

TUGAS AKHIR
SISTEM PENJUALAN WEDANG UWUH
DI UMKM SYALALA



AGUSTINA DADI

17001323

AKADEMIK MANAJEMEN ADMINISTRASI

YPK YOGYAKARTA

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : Sistem Penjualan Wedang Uwuh Di UMKM Syalala

Nama : Agustina Dadi

Nim : 17110323

Program Studi : Manajemen Administrasi

Konsentrasi : Manajemen Administrasi Perkantoran

Tugas Akhir ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir Program
Studi Manajemen Administrasi AMA YPK Yogyakarta pada :

Hari :

Tanggal :

Mengetahui

Dosen pembimbing

DWI WAHYU PRIL RANTO, S.E.,M. M

Nik. 10600102

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan pada Akademik Manajemen Administrasi YPK Yogyakarta untuk memenuhi persyaratan akhir pendidikan pada Program Studi Manajemen Administrasi :

Disetujui dan disahkan pada :

Hari :

Tanggal :

TIM PENGUJI

Ketua

Anggota

Mengetahui

Direktur AMA YPK

Anung Pramudyo, S. E., M. M.

NIP . 1978024 200501 1002

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Agustina Dadi

Nim : 17001323

Judul Tugas Akhir : Sistem Penjualan Wedang Uwuh di UMKM
Syalala

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan hasil karya sendiri dan belum pernah diterbitkan oleh pihak manapun kecuali tersebut dalam refrensi dan bukan merupakan hasil karya orang lain sebagai maupun secara keseluruhan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila dikemudian hari ada yang mengklaim bahwa karya ini milik orang lain dan dibenarkan secara hukum, maka saya bersedia dituntut berdasarkan hukum.

Yogyakarta, Mei 2020

Yang Membuat Pernyataan

Agustina Dadi

MOTTO

- 1. Teruslah berjuang untuk meraih semua impian**
- 2. Belajar dari kegagalan untuk mencapai keberhasilan**
- 3. Ora et labora = berdoa dan bekerja**
- 4. Selalu percaya diri**
- 5. Kegagalan hanya terjadi jika menyerah**
- 6. Kesabaran merupakan sumber kekuatan untuk diri sendiri**
- 7. Hidup adalah sebuah perjuangan**
- 8. Jadilah diri sendiri**
- 9. Keberhasilan akan diraih dengan cara belajar**
- 10. Selama ada kepercayaan dan keyakinan semua akan menjadi mungkin**

PERSEMBAHAAN

Puji Tuhan dalam melaksanakan penyusunan Tugas Akhir ini berjalan lancar. Hal ini karena tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan dan penyusunan Tugas Akhir ini. Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada :

1. Bunda Maria dan Tuhan Yesus yang selalu bersama-sama dengan penulis dalam segala hal sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
2. Bapak Stanislaus Roma dan bapak Siprianus Lado yang selalu memberi kekuatan dan dukungan kepada saya.
3. Mama Anastasia Tawa dan mama Maxima Sulu yang tiada henti selalu mendukung dan mendoakan keberhasilan saya.
4. Kaka Irene Woga dan kaka Forentina Nebo yang selalu mendukung saya.
5. Kaka Yulia Paji yang selalu mengingatkan saya untuk terus berusaha dan jangan pernah lupa berdoa.
6. Bunda Yovita Tato yang selalu mengajarkan saya untuk selalu sabar dalam menghadapi segala tantangan.
7. Bibi Dominika gobh'e, Valentina co'o, paman Kusrinus bhose, dan Anselmus Lae yang selalu berusaha untuk membantu dan memenuhi keinginan saya.

8. Mama Ester Dhema yang selalu mendukung saya.
9. Apolos Bomoi yang selalu membantu saya, memberikan dukungan dan mengorbankan banyak waktunya untuk saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
10. Sahabat saya Aurelia Manek yang saling mendukung dalam mengerjakan Tugas Akhir.

Kepada semua pihak yang telah membantu saya dalam penyelesaian Tugas Akhir saya yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan perlindungan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “ Sistem Penjualan Wedang Uwuh di Umkm Syalala” dengan tepat waktu dan tanpa adanya halangan yang berari. Tugas Akhir ini disusun sebagai persyaratan kelulusan pada program studi Manajemen Administrasi Perkantoran Diploma III AMA YPK Yogyakarta.

Dalam menyusun Tugas Akhir ini penulis banyak mendapatkan bantuan berupa saran, dorongan, bimbingan serta keterangan-keterangan dari berbagai pihak yang merupakan pengalaman yang tidak dapat diukur secara materi, namun dapat membukakan mata penulis bahwa sesungguhnya pengalaman dan pengetahuan tersebut adalah guru terbaik bagi penulis. Oleh karena itu dengan segala hormat dan kerendahan hati perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Anung Pramudyo, S. E., M.M selaku Direktur AMA YPK Yogyakarta
2. Bapak Dwi Wahyu Pril Ranto, S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir
3. Seluruh Staff yang ada di UMKM Syalala
4. Seluruh Dosen AMA YPK Yogyakarta yang telah membantu penulis

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan yang dibuat baik dengan sengaja maupun tidak sengaja, dikarenakan keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan serta pengalaman yang penulis miliki. Untuk itu penulis mohon maaf atas segala kekurangan tersebut tidak menutupi diri terhadap segala saran dan kritiknya.

Akhir kata semoga Tugas Akhir ini dapat memberi banyak manfaat bagi kita semua.

Yogyakarta, Mei 2020

Agustina Dadi

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN | <u>iv</u> |
| MOTTO | v |
| PERSEMBAHAN | <u>vi</u> |
| KATA PENGANTAR | <u>viii</u> |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| ABSTRAK | <u>xiv</u> |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 2 |
| C. Tujuan Penelitian | 3 |
| D. Manfaat Penelitian | 3 |
| BAB II LANDASAN TEORI | |
| A. Sistem | |
| 1. Pengertian Sistem | 5 |
| 2. Karakteristik Sistem | 7 |
| 3. Klasifikasi Sistem | 10 |
| 4. Tujuan Sistem | 11 |
| B. Penjualan | |
| 1. Pengertian Penjualan | 12 |
| 2. Volume Penjualan | 14 |
| 3. Tujuan Penjualan | 14 |
| 4. Jenis - Jenis Penjualan | 15 |
| 5. Faktor yang Mempengaruhi Penjualan | 16 |

| | |
|---|----|
| C. Wedang Uhuw | |
| 1. Pengertian Wedang Uwuh..... | 17 |
| 2. Sejarah Wedang Uwuh..... | 18 |
| 3. Komposisi Wedang Uwuh..... | 21 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| A. Jenis Penelitian..... | 22 |
| B. Objek Penelitian..... | 22 |
| C. Jenis Data..... | 22 |
| D. Metode Pengumpulan Data..... | 23 |
| E. Metode Analisis Data..... | 24 |
| BAB IV GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN | |
| A. Gambaran Umum | |
| 1. Sejarah Berdirinya UMKM Syalala..... | 25 |
| 2. Struktur Organisasi UMKM Syalala..... | 27 |
| B. Pembahasan | |
| 1. Sistem Penjualan Wedang Uwuh | 34 |
| 2. Alur Sistem Penjualan Wedang Uwuh | 35 |
| 3. Beberapa Kemudahan Dalam Membeli Wedang Uwuh | 39 |
| 4. Faktor Yang Mempengaruhi Pelaksanaan Sistem Penjualan Wedang Uwuh..... | 41 |
| BAB V PENUTUP | |
| A. Kesimpulan..... | 42 |
| B. Saran..... | 42 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi UMKM Syalala

Gambar 4.2 Alur Sistem Penjualan Wedang Uwuh Secara Offline

Gambar 4.3 Alur Sistem Penjualan Wedang Uwuh Secara Online

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Komposisi produk dalam satu kemasan

Lampiran 2 Pengembangan produk dan penyajian produk

Lampiran 3 Produk yang sudah di produksi

Lampiran 4 Produk yang sudah dipeckaing dan siap untuk di kirim ke konsumen

Lampiran 5 Persediaan produk

Lampiran 6 Produk yang diproduksi tanpa gula dan jahe

Lampiran 7 Produk yang siap di jual di tempat penjualan

Lampiran 8 Pembersihan tempat penjualan

ABSTRAK

Wedang uwuh di buat setelah selesai penelitian ia merupakan minuman penghangat khas Imogori, Bantul. Uwuh dalam bahasa Jawa artinya sampah. Dikatakan uwuh karena ampas atau bahan-bahan minuman ini tampak seperti sampah yang tidak berguna. Bahan-bahan yang terdapat di dalam wedang uwuh tersebut telah terbukti sangat bermanfaat bagi kesehatan dan saat ini banyak di cari orang untuk mengkonsumsinya.

