

ANALISIS STRATEGI PENGELOLAAN USAHA MIKRO DALAM UPAYA MENJAGA KEBERLANJUTAN USAHA (STUDI KASUS PADA USAHA MIKRO GENKI YOGHURT)

**Yoga Tantular Rachman^{1*)}, Eriana Kartadjumena², Bachtiar Asikin³,
R. Ait Novatiani⁴, Debbie Christine⁵, Yogo Heru Prayitno⁶,
Radhi Abdul Halim Rachmat⁷,**

^{1,2,3,4,5,6,7}Economic Faculty of Universitas Widyatama

^{1*)}yoga.tantular@widyatama.ac.id

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat (abdimas) ini bertujuan untuk membantu meningkatkan pengelolaan usaha mikro agar lebih efektif dan efisien untuk jangka panjang dalam upaya meningkatkan laba usaha dan keberlanjutan dari usaha tersebut melalui penerapan akuntansi manajemen seperti penetapan harga pokok penjualan, harga jual, lalu akuntansi keuangan dalam penyusunan laporan keuangan dan digitalisasi akuntansi, strategi pemasaran dan inovasi produk. Usaha mikro seperti banyak diketahui selain terkendala dengan permodalan juga pengelolaan usaha yang masih seadanya. Pengelolaan usaha yang seadanya seringkali menjadi kendala dalam akses permodalan. Bantuan-bantuan pemerintah menghendaki persyaratan seperti pembukuan sederhana yang jarang dilakukan usaha mikro. Abdimas ini dilakukan untuk meningkatkan pengelolaan usaha sehingga usaha mikro dapat mengakses permodalan dalam rangka mengembangkan usahanya. Metode yang digunakan dalam abdimas ini adalah metode deskriptif berdasarkan sumber dari literatur (jurnal, artikel, buku dan lain-lain) dan studi lapangan dengan melakukan survei dan wawancara pada usaha mikro Genki Yoghurt. Hasil dari abdimas ini memberikan gambaran yang kuat mengenai penerapan strategi dalam pengelolaan usaha mikro khususnya Genki Yoghurt dalam upaya meningkatkan pendapatan, laba dan keberlanjutan usaha. Penentuan harga pokok produksi yang akurat akan menentukan ketepatan dalam menentukan harga jual produk serta menentukan strategi pemasaran yang tepat, pendapatan dan laba usaha akan meningkat. Pelaporan keuangan yang memadai akan memberikan informasi bagi usaha itu sendiri dalam menentukan pengembangan usaha di masa yang akan datang. Digitalisasi pelaporan keuangan membuat alur informasi di perusahaan menjadi lebih cepat sehingga keputusan-keputusan dan strategi bisa segera dibuat dan ditetapkan seperti pengembangan atau inovasi produk agar keberlanjutan usaha dapat terjaga.

Kata kunci: Pengelolaan usaha, Usaha mikro, Keberlanjutan usaha

Abstract

This community dedication aims to help improve the management of micro-enterprises to be more effective and efficient for the sustainability of business and to increase operating profits through determining the cost of sell, selling prices, then preparation of financial reports, accounting digitization, marketing strategies, and product innovation. Micro-enterprises are not only constrained by capital, but also poor business management. Poor business

management is often an obstacle to accessing capital. Government assistance requires such as simple bookkeeping, which micro-enterprises rarely do. This community dedication was conducted to improve business management so that micro-enterprises can access capital to develop their business. The method used in this study is a descriptive method based on sources from the literature (journals, articles, books, etc.) and field studies by conducting surveys and interviews on Genki Yoghurt micro-enterprises. The results of this community dedication provide the implementation of strategies in micro-enterprise management, especially Genki Yoghurt to increase revenue, profit, and business sustainability. Determination of the accurate cost of production will determine the accuracy in determining the selling price of the product and determine the right marketing strategy, revenue and operating profit will increase. Adequate financial reporting will provide information for the business itself in determining future business development. Digitalization of financial reporting makes the flow of information in the company faster so that decisions and strategies can be immediately made and determined such as product development or innovation so that business continuity can be maintained.

Keywords: *Business management, Micro business, Business sustainability*

Article History:

Submission date: 24-11-2021

Revised: 28-09-2022

Accepted: 28-09-2022

**) Corresponding Author*

PENDAHULUAN

Meningkatnya kompetisi dan globalisasi, menuntut setiap pelaku usaha tidak hanya lebih kreatif, namun juga meningkatkan kapasitas dan kompetensi manajemennya. Pada era pasar bebas Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), Sumber Daya Manusia (SDM) lokal tidak hanya akan bersaing di tingkat nasional saja, melainkan bersaing dengan sumber daya manusia negara-negara tingkat ASEAN. Hal ini tentunya harus disikapi secara positif, karena dengan persaingan semakin berat diharapkan memacu SDM lokal untuk lebih memaksimalkan potensinya, terutama Entitas Mikro Kecil dan Menengah (EMKM) (Hasibuan, 2020).

Direktur Jenderal Entitas Mikro Kecil dan Menengah (EMKM) Kementerian Perindustrian (Kemenperin) Euis Saedah menyatakan bahwa daya saing sektor EMKM harus terus ditingkatkan untuk menghadapi MEA. Dua langkah yang menjadi perhatian adalah Gugus Kendali Mutu (GKM) dan penerapan Standar Nasional Indonesia (SNI). Kedua program tersebut diharapkan dapat membantu pembinaan standar EMKM (Hermawan, 2013). Kemenperin juga menyebutkan pada 2013 tercatat 10,3 juta tenaga kerja terserap EMKM di Indonesia yang mencapai 3,9 juta. Jumlah tersebut menyumbang ekspor sebesar USD19,58 juta. Sementara nilai produksi EMKM mencapai Rp753 triliun atau memiliki kontribusi sebanyak 10% dalam pembentukan PDB sektor industri terhadap PDB nasional. Namun, jika melihat daya saing Indonesia

yang diukur dengan indeks daya saing kinerja industri (*Competitiveness Industrial Performance*), daya saing Indonesia masih berada di bawah beberapa negara ASEAN seperti Singapura, Thailand, Malaysia, dan Filipina (Ardiansyah, 2014). Akibatnya, di pasar Indonesia produk-produk EMKM Indonesia dimungkinkan dapat kalah bersaing dengan produk-produk negara ASEAN lainnya. Produk lokal sebetulnya tidak kalah secara kualitas, keunikan maupun harga, namun pengelolaan usaha yang masih belum optimal menyebabkan hanya beberapa produk saja yang bisa masuk perdagangan internasional.

