krajan Desa Candi Binangun, Kecamatan Sukorejo, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur pada Tanggal 14 Juni 2023)

**Oleh:
Syahirul Alim**

1

RUANG LINGKUP PEMBAHASAN :

- A. ARTI PASAR
- B. KEDUDUKAN ANALISA PASAR
- C. CARA MENGANALISA PASAR
- D. CARA MELAKUKAN

SEGMENTASI PASAR

= CARA ANALISA LINGKUNGAN

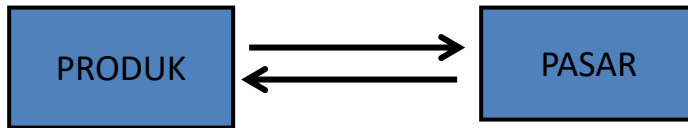
= CARA ANALISA PERILAKU

KONSUMEN

2

- ARTI PASAR

SETIAP PIHAK YANG POTENSIAL MEMBELI SUATU PRODUK



3

- **PASAR DAN PRODUK MEMERLUKAN PENYESUAIAN DALAM HAL :**

GEOGRAFIS	: Iklim dimana konsumen berada
DEMOGRAFIS	: Usia, jenis kelamin, agama, status
PENELITIAN	: Selera
EKONOMIS	: Harga, lokasi, pesaing dll
PSIKOLOGIS	: Rasa aman, gengsi
SOSIAL BUDAYA	: Reaksi lingkungan masyarakat



**MENENTUKAN STRATEGI
DAN LANGKAH-LANGKAH PEMASARAN**

4

Identifikasi Pelanggan Prospektif

- Tidak ada bisnis yang dapat memenuhi keinginan semua orang tetapi perlu untuk memusatkan perhatian pada produk/jasa terbaik bagi orang-orang di pasar sasaran.
Guna mencapai itu semua perlu disiapkan profil pelanggan secara lengkap, mulai dari: siapa mereka, di mana mereka tinggal, apakah mereka pengusaha atau karyawan, apa yang mereka lakukan dengan waktu dan uang mereka, dan pilihan mereka akan produk, jasa, dan merek.
- Profil pelanggan ini akan memudahkan pada waktu merancang bauran pemasaran bagi kebutuhan, minta, keinginan, selera, dan pola perilaku spesifik mereka.
- Pelaku studi dalam menyusun kebutuhan studi pasarnya seharusnya hanya membidik *segmen* pasar yang spesifik dan menawarkan pada pelanggan apa yang benar-benar mereka butuhkan.

5



6

Cara mengenali sifat orang-orang yang membentuk pasar sasaran

- **Faktor manfaat;** di mana pelanggan membeli produk/jasa tertentu karena alasan yang berbeda-beda.
- **Faktor kegunaan;** lebih identik dengan pelanggan pemakai produk/jasa, di mana prinsipnya adalah “bila tidak dapat menjual sesuatu pada semua orang, jual-lah semuanya pada sebagian orang”.

Pelaku studi dapat belajar dari hasil analisis pemakaian ini untuk menentukan tingkat kelayakan pembeli dan membautnya menjadi klasifikasi: tingkat loyalitas rendah, menengah, atau tinggi.

7

Sifat orang-orang yang membentuk pasar sasaran



8

Menyatukan Profil Pelanggan

- Analisis pasar dan seleksi segmen pasar menuntut agar suatu usaha baru dapat menggambarkan profil pelanggan yang memperlihatkan sifat yang unik dari pasar sasaran.
- Profil pelanggan memainkan peranan yang penting dalam pemasaran karena jika pelaku studi dapat menggambarkan orang-orang yang hendak dipuaskan secara spesifik maka akan dapat lebih mudah dikembangkan bauran pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka yang khusus, selera, dan pola perilaku yang unik dari pasar sasaran.

