

Peningkatan Kapasitas UMKM Melalui Pelatihan Manajemen Pemasaran dan Pengelolaan Keuangan di Industri Tempe Tegalrejo

Remon Gunanta¹, Vincentia Indah Puspita Sari², Margareta Ernanda Rahardani³

^{1,2,3} Universitas Pignatelli Triputra, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Remon Gunanta

E-mail: remon.gunanta123@gmail.com

Abstrak

Adanya sekelompok pengrajin tempe atau disebut sebagai sentra industri UMKM tempe di Dusun Tegalrejo, Desa Paulan, Kecamatan Colomadu, Kabupaten Karanganyar yang saat ini masih melakukan proses produksi secara tradisional membuat tingkat kompetitif menjadi sangat rendah. Pemasaran produk yang masih dilakukan secara tradisional dari pasar ke pasar untuk menyetorkan produk serta belum adanya nama produk menjadi salah satu kelemahan para pengrajin tempe di tempat ini untuk dikenal oleh masyarakat luas. Belum lagi jangkauan pasar online saat ini juga cukup melebar dan memudahkan masyarakat dalam memperoleh barang yang diinginkan, sehingga diharapkan melalui kemudahan teknologi juga dapat membantu para pengusaha tempe ini untuk melebarkan jangkauan usahanya. Perhitungan keuntungan penjualan produk yang dihasilkan juga belum dihitung secara rinci dalam industri usaha ini. Seringkali karena berbarengan dengan kebutuhan sehari-hari dalam rumah tangga, maka pengeluaran keuangan untuk produksi tempe menjadi tidak begitu tampak secara penuh sehingga keuntungan yang didapat menjadi tidak bersih. Maka dari itu, dalam program pengabdian masyarakat yang terwujud dalam rangka membantu mengembangkan industri usaha tempe di Tegalrejo adalah dengan melakukan penyuluhan dan pendampingan usaha dalam hal pemasaran dan keuangan. Hasil yang didapat dari program ini adalah para pelaku usaha tempe telah memiliki kemampuan perhitungan yang baik dalam menentukan keuntungan. Selain itu dalam hal pemasaran para pelaku usaha tempe telah mendapatkan peningkatan soft skill dalam mengoperasionalkan sosial media untuk media promosi dan telah memiliki logo untuk produk yang mereka jual.

Kata kunci – branding, pengelolaan keuangan, industri tempe

Abstract

The existence group of tempe craftsmen or so-called tempe MSME industrial centers in Tegalrejo Hamlet, Paulan Village, Colomadu District, Karanganyar Regency who are currently still carrying out traditional production processes has made the competitive level very low. Product marketing is still done traditionally from market to market to deposit the product and the lack of a product name is one of the weaknesses of the tempe craftsmen in this place in being known by the wider community. Not to mention that the reach of the online market is currently quite wide and makes it easier for people to obtain the goods they want, so it's hoped that the convenience of technology can also help tempe entrepreneurs to expand reach of their business. Calculation of profits from sales of the products produced has not been calculated in detail in this business. Often because it coincides with daily needs in the household, the financial expenditure for tempe production is not fully visible so that the profits obtained are not clean. Therefore, the community service program that is implemented in order to help develop tempe business industry in Tegalrejo is by providing business counseling and assistance in terms of marketing and finance. The results obtained from this program are that tempe business actors have good calculation skills in determining profits. Apart from that, in terms of marketing, tempe business actors have improved their soft skills in operating social media for promotional media and have logos for the products they sell.

Keywords – branding, financial management, tempeh industry

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

PENDAHULUAN

Makanan tempe merupakan makanan khas Indonesia yang digemari oleh banyak lapisan masyarakat. Desa Paulan, Kecamatan Colomadu, Kabupaten Karanganyar memiliki dusun yang berkembang dengan industri tempe yaitu Dusun Tegalrejo. Industri tempe yang dikembangkan oleh mayoritas masyarakat sampai saat ini berjumlah sekitar 26 kelompok usaha. Bagi masyarakat sekitar, hal ini memberikan dampak positif pada penyerapan tenaga kerja. Menurut hasil penelitian Qodri (2015), kelompok industri tempe di tempat ini berada dalam kategori sejahtera. Dalam perkembangannya, Industri tempe disini ada yang tetap bertahan dan tidak sedikit yang telah tutup karena faktor pengelolaan usaha dan faktor eksternal yang lain. Dari industri yang bertahan masih berada dalam kategori kecil dan sedang, dikarenakan masih menggunakan cara tradisional dan pertumbuhan usaha yang lambat.

