



Penguatan Kinerja UMKM Olahan Pangan di Desa Kalisegoro Melalui Peningkatan Keterampilan Implementasi Pembukuan dan Pemasaran

Lyna Latifah ✉, Rediana Setiyani, Vini Wiratno Putri

Universitas Negeri Semarang

Gedung C6 Kamps Sekaran, Kec. Gunung Pati, Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

| lyna.latifah@mail.unnes.ac.id ✉ | DOI : <https://doi.org/10.37729/abdimas.v7i1.2356> |

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memainkan peran penting dalam perekonomian di Indonesia. Namun Covid-19 mengakibatkan turunnya penjualan yang mengakibatkan sulitnya UMKM untuk bertahan hidup tak terkecuali UMKM klaster olahan pangan. Mitra di dalam penelitian ini adalah UMKM olahan pangan yang ada di desa Kalisegoro, Gunungpati, Semarang. Permasalahan yang dihadapi mitra adalah menurunnya omset dan keuntungan dari mitra terimbas pandemic Covid-19. Hal ini dikarenakan mitra belum memiliki pengelolaan keuangan yang memadai dan pemasaran yang belum optimal. UMKM perlu untuk memperkuat pengelolaan dengan memperhitungkan secara akurat pendapatan dan biaya serta menentukan harga secara tepat serta dilengkapi dengan strategi pemasaran yang baik sehingga dapat bertahan hidup ditengah pandemi. Tujuan pengabdian ini adalah memberikan ketrampilan pemasaran lewat sosial media dan pembukuan sederhana bagi UMKM olahan pangan di desa Kalisegoro. Metode yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian terdiri dari analisis kebutuhan, membuat desain, melakukan pendampingan dalam penerapan teknologi kepada mitra serta melakukan kegiatan evaluasi dan monitoring secara berkelanjutan untuk melihat perkembangan mitra sebelum dan setelah pengabdian. Dalam transfer teknologi kepada mitra dilakukan secara teori dengan pemaparan materi melalui persentasi lisan, dilanjutkan diskusi dan tanya jawab, kemudian dilanjutkan praktik dengan pendampingan. Hasil utama yang diharapkan dari pengabdian ini adalah peningkatan keterampilan pembukuan dan pemasaran digital melalui media sosial oleh pelaku UMKM sehingga kinerja dari pelaku UMKM akan meningkat.

Kata Kunci: UMKM, Pembukuan, Pemasaran, Olahan pangan



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. Pendahuluan

Usaha Mikro dan Kecil menjadi mayoritas bisnis di kota Semarang, tercatat di tahun 2018, 2019 dan 2020 jumlah usaha mikro dan kecil mencapai 14.879 (99,91%), 17.546 (99,88%) dan 17.546 (99,88%) (Dinas Komunikasi, Informatika, 2020). Jumlah UKM yang sangat besar ini dapat menyerap tenaga kerja sebesar 59 juta jiwa atau sebesar 75,33% dari total tenaga kerja. Kontribusi UKM yang lain berupa sumbangannya terhadap produk Domestik Bruto (PDB) Nasional sebesar 60,6% dari total PDB di tahun 2018 (Putra, 2020). Mengingat pentingnya peran UKM di Indonesia maka pengembangan UKM menjadi prioritas bagi para pembuat kebijakan (EOCD, 2018).

Berdasarkan data Pemerintah kota Semarang, UMKM dibagi menjadi 8 kluster yaitu kluster bandeng, kluster batik, kluster handycraft, kluster olahan pangan, kluster pariwisata, kluster tas, kluster jamu dan kluster logam. Kluster olahan pangan merupakan bidang usaha UMKM terbanyak di Semarang yaitu sebesar 4.282 (Gunungpati, 2022). Berdasarkan identifikasi Pemerintah kota Semarang terkait kebutuhan kluster olahan pangan diantaranya fasilitasi pendirian koperasi, pelatihan pembuatan minuman kekinian dan camilan, pelatihan presentasi produk dan promosi, pelatihan pembukuan, pelatihan pembuatan kemasan, pendampingan sertifikasi halal dan pendampingan secara melekat di *marketplace* dan media sosial. Wilayah Kalisegoro kecamatan Gunungpati Semarang memiliki beberapa UMKM yang telah dipetakan dan tersaji dalam Tabel 1.