Manajemen usaha terdiri dari beberapa aspek yaitu: perencanaan, pengorganisasian, pengimplementasian, dan pengendalian bisnis. Aspek-aspek ini jarang diperhatikan EMKM padahal sangat penting (Arsjah *et al.*, 2022). Disamping itu, EMKM tidak melakukan pengelolaan keuangan bisnis seperti pembukuan atas transaksi usahanya. Untuk dapat bersaing, EMKM wajib meningkatkan kapasitas manajemennya, dengan lebih memperhatikan kembali budaya perusahaan, manajemen produksi, pelaporan keuangan, pemasaran, pengendalian internal serta perpajakan (Rachman & Prayitno, 2018). Komponen-komponen internal tersebut yang akan menjadi pondasi kuat bagi EMKM dalam menghadapi berbagai tantangan, termasuk MEA. Hasil kegiatan abdimas ini diharapkan dapat menjadi sarana bagi pengembangan EMKM, karena banyak melibatkan aspek informasi keuangan dan sistem bisnis pada EMKM, terutama dengan bidang usaha sejenis dengan entitas mikro yang menjadi mitra abdimas, yaitu Genki Yoghurt.

Genki Yoghurt merupakan entitas mikro yang bergerak di bidang produksi dan penjualan minuman yoghurt. Genki Yoghurt merupakan usaha mikro yang bergerak di bidang kuliner telah berjalan kurang lebih selama 6 tahun berbahan dasar susu murni. Selama ini penjualan dilakukan dengan cara konsinyasi ke toko kue, kantin sekolah, kampus dan juga pesanan dari individu. Berdasarkan hasil wawancara, sejak 2 (dua) tahun terakhir, omset usaha ini tidak memperlihatkan perkembangan, bahkan cenderung turun. Belum lagi ditambah bencana COVID-19 yang terjadi sejak Maret 2020 membuat usaha ini kian terpuruk, produksi dan penjualan sempat terhenti selama 4 (empat) bulan. Setelah usaha produktif kembali diperbolehkan beraktivitas, tidak lantas membuat usaha ini berjalan dengan mulus, ditambah sasaran penjualan dari usaha ini juga banyak yang belum beroperasi, seperti kantin di sekolah atau kampus. Setidaknya tim abdimas menyimpulkan ada tiga permasalahan pokok pada usaha mikro ini, yaitu pemasaran, produksi, serta pelaporan keuangan.

Penjualan selama ini menggunakan cara konsinyasi pada beberapa kantin dan toko kue yang ada di Bandung. Saat ini dalam penentuan harga jual masih didasarkan pada perbandingan harga-harga produk sejenis dari merek produk lain tanpa mengetahui harga pokok produksinya. Pencatatan penjualan belum terstruktur dengan baik, sehingga menyulitkan melakukan analisis dan menentukan strategi pemasaran yang optimal. Untuk kualitas produk, peneliti menilai sudah cukup baik, ada keunikan dari rasa sehingga banyak disukai pelanggan. Namun karena banyak hal yang belum dioptimalkan, sehingga usaha ini berkembang dengan lambat. Berdasarkan latar

belakang tersebut tim abdimas terdorong untuk melakukan pengabdian dalam bentuk pendampingan dan pelatihan pengelolaan usaha dalam Upaya Optimalisasi Laba.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini merupakan pendampingan awal bagi Usaha Mikro Genki Yoghurt yang juga dalam proses pengusulan Program Hibah DIKTI periode 2020/2021, karena dalam prosesnya membutuhkan pendampingan lebih mendalam dengan waktu yang lebih panjang dan biaya yang tidak sedikit. Diharapkan dengan pendampingan awal ini permasalahan yang ada pada usaha ini dapat dipetakan secara lebih jelas untuk mendapatkan solusi yang riil.

Sesuai dengan analisis situasi di atas, permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah: (1) Kurangnya pengetahuan wirausahawan UMKM khususnya dalam proses pengelolaan keuangan. (2) Kurangnya pemahaman wirausahawan UMKM khususnya dalam penentuan harga pokok produksi. (3) Kurangnya pemahaman wirausahawan UMKM khususnya menerapkan strategi pemasaran. Tujuan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat: (a) Memberikan pendampingan awal dan pelatihan pengelolaan keuangan. (b) Memberikan pendampingan awal dan pelatihan pengelolaan produksi. (c) Memberikan pendampingan awal dan pelatihan pengelolaan pemasaran.

Mengacu pada identifikasi masalah tersebut, maka rumusan masalah adalah bagaimana upaya untuk memberikan pemahaman tentang arti pentingnya pengelolaan keuangan, produksi dan pemasaran bagi Usaha Mikro Genki Yoghurt. Hasil Pengabdian kepada Masyarakat ini diharapkan tidak hanya menjadi solusi bagi usaha Genki Yoghurt saja, tetapi dapat diimplementasikan pada berbagai usaha mikro lainnya. Melalui abdimas ini juga diharapkan dapat menjadi dasar pengembangan strategi lainnya di masa yang akan datang dalam upaya menjaga keberlanjutan usaha.



Gambar 1. Produk Genki Yoghurt

METODE

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat direncanakan terlebih dulu dan kemudian dilaksanakan pada bulan Desember 2020. Kegiatan Abdimas direncanakan akan dilaksanakan bagi Usaha Mikro Genki Yoghurt yang berlokasi di daerah Sindang Sari Cikadut. Kegiatan ini berupa pelatihan dan pendampingan

akuntansi keuangan bagi usaha tersebut.

Genki Yoghurt merupakan usaha mikro yang bergerak di bidang kuliner telah berjalan kurang lebih selama 6 tahun berbasiskan dasar susu murni. Selama ini penjualan dilakukan dengan cara konsinyasi ke toko kue, kantin sekolah, kampus dan juga pesanan dari individu. Berdasarkan hasil wawancara, sejak dua tahun terakhir, omset usaha ini tidak memperlihatkan perkembangan, bahkan cenderung turun. Belum lagi ditambah bencana COVID-19 yang terjadi sejak Maret 2020 membuat usaha ini kian terpuruk, produksi dan penjualan sempat terhenti selama 4 bulan. Setelah usaha produktif kembali diperbolehkan beraktivitas, tidak lantas membuat usaha ini berjalan dengan mulus, ditambah sasaran penjualan dari usaha ini juga banyak yang belum beroperasi, seperti kantin di sekolah atau kampus.

