

**LAPORAN  
KULIAH KERJA LAPANGAN**

**ASPEK PEMASARAN PADA UMKM JIPANG KACANG  
ASLI LEZAT**



**Disusun oleh:**

Nama : Ainun Naqiyyatun Muslimah

NIM : 215504651

Program Studi : Manajemen (S1)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS PUTRA BANGSA  
KEBUMEN  
2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

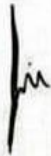
Telah disetujui dan diterima dengan baik laporan Kuliah Kerja Lapangan oleh  
Dosen Pembimbing dengan judul :

### ASPEK PEMASARAN PADA UMKM JIPANG KACANG ASLI LEZAT

Kebumen, Oktober 2024

Mahasiswa

Dosen Pembimbing



Ainin Naqiyyatun Muslimah

NIM: 215504651



Eko Wardoyo S.E., M.M

NIDN: 0627118704

## **MOTO**

“Hidup bukan tentang menunggu badai berlalu, tetapi tentang belajar menari di  
tengah hujan”



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia – Nya sehingga penulis dapat menulis laporan KKL untuk mempersiapkan dan melengkapi tugas dan syarat guna terselesaikannya laporan ini.

Dalam penulisan dan penyusunan penyelesaian laporan ini, tentunya tidak lepas dari bantuan, arahan, dan bimbingan serta dukungan dan motivasi dari pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku rektor Universitas Putra Bangsa.
2. Bapak Parmin, S.E., M.M. selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Putra Bangsa.
3. Bapak Eko Wardoyo, S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan selama penulis menyelesaikan laporan.
4. Ibu Astiyah selaku pemilik Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) Jipang Kacang Asli Lezat yang telah memberikan izin untuk melaksanakan KKL.
5. Semua Karyawan Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) Jipang Kacang Asli Lezat yang telah memberikan pengalaman dan pengetahuan sebagai masukan di dalam Kuliah Kerja Lapangan.
6. Teman-teman KKL dan semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan laporan KKL ini hingga selesai.

7. Rekan kerja praktek dan rekan kuliah, terimakasih atas bantuan dan kerjasamanya.
8. Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Walaupun laporan ini disusun dengan sebaik-baiknya, tetapi penulis menyadari bahwa laporan ini masih belum dapat dikatakan sempurna baik dalam isi, bahasa, maupun penulisannya. Maka dari itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan dari berbagai pihak.

Kebumen, Oktober 2024



Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>MOTO</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Tujuan dan Manfaat KKL.....	5
1.2.1    Tujuan KKL .....	5
1.2.2    Manfaat KKL .....	6
1.3    Prosedur dan Pelaksanaan .....	7
1.3.1    Tahap Persiapan.....	7
1.3.2    Tahap Pelaksanaan.....	8
<b>BAB II PEMBAHASAN</b> .....	10
2.1    Gambaran Umum Perusahaan .....	10
2.1.1    Gambaran Umum Umkm .....	10
2.1.2    Biodata UMKM.....	11
2.1.3    Biodata Pemilik .....	12
2.1.4    Struktur Organisasi Dan Uraian Tugas .....	12
2.2    Aspek Pemasaran .....	14
2.2.1    Produk yang dihasilkan .....	14
2.2.2    Gambaran Pasar.....	15
2.2.3    Target Atau Segmen Pasar Yang Dituju .....	18
2.2.4    Trend Perkembangan Pasar .....	20
2.2.5    Proyeksi Penjualan .....	22
2.2.6    Strategi Pemasaran .....	23
2.2.7    Aspek Pesaing .....	27
2.2.8    Saluran Distribusi .....	29

2.3	Pemanfaatan Teknologi Informasi .....	30
2.3.1	Rencana Pemanfaatan Teknologi Informasi.....	31
2.3.2	Peralatan Dan Sistem Yang Sudah Dimiliki.....	31
2.3.3	Tahapan Pengembangan Teknologi Informasi .....	32
2.4	Rencana Pengembangan Usaha .....	33
2.4.1	Rencana Pengembangan Usaha .....	33
2.4.2	Tahap-Tahap Pengembangan Usaha .....	33
<b>BAB III PENUTUP</b> .....		35
3.1	Kesimpulan .....	35
3.2	Saran .....	36
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		



## DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Kriteria UMKM UU RI Nomor 20 Tahun 2008 .....	3
Tabel 1-2 Rencana Kegiatan KKL 2024 .....	9
Tabel II-1 Laporan Penjualan Bulan Juni-Agustus .....	21
Tabel II-2 Laporan Pendapatan Bulan Juni-Agustus .....	21
Tabel II-3 Proyeksi Penjualan Bulan September-November .....	23
Tabel II-4 Daftar Produk Jipang Asli Lezat .....	26
Tabel II-5 Aspek Pesaing .....	28





## DAFTAR GAMBAR

Gambar I- 1 Grafik Data UMKM Binaan se-Jawa tengah Tahun 2018-2024 .....	2
Gambar II-1 Struktur Organisasi.....	13



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengajuan Judul

Lampiran 2 Surat Permohonan Izin KKL

Lampiran 3 Kartu Bimbingan Penulisan Laporan KKL

Lampiran 4 Kartu Kunjungan Kegiatan KKL

Lampiran 5 Surat Pernyataan Kesiapan Menjadi Tempat KKL

Lampiran 6 Surat Kesiapan Upload Video Pada Youtube

Lampiran 7 Surat Perijinan Berusaha Berbasis Risiko

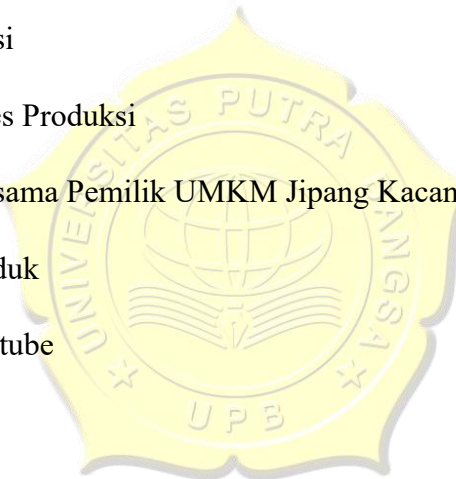
Lampiran 8 Peta Lokasi

Lampiran 9 Foto Proses Produksi

Lampiran 10 Foto Bersama Pemilik UMKM Jipang Kacang Asli Lezat

Lampiran 11 Foto Produk

Lampiran 12 Link Youtube



# **BAB I**

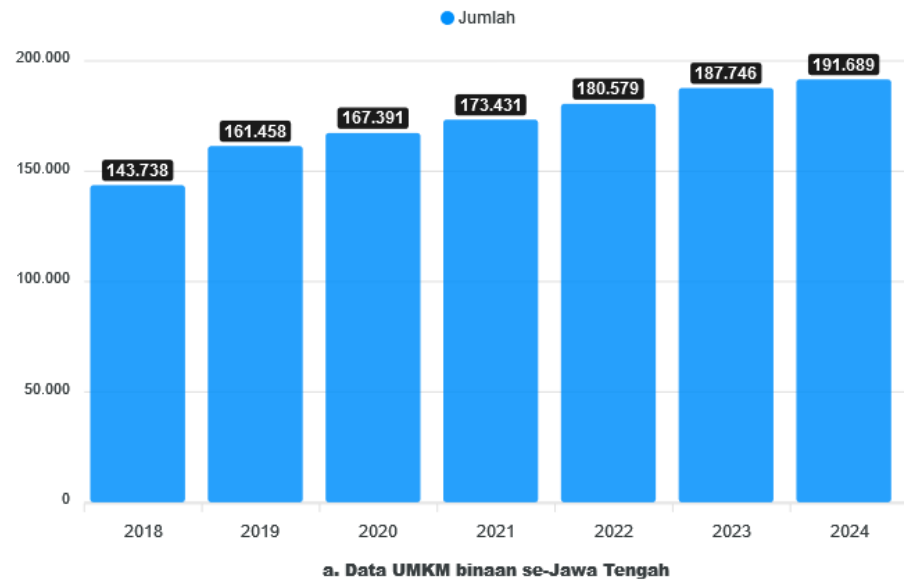
## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) saat ini sedang menjadi sorotan pemerintah. Di Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu penopang perekonomian negara. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang dijalankan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil atau usaha rumah tangga dan bukan merupakan anak perusahaan dengan memiliki batas pendapatan yang telah dijelaskan oleh Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang kriteria UMKM. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, menyebutkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

Perkembangan UMKM di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Dengan adanya dukungan-dukungan yang diberikan oleh pemerintah, kualitas yang diberikan oleh UMKM di Indonesia semakin meningkat. Jumlah UMKM di Indonesia khususnya di Jawa Tengah dari tahun ke tahun juga semakin meningkat. Meningkatnya UMKM memiliki peran strategis dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi serta meningkatnya nilai investasi.

**Gambar I- 1**  
**Grafik Data UMKM Binaan se-Jawa Tengah Tahun 2018-2024**



*Sumber: Dinas Koperasi Usaha Kecil & Menengah Provinsi Jawa Tengah*

Perkembangan UMKM yang semakin maju dimaksudkan pemerintah untuk membantu stabilitas perekonomian. Untuk itu peran masyarakat sangat diperlukan dalam pengembangan perekonomian. Menurut Amalina (2024) Keberadaan usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan bagian terbesar dalam perekonomian nasional, merupakan partisipasi masyarakat dalam berbagai sektor kegiatan perekonomian. UMKM selama ini dapat terbukti sebagai kutup pengaman dimasa krisis, melalui mekanisme penciptaan lapangan kerja dan nilai tambah, keberhasilan dalam meningkatkan UMKM berarti memperkuat bisnis di masyarakat. Hal ini dapat membantu mempercepat proses pemulihan perekonomian nasional, dan sekaligus sumber dukungan nyata terhadap pemerintah daerah dalam pelaksanaan otonomi pemerintahan. Perkembangan UMKM merupakan proses yang sangat baik

untuk membawa suatu bangsa menuju kemakmuran. Perkembangan UMKM dapat memperluas lapangan kerja dan memanfaatkan potensi sumber daya alam maupun sumber daya manusia sehingga meningkatkan perekonomian suatu negara.

