

Bidang Unggulan : **Pembangunan Manusia dan Daya Saing Bangsa/Inovasi Teknologi Tepat Guna untuk Produktivitas Dan Nilai Tambah Usaha Mikro**

Kode>Nama RumpunIlmu : **562/Ilmu Ekonomi – Manajemen-Akuntansi**

Universitas
Esa Unggul

LAPORAN

PENGABDIAN MANSYARAKAT



**Pembinaan Akuntansi Dasar dan Pemasaran
Di Kedai Makanan Murah**

TIM PENGUSUL

Dr. RILLA GANTINO, SE, Akt. MM.	(0324046802)
NOVERA K MAHARANI, SE., M.Ak., Ak., CA	(0302127503)
Ir. RITTA SETIYATI, MM	(0314046702)
Dr. SURYARI PURNAMA, SE. MM	(0306026601)

**UNIVERSITAS ESA UNGGUL
AGUSTUS 2020**

HALAMAN PENGESAHAN
PENGABDIAN MASYARAKAT

**Judul Pengabdian Masyarakat : Pembinaan Akuntansi Dasar dan Pemasaran
Di Kedai Makanan Murah**

Kode/Nama Rumpun Ilmu : 5617 Ilmu Ekonomi – Akuntansi dan Manajemen
Bidang Unggulan UEU : Pembangunan Manusia dan Daya Saing Bangsa
Topik Unggulan : Manajemen dan Akuntansi

Ketua Peneliti:

- a. Nama Lengkap : Dr. Rilla Gantino, SE, Ak. MM.
b. NIDN : 0324046802
c. Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
d. Program Studi : Akuntansi
e. No. HP : 0811163278
f. Alamat Surel (e-mail) : rilla.gantino@esaunggul.ac.id

Anggota (1)

- a. Nama Lengkap : Novera K Maharani, SE., M.Ak., Ak., CA
b. NIDN : 0302127503
c. Perguruan Tinggi : Universitas Esa Unggul

Anggota (2)

- a. Nama Lengkap : Ir. Ritta Setiyati, MM
b. NIDN : 0314046702
c. Perguruan Tinggi : Universitas Esa Unggul

Anggota (3)

- a. Nama Lengkap : Dr. Suryari Purnama, SE., MM
b. NIDN : 0306026601
c. Perguruan Tinggi : Universitas Esa Unggul

Lama Pengabdian Keseluruhan: 6 Bulan

Biaya Pengabdian : Rp 5.000.000

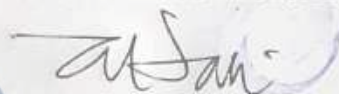
Biaya Tahun Berjalan :

- Diusulkan ke DRPM	Rp. --
- Dana internal Mandiri	Rp. 5.000.000
- Dana institusi lain	Rp. --
- <i>inkind</i> sebutkan	Rp. --

Jakarta, Agustus 2020

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. MF. Arrozi, SE, M.Si., Akt
NIP. 197009032005011001

Ketua Peneliti,

Dr. Rilla Gantino, SE, Ak. MM
NIDN 0324046802

Menyetujui,
Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat



Dr. Erry Yudhya Mulyani, S.Gz., M.Sc
NIK 209100388

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
DAFTAR ISI	iv
IDENTITAS DAN URAIAN UMUM	v
RINGKASAN	vi
BAB I PENDAHULUAN	10
1.1. Obyek Pengabdian Masyarakat	10
1.2. Temuan yang Ditargetkan	10
1.3. Kontribusi pada Bidang Ilmu	11
1.4. Luaran Pengabdian Masyarakat	11
BAB II URAIAN TUGAS	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. UMKM	12
2.1.2. SAK ETAP	12
2.1.3. Akuntansi UMKM	13
2.1.4. Pengelolaan UMKM	14
2.2. Uraian Tugas	23
BAB III METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN MASYARAKAT	
3.1. Pemilihan Lokasi	24
3.2. Teknis Pelaksanaan	24
BAB IV BIAYA DAN JADWAL PELAKSANAAN	25
4.1. Anggaran Biaya	25
4.2. Jadwal Pelaksanaan	25
BAB V REALISASI PELAKSANAAN PENGABDIAN MASYARAKAT	
5.1. Realisasi Lokasi	26
5.2. Jadwal kegiatan	26
5.3. Bahan Presentasi	28
5.4. Foto Kegiatan dan Link Video	28
DAFTAR PUSTAKA	
Lampiran 1 Susunan Tim Pelaksana dan Pembagian Tugas	
Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup Tim	

IDENTITAS DAN URAIAN UMUM

1. **Judul Proposal** : **Pembinaan Akuntansi Dasar dan Pemasaran Di Kedai Makanan Murah**

2. **Tim Pengabdian Masyarakat** :

No	Nama	Jabatan	Bidang Keahlian	Instansi Asal	Alokasi Waktu
1.	Dr. Rilla Gantino, SE, Akt. MM.CA	Ketua	Akuntansi	Universitas Esa Unggul	8
2.	Novera K Maharani, SE., M.Ak., Ak., CA	Anggota	Akuntansi	Universitas Esa Unggul	8
3.	Ir. Ritta Setiyati.MM	Anggota	Manajemen	Universitas Esa unggul	8
4.	Dr. Suryari Purnama, SE., MM	Anggota	Manajemen	Universitas Esa unggul	8

3. **Obyek pengabdian** :

- Memberikan pengetahuan praktikal untuk pelaksanaan akuntansi sederhana
- Memberikan pengetahuan menghitung harga pokok agar harga jual dapat bersaing
- Memberikan pemahaman tentang perencanaan keuangan
- Memberikan Pemahaman tentang pemasaran
- Memberikan pemahaman tentang pentingnya modifikasi makanan

4. **Masa Pelaksanaan Pengabdian** :

- Mulai : April 2020
- Berakhir : Agustus 2020

5. **Lokasi Penelitian (lab/studio/lapangan):**

Jakarta Barat, Kota Bekasi dan Jakarta Timur

6. **Instansi lain yang terlibat (jika ada, dan uraikan apa kontribusinya):**

Tidak ada

7. **Temuan yang ditargetkan** adalah adanya pemahaman dan dilaksanakannya Akuntansi sederhana dan mampu menghitung harga pokok agar harga jual dapat bersaing, pemahaman tentang perencanaan keuangan, Pemahaman tentang pemasaran, pemahaman tentang pentingnya modifikasi makanan

8. **Kontribusi mendasar** pada bidang ilmu Manajemen dan akuntansi

9. **Jurnal ilmiah** yang menjadi sasaran Jurnal Abdimas Esa Unggul

10. **Rencana luaran** adalah laporan hasil kegiatan pengabdian masyarakat

RINGKASAN

Meningkatnya daya saing di sisi harga memerlukan pengetahuan untuk menghitung biaya pembuatan produk atau jasa. Untuk itu perlu pengetahuan dasar akuntansi untuk melakukan pembukuan sederhana. Kedai juga perlu mampu membuat perencanaan keuangan terkait terbatasnya modal yang dimiliki. Kedai perlu mengetahui produk-produk atau jasa-jasa yang diminati oleh pelanggan dengan membuat catatan sehingga dapat memanfaatkan modal secara optimal. Kesalahan dalam menghitung peredaran bruto akan mengakibatkan terlalu besar/kecil pajak yang dibayarkan.

Kedai juga perlu memahami pola penetapan harga, atau faktor-faktor yang harus diperhitungkan dalam menentukan harga, modifikasi makanan, teknik pemasaran dan perencanaan keuangan

BAB 1 PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu roda penggerak perekonomian Indonesia. Usaha Mikro adalah usaha produktif dengan aset kurang dari 50 juta rupiah dengan omzet maksimal 300 juta rupiah. Sedangkan Usaha Kecil adalah usaha produktif dengan aset 50-500 juta rupiah dan omzet 300 juta sampai 2,5 milyar rupiah. Terakhir, Usaha Menengah adalah usaha produktif dengan aset 500 juta hingga 10 milyar rupiah dan omzet 2,5-50 milyar rupiah. (<https://www.niagahoster.co.id/blog/ide-usaha-kecil-menengah/amp/>).