Tabel 1. UMKM di Desa Kalisegoro Berdasarkan Kluster

No Daftar	Nama UMKM	Kluster	Nama Pemilik
0013668/7/18/IUMK/SMG	Aga Sabersam	Lainnya	Sungatno
0013063/5/18/IUMK/SMG	Dapur Mamirin	Olahan Pangan	Irin Febriani
0012626/4/18/IUMK/SMG	Warung Pariyati	Lainnya	Paryati
0010226/10/17/IUMK/SMG	Warung Bakso	Olahan Pangan	Nurul Fibrianti
007043/3/17/IUMK/SMG	Dapoernala Sejahtera	Olahan Pangan	Rahayu Rachmawati
002889/6/16/IUMK/SMG	Mahkota Kharisma Batik	Batik	Hartopo Setyo
00375/11/15/IUMK/SMG	Karya Nendratama	Handycraft, Lainnya	Nendra Haryo
00362/11/15/IUMK/SMG	Lestari Snack (R- Packing)	Lainnya, olahan Pangan	Tuti Lestari
00229/11/15/IUMK/SMG	Lala Snack	Olahan Pangan	Desi Nilapurna
00194/11/15/IUMK/SMG	Ikenia Handmade	Handycraft	Niken Ratih

Berdasarkan data pada Tabel 1 terlihat bahwa jumlah UMKM di desa Kalisegoro berjumlah 10 UMKM. UMKM di wilayah Kalisegoro terbagi menjadi 4 kluster yaitu olahan pangan 5 UMKM, Batik 1 UMKM, *Handycraft* 2 UMKM dan lainnya 2 UMKM. Terlihat dari data tersebut bahwa produk olahan pangan mendominasi dibandingkan kluster yang lain dengan 5 UMKM. Dengan demikian pengabdian lebih fokus untuk memberikan penguatan kinerja UMKM kluster olahan pangan di desa Kalisegoro Gunungpati Semarang. Data tersebut sejatinya senada dengan kajian oleh (Murdani, & Hadromi, 2019) tentang sebuah studi ragam usaha kecil dan menengah di wilayah Gunung Pati, Semarang. Selain itu, kajian Dewindra, R. D., & Astuti, R. S. (2018) mengemukakan tentang implementasi peraturan daerah kota Semarang Nomor 13 Tahun 2013 Tentang Pemberdayaan UMKM di kecamatan Gunung Pati.

Pandemi Covid-19 berdampak pada kelangsungan hidup UMKM. Tercatat menurut Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah kota Semarang, 1538 pelaku UMKM terdampak pandemic Covid-19. Dampak yang dirasakan bermacam-macam, adayang terdampak hingga 75% sehingga usahanya terhenti, ada yang terdampak 50% dan ada yang terdampak 25% saja (Putra, 2020). Hal ini disebabkan karena pembatasan dan kebijakan pemerintah agar masyarakat lebih banyak berkegiatan di dalam rumah.

Dengan demikian perlu strategi yang tepat bagi UMKM untuk bertahan hidup tak terkecuali UMKM di desa Kalisegoro.

Berdasarkan hasil wawancara dengan mitra, pengabdian mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra diantaranya adalah sebagai berikut: 1) masih tercampurnya antara keuangan bisnis dengan keuangan rumah tangga; 2) belum dapat menentukan harga secara akurat; 3) pemasaran yang kurang memadai. Sebagian UMKM pengolahan pangan di Desa Kalisegoro belum memiliki pencatatan keuangan yang formal. Hal ini menimbulkan berbagai permasalahan diantaranya penentuan harga produk yang kurang akurat, jumlah laba yang diperoleh selama berbisnis tidak bisa dideteksi serta bercampurnya uang rumah tangga dengan uang hasil usaha. Masalah ini memang dihadapi sebagian besar usaha mikro. Pencatatan yang seadanya mengakibatkan kurangnya pengendalian usaha penilaian kinerja usahanya. Hal ini sejalan dengan temuan dan kajian oleh Sulistyowati (2017) tentang kendala pencatatan keuangan pada UMKM di kota Malang. Kajian Safitri, E. M. (2020) yang menerapkan mekanisme analisis penerapan pencatatan laporan keuangan pada UMKM menyatakan bahwa pencatatan laporan keuangan belum sepenuhnya baik dan kredibel. Kendala ini yang menjadikan usaha mikro sulit untuk berkembang. Selama pandemic seperti ini, penjualan secara tradisional dengan hanya mengandalkan penjualan dari tempat bisnis sangat tidak efektif. Pembatasan mobilisasi masyarakat sangat mengurangi orang untuk membeli secara langsung. Hal ini mengakibatkan berkurangnya penjualan. Oleh karena itu dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat agar kelangsungan hidup UMKM terus berjalan.