Usaha mikro, kecil, dan menengah memiliki beberapa kriteria. Untuk memastikan bahwa kebijakan dan dukungan yang diberikan tepat sasaran, penting untuk memahami kriteria yang membedakan antara usaha mikro, kecil, dan menengah. Kriteria ini membantu dalam identifikasi, klasifikasi, serta penerapan strategi pengembangan yang sesuai bagi setiap kategori usaha. Beberapa kriteria dari UMKM tersebut telah dijelaskan di Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008.


**Tabel I- 1**  
**Kriteria UMKM UU RI Nomor 20 Tahun 2008**

No	Kriteria	Keterangan
1	Usaha Mikro	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.</li> <li>- Memiliki hasil penjualan paling banyak Rp 300 juta</li> </ul>
2	Usaha Kecil	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50 juta sampai Rp 500 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha</li> <li>- Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300 juta sampai Rp 2,5 miliar</li> </ul>
3	Usaha Menengah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta sampai Rp 10 miliar, tidak termasuk dengan tanah dan bangunan tempat usaha</li> <li>- Memiliki penghasilan pertahun lebih dari Rp 2,5 miliar sampai Rp 50 miliar</li> </ul>

*Sumber : Peraturan BPK UU No 20 Tahun 2008*

Usaha Mikro Kecil dan Menengah tidak hanya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi indonesia, tetapi juga membantu masyarakat

mengembangkan keterampilan untuk meningkatkan kualitas hidup. Peran UMKM sangat penting dalam mengatasi masalah ekonomi, seperti pengangguran dan kemiskinan serta dalam menciptakan lapangan kerja yang berkelanjutan. Oleh karena itu upaya untuk meningkatkan kapasitas dan kemampuan UMKM harus dilakukan secara maksimal. Salah satu sektor dengan potensi besar adalah kuliner, mengingat makanan adalah kebutuhan pokok yang selalu dibutuhkan oleh masyarakat. Dengan memanfaatkan potensi ini, masyarakat dapat memulai usaha di bidang kuliner juga mendorong kreativitas dan inovasi, serta melestarikan budaya lokal melalui makanan khas daerah.



Strategi pemasaran yang kreatif dan inovatif diciptakan untuk dapat memenangkan persaingan dengan menawarkan konsep yang jelas dari produk serta keunggulan khas yang ada di dalamnya. Tujuan yang ingin dicapai adalah sektor bisnis memiliki keunggulan komparatif dibandingkan dengan competitor lain agar tetap bertahan di era persaingan yang sangat ketat.

Pemasaran produk Jipang Kacang Asli Lezat saat ini masih terfokus pada wilayah lokal dengan distribusi ke pasar tradisional di Kebumen dan Gombong. Selain itu, perusahaan juga bekerja sama dengan reseller yang membantu memperluas jangkauan produk ke konsumen yang lebih luas. Dengan pendekatan pemasaran yang berbasis komunitas dan lokal, UMKM ini berencana untuk terus meningkatkan jangkauan produk melalui kerjasama strategis dan memperluas distribusi ke wilayah yang lebih luas, sehingga

Jipang Kacang dapat dikenal dan dinikmati oleh lebih banyak orang di berbagai daerah.

Adanya hal tersebut, maka perlu dirancang strategi pemasaran yang efektif agar produk lebih mudah diterima masyarakat serta bisa mengembangkan atau mempertahankan usaha bisnis didalam persaingan yang banyak. Strategi pemasaran yang efektif dapat mempertahankan fase hidup dari usaha bisnis, selain itu strategi pemasaran juga penting dalam mencapai keberhasilan usaha bisnis. Agar dapat terus mempertahankan usaha bisnis didalam persaingan yang banyak maka sangat dibutuhkan strategi bisnis yang efektif dan terukur.

Berdasarkan permasalahan dan latar belakang diatas, penulis memilih judul Kuliah Kerja Lapangan (KKL) “ASPEK PEMASARAN PADA UMKM JIPANG KACANG LEZAT”

## **1.2 Tujuan dan Manfaat KKL**

Kuliah Kerja Lapangan (KKL) memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengetahui dunia industri yang sebenarnya. Adapun tujuan dan manfaat KKL adalah sebagai berikut :

### **1.2.1 Tujuan KKL**

Tujuan dilaksanakannya Kuliah Kerja Lapangan (KKL) adalah sebagai berikut :

1. Pelaksanaan KKL ini digunakan untuk mengetahui aspek pemasaran yang telah dilakukan oleh UMKM Jipang Kacang Asli Lezat.

2. Memberikan gambaran tentang teori, penerapan teori, serta pengenalan praktis pemasaran kepada mahasiswa di masyarakat.
3. Agar mahasiswa mengetahui bisnis UMKM yang ada di Kabupaten Kebumen dan memperoleh ilmu dari tempat KKL.

### 1.2.2 Manfaat KKL

Manfaat yang diperoleh dari pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Hasil laporan ini diharapkan dapat memberikan wawasan serta pengetahuan tentang strategi pemasaran sehingga hasil laporan KKL dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk laporan-laporan selanjutnya.
  - b. Dalam melakukan KKL, penulis dapat menerapkan konsep dan teori yang diperoleh dari materi kuliah secara langsung di tempat KKL.
  - c. Sebagai sumber informasi bagi mahasiswa dan pihak-pihak yang membutuhkan tentang bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan UMKM Jipang Kacang Asli Lezat.
2. Manfaat Praktis
  - a. Memberikan informasi mengenai pemasaran sehingga UMKM Jipang Kacang Asli Lezat dapat melakukan pengambilan keputusan dengan tepat yang pada akhirnya akan meningkatkan pemasaran.



- b. Membantu mengelola pemasaran dengan baik melalui strategi yang tepat untuk digunakan.

### **1.3 Prosedur dan Pelaksanaan**

Dalam melakukan KKL, Penulis mengikuti prosedur pelaksanaan KKL. Prosedur pelaksanaan KKL ini dilaksanakan dengan melalui beberapa tahapan, sebagai berikut :

#### **1.3.1 Tahap Persiapan**

1. Penulis mencari objek penelitian sesuai dengan kriteria yang ditentukan
2. Mengunjungi UMKM Jipang Kacang Asli Lezat untuk meminta izin.
3. Mendiskusikan judul dengan dosen pembimbing sampai dengan ACC judul oleh dosen pembimbing.
4. Mengisi Sistem Informasi Manajemen (SIM) untuk mengajukan surat pernyataan ketersediaan tempat dan surat pernyataan pembuatan video Kuliah Kerja Lapangan (KKL) dari pihak Universitas Putra Bangsa untuk diajukan kepada pihak UMKM Jipang Kacang Asli Lezat guna pelaksanaan KKL.
5. Mengunjungi Badan Unit Administrasi (BAU) untuk mencetak surat pernyataan ketersediaan tempat dan surat pernyataan ketersediaan pembuatan video Kuliah Kerja Lapangan (KKL) dari pihak Universitas Putra Bangsa untuk diajukan kepada pihak UMKM Jipang Kacang Asli Lezat guna memulai pelaksanaan KKL.

6. Penulis mengisi Kartu Rencana Studi mata kuliah KKL.

### **1.3.2 Tahap Pelaksanaan**

1. Minggu ketiga bulan Juli

Penulis bersama dengan kelompok mencari tempat KKL, kemudian penulis bersama kelompok datang ke tempat Kuliah Kerja Lapangan (KKL) yaitu Jipang Asli Lezat guna mensurvei tempat dan memperkenalkan diri serta memohon izin kerja sama dalam melaksanakan KKL secara lisan.

2. Minggu keempat Bulan Juli.

Penulis bersama kelompok berkonsultasi dengan Dosen Pembimbing terkait dengan objek KKL yaitu UMKM Jipang Asli Lezat sekaligus mengajukan judul kepada Dosen Pembimbing dan meminta tanda tangan dari pemilik UMKM guna ketersediaan tempat sebagai objek Kuliah Kerja Lapangan.

3. Minggu Pertama Bulan Agustus.

Penulis bersama kelompok datang mengunjungi UMKM Jipang Asli Lezat guna menyerahkan berbagai surat pengantar KKL dan Surat Judul Laporan KKL, serta permohonan izin meminta dokumen UMKM untuk keperluan lampiran laporan sekaligus melakukan wawancara kembali guna mendapatkan informasi terkait dengan aspek manajemen masing-masing anggota kelompok. Pada minggu ini juga penulis bersama kelompok mulai mengerjakan laporan KKL untuk bab 1.

4. Minggu kedua Bulan Agustus.

Penulis bersama kelompok datang mengunjungi UMKM Jipang Asli Lezat untuk melakukan pengambilan data yang berupa wawancara, dengan pemilik dan karyawan serta melakukan pendokumentasian proses pada UMKM Jipang Asli Lezat.

5. Minggu ketiga, minggu keempat bulan Agustus dan minggu pertama bulan September 2024. Menyusun data hasil observasi, wawancara, dan proses dokumentasi laporan KKL.

