

KETRAMPILAN AKUNTANSI BAGI PEDAGANG KULINER DI KECAMATAN BLIMBING, MALANG

Refina Sawitri, Fina Amaliyah H, Danyswara Mardiyasta, Dorrotus Sa'adah, Erika Aditya Kusuma, Ferianti Puspita Sari

Prodi Akuntansi STIE Jaya Negara Tamansiswa Malang

refinasawitri@stiekn.ac.id

Info Artikel	Abstrak
<p>Article History: Received: 22 Desember 2022 Revised: 12 Januari 2023 Accepted: 17 Januari 2023</p>	<p><i>The purpose of this community service is to help small entrepreneurs be able to determine the selling price correctly, so that they do not experience losses due to setting a selling price that is too high, or even too expensive so that it is not competitive. The method used is to provide direct assistance and in the form of counseling. The object of counseling is culinary traders who are members of the UMKM Association of Blimbing District, Malang. After completing counseling and mentoring, these traders have the ability to recognize the costs of production and their behavior so that they are able to compile and determine competitive selling prices. The approach given to this group is by conducting participatory research action (direct active participation), counseling and mentoring</i></p>
<p>Keywords: <i>culinary traders and financial skills</i></p>	

PENDAHULUAN

Latar belakang pengabdian masyarakat bagi industry makanan banyak dilakukan, industry roti manis dan donat (Iriyanti, 2012). Industri ini termasuk kebutuhan dasar manusia. Industri kuliner menjadi industry yang menarik untuk diteliti (Rahma, Susilowati, & Purwanti, 2017). Perspektif para peneliti bervariasi mulai dari perspektif pariwisata (Besra, 2012; Rahma et al., 2017), dan pemasaran (Handika, Maradona, & Dharma, 2018; Prapti NSS & Rahoyo, 2019). Digital marketing bagi UMKM juga menjadi focus pengabdian. Tak terkecuali bagi perusahaan-perusahaan kuliner atau warung angkringan yang membutuhkan publikasi yang baik demi kelangsungan dan kemajuan usahanya. Ketika sebuah perusahaan memiliki kemampuan mengelola marketing melalui perangkat digital yang bagus, hal ini pasti akan mempermudah mengembangkan usahanya lantaran dengan pangsa pasar yang lebih luas maka produknya akan lebih banyak dikenal dan diminati. (Ridwan, Fauzi, Aisyah, Susilawati, & Sofyan, 2019)

Pengabdian masyarakat mulai menyentuh, mencoba melakukan intervensi bagi industry kecil di bidang ketrampilan keuangan. Beberapa pengabdian tertarik mengembangkan disisi financial literacy bagi pengusaha kecil, biasanya ditentukan oleh kebutuhan untuk memperoleh modal atas pinjaman di perbankan (Djuwita & Yusuf, 2018; Latifiana, 2017; Sanistasya, Raharjo, & Iqbal, 2019). Pengabdian kepada masyarakat dibidang akuntansi ini umumnya bertujuan untuk menghasilkan informasi keuangan yang berkualitas (Latifiana, 2017; Winarto,



2020). (Wiralestari & Friyani, 2019) membantu TM Cemal Cemil dalam meningkatkan kualitas jasa dan kegiatan manajemennya, berupa Pengelolaan keuangan, sehingga menghasilkan informasi akuntansi yang berkualitas.

Metode pelaksanaan pengabdian pada umumnya dilakukan dengan 4 (empat) tahap, yaitu: sosialisasi, tutorial, diskusi, dan pendampingan. Dengan tahap-tahap tersebut diharapkan pedagang kuliner UMKM dapat memahami lebih mendalam. (Wiralestari & Friyani, 2019). Pengabdian masyarakat ini dilakukan secara partisipatory action, dikarenakan pengabdian dilakukan langsung intens, membekali para pedagang melakukan penghitungan atas biaya-biaya yang sudah mereka keluarkan.

Tujuan pengabdian pada masyarakat ini adalah untuk memberikan ketrampilan akuntansi, khususnya dalam menentukan harga jual yang tepat sehingga para pedagang, khususnya yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman..

METODE

Pendekatan yang diberikan pada kelompok ini dengan melakukan participatory research action (partisipasi aktif secara langsung), penyuluhan dan pendampingan. Pengabdian sebelumnya juga banyak menggunakan metode ini (Evasari, Utomo, & Ambarwati, 2019). Mitra Pengabdian masyarakat ini adalah Paguyuban UMKM Kecamatan Blimbing yang beranggotakan 60 orang, diketuai oleh Anas Pandu Gunawan.

