

PENDAMPINGAN PEMASARAN DAN PENYUSUNAN LAPORAN UMKM BINAAN FEB UP I MADE INSTANT FOOD

Tryas Chasbiandani¹, Khalida Utami², Dian Riskarini³, Elly Rosdiana⁴, Vibi Dwita Nabila⁵

¹D3 Akuntansi, Universitas Pancasila, Jakarta, Indonesia

² S1 Akuntansi, Universitas Pancasila, Jakarta, Indonesia

^{3,5} S1 Management, Universitas Pancasila, Jakarta, Indonesia

⁴ S1 Akuntansi, Universitas Pancasila, Jakarta, Indonesia

Artikel

Diterima : 04 Juli 2023

Disetujui : 06 Juli 2023

Email : tryas@univpancasila.ac.id

Abstrak

Tujuan pengabdian kepada masyarakat yaitu memberikan pendampingan untuk peningkatan level (Scale Up) terkait management Pemasaran dan Management Keuangan pada UMKM binaan FEB UP I Made Instant Food. Metode pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat ini menggunakan metode pelatihan dan pendampingan oleh tim Pengabdian kepada Masyarakat. Hasil dari pendampingan ini adalah sudah dibuatnya akun Instagram untuk pemasaran dan penyusunan laporan harga pokok produksi, harga pokok penjualan dan laba rugi usaha I Made Instant Food

Kata Kunci: pemasaran; laporan HPP; laporan laba rugi

Abstract

The purpose of community service is to provide assistance for level improvement (Scale Up) related to Marketing management and Financial Management at MSMEs assisted by FEB UP I Made Instant Food. This method of implementing Community Service uses training and mentoring methods by the Community Service team. The result of this assistance is the creation of an Instagram account for marketing and preparation of reports on the cost of goods produced, cost of goods sold and profit and loss of business I Made Instant Food

Keywords: marketing; COGS report; income statement

PENDAHULUAN

Unit Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan unit usaha yang mulai berkembang, terutama pasca adanya pandemic covid – 19. Usaha dan inovasi harus terus dikembangkan dalam rangka meningkatkan daya saing di pasar dan meningkatkan minat customer untuk membeli. I made instant food merupakan sebuah produk makanan instant yang siap saji dimana customer diberikan kemudahan dalam membuatnya. Efisien dalam waktu namun tetap mengedepankan rasa dan sajian. Sering kali, UMKM memiliki kendala dalam mengembangkan usahanya, tidak hanya disini mempertahankan rasa, namun juga meningkatkan kemampuan untuk terus menjaga harga, ditengah gerusan harga – harga bahan pokok yang semakin naik. Selain menjaga harga dan kualitas, kemampuan dalam memasarkan produknya pun sering menjadi permasalahan bagi pelaku UMKM. Mengenalkan produknya hanya tidak sebatas disini regional tapi juga memasarkannya sampai ke tingkat nasional. Terutama karena produk yang dijual adalah produk makanan instant. Menurut Haeruman (2000), tantangan bagi dunia usaha, terutama pengembangan UKM, mencakup aspek yang luas, antara lain: Peningkatan kualitas SDM dalam hal kemampuan manajemen, organisasi dan teknologi, Kompetensi kewirausahaan, Akses yang lebih luas terhadap permodalan, Informasi pasar yang transparan, Faktor input produksi lainnya, dan Iklim usaha yang sehat yang mendukung inovasi, kewirausahaan dan praktek bisnis serta persaingan yang sehat. eranan UMKM pada perekonomian semakin penting, maka dari itu seharusnya UMKM semakin mendapat perhatian yang lebih dari pemerintah. Berdasarkan data Badan Ekonomi Kreatif atau Bekraf dalam (Indarto dkk, 2017) tahun 2010 -2014 rata -rata sumbangan ekonomi kreatif mencapai sekitar 7,1% dari produk domestik bruto (PDB) Indonesia (Setiarini dkk, 2023)

I made instant food merupakan produk olahan makanan instant yang mulai berkembang dan mulai berfokus pada pembenahan tata Kelola. Salah satu bentuk tata Kelola yang baik adalah adanya laporan keuangan yang andal dalam memberikan informasi kepada pembaca laporan. Kegiatan pendampingan ini menjadi salah satu cara dan Upaya agar dapat memberikan informasi yang baik dan meningkatkan tata Kelola keuangan UMKM I Made instant food.

