

## Pemberdayaan UMKM Telur Asin Melalui Sistem Akuntansi dan Strategi Pemasaran

As'adi<sup>1</sup>, Hermi Sularsih<sup>2</sup>, Sukarno Himawan Wibisono<sup>3</sup>, Ahmad Mukoffi<sup>4\*</sup>

<sup>1,2</sup>) Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gempol, Pasuruan

<sup>3,4</sup>) Program Studi Akuntansi, Universitas Tribhuwana Tungadewi, Malang

Diterima: 07-04-2022	Direvisi: 21-04-2022	Disetujui: 25-04-2022	Dipublikasi: 30-04-2022
----------------------	----------------------	-----------------------	-------------------------

### Abstract

*Various parties responded to the economic situation in Indonesia. Each program is designed to address a certain issue, such as poverty. However, the proper approach to poverty alleviation has yet to be discovered. The lack of understanding of SME owners in various matters is one of the roadblocks to success in poverty alleviation efforts. One of the cases was found in salted egg SME owners' lack of understanding on the accounting system in accordance with applicable standards. This situation has an impact on business continuity. It is necessary to empower them in the form of assistance and training for accounting systems for salted egg SMEs in Kecamatan Lowokwaru. The results of the community service show an increase in understanding of the accounting system and marketing strategy, which is hoped to help salted egg SMEs in the are grow in the future.*

**Keywords:** SAK EMKM Accounting System, Marketing Strategy, Salted Egg SMEs

### Abstrak

Kondisi perekonomian di Indonesia menerima tanggapan dari berbagai pihak. Setiap program dilaksanakan untuk mengatasi permasalahan, terutama kemiskinan. Namun, solusi yang tepat untuk mengentaskan kemiskinan tersebut belum dapat ditemukan. Salah satu penghambat kemajuan usaha pengentasan kemiskinan yaitu kurangnya pemahaman pemilik UMKM di berbagai hal. Hal ini ditemukan salah satunya pada kasus minimnya pemahaman pemilik UMKM telur asin terhadap sistem akuntansi sesuai standar yang berlaku. Kondisi ini berdampak pada keberlangsungan usaha, untuk itu perlu pemberdayaan berupa pendampingan sistem akuntansi dan strategi pemasaran yang tepat. Pengabdian masyarakat berupa pelatihan dan pendampingan sistem akuntansi untuk UMKM telur asin dilakukan di Kecamatan Lowokwaru. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan pemahaman sistem akuntansi dan strategi pemasaran, dan diharapkan dapat membantu UMKM telur asin di daerah tersebut berkembang di kemudian hari.

**Kata kunci:** Sistem Akuntansi SAK EMKM, Strategi Pemasaran, UMKM Telur Asin

---

\* Penulis korespondensi  
Email: ahmadmukoffi@gmail.com

## **Pendahuluan**

Kemiskinan yang terjadi di Indonesia menimbulkan tanggapan berbagai pihak baik dari lembaga swasta maupun lembaga lainnya. Setiap program yang telah dilaksanakan bertujuan untuk mengatasi permasalahan berupa kemiskinan namun masih belum menemukan solusi yang tepat untuk mengentaskan kemiskinan. Pemerintah Kota Malang telah berupaya meningkatkan Produk Domestik Regional Bruto dengan mendirikan usaha kecil dan menengah. Perhatian khusus pada UMKM merupakan salah satu bentuk usaha yang sinergis antara pemerintah dengan pihak-pihak lain yang dibutuhkan untuk efektivitas program pemberdayaan (Humam, 2012).

Usaha telur asin merupakan usaha kecil dan menengah yang banyak diminati oleh masyarakat di Kecamatan Lowokwaru. Minat masyarakat pada usaha telur asin ini sejalan dengan tingginya permintaan telur asin di pasaran. Namun, perusahaan skala kecil dan menengah seringkali memiliki kendala dalam proses produksinya. Salah satunya adalah keterbatasan modal yang berdampak pada teknologi yang dibutuhkan dalam proses produksi. Tidak memadainya teknologi ini membuat banyak permintaan konsumen telur asin tidak terpenuhi.