Tujuan dari penelitian ini dimaksud untuk mengetahui bagaimana sistem penjualan wedang uwuh di UMKM Syalala dan penerapannya di UMKM Syalala.

Metode penelitian ini dengan metode wawancara, pengamatan dan dokumentasi. Metode analisi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisi data deskriptif. Metode analisis deskriptif adalah metode penelitian yang dilakukan dengan tujuan utama untuk membuat gambaran atau deskriptif tentang suatu keadaan secara objektif.

Kata Kunci : *sistem, penjualan, wedang uwuh.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan pelaku bisnis yang bergerak pada berbagai bidang usaha, yang berguna untuk kepentingan masyarakat. Di Indonesia, usaha mikro kecil dan menengah dapat disingkat menjadi (UMKM), UMKM hanya menggunakan modal yang relatif sedikit, dengan kapasitas produksi yang tidak terlalu besar dan hanya menggunakan peralatan yang sederhana ternyata mampu memberikan terobosan baru dalam dunia bisnis dengan sistem penjualan yang baik, sehingga dapat menembus pasar internasional. Bisnis UMKM selain memberikan keuntungan untuk pemiliknya, juga mempunyai dampak positif untuk kehidupan masyarakat.

Dengan adanya UMKM maka lapangan kerja akan bertambah dan bannyaknya tawaran bisnis yang dapat mengurangi pengangguran. Peluang bisnis yang masih banyak di butuhkan yaitu di bisnis makanan dan minuman. Hal ini dikarenakan besarnya pasar yang tersedia dan bisnis yang cenderung terhadap krisis. Tentunya bisnis ini dapat memberikan keuntungan, terutama dalam bidang minuman. Apalagi jika minuman tersebut menjanjikan kesegaran, kesehatan dan bernuansa teradisional tentu akan membuat konsumen melirik produk ini. Dalam studi ini saya mengangkat tema minuman tradisional Yogyakarta yaitu wedang uwuh di UMKM Syalal

sebagai pokok pembahasan dengan tujuan agar wedang uwuh dapat melakukan penjualan yang dapat diterima oleh masyarakat luas.

Wedang uwuh merupakan minuman Yogyakarta yang berasal dari daerah Imogiri, Bantul. namun wedang uwuh tidak hanya populer di daerah asalnya yaitu Imogiri, tetapi sudah merambah di daerah-daerah di kota Yogyakarta. Hal ini karena wedang uwuh mempunyai kekuatan untuk berkembang, dari daerah asalnya di tingkat kecamatan sekarang merambah ke tingkat provinsi. Para pelaku UMKM telah mengembangkan pasarnya ke taraf nasional dengan menggunakan sistem penjualan yang lebih baik.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul Tugas Akhir, “ Sistem Penjualan Wedang Uwuh di UMKM Syalala “.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang di angkat adalah sistem penjualan wedang uwuh di UMKM Syalala ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana sistem penjualan wedang uwuh di UMKM Syalala.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagi UMKM Syalala

Hasil penelitian ini dapat di gunakan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi UMKM Syalala untuk lebih meningkatkan efisiensi penjualan wedang uwuh yang lebih baik.

2. Bagi AMA YPK

Sebagai bahan referensi untuk pihak lembaga dan bahan pustaka untuk angkatan berikutnya yang akan membuat tugas akhir mengenai sistem penjualan wedang uwuh di UMKM Syalala

3. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai sumber data dan acuan bagi peneliti berikutnya guna menambah referensi dan pengetahuan yang lebih untuk tulisannya mengenai sistem penjualan wedang uwuh di UMKM Syalala.

4. Bagi Peneliti Sendiri

Memberi pengetahuan dan pengalaman baru dalam melakukan penelitian serta dapat mengetahui bagaimana sistem penjualan wedang uwuh di UMKM Syalala.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Sistem

1. Pengertian Sistem

Pada dasarnya sistem adalah suatu kerangka dari prosedur-prosedur yang saling berhubungan, yang disusun sesuai dengan skema yang menyeluruh untuk melaksanakan suatu kegiatan atau fungsi utama dalam perusahaan yang dihasilkan oleh suatu proses tertentu yang bertujuan untuk menyediakan informasi untuk membantu mengambil keputusan manajemen operasi perusahaan dari hari ke hari serta menyediakan informasi yang layak untuk pihak di luar perusahaan.

Pengertian Sistem yang dikemukakan oleh para ahli adalah sebagai berikut :

Menurut Susanto (2003:22) “ Sistem adalah kumpulan/group dari sub sistem/bagian/komponen apapun baik fisik ataupun non fisik yang saling berhubungan satu sama lain dan bekerja sama harmonis untuk mencapai satu tujuan tertentu “.

Menurut Sutarman (2009:5),

“ Sistem adalah kumpulan elemen yang saling berinteraksi dalam suatu kesatuan untuk menjalankan suatu proses pencapaian suatu tujuan utama “.

Menurut Jogiyanto (2009:34) “ Sistem dapat didefinisikan dengan pendekatan prosedur dan dengan pendekatan komponen “.

Sistem dan prosedur merupakan suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Suatu sistem baru bisa terbentuk bila didalamnya terdapat beberapa prosedur yang mengikutinya.

Menurut (Mulyadi, 2010:5) “ Sistem adalah jaringan prosedur yang dibuat menurut pola yang terpadu untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan pokok perusahaan sedangkan prosedur adalah suatu urutan kegiatan klerikal, biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu departemen atau lebih yang dibuat untuk menjamin penanganan secara seragam transaksi perusahaan yang terjadi secara berulang-ulang “.

Terdapat dua komponen dasar pendekatan dalam mendefinisikan sistem yaitu berdasarkan pendekatan pada prosedurnya dan yang berdasarkan pendekatan yang secara komponennya .

a. Pendekatan Sistem pada Prosedurnya

Suatu sistem adalah suatu jaringan dan prosedur yang saling berkaitan, dan bekerjasama untuk melakukan suatu pekerjaan atau menyelesaikan suatu masalah tertentu.

b. Pendekatan Sistem pada Komponennya

Suatu sistem adalah sekumpulan dari beberapa elemen yang saling berinteraksi dengan teratur sehingga membentuk suatu totalitas untuk menyelesaikan suatu masalah tertentu

Berdasarkan beberapa pendapat diatas maka dapat disimpulkan bahwa sistem adalah kumpulan bagian-bagian atau sub sistem yang disatukan dan dirancang untuk mencapai suatu tujuan.