2. Metode

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat dibagi ke dalam beberapa tahapan yaitu (1) Tahap Persiapan, yang dilakukan dengan menyusun jadwal pelaksanaan kegiatan dengan mitra, mempersiapkan bahan pelatihan, dan identifikasi kebutuhan dalam pelaksanaan program. (2) Pelaksanaan Kegiatan, meliputi semua solusi yang telah dirancang oleh tim pengabdian bersama mitra. Berdasarkan pemetaan permasalahan prioritas dan solusi yang ditawarkan, tim pengabdian Menyusun rencana pelaksanaan program dalam waktu delapan bulan. Pelaksanaan program pengabdian pada UMKM di desa Kalisegoro dengan menggunakan metode pendekatan dan tahapan dalam penerapan teknologi kepada masyarakat Mitra dapat dirinci pada [Tabel 2](#).

Tabel 2. Program Kegiatan

Program	Kegiatan
Analisis/ identifikasi Kebutuhan	<ul style="list-style-type: none"> • Wabah Covid-19 menyebabkan penurunan omset hingga 50% • Mengidentifikasi peluang dan kebutuhan, meliputi : kemajuan teknologi dalam promosi menjadi peluang untuk pengembangan distribusi dan penjualan
Desain	<ul style="list-style-type: none"> • Identifikasi kebutuhan: masih tercampurnya keuangan bisnis dan rumah tangga, belum bisa menentukan harga jual secara akurat. dan promosi yang kurang optimal • Perumusan masalah: mengidentifikasi keterampilan SDM dalam mengelola media promosi digital, meliputi pemasaran melalui sosial media dan <i>content marketing</i> • Sintesis : pada tahapan ini tim pengabdian melakukan perancangan desain pengabdian sesuai kebutuhan mitra. • Analisis: benarapa media sosial seperti Twitter, Instagram, Website, Facebook, <i>marketplace</i> diidentifikasi kelemahan dan kekuatannya serta akan dipilih sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan mitra • Evaluasi: hasil dari sintesis dan analisis dievaluasi sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.
Pelatihan	<ul style="list-style-type: none"> • Pelaksanaan program dilakukan dengan menggunakan metode presentasi atau pemaparan materi, kemudian dilanjutkan dengan tanya jawab dan diskusi serta praktik secara langsung
Pendampingan	<ul style="list-style-type: none"> • Pendampingan dilakukan secara berkelanjutan sehingga mitra benar-benar mahir dan menerapkan pembukuan sederhana dan media sosial marketing di dalam pelaksanaan bisnis

Evaluasi dan monitoring dilaksanakan secara berkelanjutan untuk mengetahui adanya perubahan perilaku sebelum dan sesudah pengabdian dilakukan. Evaluasi dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner untuk mengukur tingkat pemahaman mitra dalam menerima materi dan keterampilan yang diberikan tim pengabdian. Monitoring dijalankan dengan melakukan pengamatan pasca pengabdian dengan membuat check list sesuai dengan spesifikasi dan standard keberhasilan yang dirancang oleh tim pengabdian.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berupa peningkatan kinerja UMKM olahan pangan di desa Kalisegoro melalui peningkatan ketrampilan pembukuan dan pemasaran secara umum sudah terlaksana dengan hasil yang baik. Pengabdian dilaksanakan di desa Kalisegoro, Gunungpati, Semarang ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Koordinasi Awal dan Sambutan Lurah Kalisegoro

Pembukuan dan pemasaran merupakan hal yang tidak terpisahkan dari kegiatan bisnis salah satunya dari UMKM. Untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi keberlangsungan UMKM dibutuhkan penguatan kinerja UMKM. Untuk itu TIM pengabdian kepada masyarakat Universitas Negeri Semarang melakukan pendampingan peningkatan keterampilan implementasi pembukuan dan pemasaran. Kegiatan pengabdian ini melibatkan 12 pelaku UMKM olah pangan di Desa Kalisegoro mencakup beberapa empat tahapan. Adapun pelaksanaan kegiatan ditunjukkan pada Gambar 2.

3.2. Tahap I – Identifikasi Kebutuhan

Identifikasi kebutuhan dilaksanakan dengan melihat fenomena yang ada yaitu tentang Covid-19 yang menyebabkan penurunan omset hingga 50%. Hasil identifikasi memunculkan peluang atas kemajuan teknologi khususnya dalam hal promosi sehingga mampu mengembangkan distribusi dan penjualan.