Jika membaca peraturan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 (<https://goukm.id/apa-itu-ukm-umkm-startup/>) tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Maka bisa dilihat perbedaannya dengan jelas antara UKM dan UMKM. **Usaha Mikro** adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Kriteria aset: Maks. Rp 50 Juta, kriteria Omzet: Maks. Rp 300 juta rupiah. **Usaha Kecil** adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Kriteria aset: Rp 50 juta – Rp 500 juta, kriteria Omzet: Rp 300 juta – Rp 2,5 Miliar rupiah. **Usaha Menengah** adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Kriteria aset: 500 juta – Rp 10 Miliar, kriteria Omzet: >Rp 2,5 Miliar – Rp 50 Miliar rupiah.

Menurut Departemen Perindustrian dan perdagangan, pengusaha kecil dan menengah adalah kelompok industri modern, industri tradisional, dan industri kerajinan, yang mempunyai investasi, modal untuk mesin-mesin dan peralatan sebesar Rp 70 juta ke bawah dengan resiko investasi modal/tenaga kerja Rp 625.000 ke bawah dan usahanya dimiliki warga Negara Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik, usaha menengah dibagi kedalam beberapa bagian, yaitu: (i) Usaha Rumah tangga mempunyai: 1-5 tenaga kerja, (ii) Usaha

kecil menengah: 6-19 tenaga kerja, (iii) Usaha menengah: 20-29 tenaga kerja, (iv) Usaha besar: lebih dari 100 tenaga kerja. Sedangkan dalam konsep Inpres UKM, yang dimaksud dengan UKM adalah kegiatan ekonomi dengan kriteria: (i) Asset Rp 50 milyar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, (ii) Omset Rp 250 milyar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa antara UKM dan UMKM sama hanya saja berbeda dalam jumlah nominal aset yang dimiliki oleh suatu usaha dan bisnis (<https://goukm.id/apa-itu-ukm-umkm-startup/>).

Perkembangan UKM di Indonesia tidak mengembirakan. Berdasarkan Data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah wirausahawan di Indonesia pun melonjak tajam dari 0,24 persen menjadi 1,56 persen dari jumlah penduduk. Meski begitu jumlah tersebut masih jauh dari target wirausaha Indonesia yang harusnya idealnya minimum 2 persen dari jumlah penduduk. Meskipun secara kuantitas jumlah wirausaha Indonesia banyak namun secara persentase jumlah tersebut kalah jauh dibandingkan dengan negara tetangga. Seperti Singapura sebesar tujuh persen, Malaysia lima persen, dan Thailand empat persen. Sementara negara-negara maju seperti Amerika Serikat dan Jepang bahkan memiliki jumlah pengusaha lebih dari 10 persen dari jumlah populasi (<https://goukm.id/apa-itu-ukm-umkm-startup/>).

Beberapa kesalahan yang dapat diidentifikasi yang dilakukan oleh calon wirausaha antara lain (<https://koinworks.com/blog/kesalahan-bisnis-ukm/>):

1. Ide Luar Biasa Tapi Tidak Ada Rencana
2. Ekspektasi yang Berlebihan
3. Mengabaikan Arus Kas
4. Mencoba Melakukan Semuanya Sendiri
5. Mulai Kehilangan Fokus saat bisnis sudah berjalan dan menemui peluang bisnis baru maka focus berpindah tanpa memikirkan sumber daya yang ada

Permasalahan lain yang dihadapi oleh UKM selain yang diatas adalah masih mengandalkan pembukuan secara manual bahkan tidak jarang ukm yang belum melakukan pencatatan secara benar, tidak melakukan program loyalitas pelanggan, serta kurangnya inovasi produk (<https://interactive.co.id/blog/10-permasalahan-ukm-dan-cara-mudah-untuk-mengatasinya-127.html>). Pencatatan yang dimaksudkan adalah dengan menggunakan akuntansi.

Bisnis dan akuntansi adalah kedua hal yang tidak bisa dipisahkan. Sebuah bisnis membutuhkan peran akuntansi untuk mengelola bisnis agar bisa lebih berkembang dan maju. Bisnis tanpa akuntansi, sudah pasti tidak akan bisa berjalan. Sering diistilahkan Accounting is

a business language. Financial Accounting is often called the language of business; it is the language that managers use to communicate the firm's financial and economic information to external parties such as shareholders and creditors. Nobody working in business can afford financial illiteracy (<https://www.coursera.org/lecture/financial-accounting/1-accounting-the-language-of-business-SO1m8>).

Menurut *American Accounting Association* (AAA), akuntansi adalah suatu proses mengidentifikasi, mengukur, dan melaporkan informasi mengenai keadaan ekonomi. Hasil laporan tersebut akan menjadi suatu bahan untuk pengambilan keputusan.

Akuntansi penting bagi kehidupan sehari-hari, hal ini karena dalam kehidupan sehari-hari kita selalu membutuhkan dan berinteraksi dengan uang. Uang yang kita miliki harus bisa kita kelola dengan bijak, dan bisa mencukupi beberapa keinginan yang kita butuhkan dalam periode tertentu. Agar kehidupan keuangan sehari-hari bisa teratur, terarah, dan juga memiliki tujuan maka perencanaan keuangan yang Anda jalankan pun harus sebaik-baik mungkin.

Peran akuntansi dalam UKM antara lain : menjalankan manajemen biaya, sebagai pengendalian manajemen, sebagai alat informasi bagi pihak internal dan eksternal (termasuk informasi untuk pihak pajak), dan sebagai alat analisis. Peran akuntansi dalam keuangan bisnis dan ukm antara lain : sebagai alat pengontrol dan pengendali, sebagai alat pengambilan keputusan, dan peran akuntansi sebagai alat informasi pihak ketiga.

Pemerintah dalam rangka meningkatkan pendapatan negara, menerbitkan tariff pajak ringan untuk UKM yaitu 0.5 % dari omset bruto yang mulai berlaku 1 Juli 2018. Hal ini untuk mendorong agar memudahkan UKM dalam menghitung jumlah pajak dan menumbuhkan kesadaran UKM untuk melaksanakan kewajiban perpajakan. Namun pengamat perpajakan dari Center for Indonesia Taxation Analysis (CITA) Yustinus Prastowo menilai, potensi penerimaan pajak usaha kecil dan menengah (UKM) belum dioptimalkan oleh otoritas **pajak**. "Kontribusi pajak UKM itu kan sekitar Rp6 triliun, masih sangat kecil dibandingkan penerimaan yang sudah Rp1.300 triliun," kata Yustinus . Hal ini berdasarkan hitungan bahwa dari 50 juta pelaku UKM yang di data oleh Badan Pusat Statistik (BPS) berkontribusi terhadap 60% PDB atau sekitar Rp8.000 triliun. "Kalau itu didekati dengan 1%nya saja itu Rp80 triliun, jadi 0,5%-nya kan harusnya Rp40 triliun. Berarti yang sekarang ter-"capture" itu sepertujuh atau sekitar 15% dari potensi yang ada," kata Yustinus (<https://economy.okezone.com/read/2019/01/09/20/2001988/penerimaan-pajak-ukm-belum-optimal>).

Penetapan tariff pajak final 0,5% dari omzet jika tidak memiliki catatan pembukuan usaha. Aparat pajak tak peduli usaha untung rugi. Jika tak punya pembukuan, pajaknya

sebesar 0,5% dari omzet UKM. Bahkan insentif keringanan pajak itu akan hilang jika tidak memiliki pembukuan keuangan. Namun, ada pula pilihan lain, yakni, pajak 0,5% dari laba kotor jika si UKM memiliki pembukuan usaha. Alhasil, jika usaha merugi, si UKM tidak perlu membayar pajak. Itu sebabnya, Ditjen Pajak mendorong UKM memiliki pembukuan keuangan. UKM diberi masa transisi untuk menyiapkan pembukuan. Untuk wajib pajak (WP) orang pribadi UKM, batas waktu pajak akhirnya adalah enam tahun. Sedangkan WP badan UKM batas waktunya tiga tahun.

Pemberdayaan sektor UKM memang perlu terus ditingkatkan, sehingga diharapkan, di masa depan ribuan UKM yang bergerak diberbagai sektor di tanah air ini dapat berkembang dan mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan besar. Pemberdayaan UKM tersebut dapat dibantu oleh banyak pihak antara lain oleh akademisi melalui program pengabdian masyarakat.