2. Karakteristik Sistem

Menurut Mulyano (2009:2) terdapat beberapa karakteristik sistem yaitu :

a. Mempunyai Komponen Sistem (*Components Sistem*)

Suatu sistem tidak berada di lingkungan yang kosong, tetapi sebuah sistem berada dan berfungsi di dalam lingkungan yang berisi sistem lainnya. Suatu sistem terdiri dari sejumlah komponen yang saling berinteraksi, bekerja sama membentuk satu kesatuan. Apabila suatu sistem merupakan salah satu dari komponen sistem yang lebih besar, maka akan disebut dengan subsistem, sedangkan sistem yang lebih besar tersebut adalah lingkungannya.

b. Mempunyai Batasan Sistem (*Boundary*)

Batas sistem merupakan pembatas atau pemisah antara suatu sistem dengan sistem yang lainya atau dengan lingkungan luarnya.

c. Mempunyai Lingkungan (*Envieronment*)

Lingkungan luar adalah apa pun di luar batas dari sistem yang dapat mempengaruhi operasi sistem, baik pengaruh yang menguntungkan ataupun yang merugikan. Pengaruh yang menguntungkan ini tentunya harus di jaga sehingga akan mendukung kelangsungan operasi sebuah sistem. Sedangkan lingkungan yang merugikan harus ditahn dan dikendalikan agar tidak mengganggu kelangsungan sebuah sistem.

d. Mempunyai Penghubung (*interface*) Antar Komponen

Penghubung (*interface*) merupakan media pengubung antar suatu subsistem dengan subsitem lainnnya. Penghubung inilah yang akan menjadi media yang digunakan data dari masukan (*input*) hingga keluar (*output*). Dengan adanya penghubung, suatu subsistem dapat berinteraksi dan berintegrasi dengan subsitem yang lain untuk membentuk satu kesatuan.

e. Mempunyai masukan (*input*)

Masukan (*input*) merupakan energy yang dimasukkan kedalam sitem. Masukan dapat berupa masukan perawatan (*maintenance input*), yaitu bahan yang dimasukkan agar sistem tersebut dapat beroperasi dan masukan sinyal (*signal input*), yaitu masukan yang diperoleh untuk mendapatkan keluaran.

f. Mempunyai Pengolahan (*processing*)

Pengolahan (*processing*) merupakan bagian yang melakukan perubahan dari masukan untuk menjadi keluaran yang diinginkan.

g. Mempunyai Sasaran (*objective*) dan Tujuan

Suatu sistem pasti memiliki sasaran (*objective*) dan tujuan. Apabila sistem tidak memiliki sasaran, maka operasi sistem tidak akan ada gunanya. Tujuan inilah yang mengarahkan suatu sistem. Tanpa adanya tujuan, sistem menjadi tidak terarah dan terkendali.

h. Mempunyai Keluaran (*output*)

Keluaran (*output*) merupakan hasil dari proses yang telah dikerjakan. Keluaran dapat berupa informasi sebagai masukan pada sistem lain atau hanya sebagai sistem pembuangan.

i. Mempunyai Umpan Balik (*Feed Back*)

Umpan balik diperlukan oleh bagian kendali (*control*) sistem untuk mengecek terjadinya penyimpangan proses dalam sistem dan mengembalikan ke dalam kondisi normal.

3. Klasifikasi Sistem

Menurut Mulyanto, (2009:8) sistem dapat diklasifikasikan dari berbagai sudut pandang, diantaranya adalah sebagai berikut :

- a. Sistem Abstrak (*abstract system*) dan Sistem Fisik (*physical system*).

Sistem abstrak (*abstract system*) adalah sistem yang berupa pemikiran atau gagasan yang tidak tampak secara fisik. Sedangkan sistem fisik

(*physical system*) adalah sistem yang ada secara fisik yang dapat dilihat dengan mata.

b. Sistem Alamiah (*natural system*) dan Sistem Buatan Manusia (*human made system*).

Sistem alamiah (*natural system*) adalah sistem yang keberadaannya terjadi karena proses alam, bukan buatan manusia. Sedangkan sistem buatan manusia (*human made system*) adalah sistem yang terjadi melalui rancangan atau campur tangan manusia.

c. Sistem Tertentu (*deterministic system*) dan Sistem Tak Tentu (*probabilistic system*).

Sistem tertentu (*deterministic system*) yaitu sistem yang operasinya dapat dipredikksi secara cepat dan interaksi diantara bagian-bagiannya dapat dideteksi dengan pasti. Sedangkan sistem tak tentu (*probabilistic system*) yaitu sistem yang hasilnya tidak dapat diprediksi karena mengandung unsur probabilitas.

d. Sistem Tertutup (*closed system*) dan Sistem Terbuka (*open system*).

Sistem tertutup (*closed system*) yaitu sistem yang tidak berhubungan dengan lingkungan di luar sistem. Sistem ini tidak berinteraksi dan tidak dipengaruhi oleh lingkungan luar. Sistem ini juga bekerja secara otomatis tanpa adanya campur tangan dari pihak luar. Dalam kenyataannya tidak ada sistem yang benar-benar tertutup, yang ada

hanyalah sistem yang relatif tertutup (*relative closed system*). Sistem relative tertutup biasanya mempunyai masukan dan keluaran yang tertentu serta tidak terpengaruh oleh keadaan di luar sistem. Sedangkan sistem terbuka (*open system*) adalah sistem yang berhubungan dengan lingkungan luar dan dapat terpengaruh oleh lingkungan luar. Sistem terbuka menerima *input* dari subsistem lain dan menghasilkan *output* untuk subsistem lain. Sistem ini mampu beradaptasi dan memiliki sistem pengendalian yang baik karena lingkungan luar yang bersifat merugikan dapat mengganggu jalannya proses di dalam sistem.

4. Tujuan Sistem

Adapun tujuan sistem menurut Susanto (2013:23) adalah sebagai berikut :

“ Tujuan sistem merupakan target atau sasaran akhir yang ingin dicapai oleh suatu sistem. Agar upaya target tersebut bisa tercapai, maka target atau sasaran tersebut harus diketahui terlebih dahulu ciri-ciri atau kriterianya. Upaya mencapai suatu sasaran tanpa mengetahui ciri-ciri atau kriteria dari sasaran tersebut kemungkinan besar sasaran tersebut tidak akan pernah tercapai. Ciri-ciri atau kriteria dapat juga digunakan sebagai tolak ukur dalam menilai suatu keberhasilan suatu sistem dan menjadi dasar dilakukannya suatu pengendalian”.

Dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa sistem merupakan kumpulan suatu komponen sistem yang saling berhubungan

satu dengan yang lain untuk mencapai tujuan suatu kegiatan pokok perusahaan.

B. Penjualan

1. Pengertian Penjualan

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Penjualan dapat diartikan juga sebagai usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang yang diperlukan konsumen. Dengan adanya penjualan individu-individu bisa saling bertatap muka untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai dan mempertahankan hubungan pertukaran sehingga saling menguntungkan (Marwan,2009).

Menurut Tantri dan Thamrin (2016:3) “penjualan adalah bagian dari promosi dan promosi adalah salah satu bagian dari keseluruhan sistem pemasaran “.

Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak dan transaksi. Oleh karena itu, kegiatan penjualan sama halnya dengan kegiatan pembelian, terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan, menemukan

pembeli, negosiasi harga dan syarat-syarat pembayaran. Dengan demikian penjual harus menentukan kebijaksanaan dan prosedur yang akan diikuti memungkinkan dilaksanakan rencana penjualan yang ditetapkan (Assauri, 2011:23).

Menurut Mulyadi (2010:202) penjualan adalah kegiatan yang terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa baik secara kredit ataupun tunai.

Dari beberapa pengertian di atas mengenai penjualan, maka dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah salah satu aktivitas rutin yang dijalani oleh setiap perusahaan dalam memperjualbelikan barang dan jasanya, yang tujuannya untuk memperoleh laba dan untuk membuat perusahaan tersebut semakin berkembang.

2. Volume Penjualan

Menurut Kotler (2014) volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu dan di dalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik.

Adapun beberapa usaha untuk meningkatkan volume penjualan, diantaranya adalah sebagai berikut :

- a. Menjajakan produk dengan sedemikian rupa sehingga konsumen melihatnya.
- b. Menempatkan dan pengaturan yang teratur sehingga produk tersebut akan menarik perhatian konsumen.
- c. Mengadakan analisis pasar.

- d. Menentukan calon pembeli atau konsumen yang potensial.
- e. Mengadakan pameran.
- f. Mengadakan discount atau potongan harga.

3. Tujuan Penjualan

Menurut Swastha (2014:404) tujuan utama penjualan dalam perusahaan adalah untuk mencapai volume penjualan tertentu, memperoleh laba dan untuk menunjang pertumbuhan dan perkembangan perusahaan.

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila perusahaan tidak dapat menjual dengan baik maka perusahaan akan mengalami kerugian. Adapun beberapa tujuan utama dalam melakukan penjualan yaitu :

- a. Tujuan yang dirancang untuk meningkatkan volume penjualan total atau meningkatkan penjualan produk-produk yang lebih menguntungkan.
- b. Tujuan yang dirancang untuk mempertahankan posisi penjualan yang efektif melalui kunjungan penjualan regular dalam rangka menyediakan informasi mengenai produk baru.
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan tujuan tersebut dapat tercapai apabila penjualan dapat dilaksanakan sebagaimana yang telah direncanakan sebelumnya.

