

STRATEGI MENINGKATKAN PENJUALAN KERIPIK PISANG YOANDA MELALUI DESAIN *PACKAGING* DAN PELATIHAN PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN BERBASIS EMKM DENGAN *SOFTWARE* LAMIKRO

Tri Widiastuty

tri.widiastuty@ekuitas.ac.id

Fitri Lestari

fitri.lestari@ekuitas.ac.id

Ade Imam Muslim

imemmuslim81@gmail.com

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKUITAS

ABSTRAK

Pengabdian pada masyarakat ini dilakukan pada usaha Keripik Yoanda yang berlokasi di Cigugur Tengah Cimahi. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu mengatasi permasalahan yang dialami oleh UMKM tersebut khususnya yang berkaitan dengan peralatan operasional yang belum memadai, kurangnya pemahaman atas pembuatan laporan keuangan dan penghitungan harga pokok penjualan, serta pembenahan packaging. Metode pelaksanaan dari kegiatan pengabdian ini adalah pengadaan peralatan operasional yang dibutuhkan, melakukan pelatihan penyusunan laporan keuangan berbasis EMKM dengan software Lamikro serta menawarkan desain baru yang dapat digunakan oleh mitra yang tentunya lebih menarik. Hasil dari kegiatan ini adalah kami menyediakan peralatan operasional seperti sealer, spinner serta sticker untuk packaging kemasan plastik. Kami pun menyediakan modul pelatihan penyusunan laporan keuangan menggunakan software Lamikro. Diharapkan hasil dari kegiatan ini dapat bermanfaat dan membantu mitra dalam meningkatkan omset penjualannya di masa yang akan datang.

Kata kunci: *Packaging, Lamikro, Laporan Keuangan EMKM.*

1. PENDAHULUAN

Usaha keripik pisang Yoanda bertempat di wilayah Kota Cimahi yang tepatnya di kawasan Cigugur tengah. Struktur organisasinya terdiri atas pimpinan kemudian di bawahnya dikuti bagian-bagian yang dibantu pekerja. Bagian-bagian itu antara lain bagian produksi, bagian pengadaan bahan baku, bagian keuangan, dan bagian pemasaran. Usaha ini dipilih

karena prospek pengolahan pisang menjadi cemilan atau makanan ringan sekarang ini cukup menjanjikan, kandungan gizi yang terkandung di dalamnya memiliki kandungan gizi yang dibutuhkan manusia serta mudah dalam pembuatannya. Hanya dengan teknologi dan peralatan yang sederhana, serta tidak diperlukannya keterampilan khusus, siapapun dapat melakukan pengolahan pisang menjadi

sebuah jajanan yang menggoyang lidah. Keripik pisang yang telah diproduksi akan dipasarkan dengan dibungkus dan dikemas dengan kemasan sederhana tetapi dapat menarik perhatian konsumen.

Target pasar produk keripik pisang Yoanda ini semua kalangan, dipasarkan melalui toko-toko oleh-oleh, supermarket, koperasi, pusdik-pusdik yang ada di Kota Cimahi dan Kota Bandung. Adapun harga jual dari produk ini adalah Rp. 15.000/bks. Promosi yang dilakukan selama ini, yaitu menawarkan kepada setiap pedagang tentang produk ini, teman dekat dan lingkungan sekitar dengan kata lain promosi mulut ke mulut dan media internet. Peluang pasar untuk produk yang berbahan dasar pisang ini sangatlah besar melihat budaya masyarakat Kota Cimahi yang konsumtif dan peluang pasar yang menjanjikan. Selain itu daya beli konsumen terhadap produk ini cukup bervariasi dari konsumen kelas atas sampai konsumen menengah bawah. Produk ini dapat dikonsumsi oleh semua golongan karena harganya yang relatif terjangkau serta memiliki nilai kepuasan yang tinggi.