**Tabel I- 2**  
**Rencana Kegiatan KKL 2024**

<b>No</b>	<b>Materi</b>	<b>Juli</b>			<b>Agustus</b>			<b>September</b>		
1	Mencari tempat KKL									
2	Pelaksanaan KKL									
3	BAB I									
4	BAB II									
5	BAB III									
6	Pembuatan Video KKL									
7	Upload Video KKL									

*Sumber: Buku Pedoman KKL 2024*

## **BAB II PEMBAHASAN**

### **2.1 Gambaran Umum Perusahaan**

#### **2.1.1 Gambaran Umum Umkm**

UMKM “Jipang Kacang Asli Lezat” adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pangan dengan spesialisasi dalam produksi makanan ringan berbahan dasar biji-bijian, kacang-kacangan, dan ubi. Produk unggulan mereka adalah Jipang Kacang, Jipang Kacang merupakan makanan khas yang berasal dari Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. Terbuat dari bahan-bahan sederhana namun berkualitas seperti gula jawa atau gula aren dan kacang tanah, Jipang Kacang Asli Lezat menawarkan cita rasa tradisional yang tetap digemari berbagai kalangan. Dengan tetap mempertahankan proses pembuatan yang autentik dan berkelanjutan, perusahaan ini berkomitmen menghadirkan produk-produk yang lezat, sehat, dan alami bagi para konsumennya.

Produk Jipang Kacang Asli Lezat saat ini tersedia dalam beberapa varian rasa, yaitu original, jahe, dan jeruk purut, yang menghadirkan kombinasi rasa unik dan menarik. Varian original tetap menjadi pilihan utama dengan rasa manis yang menyatu sempurna dengan kacang tanah yang gurih, sementara varian jahe memberikan sensasi hangat dan varian jeruk purut menghadirkan rasa segar yang unik. Inovasi rasa ini bertujuan untuk menarik minat konsumen yang

lebih luas, baik dari kalangan penggemar makanan tradisional maupun mereka yang mencari rasa baru yang menarik.

Pemasaran produk Jipang Kacang Asli Lezat saat ini masih terfokus pada wilayah lokal dengan distribusi ke pasar tradisional di Kebumen dan Gombang. Selain itu, perusahaan juga bekerja sama dengan reseller yang membantu memperluas jangkauan produk ke konsumen yang lebih luas. Dengan pendekatan pemasaran yang berbasis komunitas dan lokal, UMKM ini berencana untuk terus meningkatkan jangkauan produk melalui kerjasama strategis dan memperluas distribusi ke wilayah yang lebih luas, sehingga Jipang Kacang dapat dikenal dan dinikmati oleh lebih banyak orang di berbagai daerah.

### 2.1.2 Biodata UMKM

1. Nama Perusahaan : Jipang Kacang Asli Lezat
2. Bidang Usaha : Makanan
3. Jenis Produk /Jasa : Hasil Olahan Biji-Bijian, Kacang-Kacangan, dan Umbi
4. Alamat Perusahaan : Panjer RT 004/RW 011, Kebumen, Jawa Tengah
5. No Telepon : 0831-0664-0013
6. Alamat Email : astiyahjpg@gmail.com
7. Nomor Akte Pendirian : PB-UMKU : 091123000259900000001

8. Mulai Berdiri : 2019

### **2.1.3 Biodata Pemilik**

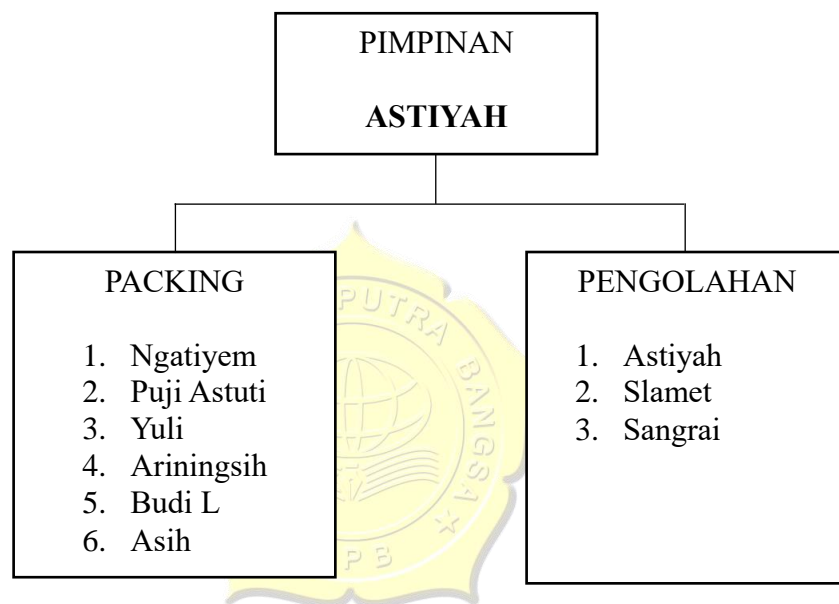
- 1 Nama : Astiyah
- 2 Jabatan : Pemilik
- 3 Tempat Tanggal Lahir :
- 4 Alamat : Panjer RT 004/RW 011, Kebumen, Jawa Tengah
- 5 No Telepon : 0831-0664-0013
- 6 Alamat E-Mail : Astiyahjpg@Gmail.Com
- 7 Pendidikan Terakhir : Sekolah Menengah Atas

### **2.1.4 Struktur Organisasi Dan Uraian Tugas**

Menurut (Robbins, 2008) struktur organisasi digunakan untuk menunjukkan bagaimana tugas pekerjaan secara formal dibagi, dikelompokkan, dan dikoordinasikan secara formal. Diperlukannya struktur organisasi dalam sebuah organisasi supaya berjalan sesuai yang telah di rencanakan. Dengan adanya struktur organisasi setiap anggota dapat mengetahui tugas dan fungsi mereka masing-masing, sehingga wewenang dan tanggung jawab menjadi jelas. Dengan demikian, semua anggota dapat berkontribusi secara optimal untuk mencapai tujuan organisasi. Struktur yang baik menciptakan garis komunikasi yang jelas dan menjelaskan prosedur, sehingga memungkinkan setiap individu untuk berkontribusi secara optimal dan sinergis. Dengan demikian,

organisasi dapat mencapai tujuan jangka panjangnya dengan lebih terstruktur dan harmonis, memastikan pencapaian hasil yang lebih baik dan peningkatan kepuasan kerja di antara anggotanya. Berikut ini merupakan struktur organisasi dari UMKM Jipang Kacang Asli Lezat :

**Gambar II - 1**  
**Struktur Organisasi**  
**UMKM Jipang Kacang Asli Lezat**



*Sumber: UMKM Jipang Kacang Asli Lezat*

Sesuai dengan struktur organisasi diatas, maka tugas dari masing-masing bagian sebagai berikut:

1. Bagian Pimpinan

Astiyah sebagai pimpinan sekaligus pemilik dan bertanggung jawab atas keberhasilan dan kelancaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Jipang Kacang Asli Lezat.

2. Bagian *Packing*

Bagian *Packing* bertugas untuk mengemas barang olahan yang dihasilkan oleh UMKM Jipang Kacang Asli Lezat. Bagian ini juga memastikan agar barang yang agar tetap terjaga dengan aman dan rapih. Dalam bagian ini terdiri dari 6 orang karyawan tetap yang sudah memiliki jobdesk masing – masing.

### 3. Bagian Pengolahan

Bagian pengolahan ini juga bisa disebut dengan bagian produksi. Bagian ini memiliki tugas melakukan proses produksi yang telah ditetapkan atau yang telah diberikan masing-masing bagian serta menyiapkan bahan baku yang akan diproduksi. Selain itu bagian produksi juga bertanggung jawab aas seluruh pesanan konsumen dan kualitas dari produk Jipang Kacang Asli Lezat. Dalam Bagian ini terdiri dari 3 orang karyawan tetap yang sudah memiliki jobdesk masing – masing.

## 2.2 Aspek Pemasaran

### 2.2.1 Produk yang dihasilkan

Menurut (Kotler & Amstrong, 2008) produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Setiap perusahaan berupaya untuk memahami dengan mendalam kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat menciptakan produk yang tidak hanya memenuhi ekspetasi mereka tetapi juga menawarkan nilai lebih. Dengan fokus pada kualitas dan inovasi,



perusahaan berkomitmen untuk mengembangkan produk yang unggul dan relevan, sehingga dapat memuaskan konsumen dan membangun loyalitas jangka panjang.

Produk Jipang Kacang Asli Lezat yaitu makanan ringan tradisional khas Kebumen yang berbahan dasar kacang tanah dan gula aren atau gula jawa. Jipang Kacang ini dikenal dengan tekstur yang renyah, rasa manis yang pas, serta aroma khas dari gula aren. Makanan ringan ini tersedia dalam tiga varian rasa, yaitu original yang menyajikan rasa klasik kacang dengan gula aren, varian jahe yang memberikan sensasi hangat pada setiap gigitan, dan varian jeruk purut yang menawarkan rasa segar dengan sedikit sentuhan citrus. Setiap produk diolah dengan bahan-bahan alami tanpa bahan pengawet, menjaga keaslian cita rasa tradisional serta kualitas yang baik. Dengan proses produksi yang dilakukan secara hati-hati dan sesuai standar kebersihan, Jipang Kacang Asli Lezat menghadirkan produk yang tidak hanya enak, tetapi juga sehat untuk dikonsumsi. Dikemas dalam ukuran yang praktis, produk ini cocok dinikmati sebagai camilan sehari-hari atau sebagai oleh-oleh khas dari Kebumen.

### **2.2.2 Gambaran Pasar**

Menurut (Sofyan, 2001) gambaran pasar merupakan besarnya bagian atau luasnya total pasar yang dapat dikuasai oleh suatu perusahaan biasanya dinyatakan dengan presentase. Gambaran pasar merupakan bagian penting dari perusahaan karena pemilik akan lebih

mudah mengetahui bagaimana kondisi pasar serta memungkinkan pemilik untuk merancang dan menerapkan strategi pemasaran yang paling efektif untuk menarik perhatian konsumen. Secara teori gambaran pasar adalah sebuah gambaran mengenai bagaimana kondisi pasar yang sebenarnya.