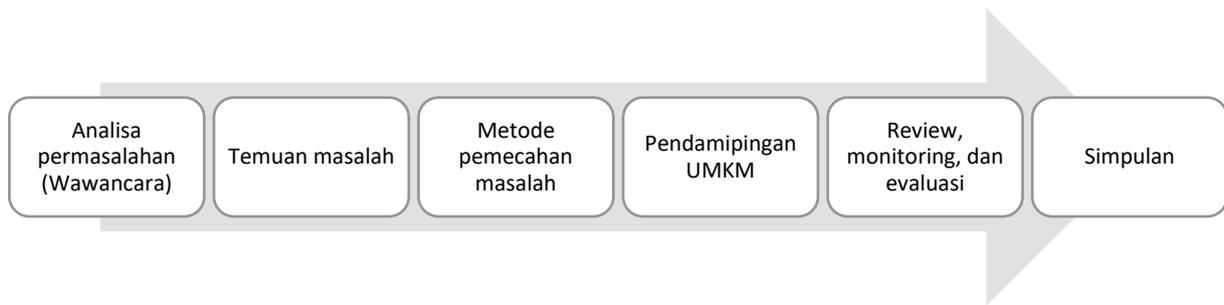
Permasalahan pada UMKM telur asin tidak hanya terjadi pada aspek produksi, tetapi juga pada pengelolaan laporan keuangan perusahaan secara sistematis. Padahal, informasi akuntansi berperan untuk meningkatkan pertumbuhan kinerja UMKM (Kelara dan Suwarni, 2020). Peningkatan pertumbuhan untuk kinerja UMKM dapat diketahui melalui upaya peningkatan penjualan, pengurangan biaya, dan penambahan aset pada UMKM yang telah menggunakan informasi akuntansi dengan baik. Penerapan sistem akuntansi yang baik sesuai SAK EMKM sangat penting bagi UMKM untuk pengembangan usaha. SAK EMKM berupa Laporan Posisi Keuangan, Laporan Laba Rugi, dan Catatan atas Laporan Keuangan merupakan bentuk catatan yang dapat berfungsi sebagai penunjang UMKM dengan pemanfaatan pinjaman pihak Bank (Hasanah dan Sukiyarningsih, 2021). Buruknya kualitas catatan keuangan dianggap sebagai sumber kurangnya akses kredit perbankan (Juita, 2016). Pemilik UMKM sering kekurangan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk mengajukan pinjaman dan memenuhi standar Bank.

Strategi pemasaran yang tepat bagi UMKM telur asin harus diterapkan. Perlu diketahui bahwa strategi pemasaran yang tepat dapat mempertahankan pangsa pasar dan bahkan meningkatkan jumlah pasar. Hal ini sangat penting dilakukan oleh UMKM telur asin mengingat jumlah pesaing yang selalu meningkat. Wibowo dan Sunarti (2015) mengatakan bahwa strategi pemasaran merupakan salah satu strategi memenangkan keunggulan bersaing yang berkelanjutan baik itu untuk perusahaan yang memproduksi barang atau jasa. Strategi pemasaran dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh. Penerapan strategi pemasaran 4p dapat memberikan perkembangan dalam usaha yang dijalankan oleh UMKM Batik (Mandasari dkk, 2019). Peran penting dari strategi pemasaran yang tepat akan mampu meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan UMKM (Sulistiyani, dkk., 2020). Dalam upaya menyusun strategi pemasaran, dibutuhkan informasi yang lengkap berkaitan dengan pasar, konsumen maupun produk yang dibutuhkan. Tidak adanya informasi yang mendukung dalam penentuan strategi pemasaran tentu saja membuat UMKM sulit bersaing.