Industri UMKM Tempe di Tegalrejo Desa Paulan, Karanganyar saat ini masih mengadakan proses produksi secara tradisional. Di tengah era modern seperti saat ini, tingkat kompetitif menjadi sangat tinggi akibat globalisasi yang dapat dijangkau oleh khalayak luas. Saat ini yang menjadi fokus utama bagi pelaku UMKM Tempe di Tegalrejo adalah pemasaran dan keuangan. Ditambah lagi faktor eksternal yang lain yaitu pada kelangkaan dan harga bahan baku yang semakin menyulitkan pelaku industri tempe. Menurut Direktur Jenderal Perdagangan Luar Negeri Kemendag Budi Santoso bahwa stok kedelai dipasaran diserahkan pada pasar bebas, dengan kata lain kedelai bukan bahan pokok yang pengadaanya diatur oleh pemerintah (Sandy, 2024).

Pembuatan tempe di Dusun Tegalrejo merupakan tradisi turun-temurun, tetapi mengolahnya masih menggunakan cara tradisional. Salah satunya dari usaha Bapak Iwan, memulai terjun dalam usaha tempe sejak tahun 1972 atau sudah 52 tahun menggeluti industri tempe. Selain memberikan keuntungan dari industri ini, Pak Iwan sudah mengalami berbagai kendala dalam usahanya, mulai dari ketersediaan bahan baku, kualitas, pemasaran, proses bisnis, serta permasalahan keuangan. Sebagian kendala tersebut telah berhasil diselesaikan oleh pemilik usaha, namun sebagian belum mendapat solusi yang tepat untuk mengurai masalah usaha. Pemasaran yang sudah dilakukan pemilik usaha yaitu melakukan penjualan secara rutin di pasar-pasar tradisional, namun terdapat kendala produk tidak laku dijual. Pemenuhan bahan baku juga merupakan kendala yang cukup berarti karena harga mengalami selalu mengalami kenaikan dan masalah kualitas. Serta dalam hal pengelolaan keuangan, meskipun telah memiliki pendapatan namun belum melakukan pencatatan terkait biaya-biaya yang muncul dalam proses produksi. Produksi yang dilakukan masih menggunakan perlengkapan dan alat yang sederhana. Bentuk produk yang dihasilkan masih berupa kepingan tempe dengan tebal 5 cm, lebar 10 cm, panjang 20 cm, dengan bungkus dari plastik bening. Meskipun sudah memberikan inovasi pada penggunaan plastik dan pelabelan, tetapi persaingan produk juga semakin banyak.

Di tengah modernitas seperti saat ini, *branding* dan pemasaran digital menjadi salah satu hal yang perlu diutamakan bagi para pelaku bisnis. Tidak terkecuali pada Industri tempe jika tidak memiliki strategi pemasaran yang terarah dan konsisten menyebabkan produk tempe tidak dikenal secara luas. Hal ini mempengaruhi penjualan mereka dan potensi untuk mengembangkan pangsa pasar yang lebih besar. Setidaknya pemanfaatan sosial media Instagram, Facebook, dan WhatsApp dapat membantu dalam digital marketing untuk membantu memperluas peluang usaha (Larasati, 2022).

Para pelaku usaha masih menghadapi tantangan dalam hal pengetahuan dan keterampilan dalam proses produksi yang efisien dan berkualitas. Kekurangan semangat dan inovasi dalam pengembangan produk juga merupakan masalah yang perlu diatasi. Diperlukan investasi dalam pelatihan dan pendidikan bagi tenaga kerja lokal agar mereka dapat mengadopsi praktik terbaik dalam industri tempe, meningkatkan kapasitas mereka dalam memenuhi standar produksi yang lebih tinggi (Sufyati, 2021).