3.3. Tahap II – Desain

Pelaku UMKM belum memisahkan keuangan bisnis dan rumah tangga, belum bisa menentukan harga jual yang akurat, dan promosi yang kurang optimal sehingga Tim pengabdian melakukan perancangan desain pengabdian sesuai kebutuhan mitra.

3.4. Tahap III – Pelatihan

Pelaksanaan pelatihan yaitu menggunakan metode presentasi, pada tahap presentasi ini difokuskan pada pemaparan materi yang berkaitan dengan target pasar, pemasaran digital, dan tantangan serta peluang media sosial bagi UMKM. Setelah dilaksanakan presentasi dilanjutkan dengan sesi tanya jawab dan diskusi terkait materi yang sudah dipaparkan oleh tim pengabdian. Kemudian melakukan praktik secara langsung terkait digital marketing oleh UMKM sehingga akan mempermudah pelaku UMKM memahami materi secara praktis.

3.5. Tahap IV - Pendampingan

Kegiatan pendampingan dilakukan secara berkelanjutan sehingga pelaku UMKM benar-benar mampu menerapkan pembukuan sederhana dan pemasaran digital di dalam pelaksanaan bisnis sehingga kinerja UMKM akan meningkat.



Gambar 2. Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan UMKM

Luaran yang dicapai dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi: (1) Pelaku UMKM mendapatkan pemahaman tentang penentuan harga jual secara akurat dan promosi yang optimal, (2) Pelaku UMKM memiliki keterampilan pengelolaan media sosial sebagai bahan promosi, (3) Pelaku UMKM menerapkan pembukuan secara sederhana dengan mahir. Kegiatan ini memberikan solusi permasalahan yang dihadapi mitra terkait tercampurnya keuangan rumah tangga dan keuangan bisnis, kesulitan penentuan harga secara akurat dan kesulitan dalam pemasaran produk.

Permasalahan mitra yang dihadapi berkaitan dengan tercampurnya keuangan rumah tangga dan keuangan bisnis, pengabdian memberikan solusi melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan pembukuan sederhana bagi pelaku UMKM. Pembukuan sederhana atau pencatatan akuntansi sederhana sangat bermanfaat guna mengetahui jumlah asset maupun sumber darimana asset berasal dari usaha bisnis. Dengan demikian walaupun secara fisik asset bisnis dan asset rumah tanggatercampur menjadi satu, namun dengan adanya pencatatan akuntansi sederhana, pemilik dapat mengetahui mana yang menjadi asset bisnisnya. Pencatatan akuntansi sederhana juga dapat digunakan untuk memonitor seberapa banyak keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan, sehingga dapat digunakan untuk mengevaluasi kinerja UMKM dalam satu periode pencatatan. Informasi akuntansi yang berasal dari pembukuan sederhana memiliki peranan penting untuk mencapai kesuksesan UMKM karena dapat menjadi pedoman yang tepat dalam mengambil keputusan bisnis. Laporan keuangan menjadi hal yang penting juga pada saat UMKM mengajukan pinjaman ke bank. Hal ini yang selalu menjadi kendala bagi UMKM, padahal pemerintah telah memberikan bantuan kredit lunak melalui bank nasional (Hapsari *et al.*, 2017; Khamisah *et al.*, 2021).

Solusi yang diberikan pada permasalahan kedua yaitu belum akuratnya penentuan harga jual yaitu dengan memberikan pelatihan akuntansi sederhana penentuan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan. Selain menjual barang, UMKM perlu untuk mengetahui informasi harga pokok penjualan. Pencatatan tentang harga pokok penjualan penting karena informasi ini dapat digunakan untuk menentukan nilai dari bisnis yang dijalani (Handayani, 2020).

Harga pokok penjualan merupakan biaya untuk pembuatan produk ataupun harga pembelian yang melekat pada produk jadi yang dikirim dari pemasok ke pelanggan. Unsur-unsur dari harga pokok produksi adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik (Satriani & Kusuma, 2020). Jika perusahaan salah dalam menentukan harga pokok penjualan maka perusahaan akan mengalami kerugian karena biaya yang dikeluarkan ternyata setelah dihitung tidak sebanding dengan pendapatan dari penjualan. Untuk menghindari kesalahan dalam menentukan harga pokok penjualan maka sebaiknya perlu dihitung dengan cermat harga pokok penjualannya (Handayani, 2020).