Penjualan tidak selalu berjalan mulus, keuntungan dan kerugian yang diperoleh perusahaan banyak dipengaruhi oleh lingkungan

pemasaran. Lingkungan sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan.

4. Jenis – Jenis Penjualan

Penjualan memiliki beberapa jenis penjualan ,diantaranya adalah sebagai berikut :

a. Penjualan Tunai

Penjualan tunai menurut Mulyadi (2013:455) mengatakan bahwa penjualan tunai dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mewajibkan pembeli melakukan pembayaran harga barang terlebih dahulu sebelum barang diserahkan kepada pembeli. Sedangkan menurut Pusitawati dan Anggadini (2011:167) mengatakan bahwa penjualan tunai merupakan penjualan yang dilakukan dengan cara menerima uang tunai pada saat barang diserahkan kepada pembeli. Maka dapat disimpulkan bahwa penjualan tunai adalah suatu transaksi yang dilakukan secara langsung dengan menerima uang saat barang diberikan kepada pihak pembeli.

b. Penjualan Kredit

Penjualan kredit dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mengirimkan barang sesuai dengan order yang diterima dari pembeli dan untuk jangka waktu tertentu perusahaan memiliki tagihan kepada pembeli tersebut Mulyadi (2013:201).

5. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor – faktor yang dapat meningkatkan aktivitas penjualan perusahaan. Faktor – faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Swastha (2014) sebagai berikut :

1. Kondisi dan Kemampuan Penjual

- a. Jenis atau karakteristik barang atau jasa yang ditawarkan.
- b. Harga produk atau jasa.
- c. Syarat penjualan seperti pembayaran dan pengiriman.

2. Kondisi Pasar

- a. Jenis pasar
- b. Kelompok pembeli
- c. Daya beli
- d. Frekuensi pembelian
- e. Keinginan dan kebutuhan

3. Modal

Dengan adanya modal perusahaan dapat melakukan aktivitas yang bisa meningkatkan volume penjualan.

4. Kondisi Organisasi Perusahaan

Kondisi organisasi yang ada dalam perusahaan bisa mempengaruhi tingkat penjualan suatu perusahaan.

5. Faktor – Faktor lain

- a. Promosi
- b. Distribusi

C. Wedang Uwuh

1. Pengertian Wedang Uwuh

Wedang uwuh merupakan minuman tradisional warisan leluhur yang sangat menyehatkan. Minuman ini merupakan minuman khas dari kecamatan Imogiri, Yogyakarta yang dicampur dari bahan-bahan rempah daum yang bermanfaat untuk kesehatan dan mempunyai rasa yang nikmat. Namanya mulai dikenal di dunia semenjak warisan budaya ini terdaftar sebagai warisan budayayang berasal dari Daerah Istimewa Yogyakarta pada tahun 2017. Kata wedang dalam bahasa Jawa yg berarti minuman, sedangkan uwuh dalam bahasa Jawa berarti sampah. Wedang uwuh bila diartikan secara langsung memiliki arti minumansampah, namun ini hanya istilah saja.

Wedang uwuh terbuat dari rempah-rempah asli tanah Jawa yang tentu saja memiliki banyak khasiat bagi kesehatan. Rempah merupakan tanaman obat yang sering digunakan sebagai bahan dasar jamu atau obat herbal. Berbagai bahan dasar wedang uwuh di antaranya adalah jahe, kayu secang, daun cengkeh, kayu manis, daun pala, biji pala, kapulaga dan gula batu (Hartati, 2018).

Minuman ini memiliki warnah merah yang dihasilkan oleh penggunaa kayu secang. Wedang uwuh nikmat disajikan dalam kondisi panas. Cita rasa dari minuman ini dalah pedas dari jahe dan rasa segar yang dikeluarkan dari beragam jenis daun – daunan yang diseduh

dengan air panas. Selain rasa segar dan hangat jahe yang didapat, minuman ini juga baik bagi kesehatan tubuh di antaranya untuk menyembuhkan batuk ringan, pegal-pegal, perut kembung, masuk angin, menurunkan kolesterol, sebagai anti oksidan, menyegarkan badan, menghilangkan capek, melancarkan aliran darah, menghangatkan badan, meningkatkan kekebalan tubuh dan menyembuhkan perut kembung.

2. Sejarah Wedang Uwuh

Wedang uwuh memiliki beragam cerita, banyak versi cerita asal usul wedang uwuh yang tersebar di Yogyakarta. Namun dari berbagai cerita hanya beberapa yang paling terkenal ditelinga masyarakat Yogyakarta yaitu :

a. Sejarah Sultan Agung Mataram

Asal mula wedang uwuh berasal dari kisah Sultan Agung, sebagai Raja Mataram di Yogyakarta. Saat ini Sultan Agung bersama beberapa pengawalinya sedang mencari tempat yang akan dijadikan sebagai tempat pemakaman keluarga raja. Beberapa tempat telah mereka keliling, hingga akhirnya Bukit Merak Imogiri (Bantul) terpilih sebagai tempat yang paling cocok. Sebelum akhirnya pilihan benar-benar diputuskan, Sultan Agung terlebih dahulu semedi (menyepi) di tempat tersebut untuk mementapkan hatinya.

Pada malam itu raja menyuruh salah satu pengawalnya untuk membuat minuman yang dapat menghangatkan tubuhnya dalam proses semedi di bukit yang dingin itu. Pengawal tersebut kemudian membuatkan wedang secang dan meletakkannya di bawah pepohonan berdekatan dengan tempat semedi raja. Seiring berjalannya malam, angin bertiup dan menerbangkan beberapa daun dan ranting pohon. Dedaunan dan ranting-ranting pohon tersebut tidak sengaja jatuh pada wedang secang milik raja bercampur dan larut menjadi satu. Karena gelapnya, malam raja tidak mengetahui ada yang salah pada minumannya. Ia pun meminumnya dan menikmati tanpa rasa curiga atau aneh sedikitpun.

Hari berikutnya raja kembali memanggil pengawal dan memintanya untuk dibuatkan minuman yang sama persis seperti semalam. Raja mengatakan bahwa minuman yang belum pernah ia rasakan itu sangat enak dan dapat menghangatkan tubuhnya dari udarah dingin Imogiri.

Merasa penasaran dengan perkataan sang raja dan ekspresi kepuasannya itu, pengawal kemudian mengambil wadah minum milik raja untuk memastikan minuman yang ia buat. Betapa terkejutnya ia bahwa yang berada dalam wadah tersebut bukan bahan-bahan dari minuman yang ia buat. Ia kemudian mengamati bahan-bahan yang ada di dalam wadah tersebut dan meraciknya pada malam selanjutnya. Hingga akhirnya minuman ini menjadi

minuman favorit raja dan masyarakat Yogyakarta menamakan minuman ini wedang uwuh (Astuti,2017)

b. Sejarah Prajurit Matarm

Cerita ini hampir mirip dengan cerita Sultan Agung, namun terdapat beberapa perbedaan kecil.

Astuti (2017) mengungkapkan konon katanya wedang uwuh pertama kali dibuat oleh prajurit-prajurit kerajaan Mataram. Tugas berat prajurit kerajaan saat berperang dengan masuk keluar hutan membuat para prajurit mencari ramuan untuk menghangatkan badan. Sepanjang perjalanan perang para prajurit mengumpulkan bahan-bahan yang ada di sekitar, kemudian mencampurnya menjadi sebuah ramuan. Kelak ramuan ini yang di kenal dengan sebutan wedang uwuh.

3. Komposisi Wedang Uwuh

Fakta bahwa wedang uwuh sangat berkhasiat dan menyehatkan tubuh tidak akan lepas dari apa saja jenis bahan yang digunakan. Secara umum wedang uwuh terdiri dari beberapa bahan- bahan rempah yaitu :

- a. Jahe
- b. Kayu secang
- c. Biji cengekeh
- d. Daun cengkeh
- e. Daun pala
- f. Kayu manis

g. Pala

h. Gula batu

Itu merupakan bahan-bahan yang selalu digunakan untuk membuat wedang uwuh dan dapat menciptakan cita rasa yang sangat nikmat.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif Metode penelitian ini sering disebut sebagai metode penelitian dengan menggunakan kealaman data dan fakta yang terjadi di lapangan mengenai sistem penjualan wedang uwuh di UMKM Syalala.

B. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah pada bagian sistem penjualan wedang uwuh di UMKM Syalala yang beralamat di Jalan Sidat Gg. Arwana 1`Nitikan Rt 48 Rw 12 No.483 Sorosutan Kec.Umbulharjo Kota Yogyakarta Daerah Istimewa Yogyakarta 55162. Bidang kegiatan yang Syalala”.

C. Jenis Data

1. Data Primer

Data primer diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat rekaman ketika wawancara langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari (Saryono, 2013). Data primer ini meliputi hasil pengamatan dan wawancara secara

langsung kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan sistem penjualan wedang uwuh di UMKM Syalala.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya peneliti harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Data ini diperoleh dengan menggunakan studi literature yang dilakukan terhadap banyak buku dan diperoleh terhadap catatan-catatan yang berhubungan dengan penelitian, selain itu juga peneliti mempergunakan data yang diperoleh dari internet. Data sekunder ini meliputi dokumentasi berupa data yang diperoleh dari UMKM Syalala.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah,

1. Metode Wawancara

Metode wawancara merupakan bentuk pengumpulan data yang paling sering digunakan. Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada pihak UMKM Syalala.

2. Metode Pengamatan

Metode pengamatan yaitu melakukan pengamatan secara langsung terhadap sistem penjualan wedang uwuh umkm di UMKM Syalala, untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian.

3. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah pengumpulan data melalui dokumen setiap arsip data dari UMKM Syalala.

E. Metode Analisis Data

Didalam sebuah penelitian harus ada metode untuk menganalisis data, didalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Deskripsi kualitatif adalah metode penelitian untuk membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian tentang suatu keadaan secara objektif (Nazir, 2005). Dalam hal ini penulis menguraikan dan menjelaskan tentang sistem penjualan wedang uwuh di UMKM Syalala.

BAB IV

GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah Berdirinya UMKM Syalala

UMKM Syalala merupakan usaha yang bergerak di bidang minuman herbal. Usaha Syalala di dirikan pada bulan Juni 2017 oleh ibu Eka Yuli Sari bersama suaminya bapak Thoyib Nugroho bersama kedua anaknya yaitu Aulia Syifa Nur Syahidh dan Aqila Dziadatul 'Aisyil di Jl. Sidat Gg. Arwana 1 Nitikan UH 6/438 RT 48 RW 12 Sorosutan Umbulharjo Yogyakarta 55162. Usaha ini di mulai dari usaha kecil-kecilan untuk memenuhi kebutuhan oleh-oleh wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta. Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki banyak sekali oleh-oleh khas berupa makanan di antaranya bakpia, gudeg, geplak, wingko, yangko semua makanan tersebut hanya dapat bertahan sampai satu minggu. Akhirnya ibu Eka dan keluarganya memutuskan untuk membuat suatu produk yang dapat bertahan cukup lama dan sudah terkenal sebelumnya sebagai minuman khas Yogyakarta antara lain wedang uwuh, wedang secang, wedang serai, wedang salam, wedang sirsak, dll. Wedang uwuh adalah salah satu produk unggulan sebagai salah satu oleh-oleh khas Yogyakarta yang sudah cukup lama di kenal oleh wisatawan lokal maupun manca negara. Wedang uwuh diracik dengan berbagai macam rempah-rempah antara daun cengkeh, daun kayu manis, daun pala, kapulaga, cengkeh, batang cengkeh, kayu

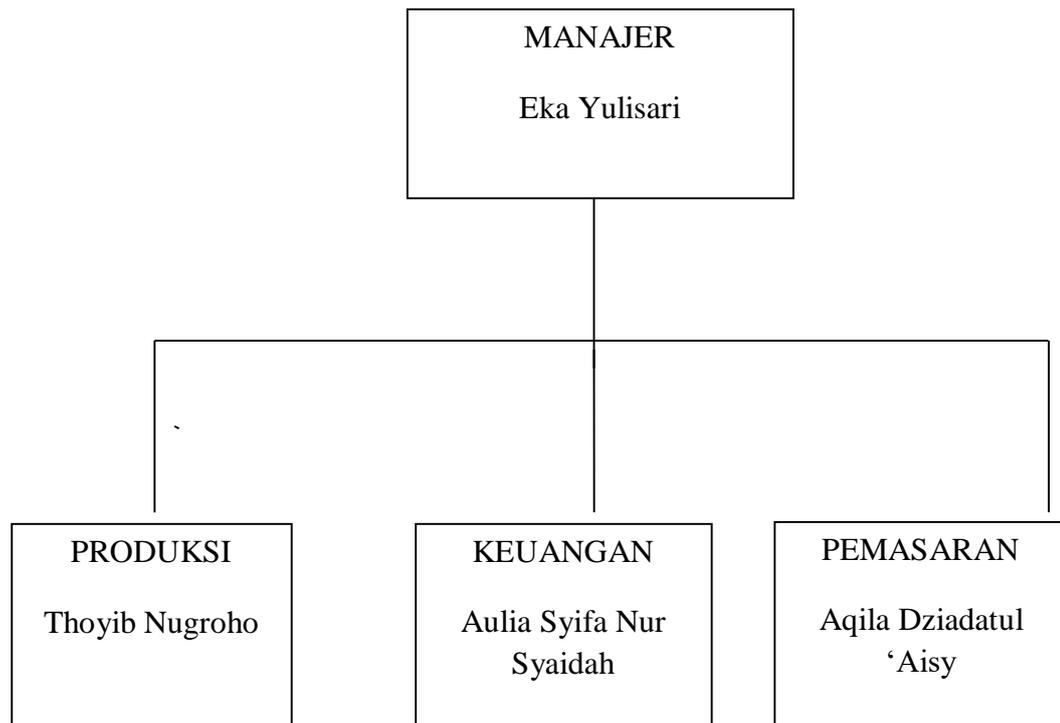
secang, jahe dan gula batunini dapat bertahan hingga satu sampai dua bulan.

Awalnya penjualan wedang uwuh hanya terbatas pada keluarga dan teman atau relasi dekat saja, namun seiring dengan berjalannya waktu, semakin banyaknya pelanggan baru yang di referensikan oleh temman dan saudara, maka Perlu di buatkan brand / merek untuk memudahkan pelabelan dan pennjualan. Brand Syalala merupakan singkatan dari nama kedua anaknya yaitu Sasya dan Lala dipilih agar mudah diingat, dan di harapkan merekalah yang nantinya meneruskan usaha ini.

Penjualan wedang uwuh di lakukan secara online maupun offline / langsung. Penjualan online dilakukan melalui media sosial seperti : instagram, facebook, whatsapp, dan marketplace sperti : bukalapak, tokopedia, olx. Pelanggan UMKM Syalala terdiri dari semua kalangan mulai dari kaalangan bawah sampai kalangan atas dari berbagai daerah di Indonesia bahkan sampai ke luar negri seperti Malaysia dan Australia.

2. Struktur Organisasi UMKM Syalala

a. Struktur Organisasi UMKM Syalala



Gambar 4.1 Struktur Organisasi UMKM Syalala

UMKM Syalala adalah usaha yang bergerak dalam bidang minuman herbal, usaha industry rumahan yang sudah memiliki pasar yang cukup luas, dalam ketercapaian tersebut tidak lepas dari kerja keras pemilik usaha beserta keluarganya. Untuk itu dibuatlah struktur organisasi beserta masing-masing tugasnya agar setiap bagian mengetahui apa yang seharusnya di kerjakan.

b. Tugas dan Fungsi dari setiap Sub Bidang.