Seperti yang diuraikan pada paragraph sebelumnya, wirausaha UKM banyak memerlukan pembinaan, karena para wirausaha UKM ini banyak mengalami kegagalan dalam manajemen keuangan terutama dalam perencanaan keuangan, memilih segmen pasar dan memasarkan produk. Setelah UKM tersebut beraktivitas, maka hal lain yang perlu dibina adalah melakukan pencatatan dan melaporkan pajak.

Berdasarkan uraian diatas, maka kami ingin membantu beberapa UKM di wilayah Jakarta Selatan untuk melaksanakan pembukuan sederhana dan membantu dalam menghitung biaya sehingga akan memudahkan dalam menentukan harga.

1.1. Obyek Pengabdian Masyarakat

Obyek pengabdian masyarakat adalah 5 UKM yang berada diwilayah Jakarta dan Kota Bekasi. Jumlah UKM yang menjadi tujuan mempertimbangkan waktu dan biaya. Kegiatan akan dilakukan secara langsung menuju pada bisnis yang digeluti sehingga diharapkan dapat langsung dilanjutkan setelah kegiatan pengabdian masyarakat selesai dilaksanakan.

1.2. Temuan yang Ditargetkan

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan topik yang dipilih bertujuan untuk membantu UKM dalam melakukan perencanaan dan pengendalian keuangan, pemasaran, penentuan harga sesuai segmen, pencatatan dan pelaporan agar mempercepat UKM tersebut melaksanakan kewajiban pajak berdasar pembukuan sehingga pajak yang dibayar lebih

ringan. Hal ini akan memicu UKM lainnya untuk ikut mematuhi pajak karena pajak yang dibayarkan tidaklah terlalu menyulitkan keuangan UKM.

1.3. Kontribusi pada Bidang Ilmu

Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada mata kuliah Pengantar akuntansi dan perpajakan, serta mata kuliah Manajemen khususnya Manajemen Keuangan dan pemasaran. Dosen yang terlibat diharapkan dapat berkontribusi memberikan contoh-contoh penerapan akuntansi pada bisnis yang sederhana dan dosen perpajakan dapat memberikan contoh perhitungan pajak pada bisnis yang sederhana, pemasaran dengan memberikan saran dan masukan untuk memasarkan produk dan menentukan harga jual yang sesuai dengan segmen pasar.

1.4. Luaran Pengabdian Masyarakat

Adapun luaran dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah laporan kegiatan pelaksanaan pengabdian masyarakat dan artikel yang akan dipublikasikan di jurnal pengabdian masyarakat Universitas Esa Unggul.

BAB II

URAIAN TUGAS

2.1. Landasan Teori

2.1.1. UMKM

Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa menurut peraturan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 (<https://goukm.id/apa-itu-ukm-umkm-startup/>) tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Maka bisa dilihat perbedaannya dengan jelas antara UKM dan UMKM. **Usaha Mikro** adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Kriteria asset: Maks. Rp 50 Juta, kriteria Omzet: Maks. Rp 300 juta rupiah.

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Kriteria asset: Rp 50 juta – Rp 500 juta, kriteria Omzet: Rp 300 juta – Rp 2,5 Miliar rupiah.

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Kriteria asset: 500 juta – Rp 10 Miliar, kriteria Omzet: >Rp 2,5 Miliar – Rp 50 Miliar rupiah.

2.1.2. SAK ETAP

SAK ETAP merupakan standar akuntansi keuangan untuk Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (ETAP). ETAP adalah suatu entitas yang tidak memiliki akuntabilitas publik signifikan, dan menerbitkan laporan keuangan untuk tujuan umum (general purpose financial statement) bagi pengguna eksternal. SAK ETAP mengacu pada IFRS untuk Small Medium Enterprises. Dalam SAK ETAP ini lebih sederhana karena merupakan PSAK yang disederhanakan sehingga terdapat pilihan pada alternatif yang lebih standar, penyederhanaan pengakuan dan pengukuran, serta mengurangi pengungkapan. Akan tetapi SAK ETAP ini

merupakan standar yang berdiri sendiri secara keseluruhan (stand alone).

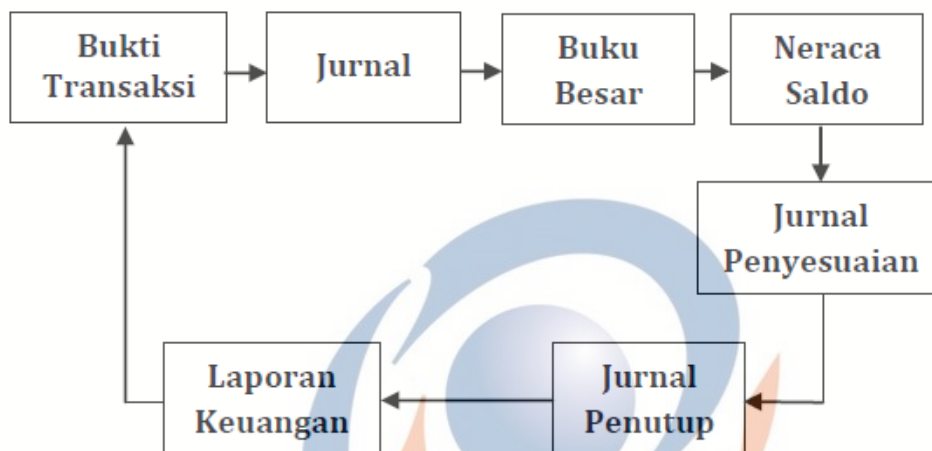
SAK-ETAP berlaku efektif per 1 Januari 2011 namun penerapan dini per 1 Januari 2010 diperbolehkan. Pada entitas yang laporan keuangannya mematuhi SAK ETAP, maka diwajibkan membuat suatu pernyataan eksplisit dan secara penuh (explicit and unreserved statement) atas kepatuhan tersebut dalam catatan atas laporan keuangan. Laporan keuangan yang telah dibuat tidak boleh menyatakan mematuhi SAK ETAP kecuali jika mematuhi seluruh persyaratan yang terdapat dalam SAK ETAP. Hal tersebut terkait dengan acuan yang akan digunakan auditor ketika melakukan audit. Apabila perusahaan memakai SAK ETAP, maka auditor yang akan melakukan audit di perusahaan tersebut juga akan mengacu kepada SAK ETAP (Ika, 2016).

2.1.3. Akuntansi Untuk UKM

Definisi akuntansi dapat dilihat dari 2 (dua) sudut pandang yaitu (ika, 2016; 28):

- Fungsi dan Kegunaan Akuntansi merupakan aktivitas jasa yang berfungsi memberikan informasi kuantitatif mengenai kesatuan-kesatuan ekonomi terutama yang bersifat keuangan yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan.
- Proses Kegiatan Akuntansi adalah seni mencatat, mengklasifikasi, dan mengikhtisarkan transaksi-transaksi kejadian yang sekurang-kurangnya atau sebagian bersifat keuangan dengan cara menginterpretasikan hasil-hasilnya.

Pelaksanaan akuntansi di UKM melalui proses atau siklus seperti yang terjadi di perusahaan non UKM. Siklus yang dimaksud adalah siklus akuntansi



Gambar 2.1 Siklus Akuntansi

- a. Pencatatan Data ke dalam dokumen sumber atau bukti transaksi.
- b. Penjurnalan, yaitu menganalisa dan mencatat transaksi dalam jurnal (buku harian)
- c. Melakukan Posting ke Buku Besar yaitu memin-dahkan debet dan kredit dari jurnal ke akun buku besar.
- d. Penyusunan Neraca Saldo yaitu menyiapkan neraca saldo unttuk mengecek keseimbangan buku besar.
- e. Membuat ayat jurnal penyesuaian dan memasuk-kan jumlahnya pada neraca saldo.
- f. Membuat ayat-ayat penutup yaitu menjurnal dan memindahbukukan ayat-ayat penutup.
- g. Penyusunan Laporan Keuangan yaitu laporan rugi laba, laporan perubahan modal dan neraca.

2.1.4. Pengelolaan UKM

Manajemen yang bisa didefinisikan sebagai cara untuk mencapai target bersama melalui bantuan orang lain sangat penting untuk diterapkan oleh bisnis skala UKM. Meski usaha Anda memiliki modal yang cukup, tanpa adanya manajemen, bisa dipastikan bisnis akan lesu, tidak berkembang, tidak efektif bahkan akan gulung tikar dalam waktu yang tidak lama.