Analisis terkait kondisi dan potensi wilayah dari segi fisik, ekonomi, dan sosial maupun lingkungan yang relevan dengan kegiatan yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Segi Fisik

Usaha Keripik Pisang Yoanda terletak di Cimahi Cigugur Tengah. Akses menuju lokasi ini dapat dijangkau baik dengan kendaraan roda dua, maupun dengan kendaraan roda empat. Namun untuk kendaraan roda empat, tidak dapat langsung masuk ke lokasi usaha keripik Yoanda. Usaha ini merupakan usaha rumahan, sehingga tempat produksi masih bergabung dengan rumah tempat tinggal.

Sarana dan prasarana yang dimiliki oleh usaha keripik Yoanda antara lain sebagai berikut:

- a. Alat produksi, berupa penggorengan, alat pemotong pisang, dan *sealer*.
- b. Etalase

2. Segi Sosial

Masyarakat sekitar wilayah Cigugur Cimahi pada umumnya relatif sudah mengenal usaha keripik pisang Yoanda, sehingga tidak perlu lagi mencari atau bertanya untuk sampai di lokasi produksi atau usaha. Namun untuk masyarakat Bandung secara umum terutama Bandung Timur, dan untuk media pemasaran melalui online seperti go-jek sulit belum mengetahui keberadaan usaha keripik pisang Yoanda ini. Tidak adanya identitas plang nama dan lokasi produksi yang kurang strategis menjadi penyebab utama belum terkenalnya usaha keripik pisang Yoanda secara luas.

3. Segi Ekonomi

Keripik pisang Yoanda merupakan usaha rumahan, sehingga secara ekonomi sisi permodalan terutama ekonomi, masih tergantung pada dan bersumber dari pendapatan rumah tangga, sehingga belum terpisahkan secara profesional.

Masalah utama yang dialami oleh usaha keripik Yoanda sebagai berikut:

1. Peralatan yang belum memadai seperti penggorengan yang besar, alat pemotong pisang, dan *sealer*. Penggorengan yang besar dibutuhkan terutama untuk memenuhi kebutuhan keripik dengan pasokan yang cukup besar. Saat ini penggorengan yang ada berukuran kecil. *Sealer* yang sudah ada tidak berfungsi sebagaimana mestinya, sehingga dibutuhkan *sealer* lain dari bahan kayu.
2. Belum pemahannya terkait penyusunan laporan keuangan dan perhitungan harga pokok penjualan. Saat ini mitra belum menyusun laporan keuangannya dan belum paham dalam menghitung laba kotor.
3. Pembenahan pemasaran dari sisi *packaging*. Saat ini mitra akan ditawarkan design baru yang lebih menarik, sehingga diharapkan dapat mendongkrak tingkat penjualannya.
4. Pembenahan pemasaran dengan pemasangan plang nama. Saat ini

mitra tidak memiliki identitas atau plang nama di lokasi produksi.

5. Perizinan halal yang sudah *expire*. Saat ini mitra sudah memiliki izin halal dari MUI namun masa berlakunya sudah kadaluarsa.

2. METODE KEGIATAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini fokus pada strategi pemasaran dan perapihan pencatatan keuangan mitra serta diharapkan dapat mengatasi segala permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Metode yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Membeli beberapa alat produksi yaitu penggorengan besar, alat penipis pisang, dan sealer.
2. Membuat identitas dengan plang nama di tempat usaha mitra.
3. Melakukan pembenahan pemasaran dari sisi *packaging*. Kami menawarkan design baru yang dapat digunakan oleh mitra yang tentunya lebih menarik.
4. Memperpanjang label halal MUI. Adanya label halal ini menjadi nilai tambah bagi mitra dan membuat konsumen merasa aman mengonsumsi produk dari mitra.
5. Melakukan pelatihan dalam penyusunan laporan keuangan berbasis EMKM dengan software Lamikro. Kami menyediakan modul pelatihan sebagai pegangan mitra serta kami pun melakukan pendampingan selama 1 (satu) bulan hingga mitra terbiasa melakukan pencatatan transaksi keuangannya sendiri. Mitra dibekali dengan software Lamikro, sehingga mitra dapat langsung praktik menggunakan software tersebut.