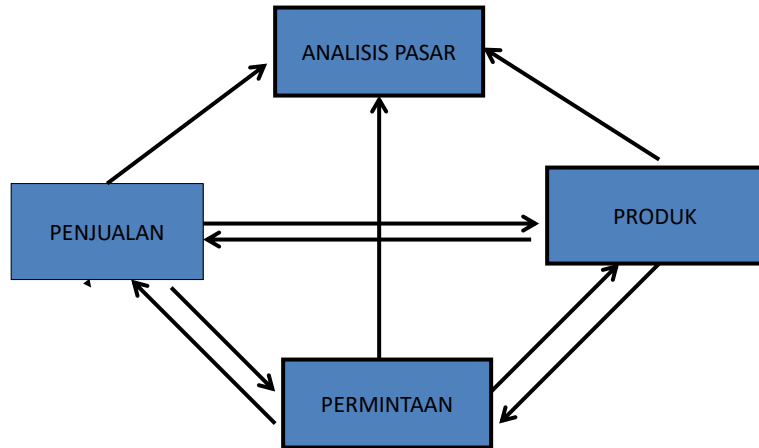
9



Profil Pelanggan Industri Kripik Tempe di Malang

10

- KEDUDUKAN ANALISIS PASAR



11

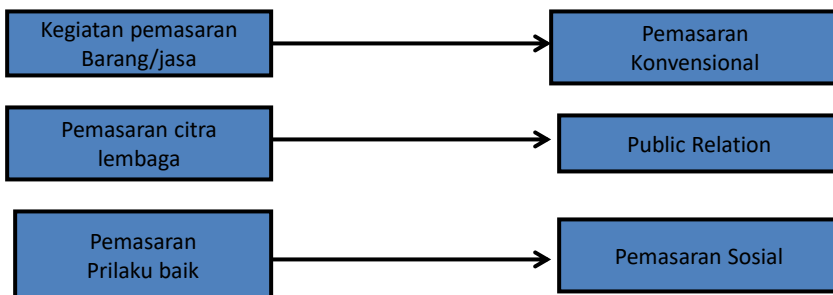
- LINGKUP PEMASARAN ABAD DUA PULUH SATU

A. BARANG

B. JASA

C. CITRA (PERUSAHAAN/LEMBAGA) = Konsumen Percaya/setia

D. PERILAKU BAIK = Konsumen hemat, membeli dengan kesadaran dan pengetahuannya.



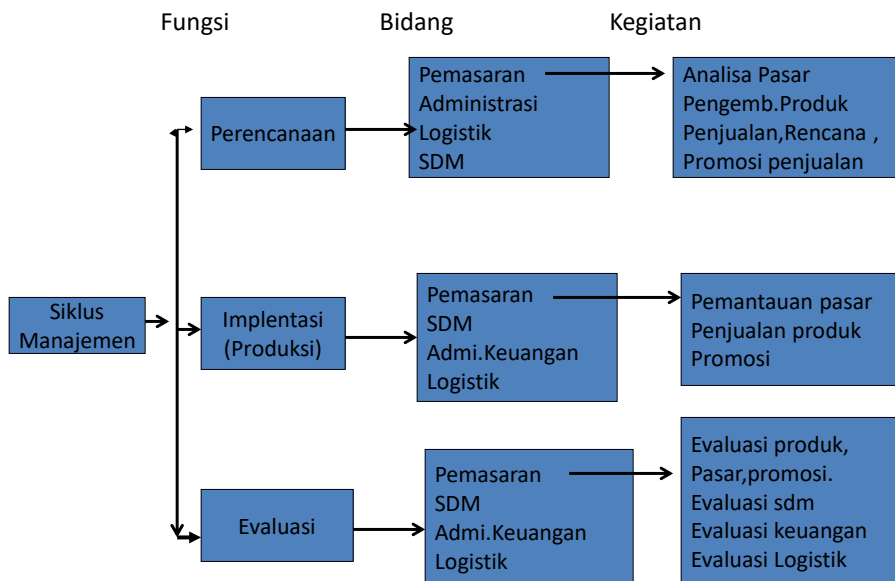
12



Behaviour, Attitude and Performance

13

PEMASARAN DAN SIKLUS PRODUKI



14

ANALISIS PASAR

Suatu proses yang sistematis yang melibatkan proses, pengumpulan data, analisis data, interpretasi data, yang akan melahirkan suatu informasi untuk pengambilan keputusan.