Pengelolaan lainnya yang harus dilakukan adalah :

- Manajemen keuangan
- Manajemen SDM atau pegawai
- Manajemen resiko
- Manajemen pemasaran
- Manajemen produksi
- Manejemen pengembangan
- Manajemen pemulihan

2.1.5. Perencanaan Keuangan

Keuangan perlu dikelola dengan baik dan terencana agar tujuan-tujuan finansial dapat tercapai dan kehidupan yang sejahtera dapat diwujudkan. Untuk itu, perlu dibuat anggaran yang baik sebagai kunci sukses dalam perencanaan keuangan Anda. Pada pembahasan kali ini kita akan mengulas lebih lanjut mengenai apa itu anggaran, bagaimana anggaran yang

ideal, dan apa saja yang perlu diperhatikan dalam membuat anggaran.

Anggaran

Anggaran atau budgeting adalah perencanaan keuangan mengenai kebutuhan yang harus dipenuhi berdasarkan dengan penghasilan yang diterima. Berdasarkan hal tersebut, anggaran terbagi ke dalam dua bagian besar yaitu penghasilan (arus dana yang masuk) dan pengeluaran (arus dana yang keluar). Pada prakteknya nanti pos-pos pengeluaran akan dibuat dengan menyesuaikan penghasilan yang diterima, baik rutin maupun tidak rutin.

Anggaran perlu dibuat agar kita dapat melihat dengan detail dan rinci bagaimana arus uang yang keluar dan masuk ke dalam kantong atau rekening kita. Dengan mengetahui arus uang, terutama arus uang keluar, kita akan dapat melihat pos pengeluaran mana yang memiliki porsi paling besar. Hal ini akan membantu kita melakukan evaluasi nantinya, apakah pengeluaran tersebut dapat dikurangi atau setidaknya disiasati agar dapat lebih efektif.

Anggaran juga dapat menjadi panduan dalam mengelola keuangan, terutama mengatur bagaimana pengeluaran yang harus dilakukan setiap bulannya. Misalnya kita membuat anggaran untuk belanja baju 5% dari penghasilan, maka kita akan berusaha untuk tidak melebihi anggaran tersebut. Dengan begitu, kita dapat terhindar dari kondisi “Besak pasak daripada tiang” atau besar pengeluaran daripada penghasilan.

Hal lain yang menjadi keuntungan dengan membuat anggaran adalah kita memiliki reminder atau pengingat dalam membayar pengeluaran rutin. Saat membuat anggaran, kita memasukkan rincian pengeluaran rutin seperti biaya listrik, bayaran sekolah anak, dana zakat, biaya asuransi kesehatan, dan lain sebagainya. Dengan mengacu pada anggaran yang dibuat, kita dapat membayar pengeluaran rutin yang harus dikeluarkan dengan tepat waktu.

Anggaran yang Ideal

Pada dasarnya, membuat anggaran perlu disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan masing-masing orang sehingga tiap orang bisa saja memiliki anggaran yang berbeda. Anda dapat membuat pos-pos pengeluaran yang menjadi kebutuhan dan dianggap perlu untuk dipenuhi dengan baik. Meski begitu, tentunya ada perencanaan alokasi sebagai anggaran yang ideal dan dapat dijadikan panduan bagi Anda.

Meskipun usaha yang dikelola masih pada skala kecil menengah dengan proses yang mudah dan sederhana, namun pelaku usaha kecil hendaknya menerapkan manajemen keuangan yang baik sejak awal. Dengan memiliki manajemen keuangan yang baik maka akan mempermudah mengontrol arus keuangan.

Manajemen keuangan adalah cara bagaimana mengelola keuangan untuk

mendapatkan keuntungan dan menggunakan sumber modal untuk pengembangan usaha. Banyak pengusaha kecil yang berpandangan jika manajemen keuangan dapat berjalan dengan sendirinya, selaras dengan jalannya usaha. Jika usaha berjalan dengan baik, maka keuangan usaha juga akan baik. Tidak bisa dipungkiri jika penjualan dan keuntungan merupakan sumber kas usaha. Tapi bisnis tidak semata-mata bagaimana mendapatkan uang, tapi juga bagaimana mengendalikan dan menggunakannya (<https://zahiraccounting.com/id/blog/manajemen-keuangan-sederhana-untuk-usaha-kecil/>).

Dibawah ini adalah beberapa dasar manajemen keuangan sederhana untuk usaha kecil:

1. Membuat anggaran kas

Kondisi usaha anda terkait dengan komponen penting seperti penjualan, kas masuk dan keluar, dan sebagainya. Anggaran arus kas membantu memastikan bahwa usaha anda mampu membayar semua pengeluaran dan bisnis dapat mengelola pendapatan dan pengeluaran secara efektif.

2. Mengetahui perubahan arus kas

Beban operasional memberi dampak yang signifikan pada arus kas. Sementara kenaikan harga bahan baku membebani keuangan usaha. Arus kas dipengaruhi oleh hutang piutang usaha. Ini tentu sangat mempengaruhi beban bunga.

3. Monitor piutang klien

Salah satu hal penting dalam manajemen arus kas adalah dengan menetapkan kebijakan kredit yang efektif. Pelaku usaha harus memiliki strategi yang dapat mendorong klien untuk membayar lebih cepat.

4. Cek status hutang

Memeriksa keuangan perusahaan dengan jadwal pembayaran hutang harus dilakukan secara rutin. Ini akan memberikan image positif dimata kreditor terhadap sebuah usaha dalam menjaga kewajiban kreditnya. Pengecekan ini untuk melihat berapa banyak perusahaan yang berhutang dan apakah usaha anda memiliki jadwal pembayaran yang sudah jatuh tempo.

5. Memotong biaya operasional

Mengurangi biaya operasional dapat dilakukan dengan, misalnya menggunakan tenaga

kontrak saat order meningkat, menggunakan bahan baku yang lebih murah namun dengan kualitas yang terjaga. Kemudian anda bisa meng-upgrade teknologi yang anda gunakan menjadi lebih efisien.

6. Memanfaatkan kredit dengan efektif

Semakin baik keadaan suatu usaha, maka akan semakin baik pula prospek usaha kedepannya. Hal tersebut akan memberi dampak pada pemberian kredit usaha menjadi lebih mudah. Penggunaan dana kredit tersebut hendaknya dilakukan dengan tepat dan efisien.

7. Kelebihan kas untuk pengembangan usaha

Perubahan kondisi ekonomi akan sangat mempengaruhi keuangan usaha. Hal inilah yang akan mempengaruhi pendapatan dan beban keuangan usaha. Untuk itu surplus kas bisa digunakan untuk pengembangan usaha, melunasi hutang, atau mempertahankan produktifitas usaha.

Mengelola suatu usaha tidak hanya mengatur strategi, branding, promosi serta diferensiasi produk. Namun juga harus memperhatikan manajemen keuangan. Pengelolaan keuangan yang baik akan menentukan keberhasilan usaha anda.

2.1.6. Pemasaran dan Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar (*market segmentation*) adalah pembagian kelompok konsumen atau pembeli yang memiliki kebutuhan, karakteristik, seras perilaku berbeda (heterogen) di dalam pasar tertentu yang kemudian akan menjadi satu pasar homogen nantinya dan menjadi sasaran pasar dengan strategi tersendiri.

Segmentasi pasar adalah strategi suatu perusahaan untuk mengenal minat serta kebutuhan konsumen di suatu market yang menciptakan produk baru yang sesuai dengan minat serta kebutuhan konsumen. Dengan kata lain, pasar yang tadinya hanya berjumlah satu dan memiliki cakupan luas berubah menjadi beberapa pasar yang bersifat homogen setelah mengalami segmentasi. Tujuan utama dari segmentasi pasar ini adalah membuat proses pemasaran lebih terarah.

Manfaat Segmentasi Pasar

Terbentuknya segmentasi pasar tentu bukan tanpa alasan. Hal ini dimaksudkan untuk memudahkan jalannya pemasaran. Beberapa manfaat yang timbul akibat segmentasi pasar adalah sebagai berikut.

- Dapat merencanakan produk dengan lebih baik sehingga dapat memenuhi permintaan pasar.
- Menentukan cara promosi yang paling tepat.
- Menyalurkan modal ataupun usaha ke pasar potensial yang dapat menguntungkan bisnis.
- Penjual akan berada pada posisi yang cukup baik, guna mengarahkan dan membandingkan kesempatan atau harapan dalam pemasaran sehingga mampu mempelajari setiap segmen.
- Penjual dapat memakasi wawasannya untuk menanggapi usaha pemasaran yang berbeda-beda sehingga dapat mengalokasikan anggaran dengan tepat.
- Dapat memilih media iklan yang baik dan menemukan bagaimana cara mengalokasikan dengan baik.