Partisipasi mitra sangat penting dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Kami memperdalam informasi berupa permasalahan yang dialami oleh mitra selanjutnya mencari solusi atas masalah tersebut. Mitra pun diberi pemahaman terhadap segala sesuatu yang belum dipahami misalnya dalam hal melakukan

penyusunan laporan keuangan sederhana. Diharapkan apa yang kami berikan kepada mitra dapat bermanfaat dan digunakan untuk meningkatkan omset penjualan produknya.

3. HASIL DAN LUARAN

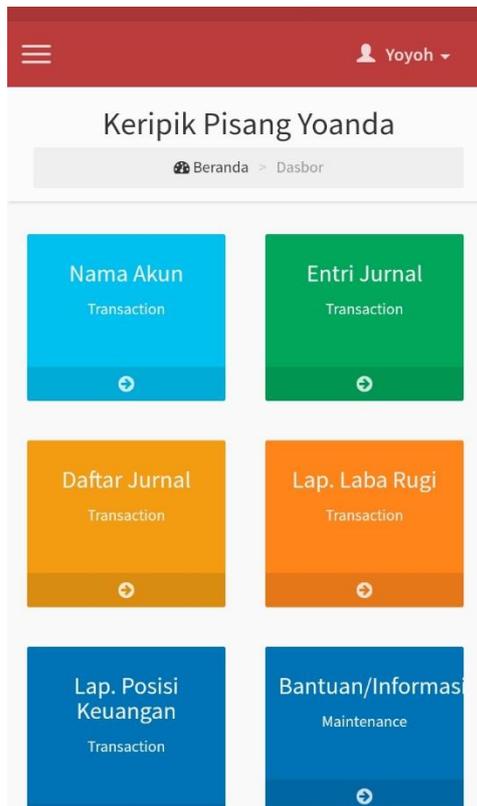
Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang kami lakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengatasi masalah dari segi fisik seperti belum terpenuhinya beberapa alat produksi, maka kami memberikan alat-alat seperti mesin *sealer* yang digunakan untuk mengemas kemasan / penyegel kemasan yang menggunakan plastik, *spinner* / peniris minyak yang bermanfaat untuk mengurangi kadar minyak dan air, dan stiker sebagai *packaging* untuk kemasan yang berbahan dasar plastik.
2. Membuat desain baru kemasan, karena kemasan merupakan bagian yang penting dalam pemasaran. Menurut Danger (1992) pengemasan adalah desain dan pembuat kemasan untuk barang eceran. Tetapi sebenarnya lebih jauh dari itu pengemasan diterapkan sama kepada produk konsumsi untuk produk industrial. Pengemasan merupakan subjek yang kompleks yang telah menjadi satu bagian penting dari promosi produk apa saja, walaupun dikhususkan untuk produk makanan, dan ini tidak dapat dipisahkan dari peneualan. Sehingga keripik pisang Yoanda memperbaharui untuk kemasan digunakan:

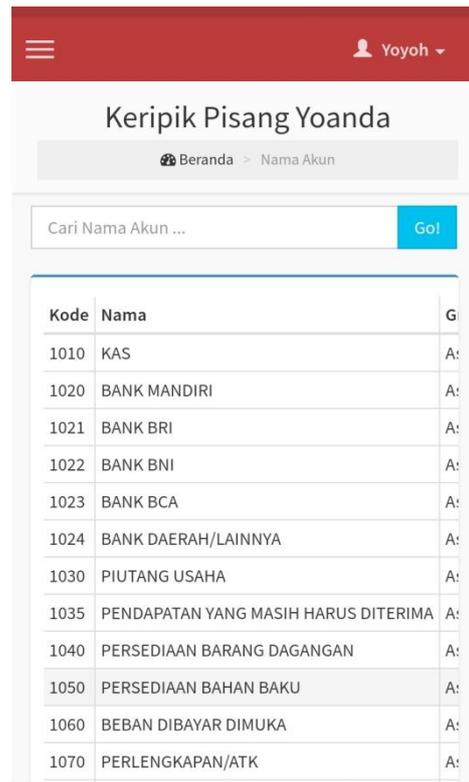


Gambar 1 : Desain Packaging Baru

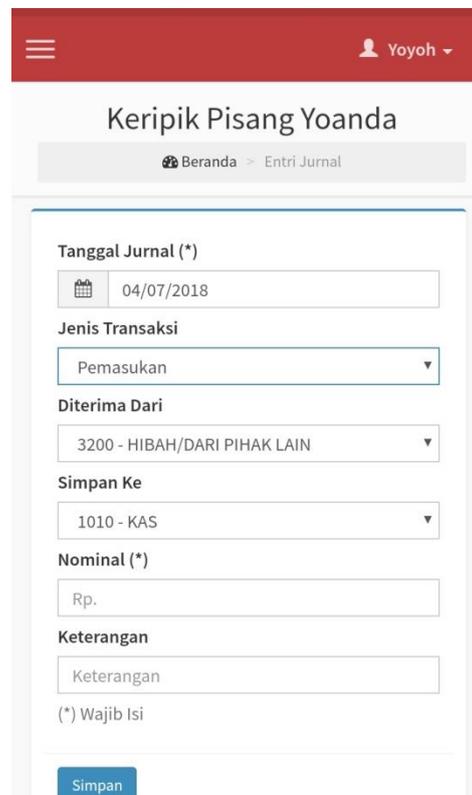
- Memperpanjang label halal MUI tidak dapat dilaksanakan dikarenakan sertifikat halal yang sebelumnya sudah berakhir pada tanggal 11 November 2016, sehingga harus melakukan pendaftaran baru dari awal yang memerlukan rangkaian proses panjang dengan waktu yang lama, dan memerlukan keterlibatan yang sangat tinggi dari mitra.
- Dalam mengatasi kekurangpahaman mitra terhadap laporan keuangan, maka dilakukan pelatihan aplikasi Lamikro. Laporan keuangan ini merupakan laporan keuangan yang khusus diperuntukkan bagi UMKM dan sudah disesuaikan dengan standar penyusunan laporan keuangan SAK EMKM 2018.



Gambar 2 : Laporan Keuangan Lamikro



Gambar 3: Daftar Akun



Gambar 4: Proses Entri Jurnal

4. KESIMPULAN

Berdasarkan paparan di atas, pengabdian masyarakat ini sangat bermanfaat karena mitra merasa terbantu dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat. Selama proses pengabdian masyarakat, mitra merasa sangat senang dan antusias dalam mengikuti pelatihan keuangan dan informasi-informasi yang diberikan tentang strategi-strategi pemasaran untuk meningkatkan pesanannya. Keterbatasan mitra akan pengetahuan tentang keuangan dan pemasaran, sehingga pelatihan yang diberikan menjadikan mitra termotivasi untuk memajukan usahanya supaya mampu bersaing dan dapat meningkatkan omset penjualannya.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memiliki keterbatasan dalam pelaksanaannya. Awalnya kami berencana untuk membantu mitra untuk memperpanjang sertifikat halal MUI, namun dalam pelaksanaannya terkendala proses perpanjangan yang memakan waktu yang cukup lama. Secara garis besar tujuan dari kegiatan pengabdian ini telah tercapai yaitu membantu mengatasi permasalahan yang dialami oleh UMKM terkait dengan *packaging* dan pemberian pemahaman tentang penyusunan laporan keuangan EMKM secara sederhana.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Ikatan Akuntan Indonesia. (2017). *Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah*. IAI: Jakarta.
- Danger, E. P. (1992). *Memilih warna Kemasan*. Jakarta : PT. Pustaka Bina Pressindo.