

Accounting and Marketing Training and Assistance on MSME Wall Panel

Pelatihan dan Pendampingan Akuntansi dan Pemasaran pada UMKM Wall Panel

Wiwit Hariyanto¹, M Yani², Santi Rahma Dewi³

^{1,2,3}Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Abstract. Wall panel products are handicraft products that are still rare in the market. The target market for this business are hotels, the tourism sector, and large companies. Meanwhile, the MSME Wall Panel is still having difficulty determining the selling price and effective marketing. The purpose of this community service is to increase knowledge and skills in the field of accounting and marketing at the MSME Wall Panel. The implementation method used is socialization, training and mentoring. The results obtained are that the MSME Wall panel is now in determining the cost of production, cost of goods sold, selling price and marketing both offline and online. The impact of the training and mentoring is that the MSME Wall Panel can independently determine a reasonable and appropriate selling price and can do offline and online marketing.

Keywords: Training, Mentoring, Accounting, Marketing, MSME Wall Panel

Abstrak. Produk wall panel adalah produk kerajinan tangan yang masih jarang di pasaran. Pangsa pasar yang dibidik dari usaha ini adalah hotel, sektor wisata, dan perusahaan besar. Sementara itu UMKM Wall Panel masih kesulitan untuk menentukan harga jual dan pemasaran yang efektif. Tujuan pengabdian pada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan dalam bidang akuntansi dan pemasaran pada UMKM Wall Panel. Metode pelaksanaan yang digunakan adalah sosialisasi, pelatihan dan pendampingan. Hasil yang diperoleh bahwa UMKM Wall panel sekarang dalam menentukan harga pokok produksi, harga pokok penjualan, harga jual dan pemasaran baik secara offline dan online. Dampak pelatihan dan pendampingan adalah UMKM Wall Panel dapat secara mandiri menentukan harga jual yang layak dan sesuai serta dapat melakukan pemasaran secara offline dan online.

Kata Kunci : Pelatihan, Pendampingan, Akuntansi, Pemasaran, UMKM Wall Panel

PENDAHULUAN

Sumber Rejeki Wall Panel adalah usaha kerajinan tangan yang membuat hiasan dinding dari potongan-potongan kayu. Namun ada produk kayu lain yang berdasarkan pesanan konsumen dapat dibuat misalnya lemari kayu, rak meja kayu, meja belajar dan lainnya. Usaha ini baru berjalan kurang dari lima tahun. Pangsa pasar produk wall panel ini adalah hotel atau perkantoran besar. Memang ceruk pasar produk ini sangatlah kecil.

Usaha wall panel ini dijalankan dengan sangat sederhana, yakni pemasarannya hanya dilakukan dengan promosi melalui *Facebook* dan share pada *WA group* oleh pemilik usaha. Untuk penjualan wall panel selama tahun 2021 ini sebanyak 8 unit produk. Untuk penjualan non wall panel sebanyak 5 unit produk tergantung pesanan konsumen, misalnya rak makan, rak buku, meja belajar dan lainnya. Usaha ini belum memiliki media promosi seperti brosur, katalog produk, papan nama, kartu nama, dan lainnya. Padahal media promosi sangatlah penting artinya bagi pemilik usaha atau UMKM (1), (2)

Pemilik usaha juga belum dapat menentukan harga pokok produksi, harga jual dan laporan keuangan. Penentuan harga jual hanya berdasarkan perkiraan saja asal tidak rugi dalam pembelian bahan baku padahal banyak biaya lain yang seharusnya diperhitungkan seperti biaya tenaga kerja dan biaya overhead. Padahal penentuan harga jual ini sangat penting karena akan mempengaruhi cash flow dan juga laba yang diperoleh (3).

Selain itu diversifikasi produk juga menjadi masalah yang penting karena produk yang ada hanya terbatas seperti itu saja dengan pangsa pasar yang terbatas. Diversifikasi produk perlu dilakukan oleh pemilik usaha dengan mencoba pada usaha mebelair atau furnitur dengan tetap mengandalkan pada olahan kayu. Pemilik usaha sudah memiliki beberapa alat untuk mengolah produk kayu.