Kriteria Segmentasi Pasar

Setiap perusahaan yang menjalankan segmentasi pasar tentu melakukan identifikasi terhadap berbagai segmen atau kriteria yang paling menarik agar dapat melayani konsumen dengan lebih efektif. Beberapa kriteria dari segmentasi pasar adalah sebagai berikut.

Pemasaran Massal

Pemasaran massal ditandai dengan melakukan produksi, mendistribusi, dan mempromosikan secara massal pada seluruh konsumen. Produk yang dipasarkan adalah produk tunggal dengan harapan dapat memenuhi seluruh keinginan konsumen serta dapat menghemat biaya baik dalam hal produksi dan pemasaran. Pemasaran massal sekarang ini tidak lagi banyak diterapkan oleh perusahaan kecuali oleh perusahaan yang memiliki konsumen terbatas.

Pemasaran Produk yang Terdiferensiasi

Strategi pemasaran ini banyak diterapkan oleh berbagai perusahaan. Dalam pemasaran ini perusahaan akan mencoba untuk mengidentifikasi berbagai macam kelompok pembeli tertentu dengan membagi pasar ke dalam dua kelompok segmen atau lebih dan pada masing-masing segmen ditawarkan jenis produk yang berbeda dengan kelompok yang lainnya.

Pemasaran Sasaran

Dalam pemasaran sasaran perusahaan hanya memusatkan usaha pemasarannya pada satu atau beberapa kelompok segmen pasar tertentu saja. Strategi pemasaran sasaran ini dilakukan dengan mengembangkan produk dan pembedanya serta melakukan bauran produk (*marketing mix*) untuk kelompok tertentu saja. Strategi ini banyak diterapkan karena adanya tingkat persaingan yang sangat tinggi.

Syarat Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar sebagai strategi pemasaran memang dapat ditentukan sendiri oleh perusahaan. Akan tetapi, dalam proses penentuannya tidak bisa sembarangan. Agar segmentasi pasar yang dilakukan dapat berjalan efektif, ada syarat segmentasi pasar yang harus dipenuhi, yaitu:

- a. Harus dapat diukur, baik dalam besarnya maupun luasnya serta daya beli segmen pasar tersebut.
- b. Harus dapat dilaksanakan, artinya semua program pemasaran yang telah disusun dapat terlaksana secara efektif dan efisien.
- c. Harus dapat dicapai dengan baik, sehingga dapat dijadikan sebagai pasar sasaran.
- d. Pasar yang homogen tetap harus cukup luas sehingga dapat menguntungkan perusahaan ketika kelompok pasar dilayani oleh perusahaan.

Segmentasi pasar sangat penting dipahami untuk menjalankan pemasaran dengan baik. Selain itu, mengelola keuangan juga perlu dilakukan dengan baik untuk menunjang pemasaran yang sukses. Dengan pengelolaan keuangan yang baik maka anggaran untuk pemasaran dapat dikembangkan.

Pada pemasaran masal, penjual memproduksi, mendistribusikan, dan mempromosikan secara masal sebuah produk kepada semua pembeli. Pemasaran bervariasi produk. Disini penjual memproduksi dua atau lebih produk yang memperlihatkan cirri, gaya, kualitas, ukuran yang berbeda dan sebagainya. Pemasaran sasaran. Disini penjual membedakan segmen pasar, memilih satu atau lebih segmen-segmen ini, dan mengembangkan bauran produk dan pemasaran yang disesuaikan pada tiap segmen. Segmentasi pasar menjadi semakin penting dalam pengembangan strategi pemasaran karena beberapa alasan yaitu :

- a. Pertumbuhan populasi kian menurun, dan semakin banyak produk pasar yang mencapai tahap kedewasaan.
- b. Kekuatan sosial dan ekonomi mendorong meningkatnya pendapatan perseorangan, tingkat pendidikan yang lebih tinggi, dan kesadaran yang lebih banyak tentang dunia yang memproduksi pelanggan dengan kebutuhan selera, gaya hidup yang lebih bervariasi dan canggih dibanding sebelumnya.
- c. Teknologi baru seperti desain yang dibantu computer telah memungkinkan perusahaan membuat produk-produk seperti jeans dan mobil berdasarkan pesanan.

2.1.7. Penetapan Harga

Harga merupakan elemen bauran pemasaran yang bisa menghasilkan pendapatan melalui penjualan. Suatu perusahaan harus bisa menetapkan harga produknya dengan baik dan tepat sehingga konsumen tertarik dan mau membeli produk yang ditawarkan dan perusahaan nantinya akan mendapatkan keuntungan.

Penetapan harga adalah suatu strategi yang menjadi kunci dalam perusahaan sebagai bentuk konsen

Tujuan Penetapan Harga

Adapun tujuan penetapan harga yaitu:

a. Memaksimalkan penjualan dan penetrasi pasar

Hal yang dilakukan agar mampu menarik perhatian konsumen yang menjadi target pasar, maka perusahaan perlu dan harus melakukan penetapan harga yang rendah. Dengan harga yang rendah ini, akan menjadi pendorong dalam meningkatkan permintaan yang datang pesaing.

b. Mempertahankan kualitas pelayanan

Hal yang dilakukan dalam menjaga target pasar dari pesaing bisnis maka perlu sebuah teknik yakni teknik menyesuaikan harga menjadi lebih murah dibandingkan dengan harga pesaing. Karena penurunan harga ini akan membuat konsumen tetap setia dengan produk yang ditawarkan.

c. Mendapatkan atau memaksimal keuntungan

Jika suatu perusahaan sudah mencapai tahapan dalam penetapan harga suatu produk maka dalam memperhitungkan tingkat keuntungan yang ingin diperoleh. Dan jika margin keuntungan yang ingin dicapai akan semakin meningkat maka harga yang akan ditetapkan untuk ditawarkan kepada konsumen pun akan menjadi tinggi.

Menurut **Harini (2008)**, tujuan penetapan harga yaitu:

- Mencapai Penghasilan atas Investasi
- Kestabilan Harga
- Mempertahankan atau Meningkatkan Bagian dalam Pasar
- Menghadapi atau Mencegah Persaingan.
- Penetapan Harga untuk Memaksimalkan Laba

Metode Penetapan Harga

Perusahaan menentukan dan menetapkan tujuan yang ingin dicapai maka selanjutnya adalah menentukan metode penetapan harga. Umumnya metode penetapan harga terbagi menjadi 3 macam pendekatan yaitu:

a. Penetapan Harga Berdasarkan Biaya

Dalam metode penetapan harga ini memiliki faktor yang utama yaitu aspek penawaran (biaya). Dalam metode ini harga akan ditentukan berdasarkan dengan biaya produksi dan juga biaya pemasaran produk yang selanjutnya akan ditambah dengan jumlah-jumlah tertentu untuk dapat menutupi biaya-biaya langsung, biaya overhead, serta laba.

b. Penetapan Harga Berdasarkan Harga Pesaing/Kompetitor

Dalam metode penetapan harga ini umumnya dalam pelaksanaannya akan menggunakan harga pesaing sebagai referensi, tapi pendekatan ini cenderung cocok untuk produk yang standar di pasar oligopoli. Untuk menarik perhatian konsumen perusahaan akan menggunakan strategi harga yang telah dirancang.

c. Penetapan Harga Berdasarkan Permintaan

Dalam metode penetapan harga ini dilakukan berdasarkan persepsi konsumen terhadap price value, price sensitivity serta perceived quality. Dalam mengetahui nilai harga atas kualitas suatu produk maka perlu dilakukan analisa Price Sensitivity Master (PSM), dalam menggunakan analisis ini umumnya konsumen diminta agar memberikan pernyataan mengenai harga apakah murah, mahal, atau pas kemudian dikaitkan dengan kualitas produk yang diterima.

Strategi Penetapan Harga

Strategi penetapan harga merupakan proses perusahaan dalam mengklasifikasikan dan menggolongkan produk yang dihasilkan apakah produk baru atau produk yang sudah beredar di masyarakat, strategi ini berkaitan dengan siklus kehidupan produk (Product Life Cycle) yang artinya bahwa suatu produk memiliki empat tahapan yaitu pengenalan, pertumbuhan, kematangan dan penurunan.