Pasar untuk produk Jipang Kacang Asli Lezat saat ini terfokus pada wilayah lokal, khususnya di Kabupaten Kebumen dan sekitarnya, dengan distribusi di pasar tradisional seperti Pasar Kebumen dan Pasar Gombang. Konsumen utama produk ini adalah masyarakat setempat yang menyukai makanan ringan tradisional dengan cita rasa khas dan autentik. Selain itu, produk ini juga dijual melalui reseller yang membantu memperluas jangkauan pasar.

Saat ini, Jipang Kacang Asli Lezat belum melakukan pemasaran secara online. Ini berarti potensi pasar di luar wilayah lokal dan peluang untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, baik di tingkat regional maupun nasional, belum sepenuhnya dimanfaatkan. Dengan adanya varian rasa yang inovatif seperti jahe dan jeruk purut, ada kesempatan untuk menarik minat penggemar kuliner unik dan generasi muda melalui pemasaran digital. Penerapan strategi pemasaran online, seperti penggunaan media sosial, *platform e-commerce*, dan pemasaran digital lainnya, dapat membuka peluang baru untuk meningkatkan visibilitas produk dan memperluas basis konsumen.

Kegiatan pemasaran dan promosi yang sudah dilakukan mencakup :

1. Personal Selling

Jipang Kacang Asli Lezat telah melaksanakan kegiatan personal selling melalui penjualan langsung di pasar tradisional seperti Pasar Kebumen dan Pasar Gombang. Dalam kegiatan ini, penjual berinteraksi langsung dengan konsumen, memberikan informasi tentang produk, menawarkan sampel, dan menjawab pertanyaan yang ada. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan tingkat respons yang positif dari pelanggan, yang membantu meningkatkan kesadaran tentang produk dan memperkuat loyalitas pelanggan lokal. Melalui pendekatan ini, perusahaan juga memperoleh umpan balik yang berharga untuk penyesuaian produk dan strategi penjualan di masa depan.

2. Pameran

Perusahaan ini telah aktif berpartisipasi dalam beberapa pameran lokal dan festival kuliner di Kebumen. Melalui pameran, Jipang Kacang Asli Lezat dapat memperkenalkan produk kepada publik yang lebih luas, serta menarik perhatian pengunjung yang mungkin belum mengenal produk ini sebelumnya. Kegiatan pameran telah menghasilkan peningkatan penjualan selama acara dan juga membantu dalam menjalin hubungan dengan reseller serta meningkatkan kesadaran merek di kalangan pengunjung.

### 3. Brosur

Jipang Kacang Asli Lezat telah mencetak dan mendistribusikan brosur yang berisi informasi tentang varian rasa produk, keunggulan bahan-bahan yang digunakan, dan lokasi tempat pembelian. Brosur ini disebar di pasar tradisional dan tempat-tempat strategis di Kebumen. Meskipun kegiatan ini belum memberikan dampak yang sangat signifikan, brosur telah berfungsi sebagai alat yang berguna untuk memberikan informasi yang jelas kepada calon pelanggan dan merangsang minat mereka terhadap produk.

#### 2.2.3 Target Atau Segmen Pasar Yang Dituju

Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar keseluruhan untuk suatu barang dan jasa ke dalam beberapa kelompok yang lebih kecil, dimana para anggota masing-masing kelompok mempunyai kesamaan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan (Mulyana, 2019). Pada dasarnya pasar memiliki sifat yang heterogen dan sangat luas yang mempunyai berbagai kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda. Perusahaan tidak bisa menawarkan suatu jenis produk untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang bermacam-macam.

Setiap produk yang dihasilkan bertujuan memenuhi kebutuhan konsumen. Produk tersebut dapat di terima konsumen tentunya harus sesuai dengan keinginan dan selera konsumen. Namun, dengan keadaan pasar yang heterogen dan selera konsumen yang terus berkembang, produsen sering kali kesulitan untuk mengikuti *trend*

secara konsisten. Untuk mempermudah produsen dalam hal ini, produsen cenderung fokus pada kelompok konsumen yang sifatnya homogen sehingga produsen lebih mudah memahami selera konsumen dengan demikian pasar akan lebih mudah dibedakan dengan kelompok pasar lain.

Dalam melakukan target atau segemen pasar yang dituju, UMKM Jipang Kacang Asli Lezat memilih untuk fokus pada konsumen yang homogen, karena produk Jipang Kacang dapat dikonsumsi oleh semua kalangan. Segmen pasar yang diterapkan oleh UMKM Jipang Kacang Asli Lezat yaitu segmentasi demografis. Segmentasi demografis membagi pasar berdasarkan karakteristik individu seperti usia, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan, dan etnis. Segmentasi ini umumnya digunakan dalam pemasaran B2C untuk menyesuaikan produk dan kampanye bagi konsumen. UMKM Jipang Kacang Asli Lezat menargetkan konsumen rumah tangga. Konsumen rumah tangga menjadi target pasar untuk produk Jipang Kacang karena olahan biji-bijian dan kacang-kacangan ini merupakan produk yang banyak disukai oleh masyarakat dan bisa dikonsumsi oleh semua anggota keluarga dari semua kalangan usia, baik anak-anak hingga dewasa. Dengan menargetkan konsumen rumah tangga, UMKM Jipang Kacang Asli Lezat dapat memanfaatkan kesempatan untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan melakukan pendekatan ini memungkinkan UMKM

Jipang Kacang Asli Lezat untuk memanfaatkan potensi pasar secara maksimal dan membangun hubungan yang baik dengan konsumen.

#### **2.2.4 Trend Perkembangan Pasar**

Trend perkembangan pasar merupakan upaya yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan produk melalui pemahaman dan penyesuaian terhadap kebutuhan konsumen. Selera konsumen berperan sebagai faktor utama yang mempengaruhi, karena perubahan keinginan konsumen dapat menentukan keberhasilan produk di pasar. Dengan memahami selera konsumen, perusahaan mengidentifikasi peluang baru dan menyesuaikan produk yang ditawarkan agar sesuai dengan kebutuhan pasar. Menurut John Davis (2007) trend perkembangan pasar adalah suatu pertandingan penjualan dari masa ke masa. Dalam hal ini UMKM Jipang Kacang Asli Lezat menjelaskan perkembangan pasar melalui penjualan. Berikut ini Tabel Penjualan dan pendapatan dari bulan Juni-Agustus 2024 sebagai berikut :

**Tabel II – 1**  
**Laporan Penjualan UMKM Jipang Kacang Asli Lezat Bulan**  
**Juni – Agustus 2024**

Nama Produk	Harga (Rp)	Penjualan		
		Juni	Juli	Agustus
Jipang kacang ukuran kecil	5.000	2.000 pcs	2.090 pcs	2.200 pcs
Jipang kacang ukuran besar	10.000	1.050 pcs	1.050 pcs	1.100 pcs

*Sumber: UMKM Jipang Kacang Asli Lezat 2024*

Dari tabel II-1, dapat disimpulkan bahwa penjualan UMKM Jipang Kacang Asli Lezat bulan Juni 2024 yaitu untuk ukuran kecil sebanyak 2.000 pcs sedangkan ukuran sebesar sebanyak 1.050 pcs. Bulan Juli untuk jipang ukuran kecil sebanyak 2.090 pcs sedangkan jipang ukuran besar sebanyak 1.050. Bulan Agustus untuk jipang ukuran kecil sebanyak 2.200 pcs sedangkan jipang ukuran besar sebanyak 1.100 pcs. Perkembangan penjualan naik pada bulan Agustus. Jenis produk yang dihasilkan paling banyak yaitu pada produk jipang kacang ukuran kecil. Disini dapat disimpulkan bahwa produksi UMKM Jipang Kacang Asli Lezat setiap bulannya mengalami kenaikan dari bulan sebelumnya.

**Tabel II – 2**  
**Laporan Pendapatan UMKM Jipang Kacang Asli Lezat Bulan**  
**Juni – Agustus 2024**

Nama Produk	Harga (Rp)	Penjualan		
		Juni	Juli	Agustus
Jipang kacang ukuran kecil	5.000	10.000.000	10.450.000	11.000.000
Jipang kacang ukuran besar	10.000	10.500.000	10.500.000	11.000.000

*Sumber: UMKM Jipang Kacang Asli Lezat 2024*

Dari tabel II-2, dapat disimpulkan bahwa pendapatan UMKM Jipang Kacang Asli Lezat bulan Juni 2024 untuk jipang ukuran kecil sebesar Rp 10.000.000; pada bulan Juli sebesar Rp 10.450.000; dan pada bulan Agustus sebesar 11.000.000. Jipang dengan ukuran besar memiliki pendapatan sebesar Rp 10.500.000; untuk bulan Juli sebesar Rp 10.500.000; dan untuk bulan Agustus sebesar Rp 11.000.000. Berdasarkan diatas dapat disimpulkan bahwa total pendapatan terbanyak pada pemesanan jipang dengan ukuran kecil pada bulan Agustus dan untuk jipang ukuran besar juga pada bulan Agustus. hal ini karena strategi pemasaran dan permintaan pasar akan pemesanan jipang berhasil menarik konsumen untuk membeli produk jipang UMKM Jipang Kacang Asli Lezat.

#### **2.2.5 Proyeksi Penjualan**

Menurut Rangkuti (2009) volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton atau liter. Proyeksi penjualan secara umum yaitu untuk mengetahui perkembangan di masa yang akan datang berdasarkan data yang sudah ada. Proyeksi penjualan merupakan salah satu pegangan untuk merencanakan berbagai kegiatan manajemen. Selain itu, proyeksi pemasaran juga dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk menyusun jadwal produksi dan proyeksi penjualan yang



bermanfaat untuk mengevaluasi jumlah, sarana produksi, anggaran penjualan, dan kualitas dari tim penjualan.