Jejaring bisnis oleh pemilik usaha masih sangat terbatas. Jejaring ini penting karena terkait dengan banyaknya pihak yang harus dikenal. Selain itu pada beberapa dinas seperti Dinas UMKM dan Koperasi, Dinas Perindustrian selalu ada pembinaan UMKM dan juga asosiasi yang melingkupinya. Usaha wall panel ini juga harus melakukan hal yang sama agar punya jaringan dan pemasaran yang luas. Sumber Rejeki Wall Panel juga belum memiliki badan usaha yang memudahkan ketika harus bekerjasama dengan pihak lain. Usaha ini berada di Perumahan Wahyu Taman Sarirogo Blok AM 111 Sumpat Kecamatan Sidoarjo Kabupaten Sidoarjo.

Berikut beberapa produk wall panel dan kayu lainnya yang siap dijual (Gambar 1)



Gambar 1. Produk Wall Panel “Sumber Rejeki”

Berdasarkan analisis situasi yang ada, tujuan abdimas ini adalah untuk memberikan solusi atas permasalahan mitra, yakni aspek kemampuan menentukan harga jual dan pemasaran yang efektif. Untuk itu akan dilakukan pelatihan dan pendampingan penentuan harga pokok produksi, harga jual, dan pemasaran secara offline dan online.

METODE

Kegiatan abdimas ini terdiri dari tiga tahapan, yakni pra pelaksanaan, pada saat pelaksanaan, dan pasca pelaksanaan abdimas. Pada pra pelaksanaan, tim abdimas melakukan wawancara dan diskusi dengan mitra UMKM Wallpanel yang ada di Perum Wahyu Taman Sarirogo. Pada tahap pra abdimas tersebut dimulai dari diskusi bersama perajin tentang kondisi UMKM yang ada sekarang. Berdasarkan wawancara, dialog dan berdiskusi tersebut diperoleh akar permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Wallpanel terkait dengan penentuan harga jual produk, pemasaran yang efektif dan jejaring bisnis.

Pada pelaksanaan abdimas dilakukan untuk menyelesaikan dua pokok permasalahan yakni perhitungan harga jual dan pemasaran yang efektif. Pelatihan dan pendampingan dilakukan pada hari Rabu tanggal 2 Maret 2022 di rumah UMKM Wall panel Perum Wahyu Taman Sarirogo Blok AM1 No 11 Kecamatan Sidoarjo. Pemateri pada kegiatan tersebut adalah ketua abdimas Bpk Wiwit Hariyanto, SE., M.Si, dan anggota abdimas yakni Bpk M Yani, SE., MM. Materi yang diberikan oleh Bapak Wiwit Hariyanto adalah tentang perhitungan harga pokok produksi, harga pokok penjualan dan penetapan harga jual. Sementara itu untuk Bapak M Yani memberikan materi tentang pemasaran yang efektif melalui pemasaran offline dan online.

Tahap ketiga abdimas adalah pendampingan dan evaluasi. Pada proses ini banyak dilakukan komunikasi melalui WA Group "Abdimas Wallpanel 22". UMKM Wallpanel menyampaikan permasalahannya dan dilakukan pemecahan masalah dengan berdiskusi via WA Group tersebut. Hal ini efektif karena solusi dapat diberikan secara langsung dengan cepat. Pada proses ini UMKM Wallpanel sudah mulai dapat menghitung harga pokok produksi, harga pokok penjualan, dan harga jual. Selain itu juga sudah diberikan kartu nama, katalog produk, banner untuk promosi, dan juga sudah dibuatkan Instagram untuk promosi dan Facebook.

Selanjutnya pasca pelaksanaan abdimas dilakukan evaluasi oleh tim abdimas. Hasilnya adalah pada pelaksanaan pelatihan sudah sesuai dengan rencana. Untuk program yang belum maksimal adalah pendampingan akuntansi dan insensitas UMKM dalam melakukan promosi melalui media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim abdimas memberikan solusi berdasarkan permasalahan mitra, yakni penentuan harga jual dan pemasaran yang efektif. Untuk dua hal tersebut tim mitra melakukan pelatihan dan pendampingan. Untuk melihat hasilnya tim mitra melakukan pre test dan post test terhadap kemampuan pelaku UMKM Wallpanel (Tabel 1).

Untuk materi pertama tentang penentuan harga jual, tim abdimas merujuk pada (4) tentang metode cost plus pricing dalam menentukan harga jual. Untuk penetapan harga jual tersebut didasarkan pada total harga pokok produksi yang ditambah dengan biaya administrasi dan pemasaran dan dibagi dengan total produksi dalam setahun. Selanjutnya ditambahkan dengan prosentase laba yang diinginkan. Dengan contoh sederhana yang seperti itu perajain UMKM Wall panel memahami dan mengerti cara penetapan harga jual produknya.