Strategi Penetapan Harga Pada Produk Baru

Dalam pengenalan produk baru perlu dilakukan penetapan strategi harga, penetapan harga yang efektif ada 2 alternatif, yaitu:

a. Harga Mengapung (Skimming Price)

Harga mengapung adalah memberikan harga yang tinggi agar dapat menutupi biaya dan sekaligus menghasilkan laba maksimum atau dengan kata lain dalam hal ini perusahaan mampu meyakinkan pelanggan bahwa produknya memiliki perbedaan dengan produk sejenis yang dimiliki oleh pesaing.

Harga mengapung disebut juga pendekatan skimming, pendekatan ini sangat efektif jika terdapat perbedaan harga atas aspek tertentu dan pesaing relatif sedikit. Selain itu, pendekatan ini juga bermanfaat sebagai pembatas atas permintaan suatu produk hingga perusahaan merasa siap untuk melakukan produksi secara massal kembali.

b. Harga Penetrasi

Harga penetrasi adalah memberikan harga lebih rendah agar tercipta pangsa pasar permintaan, umumnya diterapkan pada kondisi pasar yang tidak terfragmentasi ke dalam aspek berbeda produk dan itu tidak memiliki nilai simbolis yang tinggi. Jika harga penetrasi ini digunakan maka akan sangat cocok dan efektif untuk pasar yang cenderung sensitif terhadap harga.

Strategi Penetapan Harga Pada Produk Yang Telah Beredar

Strategi penetapan harga pada produk yang telah beredar di masyarakat umumnya tidak lepas dari posisi produk dalam siklus produk. Berikut 3 tingkatan dalam tahapan siklus, diantaranya:

a. Tahap Pertumbuhan

Tahap ini memiliki ciri-ciri yaitu penjualan akan meningkat dan disertai dengan munculnya pesaing. Saat terjadi pertumbuhan yang cepat maka biasanya strategi yang akan digunakan

adalah tetap mempertahankan harga produk atau pasar. Tapi sebaliknya jika pertumbuhan melambat, maka strategi yang diterapkan adalah strategi harga agresif atau menurunkan harga agar bisa mendorong penjualan sekaligus mampu menghadapi persaingan yang semakin ketat.

b. Tahap Kematangan

Tahap kematangan ini memiliki karakteristik seperti fleksibilitas harga, hal tersebut terjadi karena tahap ini merupakan efektivitas strategi dalam penetapan harga. Pada umumnya sudah menjadi kewajiban bagi perusahaan menjadi sosok yang responsif terhadap situasi pasar, konsumen, bahkan pesaing.

c. Tahap Penurunan

Tahap ini umumnya ditandai dengan menurunnya jumlah permintaan yang secara terus menerus. Selain itu, tahap ini merupakan tahap akhir dalam daur hidup produk yang memiliki dua alternatif langkah utama, diantaranya yaitu: Strategi diskonting (pemotongan harga)

2.2. Uraian Tugas

Tim akan melakukan kegiatan dengan terlebih dahulu membagi tugas pelaksanaan. Adapun pembagian tugas tim adalah sebagai berikut :

1. Ketua Tim
 - a) Melakukan jejaring dengan UKM
 - b) Mengidentifikasi usaha UKM yang dilaksanakan, hasil identifikasi digunakan untuk menentukan sistem akuntansi yang akan dijalankan dan model pengelolaan yang sudah ada.
 - c) Melalui hasil identifikasi akan ditindak lanjuti dengan menentukan model pelatihan dan kebutuhan alat
 - d) Bersama dengan anggota akan melakukan pembinaan akuntansi dan manajemen UKM
 - e) Bersama-sama UKM menentukan jadwal pelatihan di lokasi UKM
2. Anggota 1
 - a) Menindaklanjuti hasil identifikasi ketua tim dengan menyiapkan perangkat pelatihan akuntansi yang dibutuhkan
 - b) Bersama dengan ketua tim melaksanakan pelatihan akuntansi sesuai jadwal yang telah disepakati

3. Anggota 2 dan 3

- a) Menindaklanjuti hasil identifikasi ketua tim dengan menyiapkan perangkat pelatihan manajemen yang dibutuhkan
- b) Bersama dengan ketua tim melaksanakan pelatihan manajemen sesuai jadwal yang telah disepakati

Masa pelaksanaan berdurasi 3 bulan dengan masa pembinaan lanjutan 3 bulan.

BAB III

METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN MASYARAKAT

3.1. Pemilihan Lokasi

Pemilihan lokasi pengabdian masyarakat melalui azas kemudahan akses ke UKM dan kedekatan lokasi kantor tim dengan lokasi UKM. Berdasarkan survey awal diperoleh 3 UKM yang menjadi fokus karena terkait dengan keterbatasan waktu dan dana yang dimiliki oleh tim. UKM yang dipilih tersebut selanjutnya akan diberi pelatihan akuntansi dan manajemen sekaligus pembinaan dengan model monitoring dan akses diskusi dengan TIM.

3.2. Teknis Pelaksanaan

Pelaksanaan pelatihan direncanakan sebagai berikut :

Tabel 3.1. Rencana Pelatihan

No	Nama Pemateri	Materi	Jam	Rencana Bulan Pelaksanaan	Rencana Tempat	Teknis
1	Dr. Rilla Gantino, SE., Ak., MM	Akuntansi, Implementasi dan hasil akhir	15.00-17.30 15.00-17.30 15.00-17.30	April (2 kali) Mei (3 kali) Juni (3 kali)	2 Kedai di Jakarta	Presentasi, Implementasi dan Tanya jawab
2	Novera K Maharani, SE., M.Ak., Ak., CA	Penetapan harga	15.00-17.30 15.00-17.30 15.00-17.30	April (2 kali) Mei (3 kali) Juni (3 kali)	1 Kedai Di Bekasi	Presentasi, Implementasi dan Tanya jawab
3	Ir. Ritta Setiyati, MM	Pemasaran	15.00-17.30 15.00-17.30 15.00-17.30	April (2 kali) Mei (3 kali) Juni (3 kali)	2 UKM di Jakarta	Presentasi, Implementasi dan Tanya jawab
4	Dr. Suryari Purnama, SE., MM	Perencanaan keuangan	15.00-17.30 15.00-17.30 15.00-17.30	April (2 kali) Mei (3 kali) Juni (3 kali)	2 UK di Jakarta	Presentasi, Implementasi dan Tanya jawab
Juli – September adalah masa pemantauan dan pembinaan serta pelaporan						

BAB IV

BIAYA DAN JADWAL PELAKSANAAN PENGABDIAN MASYARAKAT

4.1 Anggaran Biaya

Pelaksanaan pengabdian masyarakat di lokasi hanya berlangsung 6 bulan. Adapun ringkasan anggaran seperti dibawah ini.

Tabel 4.1. Format Ringkasan Anggaran Biaya

No.	Jenis Pengeluaran	Uraian	Jumlah (Rp)
1	Transportasi	25 kali x Rp 150.000 (pp)	3.750.000
2	Bahan habis pakai	Kertas (2 rim x Rp 50.000) dan Cartridge (2 x Rp 350.000)	800.000
3	Foto Copy	500 lembar x Rp 300	150.000
4.	Biaya Lain		300.000
	Jumlah		5.000.000

4.2 Jadwal Pengabdian Masyarakat

Jadwal pelaksanaan pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2. Jadwal Pelaksanaan

No	Nama Pemateri	Materi	Jam	Rencana Bulan Pelaksanaan	Rencana Tempat	Teknis
1	Dr. Rilla Gantino, SE., Ak., MM	Akuntansi, Implementasi dan hasil akhir	15.00-17.30 15.00-17.30 15.00-17.30	April (2 kali) Mei (3 kali) Juni (3 kali)	2 Kedai di Jakarta	Presentasi, Implementasi dan Tanya jawab
2	Novera K Maharani, SE., M.Ak., Ak., CA	Penetapan harga	15.00-17.30 15.00-17.30 15.00-17.30	April (2 kali) Mei (3 kali) Juni (3 kali)	1 Kedai Di Bekasi	Presentasi, Implementasi dan Tanya jawab
3	Ir. Ritta Setiyati, MM	Pemasaran	15.00-17.30 15.00-17.30 15.00-17.30	April (2 kali) Mei (3 kali) Juni (3 kali)	2 UKM di Jakarta	Presentasi, Implementasi dan Tanya jawab
4	Dr. Suryari Purnama, SE., MM	Perencanaan keuangan	15.00-17.30 15.00-17.30 15.00-17.30	April (2 kali) Mei (3 kali) Juni (3 kali)	2 UK di Jakarta	Presentasi, Implementasi dan Tanya jawab

Juli – September adalah masa pemantauan dan pembinaan serta pelaporan

BAB V

REALISASI PELAKSANAAN PENGABDIAN MASYARAKAT

5.1. Lokasi

Berdasarkan rencana, wilayah kedai sederhana yang dituju adalah wilayah Jakarta Barat, Kota Bekasi dan Jakarta Timur. Survey awal telah dilakukan dan diperoleh persetujuan dari pemilik kedai makanan tersebut. Pada survey awal disepakati untuk dimulai pada bulan Maret. Namun karena kondisi Jakarta dan sekitarnya lockdown sampai dengan Juni pertengahan, maka kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan secara daring.