Solusi atas permasalahan ketiga kurang optimalnya pemasaran, pengabdian memberikan pelatihan pemasaran melalui sosial media bagi UMKM. Sebagus apapun kualitas produk dan harga, namun jika tidak mengenal produk tersebut, maka akan sulit dalam proses penjualannya prasarana yang tepat agar masyarakat dapat mengenal produk yang dijual. Pemasaran merupakan aktivitas yang dilakukan guna mengkomunikasikan produk kepada konsumen dan meyakinkan masyarakat untuk membeli produk kita (Amelia *et al.*, 2017; Evasari *et al.*, 2019; Putri, 2021).

Strategi pemasaran dengan memanfaatkan media sosial dapat menjadi kekuatan bagi UMKM bangkit dari keterpurukan akibat covid 19. Pemasaran berbasis teknologi menjadi strategi terbaik dalam mempromosikan dan memperkenalkan produk karena hampir semua masyarakat menggunakan media sosial. Pemasaran melalui media sosial dapat merangkul konsumen dengan lebih efisien, cepat dan hemat biaya. Media sosial juga menambah fitur kepada penggunaannya untuk memasarkan produk seperti facebook dan Instagram (Triyanto, 2017; Achmad *et al.*, 2020; Werdani *et al.*, 2020; Wasan & Sariningsih, 2021).

4. Kesimpulan

Kesimpulan akhir dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelatihan dan pendampingan yang sudah dilaksanakan oleh Tim pengabdian mampu meningkatkan keterampilan pembukuan UMKM sehingga mereka dapat menentukan HPP secara tepat, mampu meningkatkan keterampilan pemasaran melalui media sosial sehingga mampu kinerja UMKM semakin meningkat. Saran dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat, antara lain: (1) perlunya koordinasi dengan mitra sehingga lebih banyak UMKM yang ikut serta dan lebih melek teknologi dan (2) perlu memperhatikan dan mengundang semua pelaku UMKM supaya semua UMKM mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Acknowledgement

Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, Kepada Desa Kalisegoro, dan TIM Pengabdian.

Daftar Pustaka

- Achmad, Z. A., Azhari, T. Z., Esfandiar, W. N., Nuryaningrum, N., Syifana, A. F. D., & Cahyaningrum, (2020). Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17-31.
- Amelia, M. N., Prasetyo, Y. E., & Maharani, I. (2017). E-UMKM: Aplikasi pemasaran produk UMKM berbasis android sebagai strategi meningkatkan perekonomian Indonesia. *Prosiding SNATIF*, 11-16.
- Dewindra, R. D., & Astuti, R. S. (2018). Implementasi Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 13 Tahun 2013 Tentang Pemberdayaan Umkm Di Kecamatan Gunung Pati. *Journal of Public Policy and Management Review*, 7(4), 252-264.
- Dinas Komunikasi, Informatika, S. dan P. (2020). Kategori Data Pariwisata & Budaya. diskominfo. <https://semarsatata.semarangkota.go.id/data/list/4>
- EOCD. (2018). SME Policy Index ASEAN 2018 Boosting Competitiveness And Inclusive Growth.
- Evasari, A. D., Utomo, Y. B., & Ambarwati, D. (2019). Pelatihan dan Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Produk UMKM di Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri. *Cendekia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 75-84.
- Gunungpati, K. K. (2022). Daftar IUMK Kecamatan Gunungpati. Kantor Kecamatan Gunungpati. <https://kecgunungpati.semarangkota.go.id/file-download>
- Handayani, R. (2020). Sosialisasi Penghitungan Harga Pokok Penjualan Dan Harga Jual Produk Pada Industri Lettering dan Olahan Makanan di Kota Surakarta. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Kewirausahaan Indonesia*, 6(1), 1-8.
- Hapsari, D. P., Andari, & Hasanah, A. N. (2017). Model Pembukuan Sederhana Bagi Usaha Mikro di Kecamatan Kramatwatu Kabupaten Serang. *Jurnal Akuntansi*, 4(2), 36-47
- Murdani, M., & Hadromi, H. (2019). Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi di Kelurahan Kandri Kecamatan Gunungpati Kota Semarang). *Jurnal Abdimas*, 23(2), 152-157.
- Sulistiyowati, Y. (2017). Pencatatan Pelaporan Keuangan Umkm (Study Kasus di Kota Malang). *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 5(2), 49-55.
- Safitri, E. M. (2020). Analisis penerapan pencatatan laporan keuangan pada UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Audit Syariah (JAAiS)*, 1(1), 54-61.