Berdasarkan masalah diatas, maka pengabdian kepada masyarakat dilakukan dalam rangka mendampingi pelaku usaha untuk meningkatkan management pemasarannya melalui plafon market place dan meningkatkan kemampuan pencatatan keuangan sehingga dapat menghitung keuntungan dengan tepat dan dapat bersaing dalam segi harga dengan pelaku usaha lainnya.

METODE

Metode yang dilakukan dalam rangka scale up management pemasaran dan management keuangan adalah dengan memberikan pelatihan terlebih dahulu untuk meningkatkan wawasan dan motivasi dalam meningkatkan kemampuan pelaku usaha. Pelatihan dilakukan secara Bersama – sama dengan UMKM lain yang menjadi binaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila. Setelah memperoleh pelatihan kemudian dilakukan pembinaan dan pendampingan yang dilakukan secara personal antara Tim

dengan pelaku usaha. Pendampingan ini dilakukan secara continue diawali dengan membuat akun dalam market place dan juga Menyusun laporan Harga pokok dan Menyusun laporan keuangan. pendampingan ini dilakukan secara berkala dan dilakukan 3 kali pertemuan dengan pelaku Usaha *I made Instant Food*.



Gambar 1 Pelatihan dan Motivasi UMKM di FEB UP

PEMBAHASAN

I made instant Food merupakan usaha yang dijalankan oleh salah satu mahasiswa FEB UP dalam rangka menumbuhkan jiwa wirausaha dikalangan mahasiswa. Produk yang ditawarkan adalah produk makanan instant. Pelatihan terkait dengan management pemasaran dan management keuangan sudah dilakukan dan dijalankan oleh pelaku Usaha sebelumnya. Kemudian pendampingan dilakukan dalam rangka meningkatkan kemampuan (Scale Up) pemasaran dan penyusunan laporan keuangan pada usaha *I made instant Food*. *I made instant Food* ini berfokus pada makanan instant daerah seperti soto dan rawon.

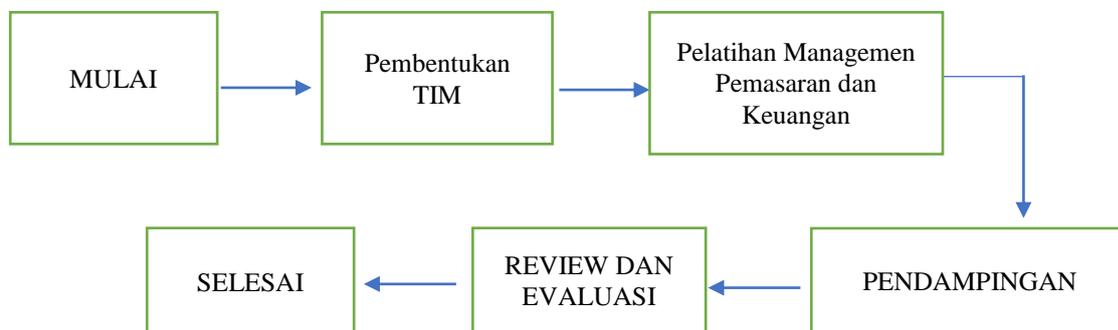


Gambar 2. Produk Rawon Instant



Gambar 3. Produk Soto Instant

Berikut adalah metode pelaksanaan pengabdian yang dilakukan



Scale Up Management Pemasaran

Peningkatan management pemasaran masih sebatas pembuatan media social bagi produk I made Instant Food pada plafon Instagram. Hal ini masih terbatas karena pelaku UMKM masih berfokus untuk menyelesaikan kuliahnya. Harapannya setelah mahasiswa nanti lulus, I made instant food ini bisa lebih berfokus dan bisa menjadi ajang usaha sehingga siap untuk bersaing dengan produk – produk instant food lainnya.



Gambar 4. Halaman Instagram I Made Instant Food

Scale Up Management Keuangan

Kegiatan pelatihan diawali dengan mengukur sejauh mana pemahaman yang dimiliki oleh peserta kegiatan atas akuntansi, pelaporan keuangan dan SAK EMKM melalui materi yang disampaikan pada saat pelatihan. Kemudian pendampingan penyusunan laporan keuangan diawali dengan pencatatan kas masuk dan kas keluar oleh pelaku usaha. Karena pelaku usaha merupakan mahasiswa FEB UP, maka untuk pemahaman atas akuntansi, pelaporan keuangan maupun SAK EMKM tergolong baik. Yang lebih diperhatikan adalah proses penyusunan laporan keuangannya yaitu dari Menyusun laporan harga pokok produksi, Laporan harga pokok penjualan dan laporan laba rugi. Pendampingan keuangan belum mencakup penyusunan neraca karena masih sangat sederhana dan usaha yang dilakukan masih berkembang sehingga laporan keuangan baru dapat disusun melalui laporan laba rugi sebagaimana terlampir dalam pengabdian ini.