Berikut ini merupakan tugas dan fungsi setiap jabatan dari struktur organisasi UMKM Syalala :

1. Manajer UMKM Syalala

Manajer mengatur karyawan atau tim melalui wewenang dan kekuasaan yang dimiliki serta mengkoordinir dalam mencapai tujuan berkembangnya UMKM Syalala.

a. Tugas Manajer di UMKM Syalala

Pada intinya sama saja seperti di kantor. Karena pada prinsipnya perusahaan merupakan organisasi yang memiliki tujuan mencari laba atau keuntungan. Tugas pokok seorang manager diantaranya sebagai berikut :

1. Memimpin UMKM Syalala.
2. Mengendalikan dan mengatur organisasi atau UMKM.
3. Membangun kepercayaan diantara karyawan.
4. Mengembangkan kualitas UMKM.
5. Mengevaluasi aktifitas UMKM.
6. Memberikan solusi, gagasan, ide yang positif untuk perkembangan usaha.

b. Fungsi Manager di UMKM Syalala

Menjalankan fungsi Manajemen dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang di rencanakan. Berikut fungsi Manajer :

1. Fungsi perencanaan

Fungsi perencanaan adalah menyetujui apa yang akan di kerjakan dengan sumber dayayang dimiliki. Perencanaan di lakukan untuk menentukan tujuan organisasi UMKM Syalala dan cara terbaik untuk memenuhi tujuan tersebut.

2. Fungsi pengorganisasian

Pengorganisasian dapat di lakukan dengan cara menentukan tugas apa yang harus di kerjakan, siapa yang harus mengerjakan, bagaimana mengerjakan tugas-tugas tersebut, dan siapa yang harus bertanggung jawab pada tugas-tugas tersebut

3. Fungsi pengarahan

Fungsi pengarahan adalah suatu tindakan untuk mengusahakan agar semua anggota kelompok untuk mencapai sasaran sesuai dengan perencanaan manajerial dan usaha.

2. Manajemen Keuangan.

Manajemen keuangan adalah kegiatan pengelolaan dana yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau organisasi, yaitu meliputi kegiatan pencarian, pengelolaan dan penyimpanan dana. Manajer keuangan harus mengetahui bagaimana mengelola segala unsur dan segi keuangan, karena itu merupakan salah satu fungsi penting dalam mencapai tujuan berdirinya UMKM Syalala.

a. Fungsi manajemen keuangan antara lain :

1. Perencanaan keuangan, membuat rencana pemasukan dan pengeluaran serta kegiatan-kegiatan lainnya untuk periode tertentu.
 2. Penganggaran keuangan, tindak lanjut dari perencanaan keuangan dengan membuat detail pengeluaran dan pemasukan.
 3. Pengelolaan keuangan, menggunakan dana usaha untuk memaksimalkan dana yang ada dengan berbagai cara.
 4. Pencarian keuangan, mencari dan mengeksploitasi sumber dana yang ada untuk operasional kegiatan usaha.
 5. Penyimpanan keuangan, mengumpulkan dana usaha serta menyimpan dan mengamankan dana tersebut.
 6. Pengendalian keuangan melakukan evaluasi serta perbaikan atas keuangan dan sistem keuangan pada usaha.
 7. Pemeriksaan keuangan, melakukan audit internal atas keuangan usaha yang ada agar tidak terjadi penyimpangan.
 8. Pelaporan keuangan, penyediaan informasi tentang kondisi keuangan usaha sekaligus sebagai bahan evaluasi.
3. Manajemen Produksi

Manajemen produksi merupakan salah satu bagian dari bidang manajemen yang mempunyai peran dalam mengkoordinasikan berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan. Untuk mengatur kegiatan ini, perlu dibuat keputusan-keputusan yang berhubungan dengan usaha-usaha untuk mencapai tujuan agar barang dan jasa yang dihasilkan sesuai dengan apa yang direncanakan.

a. Tugas Manajer Produksi

1. Melakukan perencanaan dalam pengorganisasian jadwal produksi.
2. Menilai proyek dan sumber daya
3. Memperkirakan, negosiasi dan menyetujui anggaran dan rentang waktu dengan klien dan manajer.
4. Menentukan standar kontrol kualitas.
5. Mengawasi proses produksi.
6. Melakukan pemilihan, pemesanan dan bahan pembelian.
7. Mengorganisir perbaikan dan pemeliharaan rutin peralatan produksi.
8. Menjadi penghubung dengan pembeli, pemasaran, dan staf penjualan.
9. Mengawasi pekerja produksi.

b. Fungsi Manajer Produksi

1. Mengawasi proses produksi, menyusun jadwal produksi.
2. Memastikan agar biaya produksi efektif.
3. Memutuskan sumber apa yang di perlukan.
4. Menyusun skala waktu untuk pekerjaan.
5. Memperkirakan biaya dan menetapkan standar kualitas.
6. Menentukan proses produksi dan menyesuaikan jadwal yang di perlukan.
7. Bertanggung jawab untuk pemilihan dan pemeliharaan peralatan.
8. Memantau standar produk dan melaksanakan program kontrol kualitas.

9. Bertugas sebagai penghubung antar departemen yang berbeda, misalnya pemasok, manajer.
10. Bekerja dengan manajer untuk melaksanakan kebijakan dan tujuan usaha.

4. Manajer Pemasaran

Manajer pemasaran adalah proses penetapan tujuan-tujuan pemasaran bagi suatu organisasi, perencanaan, dan pelaksanaan aktivitas untuk memenuhi tujuan-tujuan tersebut, dan mengukur kemajuan kearah pencapaian yang telah di rencanakan sebelumnya.

a. Tugas Manajer Pemasaran yaitu :

1. Membuat, merumuskan, menyusun, menetapkan konsep, dan rencana umum usaha mengarahkan dan memberikan kebijakan atau keputusan atas segala rancangan implementasi manajemen pemasaran, penjualan dan promosi kearah pertumbuhan dan perkembangan perusahaan.
2. Mengarahkan karyawan untuk meningkatkan seluruh sumber daya yang ada secara optimal bagi kepentingan UMKM.
3. Memberikan kemampuan profesional secara optimal bagi kepentingan UMKM.
4. Menyusun, mengatur, menganalisis, mengimplementasi, dan mengevaluasi manajemen pemasaran, penjualan dan promosi.

5. Melakukan pengawasan dan pengendalian atas seluruh kinerja manajemen pemasaran, penjualan dan promosi bagi kepentingan perusahaan.
6. Menciptakan suasana tenang, damai dan enerjik terhadap seluruh aktivitas perusahaan.
7. Mengarahkan seluruh karyawan untuk bekerja secara profesional, efisien dan efektif.
8. Merealisasikan dan melaksanakan rencana-rencana serta prosedur-prosedur yang diterapkan melalui wewenang pada departemen pemasaran, penjualan promosi, yang berada dibawah tanggung jawabnya.
9. Mengadakan pengawasan terhadap seluruh kinerja karyawan.
10. Memelihara sistem pertanggungjawaban UMKM guna kepentingan manajemen pemasaran, penjualan pemasaran dan promosi dalam pemeriksaan pengeluaran oleh usaha UMKM.

b. Fungsi Manajer Pemasaran

Ada beberapa fungsi adanya manajer pemasaran diantaranya sebagai berikut :

1. Bertanggung jawab atas seluruh kegiatan, kinerja dan prosedur-prosedur yang di pergunakan.
2. Bertanggung jawab atas seluruh kinerja, kebijakan dan prosedur-prosedur manajemen pemasaran, penjualan dan promosi berhubungan dengan sistem dan mekanisme perusahaan dan sumber daya manusia pada umumnya.

3. Bertanggung jawab atas pengembangan sistem dan mekanisme manajemen pemasaran, penjualan dan promosi secara umum.
4. Bertanggung jawab terhadap penelitian dan pengembangan yang berhubungan dengan kualitas keseluruhan kinerja usaha.

B. Pembahasan

1. Sistem Penjualan Wedang Uwuh di UMKM Syalala

Sistem penjualan wedang uwuh di UMKM Syalala dilakukan dengan dua cara yaitu offline dan online. Offline yaitu penjualan yang dilakukan secara langsung kepada pelanggannya yang datang ke tempat UMKM Syalala untuk melihat produk yang akan dibeli. Sedangkan penjualan online dilakukan melalui media sosial seperti: instagram, facebook, whatsapp dan marketplace seperti : bukalapak, tokopedia, olx. Dengan adanya penjualan secara online agar masyarakat yang ada di luar daerah Yogyakarta dapat membelinya dan siap di kirim dengan jangka waktu yang sudah ditentukan.