Belum adanya pengelolaan keuangan menjadi kendala serius dalam industri UMKM tempe di Dusun Desa Paulan. Pemahaman dan pelaporan keuangan yang belum tertata dengan baik menyulitkan pemilik usaha untuk memantau dan mengelola keuangan mereka secara efektif. Hal ini tidak hanya mempengaruhi kemampuan mereka untuk mengukur profitabilitas dan kesehatan keuangan, tetapi juga menghambat kemungkinan mendapatkan akses ke modal atau dukungan keuangan yang diperlukan untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Diperlukan perbaikan dalam sistem pelaporan keuangan dan pendidikan keuangan dasar bagi pemilik usaha untuk meningkatkan manajemen keuangan mereka (Supiandi, 2022).

METODE

Dalam menjalankan program pengabdian ini terbagi menjadi beberapa tahap pelaksanaan yang dijabarkan di bawah ini.

1. Observasi dan pengenalan permasalahan mitra

Pada tahap ini, dilakukan survei secara langsung dengan mendatangi industri tempe Tegalrejo, Desa Paulan melalui observasi keadaan dan wawancara terhadap pengrajin tempe untuk memahami masalah yang sedang dihadapi. Melalui wawancara yang dilakukan ditemukan permasalahan di bidang pemasaran dan keuangan. Di bidang pemasaran, pelaku bisnis masih melakukan kegiatan pemasaran secara konvensional sehingga jumlah pembeli tidak mengalami peningkatan dari waktu ke waktu. Sedangkan dalam bidang keuangan ditemukan permasalahan bahwa pelaku bisnis sering kali tidak dapat menentukan laba bersih yang diperoleh karena sarana prasarana yang digunakan dalam proses pembuatan tempe berbarengan dengan sarana prasarana yang digunakan oleh rumah tangga.



Gambar 1.
Observasi dan Wawancara Mitra

2. Perencanaan program pengabdian

Dari permasalahan yang terjadi pada industri tempe Tegalrejo, maka kegiatan yang direncanakan terpetakan menjadi dua bidang, yakni di bidang pemasaran dan keuangan. Dalam membantu pelaku usaha tempe di Tegalrejo maka diadakan *Workshop* Branding dan Pemasaran Digital untuk membekali pelaku usaha tempe agar mampu bertahan di lingkungan pasar yang kompetitif. Sedangkan di bidang keuangan, pelaku usaha tempe akan diberikan pelatihan pembuatan Harga Pokok Penjualan (HPP) dan pelaporan keuangan sederhana guna melakukan perhitungan detail terkait keuntungan yang diperoleh. Perencanaan kegiatan yang telah disusun kemudian dikonsultasikan oleh pihak mitra untuk penentuan jadwal pelaksanaan program. Kesepakatan kedua belah pihak menjadi hal yang paling penting dalam terlaksananya program pengabdian. Program pengabdian berlangsung pada hari Jumat, 20 Desember 2024 pukul 14.00 di

Halaman Masjid Al- Barokah, Desa Paulan Karanganyar. Adapun peserta dari kegiatan ini adalah para pelaku usaha tempe di Tegalrejo sejumlah 16 pemilik usaha.

3. Implementasi, pendampingan dan evaluasi program

Setelah pemaparan materi melalui *workshop* dan pelatihan pemasaran dan keuangan, peserta dalam hal ini adalah para pelaku UMKM industri tempe Tegalrejo diberikan kesempatan untuk mengimplementasikan program melalui pendampingan dan konsultasi. Implementasi dan pendampingan yang dilakukan dalam hal ini terkait dengan penciptaan branding dan pembuatan laporan keuangan. Dalam hal pemasaran, implementasi yang berlangsung adalah pembuatan branding (nama usaha dan logo) serta akun media sosial. Para pelaku usaha tempe didorong untuk menciptakan branding yang menarik untuk meningkatkan ketertarikan konsumen. Sedangkan di bidang keuangan, implementasi dilakukan dengan pendampingan penyusunan HPP dan pembuatan laporan keuangan secara terperinci menggunakan template yang telah terintegrasi. Setelah implementasi dan pendampingan terlaksana, maka langkah selanjutnya yang dilakukan adalah evaluasi program yang telah berjalan. Evaluasi dilakukan untuk memberikan umpan balik secara keseluruhan pada para pelaku usaha tempe untuk pengembangan usaha mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil yang diperoleh dari program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan pada hari Jumat, 20 Desember 2024 pukul 14.00 di Halaman Masjid Al- Barokah, Desa Paulan Karanganyar dengan sejumlah 16 orang pelaku UMKM tempe adalah sebagai berikut.