Oleh karena beberapa pemilik kedai tidak paham penggunaan media zoom atau sejenisnya maka kami memutuskan untuk mengubah sasaran pelaku usaha, dari 5 pelaku usaha kedai makanan: 2 pelaku usaha catering rumahan dan 1 kedai makanan murah Abuya (lauk bayar, nasi gratis), hanya pemilik kedai Abuya Meruya dan Kota Bekasi (Jalan Kartini Bekasi dan Perumnas III Bekasi) yang paham penggunaan media Zoom. Pemilik kedai Abuya selain pelaku usaha makanan beliau juga pelaku usaha online.

Lalu tim kemudian mencari pelaku usaha yang telah memanfaatkan Instagram dalam menjual produk makanannya. Ditemukan 1 pelaku usaha pudding @homemade-byriska dan pelaku usaha cookies Koek en Bloem Bakehouse. Kemudian tim juga mendapatkan 1 pengusaha khusus sambal dengan merk dagang “Sambal Mamakami”. Diluar dari pelaku usaha makanan ada juga 1 pelaku usaha jasa penjualan pulsa dan paket data (PT Multi Makmur Indonesia) dan 1 pelaku usaha online shop menjual baju anak-anak, sehingga total 6 pelaku usaha.

5.2. Jadwal Pelaksanaan

Setelah disepakati dengan pelaku usaha, maka di sepakti jadwal pelaksanaan tidak disiang hari agar tidak mengganggu aktivitas pelaku usaha. Semula jika tatap muka dijadwalkan dising hari seperti jadwal yang sudah dibuat sebelumnya. Namun karena kondisi tidak memungkinkan untuk tatap muka maka jadwal disesuaikan dengan ketersediaan waktu pelaku usaha. Kegiatan tatap muka direncanakan di Bulan April sampai Agustus 2020, namun karena ada perubahan media pelaksanaan dan hanya bisa dilaksanakan di malam hari maka jadwal disusun pelaksanaannya diubah menjadi bulan Juni – Agustus. Hal ini mengingat bahwa April-Mei menghadapi bulan Ramadhan dan

Hari Raya Idul Fitri. Jika dilaksanakan di bulan April akan menghambat pelaksanaan shalat tarawih, oleh karena itu kegiatan dimulai bulan Juni 2020. Adapun jadwal yang disusun adalah sebagai berikut :

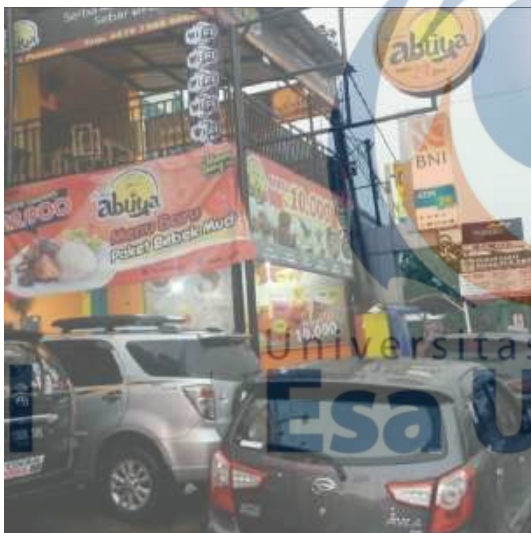
No	Nama Pemateri	Materi	Jam	Rencana Bulan Pelaksanaan	Rencana Tempat	Teknis
1	Dr. Rilla Gantino, SE., Ak., MM	Kewajiban Pajak Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah	19.00-20.15	Rabu, 10 Juni 2020	Virtual zoom	Presentasi, Implementasi dan Tanya jawab
2	Novera K Maharani, SE., M.Ak., Ak., CA	Pencatatan sederhana UMKM	20.20-21.20	Rabu 10 Juni 2020	Virtual zoom	Presentasi, Implementasi dan Tanya jawab
3	Ir. Ritta Setiyati, MM	Strategi Pemasaran	19.00-20.15	Rabu, 8 Juli 2020	Virtual zoom	Presentasi, Implementasi dan Tanya jawab
4	Dr. Suryari Purnama, SE., MM	Pengenalan Produk Sambal Mamakami	20.20 – 21.20	Rabu, 8 Juli 2020	Virtual zoom	Presentasi, Implementasi dan Tanya jawab
5	Dr. Rilla Gantino, SE., Ak., MM	Tarif Pajak dan Kemudahan dari Pemerintah	19.00-20.15	Rabu, 22 Juli 2020	Virtual zoom	Presentasi, Implementasi dan Tanya jawab
6	Novera K Maharani, SE., M.Ak., Ak., CA	Laporan Keuangan	20.20-21.20	Rabu, 22 Juli 2020	Virtual zoom	Presentasi, Implementasi dan Tanya jawab
7	Ir. Ritta Setiyati, MM	Komunikasi dalam bersosialisasi bagi UMKM	19.00-20.15	Selasa 11 Agustus 2020	Virtual zoom	Presentasi, Implementasi dan Tanya jawab
8	Dr. Suryari Purnama, SE., MM	Kemasan	20.20-21.20	Selasa 11 Agustus 2020	Virtual zoom	Presentasi, Implementasi dan Tanya jawab

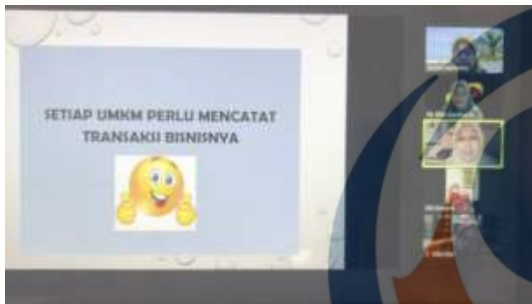
5.3. Bahan Presentasi

Bahan presentasi pada saat pelaksanaan kegiatan adalah seperti halaman berikut
Pada saat pelaksanaan presentasi, host akan mempersilahkan pelaku usaha mnegajukan pertanyaan seputar materi (terlampir).

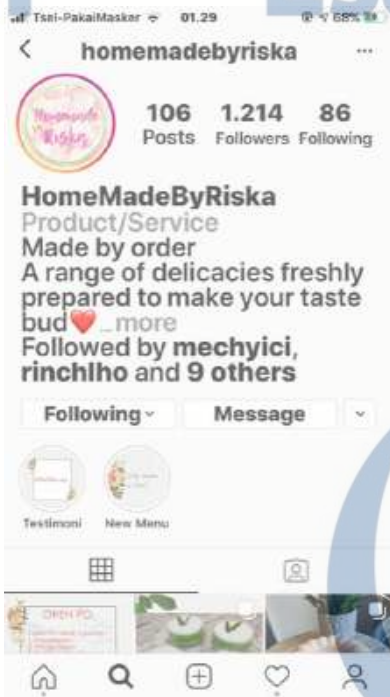
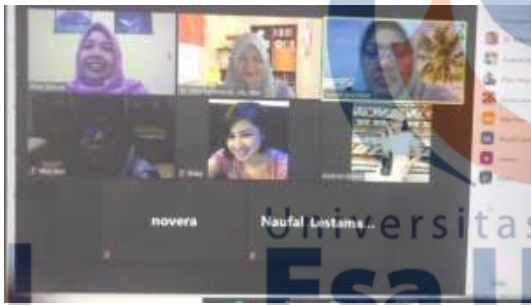
5.4. Foto-foto kegiatan dan Link Video