Setelah melakukan survei dan wawancara, setidaknya dapat disimpulkan ada tiga permasalahan pokok pada usaha mikro ini, yaitu pemasaran, produksi serta akuntansi keuangan yang akan dicoba dibantu melalui proses pendampingan. Pada awal berdirinya, produk ini sangat diminati oleh berbagai kalangan. Rasanya bisa bersaing dengan produk yoghurt yang dijual di pasar modern, namun dengan harga yang sangat terjangkau. Kendala pemasaran berdampak pada penjualan ditambah dampak COVID-19 membuat usaha ini mati suri. Usaha ini belum memanfaatkan media *online* seperti Gofood atau Grabfood sebagai upaya memperluas pemasaran. Dalam hal ini tim abdimas menawarkan solusi untuk membantu usaha ini dengan memfasilitasi untuk pemasaran *online*.

Produksi dalam usaha ini sebagian besar manual. Produk yang dihasilkan berupa yoghurt *cup* besar ukuran 330ml yang dijual dengan harga Rp5.500-Rp6.000 dan *cup* kecil ukuran 220ml harga Rp3.000-Rp4.000. Untuk perhitungan harga pokok produksinya terlalu banyak unsur perkiraan yang tidak bisa diukur dengan wajar sehingga belum bisa mencerminkan biaya yang mendekati biaya sebenarnya. Selain itu masih berkaitan dengan bahan dan proses produksi, bahan *cup* membutuhkan proses produksi yang cukup lama. Penggunaan *cup* juga kecenderungan membuat produk harus dikonsumsi langsung habis begitu dibuka, tidak praktis jika dibawa-bawa. Solusi yang ditawarkan adalah membantu membuat perhitungan harga pokok produksi se wajar mungkin dengan memperhitungkan semua unsur yang harus diinput dalam perhitungan, misal biaya tenaga kerja dan *overhead*. Berkaitan dengan bahan dasar kemasan, tim abdimas akan menawarkan pengganti ke kemasan botol 300ml dengan satu varian saja, tidak ada besar atau kecil. Selain menghemat proses produksi, penggunaan botol akan lebih praktis, bisa ditutup kembali bila belum habis dan mudah dibawa-bawa.

Terakhir, berkaitan dengan proses akuntansi keuangan, sejak awal pengelolaan keuangan, saat ini masih belum dipisah antara keuangan usaha dan pribadi, dikarenakan belum ada pencatatan keuangan yang memadai. Dalam hal ini tim abdimas akan memberikan pemahaman terkait akuntansi keuangan secara lebih memadai berdasar pada Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah (SAK EMKM).

Sasaran kegiatan Abdimas ini adalah Usaha Mikro Genki Yoghurt. Untuk

memberikan solusi terhadap permasalahan di atas maka alternatif tindakan meliputi tahapan sebagai berikut: (a) Tutorial materi pelatihan; (b) Diskusi terkait dengan permasalahan keuangan, produksi dan pemasaran sesuai standar dan ketentuan yang berlaku; (c) Pendampingan awal dalam pencatatan akuntansi, perhitungan harga pokok produksi dan strategi pemasaran. Pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dengan tiga tahap yaitu: (1) Tahap pertama persiapan kegiatan; (2) Tahap kedua pelaksanaan kegiatan pengabdian; (3) Tahap ketiga evaluasi yaitu dilakukan evaluasi atas hasil yang telah dicapai oleh peserta pelatihan.

Indikator ketercapaian tujuan pengabdian ini adalah wirausaha UMKM khususnya Genki Yoghurt dapat menerapkan pencatatan akuntansi sederhana, diketahui harga pokok produk dan strategi pemasaran yang efektif. Jadwal pelaksanaan sebagai berikut:

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan

No	Nama Kegiatan	Bulan									
		11	12	1	2	3	4	5	6	7	8
1	Persiapan		√								
2	Pelaksanaan			√							
3	Evaluasi dan Pelaporan Kegiatan				√	√					
4	Pelaporan Pelaksanaan					√	√				

HASIL KEGIATAN

Dimulainya sebuah usaha, pastilah menginginkan agar usaha tersebut bisa *sustainable* atau berkelanjutan menghasilkan profit. Melalui abdimas ini tim abdimas bermaksud merumuskan solusi yang bisa diterapkan untuk usaha kecil agar bisa tetap bertahan dalam berbagai situasi dan kondisi.

Aspek akuntansi manajemen memfokuskan pada informasi yang berkaitan dengan kegiatan usaha, baik itu informasi yang bersifat internal untuk perbaikan maupun aspek eksternal perusahaan terkait dengan peluang dan ancaman yang akan mempengaruhi persaingan dalam menjalankan usaha (Rachman & Prayitno, 2018). Dalam abdimas ini aspek akuntansi manajemen dalam hal penentuan harga pokok dan harga jual menjadi fokus utama.

Rekomendasi tim abdimas berdasarkan hasil survei dan analisis untuk penetapan harga pokok dan harga jual adalah dalam wadah botol sebagai berikut:

Tabel 2. Perhitungan Harga Bahan Baku Satu Botol Yoghurt

No.	Jenis Bahan	Harga
1	Susu Murni	Rp. 1.600
2	Agar-agar Jeli	Rp. 250
3	Gula	Rp. 365

No.	Jenis Bahan	Harga
4	Sirup	Rp. 24
5	Bibit Yoghurt	Rp. 519
Total		Rp. 2.759

Tabel 3. Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung dan Biaya *Overhead* Pabrik untuk Satu Botol Yoghurt

No	Jenis Biaya	Harga
Tenaga Kerja Langsung		Rp. 1.500
<i>Overhead</i> Pabrik:		
1	Botol	Rp. 750
2	Stiker	Rp. 150
3	Penyusutan Mesin	Rp. 13
4	Gas	Rp. 133
5	Lain-lain	Rp. 133
Total Biaya <i>Overhead</i> Pabrik		Rp. 1.180