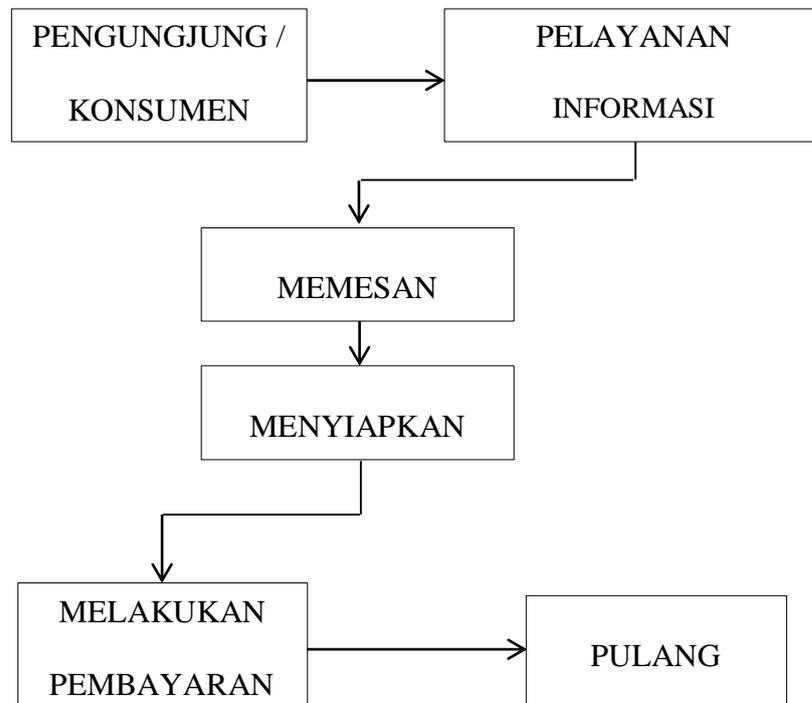
UMKM Syalala memiliki konsumen dari lokal, dalam dan luar negeri. Daerah yang menjadi pasar lokal adalah Daerah Istimewa Yogyakarta, kemudian untuk pasar dalam negeri meliputi Provinsi Jawa Tengah, Jawa Barat, beberapa daerah di Jawa dan luar Jawa. Kemudian untuk konsumen dari luar negeri adalah Malaysia dan Australia. Walaupun sudah banyak memiliki konsumen, penyebaran produk masih belum terdistribusi secara luas dan

merata, khususnya di Yogyakarta, sehingga masih diperlukan adanya sistem penjualan yang lebih efektif.

2. Alur Sistem Penjualan Wedang Uwuh di UMKM Syalala

Terdapat dua alur sistem penjualan wedang uwuh di UMKM Syalala yaitu secara offline dan online

a. Alur Sistem Penjualan Wedang Uwuh secara offline



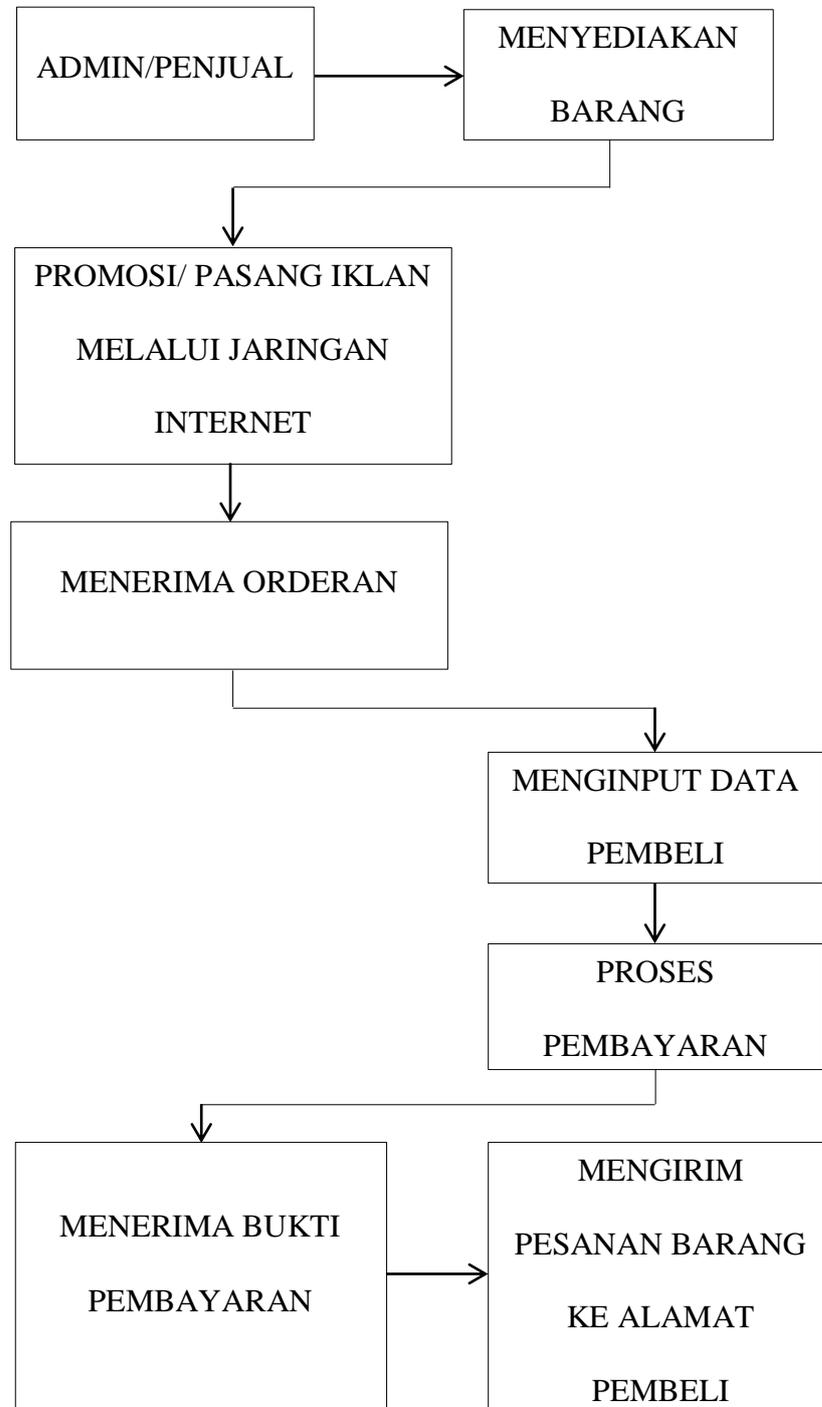
Gambar 4.2 Alur Sistem Penjualan Wedang Uwuh secara offline

Berikut penjelasan terkait gambar penjualan offline

- a. Konsumen datang langsung ke tempat UMKM Syalala dan melihat barang yang akan dibeli.

- b. Jika konsumen bertanya, maka pemilik UMKM Syalala akan memberikan pelayanan informasi mengenai barang tersebut. Tujuan dari bertanya yaitu konsumen akan mengetahui tentang kualitas produk tersebut, bahan – bahan apa saja yang digunakan dan konsumen juga akan lebih jelas mengetahui cara menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut.
- c. Dengan mendengar informasi barang tersebut konsumen kemudian langsung memesan jumlah barang yang akan dibeli, dan dapat langsung memilih barang apa saja yang ingin dibeli.
- d. Pemilik UMKM Syalala melakukan pengemasan sesuai dengan banyak jumlah barang yang di pesan oleh konsumen dan barang yang dipilih secara langsung oleh konsumen.
- e. Konsumen melakukan pengecekan ulang terhadap barang tersebut. Pengecekan di lakukan untuk mengetahui apakah barang tersebut sudah lengkap sesuai pesanan, jika sudah lengkap maka akan dilakukan pembayaran secara langsung di UMKM Syalala.
- f. Pemilik UMKM Syalala menerima pembayaran dan memberikan barang tersebut kepada konsumen.
- g. Pelayanan selesai.

b. Alur Sistem Penjualan Wedang Uwuh Secara Online



Gambar 4.3 Alur Sistem Penjualan Wedang Uwuh secara online

Berikut penjelasan terkait gambar penjualan online :

- a. Penjual memasarkan produk atau barang nya melalui jaringan internet tujuannya agar dapat di jual secara online. Dan dapat di jual secara global karena di akses oleh pengguna internet dimanapun berada, sehingga dapat dengan mudah diperjual belikan.
- b. Penjual menyediakan produk barang yang akan di perjual belikan, yang benar-benar tersedia stok barang tersebut agar pembeli dapat mengetahui stok barang yang akan di jual di website penjual barang tersebut.
- c. Penjual memasarkan produknya dengan memasang iklan yang di terbitkan di situs internet, beserta dengan informasi dari barang-barang yang akan di jual.
- d. Kemudian penjual menerima pesanan barang atau menerima orderan dari pembeli.
- e. Penjual memperoleh input data pembeli berupa identitas dengan tujuan agar proses pengiriman barang tidak mengalami kesalahan dalam mengirim barang agar sampai ke tujuan.
- f. Proses selanjutnya pembeli dapat melakukan proses transaksi dengan melakukan proses pembayaran uang tunai melalui nomor rekening yang di berikan oleh penjual.
- g. Penjual meminta pembeli untuk mengirim bukti pembayaran yang sudah di transfer ke rekening penjual.