Analisa yang dilakukan pada UMKM telur asin memperlihatkan bahwa sistem akuntansi dan strategi pemasaran masih belum terlaksanan dengan baik. Hal ini disebabkan oleh minimnya kegiatan yang diikuti pemilik UMKM telur, terutama pelatihan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pemberdayaan UMKM telur asin melalui pendampingan penyusunan sistem akuntansi dan strategi pemasaran sangat dibutuhkan untuk mencapai kemajuan usaha, secara khusus, dan pengentasan kemiskinan secara umum.

### Metode Pengabdian

Pemberdayaan UMKM telur asin dilakukan dengan menggunakan metode pendampingan penyusunan Sistem Akuntansi dan pendampingan analisa strategi pemasaran. Dalam pelaksanaan pendampingan tim pengabdian menggunakan tahapan-tahapan berikut:



Gambar 1. Tahapan Pengabdian

#### 1. Analisa permasalahan

Analisa dilaksanakan tim melalui metode pengamatan dan wawancara dengan pemilik UMKM telur asin guna mengetahui permasalahan yang terjadi pada UMKM dalam mengelola laporan keuangan yang sesuai SAK EMKM dan strategi yang tepat dalam pengembangan usaha.

#### 2. Temuan masalah

Merupakan hasil diskusi dan wawancara dengan pemilik UMKM telur asin yang berkaitan dengan kendala selama menjalankan usaha.

#### 3. Metode pemecahan masalah

Tim pengabdian menentukan *focus group discussion* (FGD). UMKM mengalami keterbatasan pengetahuan dan pemahaman penyusunan laporan keuangan yang sesuai SAK EMKM dan perlunya strategi yang tepat dalam memasarkan produk. Metode yang tepat untuk pemecahan masalah bagi UMKM adalah pelatihan dan pendampingan sistem akuntansi dan strategi pemasaran.

#### 4. Pendampingan UMKM

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan metode ceramah dan praktek. Metode ceramah dan praktek akan dilanjutkan dengan sesi diskusi dan tanya jawab dengan pelaksanaan UMKM.

#### 5. Review, Monitoring, dan Evaluasi

Tahapan ini digunakan dengan tujuan untuk mereview dan mengevaluasi kegiatan yang telah dilaksanakan yang telah dilaksanakan apakah sesuai dengan capaian yang direncanakan tim pengabdian.

## **6. Simpulan**

Simpulan didapatkan setelah semua proses sebelumnya dilakukan, mulai dari analisa permasalahan hingga review, monitoring, dan evaluasi kegiatan pengabdian pada UMKM telur asin.

## **Hasil dan Pembahasan**

Sebelum melakukan kegiatan pendampingan, UMKM telur asin masih menggunakan atau melakukan pencatatan secara manual yang belum memenuhi standar penyusunan laporan keuangan (SAK-EMKM) seperti pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Buku kas

No.	Tanggal	Keterangan	Jumlah		
			Penerimaan	Pengeluaran	Saldo

SAK EMKM (2016), komponen laporan keuangan untuk entitas, mikro, kecil, dan menengah terdiri dari: laporan posisi keuangan, laporan laba rugi, dan catatan atas laporan keuangan. Laporan keuangan merupakan hasil akhir dari aktivitas akuntansi. Laporan ini mengikhtisarkan data transaksi dalam bentuk yang berguna bagi pengambilan keputusan. Berdasarkan Undang Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah, yang dimaksud dengan usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Dari hasil wawancara kepada pemilik Pelaku UMKM menunjukkan bahwa pemahaman dalam penyusunan laporan keuangan tentang SAK EMKM masih rendah, dikarenakan kurangnya sosialisasi terkait dengan SAK EMKM.