Tabel 4. Perhitungan Biaya Produksi Satu Botol Yoghurt

No	Jenis Biaya	Harga
1	Bahan Baku	Rp. 2.759
2	Tenaga Kerja Langsung	Rp. 1.500
3	<i>Overhead</i> Pabrik	Rp. 1.180
Harga Pokok Produksi		Rp. 5.440

Proses penetapan harga pokok produk ini didasarkan pada perhitungan menggunakan metode *full costing*. Berdasarkan hasil perhitungan harga pokok di atas, tim abdimas melakukan penentuan harga jual dengan metode *cost plus pricing/mark up* (Kurniawan, 2014). Persentase keuntungan yang diharapkan adalah 70%. Hasil perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Harga Pokok Produksi} &= \text{Rp}5.440 \\
 &= \text{Biaya Produksi} + (\text{Harga Pokok Produksi} \times \text{mark up}) \\
 &= \text{Rp}5.440 + (\text{Rp}5.440 \times 70\%) \\
 &= \text{Rp}5.440 + \text{Rp}3.808 \\
 &= \text{Rp}9.248 \sim \text{Rp}9.250
 \end{aligned}$$

Pertimbangan *mark up* dengan persentase tinggi 70%, dikarenakan produk tidak menggunakan bahan pengawet sehingga tidak bertahan dalam jangka waktu lama. Penjualan produk ini sebagian besar konsinyasi, apabila produk tidak terjual maka akan dikembalikan ke produsen. Berikutnya adalah rekomendasi untuk proses pemasaran.

Pemasaran menjadi ujung tombak perusahaan untuk meningkatkan pendapatan. Selain mempertahankan penjualan secara langsung dan konsinyasi, disaat pandemi ini pemasaran yang paling efektif adalah memanfaatkan media *online*. Saat ini tim

abdimas telah membantu menambah jalur pemasaran usaha ini melalui salah satu aplikasi penjualan *online* yang sudah sangat banyak digunakan.

Penjualan secara *online* memperluas pangsa pasar produk ini. Promosi terkait produk ini juga mulai digencarkan dengan memanfaatkan salah satu media sosial. Diharapkan dengan promosi dan pemasaran seiring berjalannya waktu dapat meningkatkan pendapatan sehingga dapat kembali pada kondisi normal dalam jangka panjang. Berikutnya dari hasil abdimas ini adalah rekomendasi laporan keuangan.

Laporan keuangan yang direkomendasikan pada usaha mikro ini dibatasi pada laporan posisi keuangan dan laba rugi. Pertimbangannya adalah selain menyesuaikan dengan kemampuan menyerap dari pelaku usaha, dua laporan ini yang umumnya digunakan untuk mengakses permodalan dari pemerintah dengan bunga rendah. Selama ini usaha Genki Yoghurt belum memanfaatkan permodalan dari kreditor sehingga nilai kewajiban masih nol. Dengan adanya laporan posisi keuangan dan laba rugi diharapkan usaha ini dapat mengakses permodalan yang lebih luas, terutama bantuan permodalan dari pemerintah dengan bunga ringan.

Mikro entitas Genki Yoghurt saat ini belum memiliki pelaporan yang memadai, baru menggunakan pencatatan secara manual terkait dengan transaksinya, dan belum memiliki laporan keuangan. Program Abdimas yang dilakukan adalah dengan memberikan pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan aplikasi akuntansi tidak berbayar yang dapat diunduh melalui *Google Play Store* seperti aplikasi Buku Warung dan Akuntansi UKM.

**LAPORAN POSISI KEUANGAN
GENKI YOGHURT
31 Januari 2021**

ASET		KEWAJIBAN	
ASET LANCAR			
Kas	Rp 1,000,000		
Perlengkapan	Rp 400,000		
Persediaan	Rp 2,573,500		
Sewa Dibayar di Muka	Rp 3,000,000		
TOTAL ASET LANCAR	Rp 6,973,500	TOTAL KEWAJIBAN	Rp -
ASET TIDAK LANCAR		EKUITAS	
Motor (net)	Rp 4,000,000	Modal Usaha	Rp 19,353,500
Tabung Gas (net)	Rp 250,000		
Lemari Es (net)	Rp 6,500,000		
Mesin Pres (net)	Rp 480,000		
Inkubator Fermentasi (net)	Rp 1,000,000		
Kompor (net)	Rp 150,000		
TOTAL ASET	Rp 19,353,500	TOTAL KEWAJIBAN DAN EKUITAS	Rp 19,353,500

Gambar 2. Laporan Posisi Keuangan

Aplikasi ini dapat dijalankan melalui *smartphone*, sehingga lebih fleksibel dalam pengisiannya. Penggunaan yang paling sederhana adalah Buku Warung. Aplikasi ini hanya memfasilitasi transaksi pembelian dan penjualan saja. Berbeda dengan Buku Warung, aplikasi Akuntansi UKM memfasilitasi transaksi hingga pelaporannya berupa laba rugi.

Kedua aplikasi di atas diberikan pelatihannya kepada pemilik Genki Yoghurt agar dapat disesuaikan dengan kapasitas dan kebutuhan dari entitas mikro ini. Selanjutnya dalam pelaksanaan pengabdian ini tim abdimas memberikan pendampingan dalam penerapan salah satu dari aplikasi ini dan masih berlangsung saat ini. Diharapkan informasi yang dihasilkan dari aplikasi pelaporan ini dapat memberikan dasar bagi pemilik Genki Yoghurt untuk menentukan strategi ke depannya.