1. Pemahaman pelaku usaha tempe terkait dengan pentingnya branding untuk meningkatkan eksistensi produk dalam menjangkau konsumen. Menurut Rifanita, dkk. (2022) branding diartikan sebagai upaya untuk mengidentifikasi produk dengan tujuan untuk mempengaruhi konsumen agar tertarik dan terpengaruh untuk memilih produk tertentu dibanding produk lainnya. Kegiatan branding dalam kebutuhan usaha tempe di Tegalrejo dilakukan melalui strategi pelabelan merek dan promosi digital melalui media sosial.

Selain dilakukan *workshop* branding di bidang pemasaran, pemahaman pelaku usaha tempe di bidang keuangan mendapatkan pelatihan pembuatan HPP dan laporan keuangan. Disampaikan dalam Irawan, dkk. (2022) bahwa penentuan HPP merupakan hal yang penting dalam pelaksanaan suatu usaha karena berguna untuk menentukan keuntungan yang diperoleh dari pengurangan biaya yang dikeluarkan dalam memproduksi produk yang dihasilkan. Dalam pelaporan keuangan akan memantau HPP, realisasi biaya produksi, perhitungan laba rugi secara periodik, serta penentuan harga produk persediaan produk jadi dan produk dalam proses.



Gambar 2.
Peserta Pelatihan

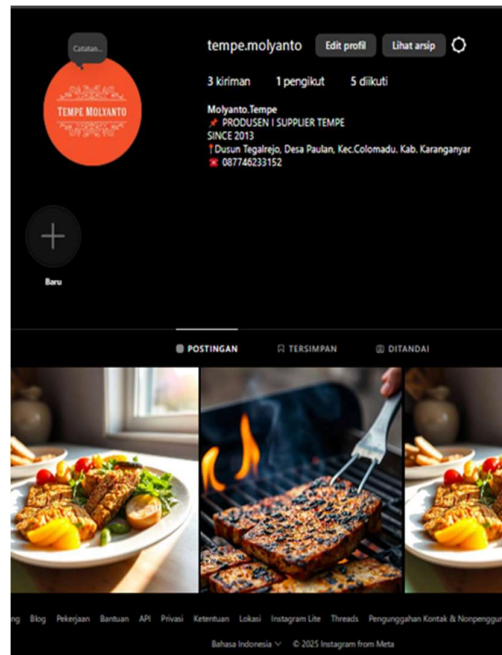
- Implementasi program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) terbagi menjadi dua bidang, yakni pemasaran dan keuangan. Di bidang pemasaran, para pelaku UMKM tempe Tegalrejo merancang branding yang tepat untuk usaha mereka mulai dari penentuan nama usaha, pendampingan pembuatan logo usaha dan pengoperasian media sosial (Whatsapp Business, Instagram, dll.). Pemanfaatan media sosial dalam melakukan promosi produk agar dikenal masyarakat luas dan meningkatkan tingkat pembelian bagi UMKM dirasa cukup efisien karena tidak butuh mengeluarkan biaya promosi yang banyak dan dapat menjangkau seluruh pengguna media sosial dengan mudah dalam memasarkan produk. Namun, sayangnya masih banyak pelaku UMKM yang belum dapat memanfaatkannya secara maksimal (Marpaung, R & Pandia, 2024).