LAPORAN HARGA POKOK PRODUKSI		
Persediaan barang dalam proses, 1 Oktober		Rp1.400.900
Biaya Bahan Baku		
	Persediaan bahan baku, 1 Oktober	Rp1.900.750
	Pembelian Bahan baku	Rp15.804.000
	Bahan baku yang tersedia	Rp2.704.750
	Persediaan bahan baku, 31 Desember	Rp2.125.000
	Bahan baku yang digunakan	Rp18.284.000
Biaya tenaga kerja langsung		Rp9.800.000
BOP		
	Pemakaian bahan pembantu dan perlengkapan	Rp5.675.000
	Gaji tenaga kerja tidak langsung	Rp5.695.500
	Biaya pemakaian prasarana mesin dan tenaga listrik	Rp2.620.300
	Jumlah BOP	Rp13.990.800
		Rp42.074.800
Persediaan barang dalam proses, 31 Desember		Rp1.625.000
HARGA POKOK PRODUKSI		Rp40.449.800

Gambar 5. Laporan Harga Pokok Produksi

Laporan Harga Pokok Penjualan		
Persediaan barang jadi, 1 Januari		Rp1.561.000
Harga Pokok produksi		Rp40.449.800
Harga pokok barang yang tersedia dijual		Rp42.010.800
Persediaan barang jadi, 31 Desember		Rp1.554.000
HARGA POKOK PENJUALAN		Rp40.456.800

Gambar 6. Laporan Harga Pokok Penjualan

Laporan Laba Rugi			
Penjualan			Rp65.605.000
Harga pokok penjualan			Rp40.456.800
		Laba kotor	Rp25.148.200
Biaya usaha			
	Biaya administrasi	Rp250.100	
	Biaya pemasaran	Rp1.305.000	
			Rp1.555.100
		Laba sebelum pajak dan bunga	Rp23.593.100

Gambar 7. Laporan laba Rugi

SIMPULAN

Kesimpulan

Pendampingan scale up management pemasaran dan manajemen keuangan atas UMKM yang dilakukan oleh mahasiswa FEB UP, I Made Instant Food masih dalam proses pengembangan dan pendampingan terus dilakukan secara continue mengingat hal ini dapat menjadi praktek langsung atas matakuliah yang diterima selama di masa perkuliahan. Matakuliah yang terkait antara lain Akuntansi Pengantar dan Akuntansi Biaya. Kegiatan ini tentunya dapat menjadi bekal bagi pelaku usaha dan mahasiswa dalam meningkatkan jiwa kewirausahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, Chairul. 2017. *Study Kelayakan Bisnis: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: deepublish.
- Budiarto, R., Putero, Setyo H., Suyatna, H. & Astuti, P. (2019). *Pengembangan UMKM Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*. Yogyakarta. Badan Penerbit Dan Publikasi UGM Press
- Nisa, C., Wulandjani, H., Dian Riskarini, & Naomi Meidiawaty Situmorang. (2021). Memaksimalkan Program Smart Village Melalui Implementasi Pemasaran Digital Bagi Warga Desa Kemuning. *Suluh: Jurnal Abdimas*, 2(2), 137 - 144. <https://doi.org/10.35814/suluh.v2i2.1909>
- Purwanti, E. (2018). Analisis Pengetahuan Laporan Keuangan Pada UMKM Industri Konveksi Di Salatiga. *Among Makarti*, 10 (2).
- Setiarini, Iha Haryani Hatta, Harimurti Wulandjani, Dewi Trirahayu, Lies Putriana, Denisa Puspa Rahajeng, Amalia Destriyanti. (2023). Edukasi Pemasaran Digital Bagi Umkm Di Kecamatan Tanjung Sari Pamulihan Kabupaten Sumedang. *Suluh: Jurnal Abdimas* 4 (2) 233 – 241. <https://doi.org/10.35814/suluh.v2i2.1909>