Alat yang digunakan adalah buku, alat tulis dan alat peraga berupa hasil produksi kuliner pedagang sendiri. Para pedagang diwajibkan untuk aktif, selain dengan membuat produk mereka sendiri karena bertujuan untuk secara riil bisa mengenali besaran biaya yang dikeluarkan. Produk kuliner sensitive terhadap harga. Produk yang sama, misalnya pembuatan nastar, resep dan bahan yang digunakan sama, tetapi rasa bisa berbeda karena kualitas bahan baku juga berbeda akibatnya harga pokok produksi bisa berbeda. Selain itu sebelum pendampingan dilakukan online dan offline. Para pedagang diwajibkan membuat dulu bagaimana mereka menentukan harga jual selama ini melalui instruksi di what's app group yang dibuat untuk mereka. Pada pertemuan secara off line, yang dilakukan di salah satu rumah pedagang tersebut dilakukan konsultasi dan diskusi langsung, sehingga mereka bisa lebih mudah memahami dan menerapkan untuk produk mereka. Pelaksanaan dilakukan selama 2 hari, dimana hari pertama dilakukan pada tanggal dan seminggu setelahnya dilakukan konsultasi melalui what's app ketika ada peserta yang masih kesulitan belum memahami. Mahasiswa juga dilibatkan dalam pengabdian masyarakat ini, khususnya untuk membantu menjelaskan perilaku biaya bagi para pedagang.

Tahapan persiapan dilakukan oleh tim dengan survey awal mengenali problema kelompok pedagang kuliner yang tergabung dalam Paguyuban UMKM Kecamatan Blimbing Malang. Kelompok ini dipilih dikarenakan paguyuban ini secara aktif melakukan pembinaan mandiri bagi anggota kelompoknya secara mandiri. Hasil survey awal menemukan bahwa beberapa pedagang mengalami kerugian karena harga jual lebih kecil daripada harga pokok. Tahap pelaksanaan

dilakukan dengan mengumpulkan para pedagang kuliner ini yang bertujuan untuk memberikan pendampingan khusus, mengenali kesulitan mereka menentukan harga jual. Tahap evaluasi dilakukan tim setelah proses pendampingan bagi kelompok ini. Beberapa poin dievaluasi adalah tingkat pemahaman pedagang kuliner dan evaluasi atas faktor pendukung lainnya, berupa sarana dan prasarana dan evaluasi protocol kesehatan karena saat dilakukan pendampingan adalah musim pandemic.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Hasil pengabdian masyarakat ini menemukan beberapa hal yang menarik. Pertama, para pedagang kuliner dalam mengembangkan usahanya lebih banyak perempuan daripada laki-laki. Kebanyakan adalah ibu-ibu yang memang menekuni bidang ini sebagai mata pencarian utama keluarga, dan ibu-ibu yang mencoba berwirausaha karena faktor hobby memasak. Untuk yang sekedar hobby memasak dan kemudian menjual melalui metode open PO, biasanya tidak menghitung berapa biaya bahan baku, mereka menentukan berdasarkan harga pasar.

Jenis-jenis biaya yang digunakan dalam industri kecil kuliner meliputi biaya pembuatan kue, biaya tenaga kerja, biaya peralatan, biaya overhead, berupa biaya listrik dan lain-lain. Pembuatan roti dan kue membutuhkan bahan dasar berupa tepung terigu, mentega, margarine, telur dan susu. Tepung terigu sebagai bahan dasar saat ini bermacam-macam karena perkembangan teknologi pengolahan terigu. Namun pada dasarnya dibedakan menjadi tiga macam. Tepung terigu protein tinggi untuk pembuatan roti bakery, donat dan sejenisnya. Tepung terigu protein sedang adalah all purpose karena bisa digunakan untuk semua jenis roti, kue kering dan cake. Tepung terigu protein rendah lebih cocok untuk pembuatan kue kering. Harga tepung terigu juga bervariasi. Tepung terigu curah biasanya lebih murah dibandingkan yang sudah kemasan kiloan. Demikian juga mentega atau margarine yang digunakan juga bervariasi. Untuk mentega import, biasanya dari Belanda atau Australia, memiliki harga lebih tinggi, sampai ratusan ribu per kilo dibandingkan produk lokal.