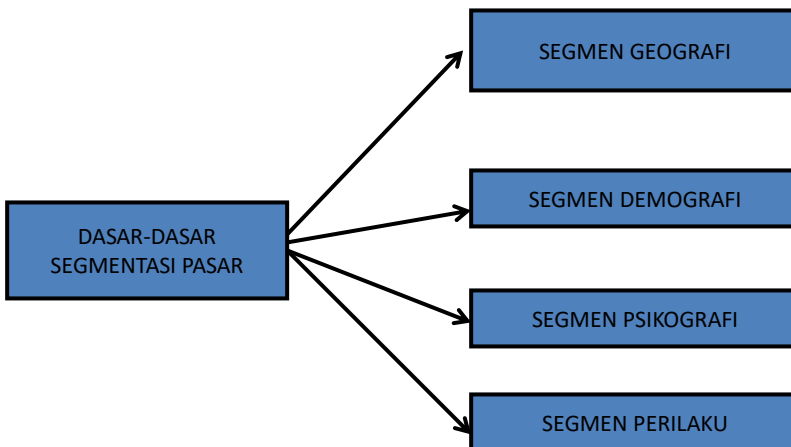
PROSEDUR PELAKSANAAN ANALISIS PASAR (riset pasar) :

1. Mengidentifikasi Masalah
2. Riset Eksplorasi :
 - a. Sumber Internal
 - b. Sumber Eksternal
 - c. Sumber Sekunder
3. Rencana Pengambilan Sampel
4. Merancang Kuesioner
5. Mengumpulkan data primer :
 - a. Observasi
 - b. Survey, telepon, surat, wawancara
 - c. Eksperimen
6. Analisis Data
 - a. Reduksi Data
 - b. Analisis Data Statistik
7. Interpretasi
8. Kesimpulan (Keputusan)

15

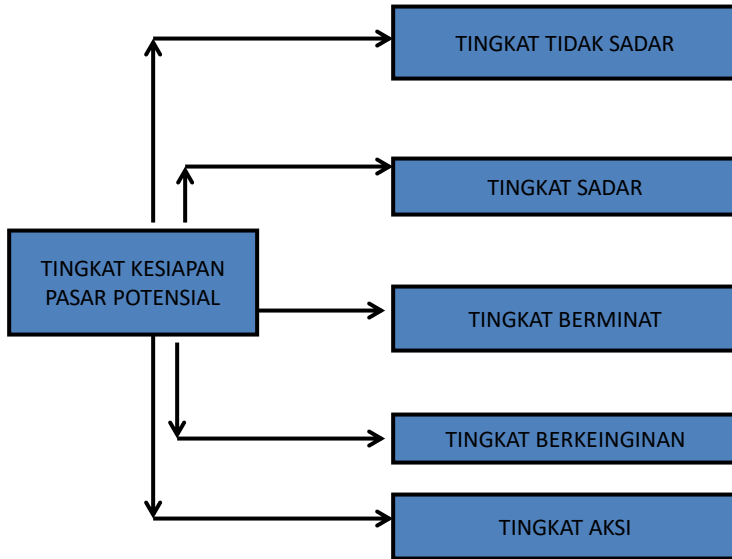
Langkah-langkah penetapan target pasar :

1. Menyeleksi target pasar
2. Mengembangkan posisi setiap target pasar
3. Mengembangkan pemasaran campuran untuk setiap target pasar



16

KESIAPAN PASAR POTENSIAL



17



18



وَالسَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