Tabel 1.
Pendataan Nama Pelaku UMKM Tempe Tegalrejo
dan Nama Usahanya

| No | Nama Pemilik Usaha | Nama Usaha |
|-----|--------------------|----------------|
| 1. | Agus Raharjo | Sari |
| 2. | Budiarjo | Rizky |
| 3. | Agus Purwanto | 3 Putra |
| 4. | Temen | Surya Tempe |
| 5. | Mulyanto | Tempe Molyanto |
| 6. | Toyono | Zoya |
| 7. | Endar | Cahaya Tempe |
| 8. | Agus Santoso | 2 Putri |
| 9. | Angga | Sedjati |
| 10. | Narti | Tertempe |
| 11. | Iwanudin | Khanza |
| 12. | Karjiman | Tegal Tempe |
| 13. | Nita Lestari | Lezat |
| 14. | Rohadi | Rompe |
| 15. | Saifudin Bahri | Tempekoe |
| 16. | Sanuri | Sanuri |



Gambar 3.
Logo Produk



Gambar 4.
Pembuatan Akun Instagram

Sedangkan di bidang keuangan pelaku UMKM mendapatkan pendampingan dalam perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) dan pembuatan laporan keuangan. Menurut Hamdah (2024) hal mendasar yang semestinya dimiliki oleh pelaku UMKM perhitungan harga pokok penjualan dan laporan laba rugi. Namun, pada kenyataannya para pelaku UMKM banyak yang belum tau bagaimana menghitung HPP dengan benar. Banyak yang hanya mencatat dari selisih modal dan hasil penjualan. Padahal untuk menentukan berapa keuntungan bersih yang benar-benar kita terima harus kita hitungkan secara detail.

Tabel 2.
Perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP)

| KOMPOSISI HARGA POKOK PRODUKSI "TEMPE TEGALREJO" | | | | | |
|--|-----------------------------------|-----------------|----------|----------------|-------------------|
| 1 | Nama Produk : Tempe Kemasan Besar | | | | |
| | Resep Untuk : 100 Porsi | | | | |
| | Keterangan | Takaran / Resep | Satuan | Harga Bahan | Total Harga Bahan |
| | 1 Kedelai | 10 | kg | 20.000,00 | 200.000 |
| | 2 Air | 50 | liter | 200,00 | 10.000 |
| | 5 Ragi | 100 | gram | 30,00 | 3.000 |
| | 6 Plastik Pembungkus Besar | 20 | meter | 400,00 | 8.000 |
| | 7 Daun Pisang | 100 | potong | 50,00 | 5.000 |
| | 8 | | | - | - |
| | 9 | | | - | - |
| Tenaga Kerja dan Bahan Penolong | | | | | |
| 1 Gas | 0,3333333 | kg | 7.333,33 | 2.444 | |
| 2 Tenaga kerja | 100 | pack | 500,00 | 50.000 | |
| 3 Peralatan 1 (Kompur) | 2 | jam | 20,00 | 40 | |
| 4 Peralatan 2 (Panci, dll) | 4 | jam | 20,00 | 80 | |
| Total HPP untuk 100 Porsi | | | | 278.564 | |
| Total HPP untuk 1 Porsi | | | | 2.786 | |
| Harga Jual untuk 1 Porsi | | | | 5.000 | |
| Total Keuntungan untuk 1 Porsi | | | | 2.214 | |
| | | | | 79% | |

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang telah dilakukan pada pelaku usaha tempe di Tegalrejo, Karanganyar dapat membantu eksistensi pada masyarakat cukup signifikan. Dari semula para pembeli produk tempe buatan industri tempe Tegalrejo hanya memperhatikan bentuk ataupun penjual di pasar yang menjajakan tempe, namun dengan adanya nama dan logo produk saat ini cukup membantu konsumen untuk menentukan pilihan produk tempe yang mereka sukai. Adanyanya branding ini juga cukup membantu pelaku UMKM tempe Tegalrejo dalam menjangkau konsumen loyalnya. Selain itu dengan adanya kemudahan media sosial seperti penggunaan Whatsapp Business dan Instagram juga cukup membantu para pelaku usaha tempe Tegalrejo menemukan lebih banyak konsumen dari jangkauan selain pasar tempat mereka menyetorkan produk. Hal ini tentunya menambah pendapatan keuntungan bagi pelaku usaha tempe Tegalrejo. Di sisi keuangan, adanya penyusunan Harga Pokok Penjualan (HPP) dan adanya perhitungan pelaporan keuangan yang perinci juga turut membantu para pelaku usaha tempe Tegalrejo dalam menentukan keuntungan bersih. Pada akhirnya, antara pemasaran dan keuangan turut berkesinambungan karena apabila kenaikan jumlah konsumen yang signifikan tidak diikuti dengan pelaporan keuangan yang baik, pelaku usaha tidak dapat menentukan jumlah keuntungan pasti yang dimiliki.