**LAPORAN LABA RUGI
GENKI YOGHURT
1-31 Januari 2021**

Pendapatan dari Penjualan		
Penjualan	Rp	xxx
Harga Pokok Penjualan	(Rp	xxx)
Laba Kotor	Rp	xxx
Beban Operasi:		
Beban Upah	Rp	xxx
Beban Sewa	Rp	xxx
Beban Perlengkapan	Rp	xxx
Beban Penyusutan	Rp	xxx
Bahan Bakar	Rp	xxx
Beban Utilitas	Rp	xxx
Total Beban Operasi	(Rp	xxx)
Laba Bersih	Rp	xxx

Gambar 3. Laporan Laba Rugi

Inovasi produk pada entitas mikro tentunya sangat sederhana dibandingkan perusahaan kecil, menengah apalagi perusahaan besar. Inovasi produk pada Genki Yoghurt yang dilakukan disesuaikan dengan sumber daya yang dimiliki oleh usaha ini. Produk utama dari Genki Yoghurt ini adalah minuman yoghurt, karena itu tim abdimas mengupayakan inovasi dari produk ini berbahan dasar yoghurt walaupun tidak berbahan dasar yoghurt, produk yang dihasilkan menjadi kombinasi yang pas dengan minuman yoghurt. Pendampingan yang dilakukan mengusulkan dua produk sebagai inovasi dari Genki Yoghurt ini, yaitu yoghurt es krim dan bakso aci.

Yoghurt es krim dipilih karena produk ini berbahan dasar yoghurt, sehingga dalam prosesnya bahan dasar pembuatan yoghurt es krim sudah tersedia. Bahan tambahan lainnya sudah dirinci dan sangat mudah ditemukan di pasaran. Inti dari rasa yoghurt es krim ini perpaduan segarnya yoghurt dengan rasa buah-buahan asli. Satu lagi adalah bakso aci, produk ini diusulkan karena dapat menjadi kombinasi yang tepat

dengan yoghurt sehingga dalam penjualan keduanya dapat dipaketkan. Rasa hangat dan pedas dari bakso aci dapat dinetralisirkan dengan segar dinginnnya yoghurt.

Pelaksanaan kegiatan dengan mitra Usaha Mikro Genki Yoghurt terlihat pada gambar 4 dan gambar 5 berikut ini:



Gambar 4. Pelaksanaan Abdimas pada Usaha Mikro Genki Yoghurt



Gambar 5. Foto bersama mitra Usaha Mikro Genki Yoghurt

PEMBAHASAN

Bagaimanakah Pengelolaan Usaha bagi UMKM Penerapan Akuntansi Manajemen

Akuntansi manajemen mengambil peranan yang penting dalam proses penetapan harga pokok produksi dan harga jual untuk usaha yang memproduksi barangnya sendiri. Akuntansi manajemen sangat berperan dalam lingkungan bisnis yang lebih kompetitif bagi organisasi bisnis dalam paradigma bisnis modern. Beberapa manfaat akuntansi manajemen (Martius, 2012), yaitu: akuntansi manajemen membantu

memelihara dan mengendalikan sumber daya perusahaan; *tracking performance*; *planning*; *managing cost and price*. Penerapannya dalam usaha mikro akan disesuaikan dengan kebutuhan usaha itu sendiri pada saat itu dengan bahasa yang lebih umum. Seperti yang telah disampaikan, abdimas ini memfokuskan pada penetapan harga pokok produksi dan harga jual.

Harga pokok produksi (R.A. Supriyono, 2013) didefinisikan sebagai jumlah yang dapat diukur dalam satuan uang dalam bentuk kas yang dibayarkan, atau nilai aktiva lainnya yang dapat diserahkan atau dikorbankan, atau jasa yang diserahkan atau dikorbankan, atau hutang yang timbul atau tambahan modal dalam rangka pemilikan barang atau jasa yang diperlukan perusahaan, baik dari harga perolehan yang telah terjadi ataupun harga perolehan yang akan terjadi. Harga pokok produksi pada suatu entitas merupakan perhitungan untuk mengetahui seluruh biaya produksi dan sekaligus menentukan harga penjualan suatu produk agar bisa disesuaikan dengan keuntungan penjualan yang diinginkan.

Unsur dari harga pokok produksi secara umum dibagi dalam tiga kategori, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Metode perhitungan harga pokok terdapat dua jenis, yaitu *full costing* dan *variable costing*. *Full costing* merupakan metode penentuan harga pokok produk dengan memasukkan semua biaya yang bersifat variabel maupun yang bersifat tetap terhadap produk dan *Variabel costing* merupakan perhitungan harga pokok produk yang hanya memasukkan biaya produksi variabel. Biaya yang bersifat tetap terhadap produk dimasukkan sebagai biaya periode. Setelah menghitung harga pokok produksi secara akurat, selanjutnya menentukan harga jual.

Harga jual dapat ditentukan dengan menggunakan metode *mark up/cost plus pricing*, *value-based pricing* dan *competitive based pricing*. Penggunaan *mark up/cost plus pricing*, pelaku usaha menetapkan presentase laba yang diinginkan, lalu dikalikan dengan harga pokok yang telah dihitung sebelumnya dan menambahkan hasil perhitungan dengan harga pokok untuk menetapkan harga jual (Kurniawan, 2014). Sedangkan *Value based pricing* banyak digunakan perusahaan untuk menarik loyalitas pelanggan dengan menetapkan harga rendah dengan produk yang berkualitas (Kotler & Keller, 2016). *Competitive based pricing* ditetapkan setelah menganalisis produk pesaing setelah itu melakukan pertimbangan penetapan harga jual (Kotler & Keller, 2016). Setelah ditetapkan harga jual, selanjutnya menetapkan bagaimana memasarkan produknya.

Pemasaran

Sebagian besar dari pelaku Entitas Mikro Kecil Menengah (EMKM) berpendapat bahwa *marketing* atau pemasaran adalah jualan, padahal pengertian pemasaran belum tentu jualan. Pada dasarnya pemasaran merupakan strategi yang harus dipikirkan oleh pelaku bisnis untuk meningkatkan nilai tambah suatu produk. Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat dan padat, EMKM harus memiliki keunggulan dibandingkan dengan pesaing atau pelaku usaha lainnya.

