



PENGEMBANGAN KAPASITAS BISNIS UMKM PENGOLAH SINGKONG MENJADI TEPUNG MOCAF DI KABUPATEN TANGERANG

Indrayansyah Nur¹, Raynal Yasni²,
Muhammad Syahrul Fuady³

¹) Akuntansi, Politeknik Keuangan
Negara STAN

²) Akuntansi, Politeknik Keuangan
Negara STAN

³) Akuntansi, Politeknik Keuangan
Negara STAN

*Corresponding author

Muhammad Syahrul Fuady

Email : syahrulfuady@pknstan.ac.id

HP : 085213525508

Abstrak

Harga Pokok Produksi merupakan salah satu bagian penting dalam suatu usaha/UMKM. Pelaku UMKM tepung mocaf (modified casava flour) merasakan penerimaan yang diterima dari penjualan mocaf cukup banyak tapi ternyata pengeluarannya juga cukup banyak. Pengelola belum mengetahui secara pasti mengenai harga pokok produksinya. Indikasi terlihat dari perhitungan harga pokok produksi tidak berdasarkan perhitungan namun hanya berdasarkan perkiraan. Solusi yang ditawarkan adalah memberikan edukasi dan pendampingan mengenai harga pokok produksi dan tata cara perhitungannya. Edukas tersebut dikemas dalam bentuk seminar yang dihadiri oleh pemilik dan bendahara UMKM serta diberikan buku saku yang berisi tata cara menghitung Harga Pokok Produksi. Dengan mengerti apa itu harga pokok produksi dan bagaimana cara perhitungannya, UMKM tersebut dapat menentukan harga jual produk yang sesuai, dan mengetahui realisasi biaya produksi sehingga bisa menghitung laba atau rugi dari UMKM tersebut. Harga Pokok Produksi tepung mocaf produksi KUBE Garage Mocaf Bonang sebesar Rp 23.248 /kg tidak bisa bersaing harga dengan kompetitor sejenis yaitu Rumah Mocaf Indonesia (RMF) dengan harga Rp 19.011 per kg. Untuk bisa bersaing dengan kompetitor, KUBE Garage Mocaf Bonang bisa melakukan 4 hal: pertama menyesuaikan pembelian harga bahan baku singkong. Kedua, menjalankan strategi pemasaran di marketplace dan media social untuk meningkatkan pesanan. Ketiga, investasi mesin pengering irisan singkong dan mencari varietas singkong dengan kandungan pati tinggi. Keempat, mengembangkan sumber daya manusia yang dimiliki untuk membenahi cara berjualan mereka di platform digital supaya menarik minat konsumen.

Kata kunci: UMKM, Harga pokok produksi, bahan baku, mesin, pemasaran

Abstract

Cost of Production is an important part of a business/UMKM. UMKM mocaf flour (modified casava flour) actors feel that the income received from mocaf sales is quite a lot but it turns out that the expenses are also quite a lot. The management does not yet know for sure about the cost of production. The indication is seen from the calculation of the cost of production not based on calculations but only based on estimates. The solution offered is to provide education and assistance regarding the cost of production and how to calculate it. The education is packaged in the form of a seminar attended by the owner and treasurer of the UMKM and given a pocket book containing the procedure for calculating the Cost of Production. By understanding what the cost of production is and how to calculate it, the UMKM can determine the appropriate selling price of the product, and know the realization of production costs so that they can calculate the profit or loss of the UMKM. The Production Cost of mocaf flour produced by KUBE Garage Mocaf Bonang of IDR 23,248 / kg cannot compete on price with similar competitors, namely Rumah Mocaf Indonesia (RMF) with a price of IDR 19,011 per kg. To be able to compete with competitors, KUBE Garage Mocaf Bonang can do 4 things: first, adjust the purchase price of cassava raw materials. Second, implement marketing strategies in the marketplace and social media to increase orders. Third, invest in cassava slice drying machines and look for cassava varieties with high starch content. Fourth, develop human resources to improve their selling methods on digital platforms to attract consumer interest.

Keywords: UMKM, COGS, raw materials, drying machines, selling methods

© 2024 Penerbit PKN STAN Press. All rights reserved