**Tabel 2.** Kerangka Konsep Laporan Posisi Keuangan berdasarkan SAK EMKM

<b>Aset</b>		<b>Catatan</b>	<b>2021</b>	<b>2021</b>
<b>Aset Lancar</b>				
• Kas dan setara kas			XXXX	XXXX
• Kas			XXXX	XXXX
• Giro			XXXX	XXXX
• Deposito			XXXX	XXXX
<b>Jumlah Kas dan Setara Kas</b>			<b>XXXX</b>	<b>XXXX</b>
<b>Aset Tetap</b>				
• Akumulasi Penyusutan aset tetap			<u>XXXX</u>	<u>XXXX</u>
<b>Jumlah Aset</b>			<b>XXXX</b>	<b>XXXX</b>
<b>Liabilitas</b>				
• Hutang Usaha			XXXX	XXXX
• Hutang Bank			XXXX	XXXX
<b>Jumlah Liabilitas</b>			<b>XXXX</b>	<b>XXXX</b>
<b>Ekuitas</b>				
• Modal			XXXX	XXXX
• Saldo laba			<u>XXXX</u>	<u>XXXX</u>
<b>Jumlah Liabilitas dan Ekuitas</b>			<b>XXXX</b>	<b>XXXX</b>

SAK EMKM (2016:3), aset adalah sumber daya yang dikuasai oleh entitas sebagai akibat dari peristiwa masa lalu dan yang dari mana manfaat ekonomik di masa depan diharapkan akan diperoleh oleh entitas. Liabilitas adalah kewajiban kini entitas yang timbul dari masa lalu, yang penyelesaiannya mengakibatkan arus kas keluar dari sumber daya entitas yang mengandung manfaat ekonomik. Ekuitas adalah hak residual atas aset entitas setelah dikurangi seluruh liabilitas.

**Tabel 3.** Kerangka Konsep Laporan Laba Rugi berdasarkan SAK EMKM

Entitas		
Laporan laba rugi		
Untuk tahun yang berakhir 31 desember xxxx		
Pendapatan	2021	2021
• Pendapatan usaha	XXXX	XXXX
• Pendapatan lain-lain	XXXX	XXXX
Jumlah pendapatan	XXXX	XXXX
Beban		
• Beban usaha	XXXX	XXXX
• Beban lain-lain	XXXX	XXXX
Jumlah beban	XXXX	XXXX
Laba rugi sebelum pajak penghasilan	XXXX	XXXX
• Beban pajak penghasilan		
Laba rugi setelah pajak penghasilan	XXXX	XXXX

SAK EMKM (2016:4) pendapatan adalah penghasilan yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas entitas yang normal, yang dikenal dengan berbagai sebutan, misalnya: penjualan, imbalan, bunga, deviden, royalti, dan sewa. Beban mencakup beban yang timbul

dalam pelaksanaan aktivitas entitas yang normal meliputi, misalnya, beban pokok penjualan, upah, dan penyusutan. Namun, untuk perusahaan manufaktur menggunakan laporan harga pokok produksi yang digunakan sebagai informasi mengenai biaya-biaya dalam melakukan proses produksi. Selain perbaikan sistem akuntansi UMKM yang sesuai dengan SAK EMKM, pendampingan UMKM memberikan materi strategi pemasaran berbasis digital guna pengembangan usaha.



Gambar 2. Pelatihan dan pendampingan UMKM telur asin

## Digital Marketing untuk UKM

### Mengetahui Target Pasar

3. Analisa produk/layanan Anda

- Tulis kelebihan produk Anda
- Siapa saja yang mungkin akan diuntungkan oleh produk Anda?

→ **Market Research**

- Buat target riset → followers
- Buat format yang mudah → Polling di Instagram Story
- Buat pertanyaan sesederhana mungkin → hindari jawaban "Ya" atau "Tidak", buat pertanyaan berseri
- Mintalah saran → via DM Instagram Story
- Sebelum meluncurkan survei, tes terlebih dahulu

### Mengetahui Target Pasar

6. Evaluasi

- Apakah permintaan pasar sudah cukup untuk merilis produk atau layanan baru?
- Apakah harga sudah terjangkau?
- Apa cara terbaik menghubungi/mempromosikan produk/layanan Anda?