Selama ini ilmu akuntansi terkesan sulit karena biasanya hanya digunakan untuk perusahaan, industri dengan skala menengah dan besar. Padahal, industri kecil, perintis pun perlu menggunakan akuntansi untuk memudahkan dan menghasilkan informasi keuangan yang lebih akurat dan valid sebagai dasar pengambilan keputusan.

Pengabdian sejenis yang menggunakan teknologi akuntansi, baik secara akuntansi sederhana maupun menggunakan sistem teknologi informasi mulai banyak dilakukan. Hal ini sesuai dengan tuntutan saat ini dimana industri kecil dan UMKM mampu menjadi dasar ketahanan bangsa melalui sumbangsuhnya dalam meningkatkan ekonomi keluarga.

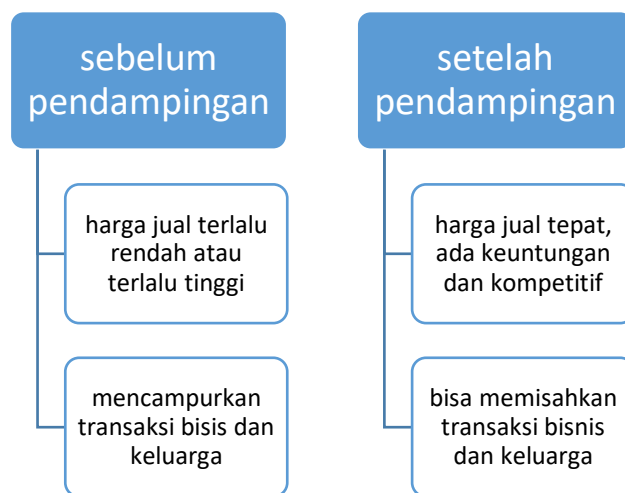
Pengabdian yang dilakukan oleh (Latifiana, 2017)

Hubungan biaya produksi dan laba bagi industri kecil menjadi focus penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial perkiraan biaya produksi berpengaruh secara positif terhadap harga jual, artinya setiap kenaikan pada perkiraan biaya produksi terhadap harga jual akan diikuti oleh kenaikan harga jual dan penurunan perkiraan biaya produksi akan diikuti oleh penurunan harga jual. (“PENGARUH PERKIRAAN BIAYA PRODUKSI DAN LABA YANG DIINGINKAN TERHADAP HARGA JUAL PADA INDUSTRI KECIL GENTENG PRES,” 2002)

Secara khusus ada tiga mitra anggota kelompok Paguyuban UMKM Kecamatan Blimbing, Malang yang didampingi. Pertama adalah ibu E. Ibu ini memiliki usaha donat yang semakin serius digeluti dan menjadi sumber pemasukan utama keluarga setelah suami ibu E terdampak harus keluar dari tempat bekerja sebelumnya karena tutup akibat pandemik Covid19. Kedua adalah ibu N. Ibu ini memiliki hobby memasak dan memiliki jiwa wirausaha yang ulet. Ibu N merasa masih belum menemukan focus di bisnis kuliner yang disukainya. Ketiga adalah ibu P. Ibu P ini adalah ibu muda yang memiliki dasar teknologi informasi karena latar Pendidikan D1 Informatika. Ibu P telah menggunakan social media, Instagram yang aktif untuk pemasaran produknya. Ibu P menyesuaikan produk yang dibuat berdasarkan tren kuliner kekinian. Dengan latar belakang yang berbeda, ketiganya memiliki masalah yang sama yaitu kesulitan untuk menentukan harga jual yang tepat sehingga mampu menghasilkan keuntungan.

Rekayasa social yang dilakukan dengan intens melalui sosialisasi, pendampingan luring maupun daring membuat ketiganya, sebagai pengusaha kuliner mampu memperlakukan transaksi usaha mereka berdasarkan perilaku biaya. Gambar berikut menjelaskan kemampuan sebelum mendapatkan pendampingan akuntansi dan sesudahnya.