Penjualan rata-rata pada UMKM Jipang Kacang Asli Lezat dalam tiga bulan yaitu pada bulan Juni-Agustus 2024 terjadi kenaikan trend pasar sehingga dapat diproyeksikan penjualan untuk 3 bulan kedepan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel II – 3**  
**Proyeksi Penjualan UMKM Jipang Kacang Asli Lezat Bulan**  
**September –November 2024**

Nama Produk	Harga (Rp)	Penjualan		
		September	Oktober	Desember
Jipang kacang ukuran kecil	5.000	2.100 pcs	2.200 pcs	2.250 pcs
Jipang kacang ukuran besar	10.000	1.100 pcs	1.150 pcs	1.300 pcs

*Sumber: UMKM Jipang Kacang Asli Lezat 2024*

Pada tabel II-3 dapat disimpulkan bahwa proyeksi penjualan UMKM Jipang Kacang Asli Lezat bulan September 2024 yaitu untuk ukuran kecil sebanyak 2.100 pcs sedangkan ukuran sebesar sebanyak 1.100 pcs. Bulan Oktober untuk jipang ukuran kecil sebanyak 2.200 pcs sedangkan jipang ukuran besar sebanyak 1.150. Bulan November untuk jipang ukuran kecil sebanyak 2.250 pcs sedangkan jipang ukuran besar sebanyak 1.300 pcs. Lezat.

### 2.2.6 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah suatu rencana yang menyeluruh serta terpadu dan menyatu di bidang pemasaran barang dan jasa. Strategi pemasaran merupakan pola pikir yang akan digunakan untuk

mencapai tujuan pemasaran pada suatu perusahaan, bisa mengenai strategi spesifik untuk pasar sasaran, penepatan posisi, bauran pemasaran (*marketing mix*), dan besarnya sebuah pengeluaran pemasaran (Saribu & Maranatha, 2020). Strategi pemasaran yang digunakan oleh UMKM Jipang Kacang Asli Lezat yaitu *Marketing Mix strategy*. *Marketing Mix strategy* yaitu strategi pemasaran dengan berbagai variabel-variabel yang dapat digunakan perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen. Variabel-variabel yang dimaksud yaitu yang disebut 4P antara lain: *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi).

UMKM Jipang Kacang Asli Lezat memilih strategi *Marketing Mix* karena lebih luas dalam menerapkan strategi pemasaran dimana perusahaan harus menjaga kualitas produk, menyesuaikan harga produk dengan daya beli konsumen, memilih tempat yang memiliki prospek baik dalam mengembangkan pemasarannya, perlunya mengadakan promosi sehingga konsumen tertarik untuk membeli, menjaga kelancaran produksi, selalu memperhatikan semua pihak yang terlibat dalam proses produksi, merawat semua peralatan untuk menjaga kelancaran proses produksi.

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh UMKM Jipang Kacang Asli Lezat dengan tujuan meningkatkan penjualannya produk dan strategi ini digunakan sejak mulai berdirinya UMKM Jipang Kacang Asli Lezat sebagai berikut :

## 1. Strategi Pengembangan Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dihasilkan dari hasil produksi suatu perusahaan. Dalam pengembangan produk yang dilakukan UMKM Jipang Kacang Asli Lezat yaitu dengan meningkatkan kualitas produk dengan menggunakan bahan unggulan dan tanpa pengawet. Produk yang dihasilkan memiliki berbagai varian yang mana bisa menyesuaikan kondisi pasar dan selera konsumen.

## 2. Strategi Penetapan Harga

Strategi penetapan harga merupakan kebijakan sebuah perusahaan dalam menetapkan harga jual dari produk yang ditawarkan. Ada beberapa metode penetapan harga yaitu pendekatan permintaan dan penawaran, pendekatan biaya, pendekatan pasar. Pada pendekatan permintaan dan penawaran produsen menentukan harga keseimbangan (*equilibrium price*). Pada pendekatan biaya produsen menentukan harga sesuai biaya yang dikeluarkan dengan tingkat keuntungan yang diinginkan. Pada pendekatan pasar produsen menentukan harga sebuah produk yang di pasarkan sesuai dengan kondisi di pasaran.

UMKM Jipang Kacang Asli Lezat dalam menetapkan harga yaitu dengan metode pendekatan pasar mengikuti harga di pasaran. Berikut ini adalah tabel mengenai harga yang diterapkan UMKM

Jipang Kacang Asli Lezat jika menginginkan keuntungan sebesar 50% sebagai berikut :

**Tabel II - 4**  
**Daftar Produk Jipang Kacang Asli Lezat**

No	Nama Produk	Nama Produk
1	Jipang Kacang Kecil	Rp. 5.000,-
2	Jipang Kacang Besar	Rp. 10.000,-

*Sumber : UMKM Jipang Kacang Asli Lezat*

### 3. Strategi Promosi

Promosi penjualan merupakan proses memberikan informasi, memberi pengaruh, dan meningkatkan target pasar akan produk agar bisa diterima dan dibeli oleh konsumen. Kegiatan promosi setiap perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk yang dimiliki baik secara langsung maupun tidak langsung. UMKM Jipang Kacang Asli Lezat dalam melakukan promosi yaitu dengan strategi promosi *word of mouth*. *Word of mouth* atau strategi promosi dari mulut ke mulut. Strategi ini banyak dilakukan oleh perusahaan untuk memasarkan produknya dan dianggap efektif sebagai strategi pemasaran walaupun masih dianggap sebagai pemasaran tradisional. Strategi promosi ini merupakan hal yang sangat menguntungkan bagi UMKM Jipang Kacang Asli Lezat karena strategi ini dilakukan oleh konsumen yang telah membeli produk Jipang Kacang dan menceritakan kepada orang lain untuk membeli produk Jipang Kacang. Dengan strategi promosi *word of*

*mouth* dapat mencakup pelanggan yang lebih banyak dan luas sehingga banyak konsumen yang mengenal produk Jipang Kacang Asli Lezat.

#### 4. Strategi Pemilihan Lokasi

Lokasi usaha adalah tempat usaha beroperasi atau tempat usaha melakukan kegiatan untuk memasarkan produk yang dihasilkan dipasaran. Penentuan lokasi sangat penting dalam menjalankan usaha, hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada. UMKM Jipang Kcang Asli Lezat memilih memasarkan produknya masih pada pasar tradisional di area Kabupaten Kebumen .

#### 2.2.7 Aspek Pesaing

Dalam menjalankan bisnis, salah satu tantangan utama adalah menghadapi persaingan yang ketat. Pesaing atau kompetitor adalah perusahaan yang menawarkan produk serupa dan menargetkan segmen pasar yang sama. Menurut (Marbun, 2003) persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba-lomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, survei, atau sumber daya yang dibutuhkan. Perusahaan harus mengetahui dan menganalisa pesaing di sekitarnya sehingga perusahaan dapat berjalan dengan baik dan mengetahui bagaimana cara mempertahankan perusahaan meskipun terdapat banyak pesaing. Perusahaan harus menganalisis pesaing di sekitarnya untuk

secara efektif dan menentukan strategi yang tepat untuk mempertahankan keunggulan meskipun menghadapi banyak kompetitor. Perusahaan dapat mengambil peluang dengan adanya pesaing seperti inovasi baru dan lebih kreatif dalam membuat suatu produk agar konsumen tertarik dengan adanya produk. Dengan menganalisa pesaing maka perusahaan dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan yang menjadi pesaingnya. Terdapat tiga perusahaan yang menjadi pesaing UMKM Jipang Kacang Asli Lezat yaitu Jipang Kacang Madu Sari, Jipang Kacang Prima Rasa dan Jipang Kacang Restu Bumi ditunjukkan pada tabel berikut ini:

**Tabel II - 5**  
**Aspek Pesaing**

No	Nama Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
1	Jipang Kacang Madu Sari	Telah banyak dikenal konsumen	Lemah varian produk
2	Jipang Kacang Prima Rasa	Varian produk banyak dan kualitas baik	Harga lebih mahal
3	Jipang Kacang Restu Bumi	Produk tahan lama	Harga lebih mahal

*Sumber : UMKM Jipang Kacang Asli Lezat*

Pesaing UMKM Jipang Kacang ini adalah Jipang Kacang Madu Sari, Jipang Kacang Prima Rasa dan Jipang Kacang Restu Bumi. Pesaing UMKM Jipang Kacang Asli Lezat ini memiliki keunggulan dan kelemahan, yaitu: Jipang Kacang Madu Sari memiliki keunggulan lebih dikenal masyarakat, kemudian untuk kelemahannya adalah pada varian produk yang terlalu sedikit

hanya memproduksi varian original. Kemudian pesaing lainnya adalah Jipang Kacang Prima Rasa yang memiliki keunggulan varian rasa yang sangat banyak dan kualitasnya baik, sedangkan kelemahannya harganya yang relatif mahal. Yang terakhir pesaing UMKM Jipang Kacang Asli Lezat adalah Jipang Kacang Restu Bumi yang memiliki keunggulan produknya tahan lama, dan kelemahannya adalah harganya juga relatif mahal.

### **2.2.8 Saluran Distribusi**

Menurut David Sukardi (2009:20) saluran distribusi merupakan perantara untuk memindahkan produk atau jasa dari produsen ke konsumen. Dalam hal ini, distribusi fisik merupakan kegiatan yang penting. Saluran distribusi adalah sistem atau jalur yang digunakan oleh produsen atau penyedia jasa untuk mengirimkan produk atau jasa mereka dari produsen hingga ke konsumen. Dalam kegiatan saluran distribusi menjadi hal yang penting agar kegiatan pemasaran dapat berjalan dengan baik.

Saluran distribusi yang digunakan untuk menyampaikan produknya kepada para konsumennya adalah distribusi langsung. Saluran distribusi langsung yaitu proses penyaluran yang dilakukan secara langsung oleh produsen kepada konsumen tanpa adanya perantara. Saluran distribusi memiliki keuntungan dan kelemahan. Keuntungan saluran distribusi ini yaitu harga barang jauh lebih murah karena langsung dari produsen ke konsumen, produsen

mampu membaca selera dan kebutuhan konsumen dan barang sampai lebih cepat karena tidak ada sistem perantara.