Untuk materi kedua tentang pemasaran yang efektif. Tim abdimas tetap menggunakan pemasaran secara offline dan online. Walaupun saat ini makin marak tentang pemasaran online tetapi tim abdimas tetap menyarankan pada UMKM wallpanel untuk tetap menggunakan pemasaran offline melalui berbagai media promosi seperti brosur, leaflet, spanduk dan lainnya. Pada saat pelatihan dan pendampingan, tim abdimas juga menjelaskan tentang perbedaan antara pemasaran offline dan online bersama dengan kelebihan dan kekurangannya (5). Untuk efektivitas pemasaran online melalui Instagram, tim abdimas merujuk pada artikel (6). Untuk saat ini pelaku UMKM Wallpanel hanya memiliki akun facebook (FB) untuk promosinya dan akun bersifat pribadi atau atas nama pribadi bukan atas nama bisnis tersebut. Atas dasar tersebut tim mitra memberikan saran untuk membuat akun FB dan IG dengan nama produk dan juga bersifat akun bisnis. Berikut foto kegiatan pelatihan dan pendampingan.



Gambar 2. Proses Pelatihan dan Pendampingan

Sebagaimana disampaikan sebelumnya bahwa pada saat pelatihan dan pendampingan dilakukan Pre Test dan Post Tes, berikut hasilnya.

Tabel 1. Hasil Pre Test dan Post Test

No	Materi Yang Diujikan	Pre Test	Post Test
1	Biaya Bahan Baku	7	9
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	8	9
3	Biaya Overhead	6	8
4	Biaya Administrasi	8	9
5	Biaya Pemasaran	8	9
6	Margin Laba	6	8
7	Harga Pokok Penjualan	6	8
8	Harga Jual	7	9
9	Pemasaran Offline	8	9
10	Pemasaran Online	8	9
	JUMLAH	72	87

Sumber Data : Diolah

Berdasarkan hasil pre test dan post test diketahui terjadi peningkatan nilai dari 72 menjadi 87 atau sekitar 15 point. Adapun materi yang diujikan adalah elemen harga pokok penjualan, penentuan harga jual dan tentang pemasaran offline dan online. Materi yang tidak diketahui oleh pelaku UMKM adalah tentang biaya overhead, margin laba, dan harga pokok penjualan. Namun dengan pelatihan dan pendampingan, pengetahuan dan ketrampilan UMKM wall panel meningkat, Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pelatihan dan pendampingan oleh tim abdimas telah berhasil. Untuk hasil penjualan, pada bulan Februari dan Maret 2022 ada pesanan pembuatan meja, rak sepatu dan lemari pakaian dengan total penjualan sebesar Rp. 6.100.000,--.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang telah membiayai Abdimas ini melalui Skema Program Kemitraan Masyarakat Institusi (PKaMI) Tahun 2021/2022.

Referensi

- (1) Andharini, Sri Nastiti. 2012. Pemasaran Kewirausahaan Dan Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Ekonomika-Bisnis* Vol. 03 No.2 Bulan Juli Tahun 2012, Hal 121-130.
- (2) Triyaningsih, Sri Lestari. 2012. Strategi Pemasaran Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol. 12, No. 1, April 2012 : 37 – 46
- (3) Maghfirah, Mifta, Dan Fazli Syam Bz. 2016. Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Penerapan Metode Full Costing Pada Umkm Kota Banda Aceh. *Ijurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi* Vol. 1, No. 2.
- (4) Soei, Christanti Natalia., Harijanto Sabijono., Treesje Runtu. 2014. Penentuan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Pada UD. *Sinar Sakti. Jurnal EMBA* Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 208-217
- (5) Arni, Ulti Desi. 2019. Perbedaan Efektivitas Pemasaran Online Dan Pemasaran Offline. <https://garudacyber.co.id/artikel/1517-perbedaan-efektivitas-pemasaran-online-dan-pemasaran-offline>
- (6) Ramadan, Ari dan Anna Fatchiya. 2021. Instagram Sebagai Media Promosi Produk “Rendang Uninam”. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*. Vol. 05 (01) 2021 | 64-84. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v5i1.757>. 64-84