Bahan Baku		
Terigu	1 kg	13.000
Gula	200 gr	4.000
Telur	4 butir	6.000
Susu	4 skm	2.000
Mentega	200 gr	9.000
Buttercream	1 kg	20.000
Coklat meses	250 gr	25.000
minyak goreng	1 lt	10.000
Tenaga Kerja		
2 orang	5 jam	50.000
FOH		
Kompur		2.000
Wajan		2.000
		144.850
Produk jadi	80	
HPP		1.811
Harga jual	30%	2.354

Bahan Langsung Tepung	60kg	- Rp 510 000
Telur	15 kg	- Rp 375 000
Gula	14 400	- Rp 187 200
mentega	6 kg	- Rp 108 000
Feripan	1080	- Rp 108 000
Bahan baku	1440	- Rp 11 520
		<u>Rp 1.299 720.</u>

Gambar 2. Perbedaan penghitungan harga jual sebelum dan sesudah pendampingan

SIMPULAN

Pedagang kecil dan UMKM menjadi fondasi penting bagi perekonomian Indonesia sebagai penyumbang ketahanan ekonomi bangsa. Peran mereka mampu menyelamatkan ekonomi keluarga maupun dampaknya bagi ekonomi keluarga lain. Untuk itulah perlu dilakukan rekayasa social melalui pendampingan atas kemampuan mereka mengelola usahanya dengan pengetahuan akuntansi dasar sederhana yang memudahkan dan efektif untuk pengambilan keputusan penting. Harga jual seringkali menjadi masalah karena terkait langsung untuk konsumen mau membeli atau tidak. Produsen kecil sangat dipengaruhi oleh harga pasar produk kue. Industri dengan skala besar secara ekonomis membuat produk kue menjadi lebih murah, dan ini menjadi tantangan kompetitif yang bisa mematikan industri kecil ini. Pengabdian masyarakat ini efektif membantu para pedagang kuliner memiliki mindset baru untuk memisahkan pengelolaan usaha dan kebutuhan rumah tangga mereka. Biasanya pedagang kecil mencampurkan dan tidak membedakan mana kebutuhan anggaran untuk usaha dan keluarga, sehingga tidak bisa menilai kemajuan usahanya. Dengan penentuan harga, yang memasukkan dan menghargai peran mereka sebagai tenaga kerja yang harus dibayar dalam penentuan harga jual maka bisa dinilai efektivitas usaha mereka

DAFTAR PUSTAKA

- Besra, E. (2012). Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Pariwisata Di Kota Padang. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*.
- Djuwita, D., & Yusuf, A. A. (2018). Tingkat Literasi Keuangan Syariah Di Kalangan UMKM Dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha. *Al-Amwal : Jurnal*



- Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah.*
<https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2837>
- 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.*
<https://doi.org/10.32503/cendekia.v1i2.603>
- Handika, M. R., Maradona, A. F., & Dharma, G. S. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Manajemen Dan Bisnis Undiknas.*
- Iriyanti, Y. (2012). Substitusi Tepung Ubi Ungu dalam Pembuatan Roti Manis, Donat dan Cake Bread.
- Latifiana, D. (2017). STUDI LITERASI KEUANGAN PENGELOLA USAHA KECIL MENENGAH (UKM). *Studi Literasi Keuangan Pengelola Usaha Kecil Menengah (UMKM).*
- PENGARUH PERKIRAAN BIAYA PRODUKSI DAN LABA YANG DIINGINKAN TERHADAP HARGA JUAL PADA INDUSTRI KECIL GENTENG PRES. (2002). *Dinamika.*
- Prapti NSS, R. L., & Rahoyo, R. (2019). DAMPAK BISNIS KULINER MELALUI GO FOOD BAGI PERTUMBUHAN EKONOMI DI KOTA SEMARANG. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya.* <https://doi.org/10.26623/jdsb.v20i2.1243>
- Rahma, N., Susilowati, I., & Purwanti, E. Y. (2017). Minat Wisatawan terhadap Makanan Lokal Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia.*
<https://doi.org/10.21002/jepi.v18i1.752>
- Ridwan, I. M., Fauzi, A., Aisyah, I., Susilawati, & Sofyan, I. (2019). Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan "WAGE" Bandung. *JURNAL ABDIMAS BSI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat.*
- Sanistasya, P. A., Raharjo, K., & Iqbal, M. (2019). The Effect of Financial Literacy and Financial Inclusion on Small Enterprises Performance in East Kalimantan. *Jurnal Economia.* <https://doi.org/10.21831/economia.v15i1.23192>
- Winarto, W. W. A. (2020). Peran Fintech dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah).*
<https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.132>
- Wiralestari, W., & Friyani, R. (2019). Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Aplikasi Lamikro Pada Usaha Kuliner Tm Cemal Cemil. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat.*
<https://doi.org/10.22437/jkam.v3i1.7011>