Kelemahan saluran distribusi ini yaitu produsen ingin menjual banyak barang sementara kebutuhan konsumen hanyalah dalam jumlah satuan atau eceran. Distribusi ini dilakukan langsung dari UMKM Jipang Kacang Asli Lezat kepada konsumennya. Produk-produk yang sudah masuk dalam tahap produksi langsung diantarkan kepada konsumen atau pelanggan yang sudah melakukan pemesanan produk jipang tersebut. Keuntungan dari saluran distribusi langsung adalah konsumen dapat mendapatkan harga pemasaran yang lebih murah sehingga saat dijual kembali harga lebih bersahabat.

### **2.3 Pemanfaatan Teknologi Informasi**

Teknologi informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengelola data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat, dan tepat waktu, yang digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis, pemerintah dan merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan. Teknologi informasi berfungsi sebagai fasilitator utama dalam kegiatan usaha, yang tidak hanya mempermudah proses operasional tetapi juga membawa perubahan mendalam pada struktur, operasi, dan manajemen perusahaan. Teknologi informasi digunakan untuk meningkatkan kinerja dan efisiensi dalam bisnis. Dengan



adanya teknologi informasi, perusahaan dapat mengoptimalkan berbagai aspek operasional seperti komunikasi internal, manajemen data, dan proses bisnis. Kebutuhan dan preferensi pelanggan, serta *trend* pasar. Pemanfaatan teknologi adalah perilaku menggunakan teknologi informasi untuk meningkatkan kinerjanya. Peranan teknologi informasi pada aktivitas manusia saat ini begitu besar. Namun juga ada kendala dalam pemanfaatan teknologi seperti lambatnya koneksi internet.

### **2.3.1 Rencana Pemanfaatan Teknologi Informasi**

UMKM Jipang Kacang Asli Lezat dalam pemasarannya masih mengandalkan metode pemasaran tradisional secara *word of mouth*. Selain itu, Astiyah juga memanfaatkan media sosial yaitu *WhatsApp*, untuk memperluas jangkauan pemasaran dan berinteraksi langsung dengan pelanggan. Penggunaan *WhatsApp* memungkinkan Astiyah sebagai pemilik UMKM Jipang Kacang Asli mengirimkan informasi kepada pelanggan dengan cara lebih personal dan lebih efisien. Rencana pengembangan teknologi saat ini adalah membuat akun media sosial dan membuat *website* khusus untuk penjualan produk.

### **2.3.2 Peralatan Dan Sistem Yang Sudah Dimiliki**

Dalam melancarkan pemasaran produk Jipang Kacang, UMKM Jipang Kacang Asli Lezat memanfaatkan alat komunikasi modern yang sangat penting untuk meningkatkan penjualan. Saat ini, penggunaan *handphone* menjadi hal penting sebagai alat komunikasi bagi UMKM Jipang Kacang Asli Lezat. Dengan *handphone*, UMKM

Jipang Kacang Asli Lezat dapat mengakses aplikasi atau platform komunikasi untuk menjangkau konsumen, mengirimkan informasi promosi, serta berinteraksi secara langsung dan cepat. Hal ini tidak hanya membantu UMKM Jipang Kacang Asli Lezat untuk memperluas jangkauan pasar, tetapi juga memungkinkan UMKM Jipang Kacang Asli Lezat merespon permintaan konsumen dengan lebih efisien dan membangun hubungan yang baik dengan konsumen.

### **2.3.3 Tahapan Pengembangan Teknologi Informasi**

Saat ini UMKM Jipang Kacang Asli Lezat memanfaatkan *WhatsApp* sebagai salah satu alat komunikasi utama untuk pemasaran. Namun, untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan, UMKM Jipang Kacang Asli Lezat akan mengembangkan strategi pemasaran lebih lanjut dengan *handphone* secara lebih efektif. Selanjutnya UMKM Jipang Kacang Asli Lezat berencana akan membuat akun media sosial dan membangun sebuah *website* khusus untuk memasarkan produk. Dengan kehadiran di platform media sosial dan *website*, UMKM Jipang Kacang Asli Lezat bertujuan untuk memperkenalkan produk mereka kepada calon konsumen yang lebih luas, meningkatkan visibilitas merek, dan mempermudah interaksi serta transaksi dengan konsumen.

## 2.4 Rencana Pengembangan Usaha

### 2.4.1 Rencana Pengembangan Usaha

Dalam pengembangan usaha harus ada sebuah perencanaan yang baik. Melihat peluang besar yang semakin meluas tentunya akan meningkatkan jumlah pemasaran produk bakso di masa mendatang. UMKM Jipang Kacang Asli Lezat menyiapkan langkah-langkah yang akan dilakukan dalam periode kedepan yaitu:

1. Mengembangkan jangkauan pasar ke berbagai kota.
2. Memasarkan produk dengan berbagai jenis salah satunya adalah akun media sosial atau *website*. Dengan tujuan memperkenalkan UMKM Jipang Kacang Asli sehingga lebih banyak dikenal banyak orang dan dapat menambah segmen pasar.
3. Membuat ide bisnis yang menghasilkan produk yang lebih inovasi dan diminati oleh pasar.

### 2.4.2 Tahap-Tahap Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha mencakup upaya sistematis untuk menganalisis dan mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan, serta menerapkan strategi inovatif dan efisien guna mengoptimalkan proses kerja. Melalui peningkatan kualitas produk, penerapan teknologi terbaru dan penambahan kapasitas produksi, pengusaha dapat memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar tinggi dan permintaan pasar. Upaya ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan produktivitas, tetapi juga untuk menciptakan nilai

tambah bagi pelanggan dan memperkuat posisi kompetitif di pasar. Dengan fokus pada pengembangan yang berkelanjutan, perusahaan dapat mencapai pertumbuhan yang lebih stabil dan meriah kesuksesan jangka panjang. Berikut ini tahap-tahap pengembangan UMKM Jipang Kacang Asli Lezat :

1. Mencari target pasar baru diluar Kebumen agar memperluas pasar.
2. UMKM Jipang Kacang Asli Lezat akan membuat akun sosial media selain *WhatsApp* dan membuat *Website* khusus untuk mempromosikan produknya.
3. Menambahkan varian produk agar menarik minat beli konsumen. Misalnya, menghadirkan varian produk dengan rasa baru atau kemasan yang berbeda dengan memberikan opsi yang lebih sesuai dengan selera dan gaya hidup konsumen.
4. Meningkatkan kualitas volume penjualan, dengan meningkatnya volume penjualan dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kualitas produk dan pelayanan, sehingga konsumen merasa puas dengan harapan akan muncul sikap loyalitas pelanggan.
5. Menambah karyawan dan peralatan, hal ini bertujuan agar dapat meningkatkan kapasitas produksi perusahaan, sehingga dapat memproduksi produk lebih banyak serta dapat memenuhi permintaan pelanggan.

## **BAB III PENUTUP**

### **3.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil Kuliah Kerja Lapangan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kemasan produk Jipang Kacang dari UMKM Jipang Kacang masih sangat sederhana. Saat ini, produk Jipang Kacang dikemas dalam plastik polos. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan dalam desain kemasan untuk menarik minat konsumen dan membedakan produk di pasar.
2. Jangkauan pasar UMKM Jipang Kacang Asli Lezat masih terbatas. Salah satu faktor yang mempengaruhi adalah tingginya jumlah pesaing atau pelaku usaha jipang kacang lainnya di Kebumen.
3. Saat ini, strategi promosi yang diterapkan oleh UMKM Jipang Kacang Asli Lezat masih menggunakan metode tradisional yaitu *word of mouth* atau promosi dari mulut ke mulut. Saat ini strategi tersebut masih berjalan dengan efektif.
4. Trend perkembangan pasar merupakan upaya yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan produk melalui pemahaman dan penyesuaian terhadap kebutuhan konsumen. UMKM Jipang Kacang Asli Lezat mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, pertumbuhan permintaan ini mencerminkan minat yang terus meningkat terhadap Jipang Kacang Asli Lezat, yang dapat diartikan sebagai pengakuan yang semakin besar terhadap kualitas dan cita rasa produk ini.

5. Proyeksi penjualan merupakan salah satu pegangan untuk merencanakan berbagai kegiatan manajemen. Selain itu, proyeksi pemasaran juga dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk menyusun jadwal produksi dan proyeksi penjualan yang bermanfaat untuk mengevaluasi jumlah, sarana produksi, anggaran penjualan, dan kualitas dari tim penjualan.
6. Rencana kedepan yaitu membuat akun media sosial dan membuat *website* khusus untuk penjualan produk untuk memperluas jangkauan pemasaran dan berinteraksi langsung dengan pelanggan.

### 3.2 Saran

Ada beberapa hal yang harus dilakukan oleh UMKM Jipang Kacang Asli Lezat yang direkomendasikan oleh penulis, agar bisa terus berkembang dalam usaha ini :

1. Sebaiknya pertimbangkan untuk mengganti plastik dengan kemasan yang lebih menarik dan informatif. Penggunaan kemasan yang berkualitas tinggi, berdesain menarik, serta mencantumkan informasi produk seperti bahan, tanggal kadaluarsa, dan cara penyimpanan, tidak hanya melindungi produk secara efektif tetapi juga meningkatkan citra merek dan daya tarik di mata konsumen. Ini dapat membantu membedakan produk dari kompetitor dan memberikan kesan profesional yang positif, yang pada dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan.
2. UMKM Jipang Kacang Asli Lezat dapat melakukan pemasaran yang lebih luas ke berbagai kota yang didekat Kebumen. dengan melakukan

perluasan pasar maka dapat menambah jumlah produksi pada UMKM Jipang Kacang Asli Lezat.