- h. Penjual memeriksa rekening yang sudah di transfer oleh pembeli jika sudah maka barang tersebut siap di kirim ke alamat pembeli.

3. Beberapa Kemudahan Dalam Membeli Wedang Uwuh

Berikut ini merupakan beberapa kemudahan dalam membeli wedang uwuh :

- a. Kemudahan konsumen untuk mendapatkan informasi tentang produk yang akan dibeli.

Dalam sub indikator pertama ini, dapat diketahui bahwa pemilik UMKM Syalala memberikan informasi yang jelas dan benar mengenai apa saja prosedur yang dilakukan jika konsumen ingin membeli produk tersebut.

- b. Ketepatan waktu penyelesaian produksi dalam melakukan penjualan.

Dengan adanya standar penyelesaian yang diketahui oleh konsumen akan memberi informasi kepada konsumen mengenai ketepatan waktu dalam melakukan produksi dan siap untuk dijual. Namun selain adanya standar tersebut dibutuhkan juga keterbukaan dari penjual mengenai waktu yang dibutuhkan dalam melakukan produksi, ini dimaksud agar tidak terjadi kesalahpahaman antara penjual dan pembeli. Keterbukaan waktu ini membuat konsumen merasa lega karena mendapatkan kepastian jadwal penyelesaian produksi, dengan mengetahui kapan selesai produksi membuat konsumen tidak perlu pusing

lagi tentang kapan waktu penyelesaiannya. Karena sudah diberikan kepastian waktunya oleh penjual.

- c. Fasilitas dalam suatu kegiatan sistem penjualan wedang uwuh tidak akan pernah lepas dari sarana dan prasarana yang disediakan oleh pihak UMKM Syalala untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang datang langsung ke tempat UMKM Syalal. Sarana dan parasarana yang tersedia dapat menjadi faktor utama yang menunjang pelaksanaan kegiatan penjualan wedang uwuh. Adanya fasilitas tersebut sangat berpengaruh pada konsumen yang datang membeli. Fasilitas tersebut terdiri dari ruang produksi wedang uwuh dan ruang penjualan wedang uwuh. Dengan adanya fasilitas tersebut konsumen dapat melihat secara langsung cara melakukan produksi wedang uwuh dan dapat memilih secara langsung produk yang akan dibeli.

- d. Biaya Penjualan

Biaya merupakan harga yang diberikan atau tariff penjualan termasuk rincian dalam proses pembuatan produk. Biaya tersebut telah ditentukan sebelumnya oleh penjual dalam melakukan penjualan.

4. Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Pelaksanaan Sistem Penjualan Wedang Uwuh di UMKM Syalala

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi sistem penjualan wedang uwuh diantaranya :

a. Komitmen dari pemilik UMKM Syalala

Faktor yang mempengaruhi sistem penjualan wedang uwuh adalah komitmen dari pemilik UMKM Syalala. Komitmen awal yaitu guna untuk memenuhi kebutuhan ekonomi dan memenuhi kebutuhan konsumen dalam meningkatkan sistem penjualan dan memperbaiki kualitas pelayanan yang lebih baik lagi.

b. Dukungan Masyarakat

Dukungan masyarakat adalah faktor yang berpengaruh terhadap sistem penjualan wedang uwuh. Hal ini disebabkan karena masyarakat dapat memberikan bantuan, semangat, dukungan, perhatian sehingga bisa meningkatkan sistem penjualan yang lebih baik.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang sistem penjualan wedang uwuh di umkm syalala maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa sistem penjualan yang dilakukan menggunakan dua cara sebagai berikut :

1. Melakukan penjualan secara langsung, dengan adanya penjualan secara langsung membuat konsumen lebih mudah dalam memilih produk yang akan dibeli dan mendapatkan informasi secara langsung mengenai kualitas produk
2. Melakukan penjualan secara online, penjualan online dilakukan agar produk dapat di jual secara global karena dapat di akses oleh semua pengguna internet dimanapun berada.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Pihak UMKM Syalala lebih banyak merekrut karyawan agar dapat menjaga konsistensi dan ketepatan waktu, dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.
2. Menambah fasilitas sarana prasarana untuk mempermudah sistem penjualan wedang uwuh kepada kosumen.
3. Meningkatkan kualitas produk wedang uwuh menjadi lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Mulyano, (2009). “*Sistem Informasi Konsep dan Aplikasi*”. Yogyakarta :
Pustaka Pelajar
- Anthony, (2017). “*Analisis Perencanaan Sistem Informasi Penjualan*”. Jurnal
Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer Vol. 4, No. 2
- Assauri, (2011). “*Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*”, PT
RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Astuti, Nur, (2017). “*Komposisi dan Sejarah Wedang Uwuh*”. Jurnal Ekonomi
Manajemen Sumber Daya Vol.20, No 2, hal 63-69.
- Hartati, Anies S , (2018). “*Wedang Uwuh, Warisan Budaya Sebagai Alternatif
Oleh-Oleh Khas Yogyakarta*”. Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya
Vol.20, No 2, hal 66-67.
- Heri, (2011). “*Wedang Uwuh Minuman Khas Jogja*”. Jurnal Manajemen
Vol.1,No1,2011,hal 41-44.
- Jogiyanto, Andi (2009). “*Analisis dan Desain Sistem Informasi*”. Yogyakarta
- Kotler, (2008). “*Prinsip –Prinsip Pemasaran*”. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta:
Eirlangga

Mulyadi, (2010). “*Sistem Akuntansi*”, Edisi ke-3, Cetakan ke-5. Penerbit Salembah Empat, Jakarta.

Nazir, Moh, (2005). “*Metode Penelitian. Jakarta*” : Ghalia Indonesia.

Prasetyo, Heru, (2008). “*Sejarah Wedang Uwuh*”. Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya Vol.20, No 2, hal 65-66.

Puspitawati, Anggadini, (2011). “*Sistem Informasi Akuntansi*”. Yogyakarta : Graha Ilmu

Susanto, (2003). “*Sistem Informasi Manajemen*”. Lingga Jaya. Bandung.

Sutarman, (2009). “*Pengantar Teknologi Informasi*”. Penerbit PT Bumi Aksara : Jakarta

Swastha, Basu. (2014). “*Manajemen Pemasaran*”. Yogyakarta

Tantri, Thamrin, (2016). “*Manajemen Pemasaran*”. Depok : PT Raja Grafindo Persada

LAMPIRAN



Komposisi produk dalam satu kemasan

Pengembangan produk dan penyajian

Sumber : Dokumen Pribadi

produk dalam satu kemasan

Sumber : Dokumen Pribadi



Produk yang sudah di produksi

Produk yang sudah dipacking dan siap

Untuk di kirim ke tempat konsumen

Sumber : Dokumen Pribadi

Sumber : Dokumen Pribadi



Persediaan produk

Produk yang di produksi tidak

Sumber : Dokumen Pribadi

menggunakan jahe dan gula batu sesuai

Permintaan konsumen

Sumber : Dokumen Pribadi



Produk yang siap di jual di tempat

Penjualan

Sumber : Dokumen Pribadi



Pembersihan tempat penjualan

Sumber : Dokumen Pribadi