Upaya pendampingan yang sudah dilakukan oleh tim diharapkan akan terus dapat dilanjutkan untuk memberikan kontribusi pemecahan masalah yang muncul dalam usaha tempe di Desa Tegalrejo. Pendampingan kepada pemilik UMKM tempe di Desa Tegalrejo akan dilanjutkan. Tim sudah melakukan MoU dengan pemerintah setempat agar kegiatan ini memberikan kontribusi kepada masyarakat yang lebih luas dalam hal peningkatan kapasitas usaha dan kualitas produk olahan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada LPPM Universitas Pignatelli Triputra (UPITRA) yang telah memberikan kesempatan dan dorongan kepada tim dosen dalam menjalankan program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) hingga tersusunnya artikel ini. Ucapan terima kasih tak terhingga juga kepada Bapak Drs. H. Joko Margono, M.M. selaku Lurah Desa Paulan, Karanganyar yang telah bersedia memberikan bantuan dan dukungan untuk memberdayakan Dusun Tegalrejo sebagai dusun

binaan dalam program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM). Paling utama adalah ucapan terima kasih kepada para pelaku usaha industri tempe di Dusun Tegalrejo, Karanganyar yang telah menyediakan waktu dan juga mau bekerja sama menjadi mitra untuk bertumbuh bersama menjadi lebih baik, semoga industri tempe Tegalrejo bisa lebih dikenal oleh masyarakat luas dan semakin sukses.

DAFTAR PUSTAKA

- Hamdah, Dida (2024). Harga Pokok Produksi (HPP) dan Laporan Laba Rugi: Pendampingan UMKM Teh Kewer Garut. *Community Development Journal*. 5(3), 5726 - 5730.
- Irawan, Candra. (2022). Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Pengelolaan Keuangan pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kelurahan Tangkerang Tengah, Kecamatan Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bodhi Dharma* 1(2), 80-90.
- Larasati, T.A., dkk. (2022). Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Ayana Store Pati. *SOLUSI : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 20(4), 397 – 402.
- Marpaung, R & Pandia, H. (2024). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Bagi Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Di Bandung Barat. *Journal of Information Technology and Computer Science (INTECOMS)*, 7(2).
- Qodri, L. (2015). Analisis Kesejahteraan Kelompok Industri Tempe Di Tegal Rejo Dan Paulan Barat Kelurahan Paulan Kecamatan Colomadu Kabupaten Karanganyar. Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rifanita, dkk. (2022). Pelatihan Branding Produk UMKM dan Digital Branding Kerupuk Kulit “Rambakku”. Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LP UMJ.
- Sandi, Ferry. (2024). Ada Ancaman 'Kiamat' Tahu-Tempe, Kemendag Tegas Respons Begini. CNBC Indonesia. (<https://www.cnbcindonesia.com/news/20240104160746-4-502806/ada-ancaman-kiamat-tahu-tempe-kemendag-tegas-respons-begini>)
- Sufyati H.S, Rahma Tika Savitri (2021). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Pengembangan Sdm Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Pelaku Umkm Di Wilayah Kecamatan Larangan Kota Tangerang Banten. *Jurnal Usaha*, 2(2).
- Supiandi, G dan Widodo A. (2022). Analisis Manajemen Keuangan Pada Usaha Kecil Menengah Terhadap Peningkatan Usaha (Studi di UD. Sinar Asih Tangerang). *Jurnal Swara Manajemen*, 2(4), 439-452.