Berikut beberapa alasan pentingnya strategi pemasaran bagi bisnis (Bisnis UKM, 2015):

1. Manfaat pemasaran adalah untuk mengkomunikasikan informasi produk yang dihasilkan kepada konsumen, mulai dari kelebihanannya, fitur serta berbagai informasi detail tentang produk.
2. Manfaat pemasaran juga untuk menghadapi persaingan bisnis. Misalnya saja strategi harga, strategi produk dan strategi promosi yang akan menjadi senjata ampuh demi memenangkan persaingan.
3. *Marketing is a blood of company*. Sebagai darah perusahaan, tanpa memiliki strategi pemasaran yang baik maka penjualan akan sulit untuk mencapai hasil yang maksimal.
4. Membangun merek. Secara sederhana konsumen akan lebih memilih merek produk yang sudah mereka ketahui atau dipercaya sebelumnya.
5. Strategi pemasaran sangat dibutuhkan untuk membangun hubungan dengan konsumen. Selain itu, pelaku usaha juga bisa menerapkan strategi *customer retention* sehingga konsumen bisa menjadi loyal dan tidak berpindah ke pesaing atau pelaku usaha lain.
6. Untuk mengetahui apa yang menjadi keinginan konsumen. Salah satu ilmu dalam pemasaran yaitu riset pemasaran yang berperan untuk mengetahui keinginan konsumen serta perilaku konsumen. Dengan begitu, para pelaku usaha bisa menyesuaikan produk sesuai keinginan pasar.
7. Untuk menjaga pertumbuhan usaha dalam jangka waktu panjang. Usaha dalam jangka panjang akan sangat ditentukan oleh kekuatan merek, kualitas produk yang dihasilkan dan komunikasi pemasaran yang berkelanjutan.
8. Melalui strategi pemasaran yang jitu dan terobosan baru yang diciptakan, maka tidak menutup kemungkinan jika kedepannya para konsumen akan lebih tertarik dengan produk yang ditawarkan dibandingkan dengan pesaing lainnya.

Setelah pengelolaan produksi dan pemasaran produk, pengelolaan selanjutnya yang harus dilakukan adalah penerapan akuntansi keuangan sederhana oleh pelaku usaha.

Pada saat pandemi, pemasaran yang efektif adalah pemasaran secara *online*. Pemasaran *online* memiliki sisi positif dan negatif. Bagi bisnis pemula yang menggunakan teknik pemasaran *online*, mereka harus betul-betul memahami resiko yang akan menimbulkan sisi negatif pada pertumbuhan usaha mereka, seperti menambah biaya pulsa dan menghabiskan waktu tanpa menambah penjualan. Penggunaan *digital marketing* yang tepat sasaran seperti penempatan iklan di jam dan situs yang benar dapat memperluas jangkauan pemasaran sehingga meningkatkan penghasilan dan EMKM bisa bertahan khususnya di masa pandemi COVID-19 (Septiowati *et al.*, 2021).

Digitalisasi Pelaporan Keuangan

Akuntansi keuangan sangat penting diterapkan dalam organisasi bisnis dan menjadi suatu hal yang wajib untuk perkembangan serta kelangsungan usaha. Informasi

yang dihasilkan melalui akuntansi keuangan akan memberikan gambaran bagi pelaku usaha dalam proses pengambilan keputusan bisnis. Standar akuntansi keuangan yang dapat digunakan oleh EMKM adalah Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil dan Menengah (SAK EMKM).

Manfaat dan keputusan usaha yang dijalankan berdasarkan akuntansi sebagaimana dikemukakan oleh (Ediraras, 2010), yaitu:

1. Penilaian kinerja usaha dan sebagai bahan evaluasi untuk masa yang akan datang.
2. Berguna sebagai dasar pertimbangan pembelian bahan baku untuk produksi dan alat-alat produksi.
3. Keputusan mengenai harga, misalnya penentuan harga jual, banting harga, kenaikan harga barang/jasa, dan lain-lain.
4. Mengajukan permohonan pembiayaan kepada bank.
5. Untuk pengembangan usaha, keputusan untuk membuka atau menutup cabang.
6. Penambahan dan pengembangan sumber daya manusia, meningkatkan penghasilan karyawan, pemberian bonus kepada karyawan.
7. Penyusunan anggaran untuk periode berikutnya.
8. Penambahan aset usaha.
9. Promosi usaha.

Langkah pengelolaan usaha di atas apabila diterapkan secara kontinyu dan konsisten akan menjaga keberlanjutan usaha.

Digitalisasi pelaporan keuangan atau penerapan sistem informasi pada pelaporan keuangan akan lebih meningkatkan alur informasi agar akuntansi menjadi lebih memberi manfaat dalam penetapan suatu keputusan bisnis. Sistem informasi memainkan peranan yang sangat penting dalam pencapaian tujuan perusahaan secara efektif. Transformasi digital pada kegiatan bisnis perusahaan untuk saat ini sangat diperlukan untuk menghasilkan proses yang terotomatisasi. Akuntansi digital merupakan transformasi digital pengelolaan keuangan perusahaan yang mengacu pada representasi informasi akuntansi dalam format digital. Adopsi sistem informasi akuntansi merupakan upaya yang dilakukan perusahaan yang mengacu digitalisasi akuntansi agar perusahaan mampu mengoptimalkan bisnis mereka (Alrabei, Haija, & Aryan, 2014). Penting bagi organisasi untuk melakukan digitalisasi akuntansi dengan mengadopsi sistem informasi akuntansi karena manfaat yang diperoleh bagi organisasi yang membutuhkan informasi dengan akurasi yang tinggi untuk menghadapi tingkat ketidakpastian yang tinggi di pasar kompetitif, disamping itu manfaat lain berupa pemrosesan data dengan kecepatan tinggi, dan kecepatan akses informasi yang tinggi membantu organisasi untuk memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen.

Inovasi Produk

Kinerja bisnis menjadi kunci pokok untuk tetap bertahan dalam era global. Banyak faktor yang menentukan kinerja bisnis suatu organisasi, salah satu di antaranya adalah inovasi. Hal ini berlaku pula pada organisasi bisnis skala mikro seperti Genki Yoghurt.

Inovasi yang tinggi baik itu inovasi proses maupun inovasi produk akan meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas. Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan yang pada akhirnya berdampak pada kinerja perusahaan.

Keberlanjutan Usaha

Inti *sustainability* terdiri dari eliminasi limbah dan perluasan sumber daya. Menurut sudut pandang bisnis, *sustainability* merupakan tahap bagaimana mengurangi biaya sekarang maupun biaya yang mungkin timbul di masa mendatang, dalam bentuk apapun sehingga dapat memfasilitasi profitabilitas, daya saing, dan umur bisnis. Konsultan bisnis Inggris John Elkington pada tahun 1994, mengkonsdensasi area ini menjadi tiga kategori dan menyebut mereka sebagai *triple bottom line* yaitu *People, Planet and Profit* (Scott & Stahel, 2013). Ketiganya merupakan pilar yang mengukur nilai kesuksesan suatu perusahaan dengan tiga kriteria, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan.