3. Melakukan peningkatan strategi promosi melalui media sosial seperti *Instagram* dan *Facebook* mengingat dengan kemajuan zaman yang makin canggih agar bisa memperkenalkan produk lebih luas lagi. Mengikuti berbagai acara untuk membuka stand kuliner seperti pada *event Bazaar* kuliner atau acara lainnya.
4. UMKM Jipang Kacang Asli Lezat diharapkan dapat memanfaatkan sosial media dengan maksimal agar dapat meningkatkan jumlah penjualan berbagai produknya. Dengan dapat memanfaatkan secara maksimal maka dapat memberikan keuntungan lebih bagi UMKM Jipang Kacang Asli Lezat sendiri.
5. UMKM Jipang Kacang Asli Lezat dapat meningkatkan dan menjaga standar kualitas dari produknya agar konsumen dapat menerima atau berminat untuk melakukan pembelian ulang secara terus menerus.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalina, A. 2024. *Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Perekonomian Nasional*
- Kodrat, David Sukardi. 2009. *Manajemen Distribusi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Kotler, P., & Amstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (p. 45).
- Marbun. 2003. *Kamus Manajemen*. Pustaka Sinar Harapan.
- Menengah dan. PeRSADA - Portal Satu Data. Portal Satu Data. Published 2024. Accessed October 8, 2024. <https://satudata.dinkop-umkm.jatengprov.go.id/umkm>
- Mulyana, M. 2019. *Segmentasi Pasar, Penargetan Pasar dan Pemosisian. Universitas Terbuka*, 23–29. <https://osf.io/preprints/inarxiv/tcuj2/>
- Newstrom. John W., Davis, Keith, 2007. *Perilaku Dalam Organisasi*. Edisi Ke tujuh. Alih bahasa, Agus Dharma. Jakarta: Erlangga
- Rangkuti, Freddy, 2009, *Strategi Promosi yang Kreatif*, Edisi pertama cetakan pertama, Penerbit Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Robbins. 2008. *Perilaku Organisasi (Diana Angelica, Ria Cahyani, Abdul Rosyid, Penerjemah)* (Vol. 1, pp. 1–598).
- Sofyan, A. 2001. *Pangsa Pasar*. Penerbit Universitas Indonesia.
- Saribu, H. D. T., & Maranatha, E. G. 2020. *Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada PT. Astragraphia Medan. Jurnal Manajemen*, 6(1), 1–6.
- UU No. 20 Tahun 2008. Database Peraturan | JDIH BPK. Published 2023. Accessed October 8, 2024. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>



# LAMPIRAN



## Lampiran 1 Surat Pengajuan Judul

**PENGAJUAN JUDUL  
LAPORAN KULIAH KERJA LAPANGAN (KKL)**

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Ainun Naqiyyatun Muslimah

NIM : 215504651

Program Studi : S1- Manajemen

dengan ini mengajukan judul Laporan KKL:


Aspek Pemasaran Pada UMKM Jipang Kacang Asli Lezat.

Demikian permohonan judul Laporan KKL ini saya buat. Atas perhatian dan kebijaksanaan Bapak/Ibu, saya mengucapkan terimakasih.


Kebumen, 03 Agustus 2024

Mahasiswa

Dosen Pembimbing

  
(Ainun Naqiyyatun M.)

NIM : 215504651

  
(Berlin Insan Pratiwi, S.Pd., M.Hum.)

NIDN : 0630108901

## Lampiran 2 Surat Permohonan Izin KKL



# UNIVERSITAS PUTRA BANGSA

Kampus Pusat : Jl. Ronggowarsito No. 1B Pejagoan Kebumen, Telp. 0287-384011  
Kampus Dua : Jl. Raya Buntu - Gombong KM. 05 Kemranjen Banyumas, Telp. 0287-5296662

No : 70/Rek/KKL/E.VIII/2024  
Lamp : -  
Hal : PERMOHONAN IZIN KULIAH KERJA LAPANGAN

Kebumen, 05 Agustus 2024

Kepada  
Yth. Pimpinan Jipang Kacang Asli Lezat  
Jl. Sirnobojo RT.004 RW.11 Kuwarisan, Panjer,  
Kec. Kebumen, Kab. Kebumen  
di Tempat

Dengan hormat,

Puji syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua.

Sehubungan dengan pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan ( KKL ) untuk mahasiswa Universitas Putra Bangsa, kami memohon izin agar mahasiswa kami dapat melakukan Kuliah Kerja Lapangan di instansi/perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin. Tujuan dari mata Kuliah Kerja Lapangan ini adalah agar mahasiswa kami dapat mengetahui praktik-praktik bisnis/manajerial secara nyata. Selanjutnya kami menerangkan bahwa:

Nama	NIM	Fakultas	Program Studi	No HP
Suratmi	215504610	Ekonomi dan Bisnis	Manajemen	085836371442
Siti Nur Khasanah	215504603	Ekonomi dan Bisnis	Manajemen	0895378064793
Winarto	215504635	Ekonomi dan Bisnis	Manajemen	085743863996
Ainun Naqiyatun Muslimah	215504651	Ekonomi dan Bisnis	Manajemen	08886039004

Adalah benar mahasiswa Universitas Putra Bangsa yang akan melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan di instansi/perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin. Kami mewajibkan mahasiswa mengunjungi instansi/perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin untuk melakukan wawancara dan pengumpulan data selama 1 bulan mulai tanggal 01 Agustus s.d 31 Agustus 2024.

Demikian permohonan ini kami sampaikan. Atas izin dan kesediaan Bapak/Ibu untuk membantu dan membimbing mahasiswa yang bersangkutan di dalam melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan tersebut, kami ucapkan terima kasih.

  
UNIVERSITAS PUTRA BANGSA  
REKTOR  
Dr. GUNARSO WIWOHO, S.E., M.M.  
NIDN. 0612097501

### Lampiran 3 Kartu Bimbingan Penulisan Laporan KKL



## PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS PUTRA BANGSA

Kampus Pusat : Jl. Ronggowarsito No. 18 Pejagoan Kebumen, Telp. 0287-384011  
Kampus Dua : Jl. Raya Buntu - Gombang KM. 05 Kemranjen Banyumas, Telp. 0282-5296662

#### KARTU BIMBINGAN PENULISAN LAPORAN KKL PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Nama Mahasiswa : Atun. Hagjyatan. Muslimah  
NIM : 215501651  
Judul KKL : Aspek Pemasaran UMKM Jipang Kacang Asli Lerat  
Pembimbing KKL : Eko Wardaya

No.	Tanggal	Materi bimbingan	Tanda Tangan Pembimbing
1	03-08-2024	Pengajuan Judul	
2	13-08-2024	Pengajuan BAB I	
3	22-08-2024	ACC BAB I	
4	04-09-2024	Pengajuan BAB II	
5	11-09-2024	Revisi BAB II	
6	25-09-2024	ACC BAB II dan Pengajuan BAB III	
7	03-10-2024	ACC BAB III	
8	09-10-2024	Pengajuan Lampiran	
9	08-10-2024	ACC Lampiran	
10	16-10-2024	Finishing	

Kebumen, 16 Oktober 2024

Dosen Pembimbing

Eko Wardaya S.E., M.M

## Lampiran 4 Kartu Kunjungan Kegiatan KKL



### PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS PUTRA BANGSA

Kampus Pusat : Jl. Ronggowarsito 18 Pejagoan Kebumen, Telp. 0287-384011  
Kampus Dua : Jl. Raya Buntu - Gombang KM 05 Kemranjen Banyumas, Telp 0282-5296662

#### KARTU KUNJUNGAN KEGIATAN KKL PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Nama Mahasiswa : Anun. Maggyatun. M  
NIM : 215504651  
Judul KKL : Aspek Pemasaran pada UMKM Jipang Kacang Asli  
Lestari

No.	Tanggal	Materi bimbingan	Tanda Tangan Pembimbing
1.	30 Juli 2024	Survei lokasi	
2.	5 Agustus 24	Penyerahan surat izin KKL	
3.	6 Agustus 24	Wawancara 1	
4.	7 Agustus 24	Wawancara 2	
5.	12 Agustus 24	Kunjungan proses produksi 1	
6.	13 Agustus 24	Kunjungan proses produksi 2	
7.	14 Agustus 24	Pengambilan dokumen	
8.	15 Agustus 24	Pengambilan video	
9.	20 Agustus 24	Wawancara 3	
10.	31 Agustus 24	Foto dan perpisahan	
11.			
12.			

Kebumen,.....

Pembimbing

## Lampiran 5 Surat Pernyataan Kesiediaan Menjadi Tempat KKL

### SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN MENJADI TEMPAT KULIAH KERJA LAPANGAN (KKL)

Kepada  
Yth. Ketua Program Studi Manajemen S1  
Universitas Putra Bangsa

Di Tempat

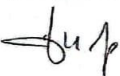
Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Astiyah  
Jabatan : Pemilik  
Nama UMKM : Jipang Kacang Asti Lestari  
Alamat : Kuarisan, Kab Kebumen 5432 Jawa Tengah  
Nomor HP / WA : 0831 0664 0013

Menyatakan bersedia menjadi tempat Kuliah Kerja Lapangan (KKL) bagi mahasiswa Universitas Putra Bangsa Tahun Akademik 2024/2025.

Demikian agar surat pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Kebumen, 03 Agustus 2024  
Yang menyatakan,

  
.....Astiyah.....

## Lampiran 6 Surat Kesiediaan Upload Video Pada Youtube

### SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN UNGGAH VIDEO DOKUMENTASI KKL PADA KANAL YOUTUBE

Kepada  
Yth. Ketua Program Studi Manajemen S1  
Universitas Putra Bangsa

Di Tempat

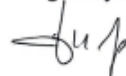
Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Astiyah .....  
Jabatan : Pemilik .....  
Nama UMKM : Jipang Karang Asli Lezat .....  
Alamat : Kuwariran, Kab. Kebumen 54312 Jawa Tengah .....  
Nomor HP / WA : 0831 066 0013 .....