Lakukan riset pendukung dengan mencari informasi dari sumber lainnya → internet, blog, forum, artikel di media cetak, bertanya pada pelanggan, membuat survei lanjutan

### Mengetahui Target Pasar

1. Siapa konsumen Anda?

- Siapa pelanggan Anda
- Produk apa yang biasanya mereka beli?
- Mengapa mereka membeli di tempat Anda (pembeli pertama maupun repeat order)

→ **Upselling: "Would you like fries with that?"**

- Pembeli pertama mendapat sampel produk lain/pembeli reguler mendapat sampel produk baru yang dibuat terbatas

2. Cek pesaing Anda

- Siapa pesaing Anda, siapa target mereka?
- Coba buka pasar baru dengan menysasar pasar niche

### Mengetahui Target Pasar

4. Pilih target yang spesifik

- Usia
- Lokasi
- Jenis kelamin
- Pendapatan dan pekerjaan
- Tingkat pendidikan
- Status

5. Pahami psikologi target

- Personality dan tingkah laku
- Attitude dan value
- Minat dan hobi
- Gaya hidup

→ Menentukan dari mana target Anda mencari informasi dan media mana yang paling sering mereka gunakan (media sosial, Google, e-commerce atau marketplace, event offline).

### Jenis-jenis Digital Marketing

SEO (Search Engine Optimization)

- High-Quality Content
- Guest Blogging
- Images and Videos
- Direct Mail (Newsletter)
- Social Presence
- Meta Data

Use of SEO-friendly Design & Layout  
SEO Copywriting

Gambar 3. Materi strategi pemasaran berbasis digital (Sumber: tpsaproject, 2022)

## **Kesimpulan dan Saran**

### **Kesimpulan**

Salah satu hambatan dalam pengembangan usaha, terutama UMKM telur asin di Kecamatan Lowokwaru yaitu minimnya pengetahuan pemilik usaha tentang sistem akuntansi sesuai standar yang berlaku (SAK-EMKM) dan ketidaktahuan promosi atau strategi pemasaran berbasis digital. Pengabdian masyarakat ini ditujukan untuk mendampingi UMKM telur asin dalam penyusunan laporan keuangan yang lebih baik dan sistematis serta sesuai standar. Selain itu, juga dilakukan pemberian materi mengenai strategi pemasaran yang berbasis digital. Hasil pelaksanaan pendampingan UMKM telur asin memberikan dampak positif bagi UMKM, yaitu pemahaman tentang penyusunan laporan keuangan dan strategi pemasaran berbasis digital untuk meningkatkan jumlah pemasaran.

### **Saran**

Dengan melihat manfaat yang besar dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini, maka selanjutnya pihak-pihak terkait termasuk pemerintah, akademisi, dan pihak swasta lainnya perlu melakukan beberapa hal: 1) Melaksanakan pendampingan secara berkelanjutan pada UMKM lainnya dengan materi yang sama, dan 2) Melaksanakan pendampingan pada UMKM yang menemui kendala dalam mengembangkan usahanya.

## **Daftar Pustaka**

- Hasanah, A. N. H. A. N., & Sukiyarningsih, T. W. S. T. W. (2021). Penerapan Laporan Keuangan Berbasis SAK EMKM pada UMKM Rempeyek Bayam Kecamatan Cikeusal. *Jurnal Ekonomi Vokasi*, 4(2), 12-26.
- Humam, P. (2012). *Bersama UKM Membangun Ekonomi Rakyat dan Lingkungan Hidup*. Medan: Fakultas Ekonomi USU.
- Indonesia, I. A. (2016). *Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta: Dewan Standar Akuntansi Keuangan.
- Juita, V. (2016). Pemanfaatan sistem informasi akuntansi pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sektor jasa perdagangan di padang, sumatera barat. *Jurnal Riset Akuntansi Terpadu*, 9(1).
- Kelara, B. N., & Emi, S. (2020). *Peran Informasi Akuntansi Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Kinerja Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah* (Doctoral dissertation, Universitas Bina Darma).
- Mandasari, D. J., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 123-128.
- Sulistiyani, S., Pratama, A., & Setiyanto, S. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Ukm. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 31-39.

Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).



© 2022 oleh penulis. Pemegang Lisensi Studium JPM, Indonesia. Artikel ini merupakan artikel akses terbuka yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan Lisensi Atribusi Creative Commons (CC BY-SA)