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Simpulan

Seluruh langkah di atas apabila dijalankan secara kontinyu dan konsisten akan memberikan dampak signifikan pada peningkatan usaha ini. Selain itu berbagai informasi terkait usaha dari hasil abdimas ini meningkatkan kemampuan perusahaan untuk bertahan menjadi lebih besar. Perhitungan harga pokok produk yang lebih akurat dan penetapan harga jual akan memberikan gambaran bagi perusahaan mengenai laba yang bisa didapatkan. Pemasaran yang lebih luas dan media promosi hemat biaya yang direkomendasikan dari abdimas ini juga diharapkan dapat meningkatkan pendapatan usaha ini. Pelaporan keuangan yang lebih memadai akan memberikan informasi bagi pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya termasuk membuka akses permodalan. Digitalisasi pencatatan keuangan yang memadai akan mempercepat masuknya informasi keuangan guna proses pengambilan keputusan dan penetapan serta pengembangan strategi yang salah satunya adalah inovasi produk.

Implikasi

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat memberikan implikasi bagi usaha mikro, antara lain:

1. Wirausahawan UMKM dapat menyadari arti pentingnya pengelolaan keuangan.
2. Wirausahawan UMKM dapat menyadari arti pentingnya pengelolaan produksi.
3. Wirausahawan UMKM dapat menyadari arti pentingnya pengelolaan pemasaran.

PENGAKUAN

Alhamdulillah, tim abdimas bersyukur kepada Allah SWT karena telah menyelesaikan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema Pendampingan dan Pelatihan Pengelolaan Bagi Wirausaha Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada Usaha Mikro Genki Yoghurt. Tim mengucapkan terima kasih kepada tim yang telah bersama-sama melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan juga pihak Genki Yoghurt selaku mitra kegiatan serta kepada pihak Universitas Widyatama yang telah membantu memfasilitasi kegiatan ini.

Tentunya dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terdapat kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu tim abdimas menerima saran dan kritik yang membangun secara terbuka untuk perbaikan dan perkembangan ilmu pengetahuan. Demikian yang dapat disampaikan, atas dukungan dan bantuannya diucapkan terima kasih.

REFERENSI

- Alrabei, A., Haija, A., & Aryan, L. (2014). The Relationship Between Applying Methods Of Accounting Information Systems And The Production Activities. *International Journal Of Economics And Finance*, 112-116.
- Ardiansyah, B. G. (2014). *Siapakah Indonesia Menghadapi Liberalisasi Perdagangan?* Kemenkeu.Go.Id. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel-dan-opini/siapakah-indonesia-menghadapi-liberalisasi-perdagangan/>
- Arsjah, R. J., Banjarnahor, E., Pohan, H. T., & Nugroho, H. A. (2022). Pelatihan Menyusun Laporan Keuangan Berbasis Sak Etap Dan Analisis Laporan Keuangan Bagi Umkm. *Jurnal Abdikaryasakti*, 2(1), 61–74. <https://doi.org/10.25105/ja.v2i1.13596>
- Bisnis UKM. (2015, April). *Pentingnya Strategi Pemasaran Untuk UKM*. <http://bisnisukm.com/pentingnya-strategi-pemasaran-untuk-ukm.html>
- Ediraras, D. (2010). Akuntansi Dan Kinerja Ukm. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 15(2), 5936. <https://doi.org/10.35760/eb>.
- Hasibuan, L. (2020, November). *Putri Tanjung Beberkan Dampak Pandemi terhadap UMKM RI*. <https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20201126200053-25-205012/putri-tanjung-beberkan-dampak-pandemi-terhadap-umkm-ri>
- Hermawan, E. (2013). Ini Dua Cara untuk Tingkatkan Standar UKM. *Bisnis.Tempo.Co*. <https://bisnis.tempo.co/read/514040/ini-dua-cara-untuk-tingkatkan-standar-ukm/full&view=ok>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*, (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kurniawan, A. R. (2014). *Total Marketing*. PT. BUKU KITA.
- Martius. (2012). *Analisis Praktik Akuntansi Manajemen Pada Perusahaan Manufaktur (Studi Empiris di Kawasan Industri Batam)* [Universitas Andalas]. <https://www.scribd.com/doc/253726997/Analisis-Praktik-Akuntansi-Manajemen-Pada-Perusahaan-Manufaktur-Studi-Empiris-Di-Kawasan-Industri-Batam>

- R.A. Supriyono. (2013). *Akuntansi Biaya: pengumpulan biaya dan penentuan harga pokok*. BPFE.
- Rachman, Y. T., & Prayitno, Y. H. (2018). Analisis Solusi Bersaing: Membentuk Creative Entrepreneurship, Andal, Kompeten, Tumbuh dan Berkembang “Si Macan Kumbang.” *Riset Akuntansi Dan Perbankan*, 95–118.
- Scott, J. T., & Stahel, W. R. (2013). *The Sustainable Business* (2nd ed.). Greenleaf Publishing Limited. https://efmdglobal.org/wp-content/uploads/tsb2_workbook.pdf
- Septiowati, R., Sari, S., Purwatiningsih, P., Dyatmiko, R., & Widayat, W. (2021). Meningkatkan Profit Umkm Dengan Menerapkan Penjualan Melalui Digital Marketing Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdikaryasakti*, 1(2), 129–142. <https://doi.org/10.25105/ja.v1i2.9311>

LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Tugas Pelaksanaan Abdimas



SURAT TUGAS

Nomor : 017/PKM/ST/FEB-UTAMA/I/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini:

N a m a : Dr. R. Adjeng Mariana, S.E., M.M.
J a b a t a n : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UTAMA
Alamat : Jl. Cikutra No. 204 A Bandung

Memberi tugas kepada nama dosen-dosen di bawah ini :

No.	Nama	Keterangan
1	Yoga Tantular Rahman, M.Si	Ketua Pelaksana
2	Eriana Kartadjumena, Ph.D., Ak., CSRS	Anggota Pelaksana
3	Radhi Abdul Halim, M.M., Ak., CA	Anggota Pelaksana
4	Yogo Heru Prayitno, M.Si	Anggota Pelaksana
5	Dr. Debbie Christine, Ak., CA	Anggota Pelaksana

Tujuan : Melaksanakan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Cluster UTama berupa Pendampingan dan Pelatihan Awal Pengelolaan Usaha bagi Wirausaha Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada Usaha Mikro Genki Yoghurt

Waktu : Senin – Sabtu, 8 – 13 Februari 2021

Tempat : Genki Yoghurt

Demikian untuk dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Bandung, 2 Februari 2021

Dekan,

Dr. R. Adjeng Mariana, S.E., M.M.