Menyatakan bersedia dokumentasi video KKL pada UMKM milik saya untuk diunggah pada kanal youtube mahasiswa Universitas Putra Bangsa sebagai luaran KKL.

Demikian agar surat pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Kebumen, 03 Agustus 2024  
Yang menyatakan,



Astiyah .....

# Lampiran 7 Surat Perijinan Berusaha Berbasis Risiko

## 1. Nomer Induk Berusaha (NIB)



**PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA**  
**PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO**  
**NOMOR INDUK BERUSAHA: 0911230002599**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

- |  |   |
|--|---|
| 1. Nama Pelaku Usaha                                     | : ASTIYAH   |
| 2. Alamat  | : KUWARISAN, Desa/Kelurahan Panjer, Kec. Kebumen, Kab. Kebumen,<br>Provinsi Jawa Tengah |
| 3. Nomor Telepon Seluler                                 | : +   |
| Email  | : astiyahjgg@gmail.com  |
| 4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) | : Lihat Lampiran  |
| 5. Skala Usaha   | : Usaha Mikro   |

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepastian, pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertama Wajib Laporkan Ketenagakerjaan di Perusahaan (WLPK).

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

NIB ini merupakan perizinan tunggal yang berlaku sebagai sertifikasi jaminan produk halal berdasarkan pernyataan mandiri pelaku usaha dan setelah memperoleh pembinaan dan/atau pendampingan Proses Produk Halal (PPH) dari Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 9 November 2023

**Menteri Investasi/  
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,**



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 20 Februari 2024

- Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
- Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSR-E-BSSN.
- Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.





## 2. Sertifikat Halal



REPUBLIK INDONESIA  
(REPUBLIC OF INDONESIA)

جمهورية إندونيسيا

SERTIFIKAT HALAL  
(HALAL CERTIFICATE)

شهادة الحلال

Nomor Sertifikat  
Certificate Number

ID33210014158481123

رقم الشهادة

Berdasarkan keputusan komite fatwa produk halal nomor :  
Based on the decree to stipulating halal products of fatwa committee :  
على قرار مجلس الفتوى لوزارة الشؤون الدينية لجمهورية أندونيسيا.  
KF-SD-202401062006 Tanggal 20 Januari 2024

Jenis Produk Type of Product	Makanan ringan siap santap	نوع المنتج
Nama Produk Name of Product	-Terlampir / As Attached-	اسم المنتج
Nama Pelaku Usaha Name of Company	ASTIYAH	اسم الشركة
Alamat Pelaku Usaha Company's Address	KUWARISAN, KAB. KEBUMEN, JAWA TENGAH, 54312, INDONESIA	عنوان الشركة

Diterbitkan di Jakarta pada  
Issued in Jakarta on

20 Januari 2024

أصدرت الشهادة بجاكرتا في

telah memenuhi ketentuan perundang-undangan  
Has complied with the provision of laws and regulations  
قد استوفت أحكام التشريع

KEPALA  
BADAN PENYELENGGARA JAMINAN PRODUK HALAL  
HEAD OF HALAL PRODUCT ASSURANCE BODY

رئيس وكالة ضمان المنتجات الحلال



Muhammad Aqil Irham

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik, BSSN



### 3. SURAT PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO  
NOMOR INDUK BERUSAHA: 0911230002599

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

- |  |  |
|--|--|
| 1. Nama Pelaku Usaha                                     | : ASTIYAH  |
| 2. Alamat  | : KUWARISAN, Desa/Kelurahan Panjer, Kec. Kebumen, Kab. Kebumen, Provinsi Jawa Tengah |
| 3. Nomor Telepon Seluler                                 | : +  |
| Email  | : astiyahjpg@gmail.com   |
| 4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) | : Lihat Lampiran   |
| 5. Skala Usaha   | : Usaha Mikro  |

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepabeanaan, pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertama Wajib Laport Ketenagakerjaan di Perusahaan (WLKP).

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

NIB ini merupakan perizinan tunggal yang berlaku sebagai sertifikasi jaminan produk halal berdasarkan pernyataan mandiri pelaku usaha dan setelah memperoleh pembinaan dan/atau pendampingan Proses Produk Halal (PPH) dari Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 9 November 2023

Menteri Investasi/  
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 20 Februari 2024

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSR-E-BSSN.
4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.





REPUBLIK INDONESIA  
(REPUBLIC OF INDONESIA)

جمهورية إندونيسيا

LAMPIRAN SERTIFIKAT HALAL  
(THE ATTACHMENT OF HALAL CERTIFICATE)

## مرفقة لشهادة الحلال

Nomor Sertifikat  
Certificate Number

ID33210014158481123

رقم الشهادة

Nama Pelaku Usaha  
Name of Company

ASTIYAH

اسم الشركة

Jenis Produk  
Type of Product

Makanan ringan siap santap

نوع المنتج

Alamat Pabrik  
Factory's Address

Jipang Kacang Asli Lezat  
KUWARISAN KAB. KEBUMEN 54312 Jawa  
Tengah

عنوان المصنع

Daftar Produk / Product Name

No	Nama Produk / Product Name
1	Jipang Kacang Asli Lezat Original 100gr

Hal: 1 / Total Produk: 1

Diterbitkan di Jakarta pada  
Issued in Jakarta on

20 Januari 2024

أصدرت الشهادة بجاكرتا في

KEPALA  
BADAN PENYELENGGARA JAMINAN PRODUK HALAL  
HEAD OF HALAL PRODUCT ASSURANCE BODY  
رئيس وكالة ضمان المنتجات الحلال



Muhammad Aqil Irham

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik, BSSN



Balai  
Sertifikasi  
Elektronik

#### 4. SERTIFIKAT PEMENUHAN KOMITMEN PRODUKSI PANGAN OLAHAN INDUSTRI RUMAH TANGGA (SPP-IRT)



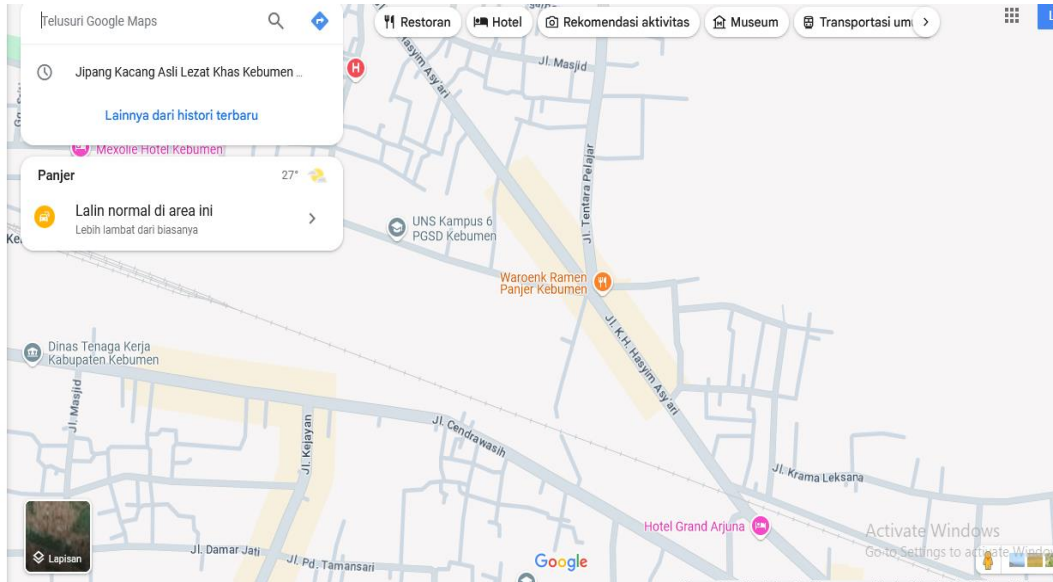
### PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

### PERIZINAN BERUSAHA UNTUK MENUNJANG KEGIATAN USAHA SERTIFIKAT PEMENUHAN KOMITMEN PRODUKSI PANGAN OLAHAN INDUSTRI RUMAH TANGGA (SPP-IRT) LAMPIRAN PB-UMKU: 091123000259900000001

- |                             |  |
|-----------------------------|--|
| 1. No. Pendaftaran          | : P-IRT 2113305011696-29   |
| 2. Nama IRTP                | : ASTIYAH  |
| 3. Nama Pemilik             | : ASTIYAH  |
| 4. Alamat                   | : Panjer RT.004 RW. 011, Kebumen   |
| 5. Provinsi                 | : JAWA TENGAH  |
| 6. Kabupaten/Kota           | : KAB. KEBUMEN   |
| 7. Kecamatan                | : Kebumen  |
| 8. Desa                     | : Panjer   |
| 9. Jenis Pangan             | : Hasil olahan biji-bijian, kacang-kacangan, dan umbi  |
| 10. Nama Produk Pangan      | : Jipang/Kipang Kacang   |
| 11. Branding Produk         | : JIPANG KACANG, ASLI LEZAT  |
| 12. Komposisi               | : Kacang Tanah dan Gula Jawa   |
| 13. Kemasan Primer          | : Plastik  |
| 14. Masa Berlaku Sertifikat | : 20-02-2029   |
| 15. Komitmen                | :  |
| a.                          | Mengikuti Penyuluhan Keamanan Pangan.  |
| b.                          | Memenuhi persyaratan Cara Produksi Pangan yang Baik untuk Industri Rumah<br>Tangga (CPPB-IRT) atau higiene sanitasi dan dokumentasi. |
| c.                          | Memenuhi ketentuan label dan iklan pangan olahan.  |
- Akan dipenuhi dalam waktu 3 bulan

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.

## Lampiran 8 Peta Lokasi



**Lampiran 9 Foto Proses Produksi**





**Lampiran 10 Foto Bersama Pemilik UMKM Jipang Kacang Asli Lezat**





**Lampiran 11 Foto Produk**



**Lampiran 12 Link Youtube**

<https://youtu.be/1rgGTIL7j0E?si=7g8yO8nmzP4WrY3f>