Tembusan :

- Yth., Warek Riset dan Pengembangan
- Yth., Ka. Prodi Akuntansi
- Yth., Ka. P2M UTama
- Arsip

Lampiran 2: HAKI Pelaksanaan Abdimas


REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan	: EC00202117740, 28 Maret 2021
Pencipta	
Nama	: Yoga Tantular Rachman, S.E., M.Si., Radhi Abdul Halim Rachmat, S.E., M.M., Ak., Ca. dkk
Alamat	: Jl. Cikajang Raya No. 14 RT 005/ RW 020 Kelurahan Antapani Tengah Kecamatan Antapani, Bandung, JAWA BARAT, 40291
Kewarganegaraan	: Indonesia
Pemegang Hak Cipta	
Nama	: Yoga Tantular Rachman, S.E., M.Si., Radhi Abdul Halim Rachmat, S.E., M.M., Ak., Ca. dkk
Alamat	: Jl. Cikajang Raya No. 14 RT 005/ RW 020 Kelurahan Antapani Tengah Kecamatan Antapani, Bandung, JAWA BARAT, 40291
Kewarganegaraan	: Indonesia
Jenis Ciptaan	: Karya Tulis (Artikel)
Judul Ciptaan	: Analisis Strategi Pengelolaan Usaha Mikro Dalam Upaya Menjaga Keberlanjutan Usaha (Studi Kasus Pada Usaha Mikro Genki Yoghurt)
Tanggal dan tempat ditunjukkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia	: 28 Maret 2021, di Bandung
Jangka waktu perlindungan	: Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.
Nomor pencatatan	: 000244738

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL



Dr. Freddy Harris, S.H., LL.M., ACCS.
NIP. 196611181994031001

Disclaimer:
Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.

LAMPIRAN PENCIPTA

No	Nama	Alamat
1	Yoga Tantular Rachman, S.E., M.Si.	Jl. Cikajang Raya No. 14 RT 005/ RW 020 Kelurahan Antapani Tengah Kecamatan Antapani
2	Radhi Abdul Halim Rachmat, S.E., M.M., Ak., Ca.	Jl. Denki No. 10 RT 002/ RW 002 Kelurahan Ciseureuh Kecamatan Regol
3	Bachtiar Asikin	Jl. Riung Mungpulung V No. 7 RT 001/ RW 012 Kelurahan Cisaranteun Kidul Kecamatan Gedebage
4	Eriana Kartadjumena, S.E., M.M., Ak.	Jl. Pacuan Kuda I No. 65 RT 003/ RW 006 Kelurahan Sukamiskin Kecamatan Arcamanik
5	R. Ait Novatianise, S.E., M.Si., Ak., Ca.	Komp. The Nirwana Residence 7 RT 006/ RW 003 Kelurahan Cisaranten Endah Kecamatan Arcamanik
6	Debbie Christine	Jl. Bekatonik No. 4 RT 006/ RW 014 Kelurahan Cikutra Kecamatan Cibeunying Kidul
7	Yogo Heru Prayitno	Mojohuro RT 002/ RW 000 Kelurahan Sriharjo Kecamatan Imogiri

LAMPIRAN PEMEGANG

No	Nama	Alamat
1	Yoga Tantular Rachman, S.E., M.Si.	Jl. Cikajang Raya No. 14 RT 005/ RW 020 Kelurahan Antapani Tengah Kecamatan Antapani
2	Radhi Abdul Halim Rachmat, S.E., M.M., Ak., Ca.	Jl. Denki No. 10 RT 002/ RW 002 Kelurahan Ciseureuh Kecamatan Regol
3	Bachtiar Asikin	Jl. Riung Mungpulung V No. 7 RT 001/ RW 012 Kelurahan Cisaranteun Kidul Kecamatan Gedebage
4	Eriana Kartadjumena, S.E., M.M., Ak.	Jl. Pacuan Kuda I No. 65 RT 003/ RW 006 Kelurahan Sukamiskin Kecamatan Arcamanik
5	R. Ait Novatianise, S.E., M.Si., Ak., Ca.	Komp. The Nirwana Residence 7 RT 006/ RW 003 Kelurahan Cisaranten Endah Kecamatan Arcamanik
6	Debbie Christine	Jl. Bekatonik No. 4 RT 006/ RW 014 Kelurahan Cikutra Kecamatan Cibeunying Kidul
7	Yogo Heru Prayitno	Mojohuro RT 002/ RW 000 Kelurahan Sriharjo Kecamatan Imogiri



Lampiran 3: Bantuan Berupa Poster Genki Yoghurt



Lampiran 4: Cuplikan berita pada media massa

MAJALAHSORA.COM
Menyebarkan Kebahagiaan

Home > Sora Sakola

Pengabdian Kepada Masyarakat Dosen Akuntansi Universitas Widyatama (UTama) Peduli Pelaku Usaha Mikro Genki Yoghurt

by Redaksi — 20/02/2021 8:33 AM

Pengabdian Kepada Masyarakat
"PENDAMPINGAN DAN PELATIHAN AWAL PENGELOLAAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) PADA USAHA MIKRO GENKI YOGHURT"
Universitas Widyatama

Yoga Tantular Rahman, M.Si. (kedua dari kanan)

371 KHABER

menurut Erlana, masalah klasik sebagian besar pelaku UMKM selain dari minimnya permodalan adalah buruknya pembukuan transaksi usaha yang berakibat pengelolaan keuangan yang tidak efisien.

Hal tersebut mengakibatkan para pelaku UMKM dipandang tidak layak (feasible) dalam melakukan akses kredit modal ke lembaga pembiayaan dan perbankan. Kondisi ini seringkali menghambat UMKM untuk berkembang dan memperbesar skala usahanya.