Pada sa survey awal sebelum berjangkitnya covid 19, ketua tim telah melakukan survey awal ke lokasi kedai Abuya. Beekasi dan Meruya. Kemudian saat presentasi dengan media zoom tim melakukan pemotretan. Hasil foto-foto jkegiatan adalah sebagai berikut :









Tsel-PakaiMasker 01.30 68%
KOEKEN_BLOEM Posts Follow

koeken_bloem



9 likes

koeken_bloem //:

koeken_bloem

69 Posts 442 Followers 132 Following

Koek en Bloem Bakehouse
Bakery
/ Giant Koekjes and Choco
Koek Specialist...more
bit.ly/koekenbloem
BSD, Tangerang
Followed by raishadiamar

Follow Message Contact



#happyest... /birthday/ /nationwide/ /grads/





Universitas

Esa Unggul



Universitas

Esa Unggul

Universitas

Esa Unggul

Universitas

Esa Unggul



Unggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa U

Unggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa U



Link Video sebagai berikut :

1. <https://youtu.be/3mtTCIOexFA>
2. <https://youtu.be/1uNTOefzoXY>
3. <https://youtu.be/SrmwzwvaMcs>
4. <https://youtu.be/hgtzfBTQRZI>

DAFTAR PUSTAKA

<https://goukm.id/apa-itu-ukm-umkm-startup/>

<https://goukm.id/apa-itu-ukm-umkm-startup/>

<https://goukm.id/apa-itu-ukm-umkm-startup/>

<https://koinworks.com/blog/kesalahan-bisnis-ukm/>

<https://interactive.co.id/blog/10-permasalahan-ukm-dan-cara-mudah-untuk-mengatasinya-127.html>

<https://www.coursera.org/lecture/financial-accounting/1-accounting-the-language-of-business-SO1m8>.

<https://economy.okezone.com/read/2019/01/09/20/2001988/penerimaan-pajak-ukm-belum-optimal>.

<https://goukm.id/apa-itu-ukm-umkm-startup/>

<https://koinworks.com/blog/manajemen-bisnis-skala-ukm/>

<https://zahiraccounting.com/id/blog/manajemen-keuangan-sederhana-untuk-usaha-kecil/>.



gggul



Universitas
Esa Unggul

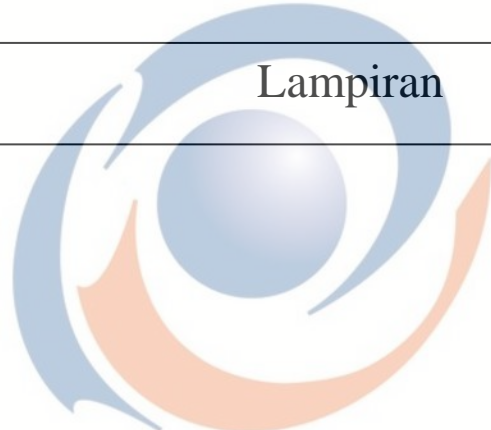


Universitas
Esa Ui



gggul

Lampiran



Universitas
Esa Unggul



Universitas
Esa Ui



Lampiran 1. Susunan Organisasi Tim Pelaksana dan Pembagian Tugas Pengabdian Masyarakat

No.	Nama/NIDN	Instansi Asal	Bidang Ilmu	Alokasi Waktu (jam/minggu)	Uraian Tugas
1	Dr.Rilla Gantino, SE, Akt.MM .CA / 0324046802	Universitas Esa Unggul	Akuntansi	12	Akuntansi, Implementasi dan hasil
2	Novera K Maharani, SE., M.Ak., Ak., CA/0302127503	Universitas EsaUnggul	Akuntansi	12	Penetapan Harga
3	Ir. Ritta Setiyati, MM/0314046702	Universitas EsaUnggul	Manajemen	12	Marketing dan Segmentasi Pasar
4	Dr. Suryari Purnama, SE., Ak., MM	Universitas EsaUnggul	Manajemen	12	Perencanaan Keuangan

Lampiran 2 (1). Biodata Ketua/Anggota Tim Peneliti/Pelaksana

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Dr. Rilla Gantino, SE, Akt.MM.CA
2	Jenis Kelamin	P (Perempuan)
3	Jabatan Fungsional	Lektor Kepala
4	NIP/NIK/Identitas lainnya	-
5	NIDN	0324046802
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Padang, 24 Apr 1968
7	E-mail	rgalgamar@gmail.com
8	Nomor Telepon/HP	0811163278
9	Alamat Kantor	Jl. Arjuna Utara No. 9, Tol Tomang, Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11510
10	Nomor Telepon/Faks	021-5674223
11	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S-1 = xx orang; S-2 = xx orang; S-3 = 0 Orang
12	Mata Kuliah yg Diampu	1. Pengantar Akuntansi
		2. Akuntansi Biaya
		3. Akuntansi Manajemen (Sistem Informasi Akuntansi Manajemen)

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Univ Andalas	Univ Pancasila	Univ Padjadjaran
Bidang Ilmu	Akuntansi	Manajemen Pemasaran	Akuntansi
Tahun Masuk-Lulus	1987-1993	1996-1998	2010-2015
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Penerapan Akuntansi Pertanggungjawaban pada PT PUSRI	Penerapan Manajemen Strategis pada PT Ciptayasa Pangan Mandiri	Pengaruh Ketidakpastian Lingkungan, Desentralisasi Kewenangan Dan Interde-pendensi Antar Departemen Terhadap Keberhasilan Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Manajemen Serta Implikasinya Terhadap Kinerja Manajerial (Survey Pada Consumers Good Industries Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)

Nama Pembimbing/Promotor	Drs. Fauzi Saad, Akt	DR. Son Diamar	1. Prof. Dr. Sri Mulyani NS, SE.,MS.,Ak 2. Dr.Hj. Roebiandini Soemantri, SE.,MS., Ak 3. Dr. Nanny Dewi, SE., M.Comm (Hons),Ak
--------------------------	----------------------	----------------	---

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir
(Bukan Skripsi, Tesis, maupun Disertasi)

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2009	Analisa Alokasi Biaya Pada Departemen Jasa Dalam Menghitung Biaya Produksi dan Pengaruhnya terhadap Harga Pokok Produksi Pada PT Kurabo Manunggal Textil Industries (KUMATEX)	Internal	Rp 3.000.000
2	2009	Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Kualitas Jasa terhadap Tingkat Likuiditas Pada PT Bank UOB Buana	Internal	Rp 3.000.000
3	2010	Analisis Pengaruh Kualitas Auditor dan Kualitas Laporan Keuangan Terhadap Opini Audit periode tahun 2006-2008 (Studi Empiris pada Perusahaan LQ 45 periode 1 Agustus 2008-31 Januari 2009)	Internal	Rp 3.000.000
4.	2010	Faktor Penentu Kondisi Finansial Distress Perusahaan di Indonesia	Dikti	Rp 36.050.000

* Tuliskan sumber pendanaan baik dari skema penelitian DIKTI maupun dari sumber lainnya.

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2010	Isntruktur pelatihan Manajemen Usaha Bagi UKM Binaan PT Jasa Marga	Internal dan Jasa Marga	Rp 75.000.000
2	2011	Isntruktur pelatihan Manajemen Usaha Bagi UKM Binaan PT Jasa Marga	Internal dan Jasa Marga	Rp 75.000.000
3	2013	Perancangan dan Implementasi Sistem Informasi Manajemen pada TPA Kecamatan Pulogadung	Dikti	Rp 50.000.000

* Tuliskan sumber pendanaan baik dari skema pengabdian kepada masyarakat DIKTI maupun dari sumber lainnya.

E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/Tahun
1	Pada PT Bank UOB Buana Tbk (Kantor Pusat Operasional),	JIC STIE, AKTIVA,	Vol 3 Nomor 4, Februari, 2010
2	Analisis Pengaruh Kualitas Auditor dan Kualitas Laporan Keuangan Terhadap Opini Audit Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tergabung Dalam LQ 45 BEI Periode 1 Agustus 2008- 31 Januari 2009)	Forum Ilmiah Universitas Esa Unggul,	Vol 10 No 2, Mei 2013
3	Perancangan dan Implementasi Sistem Informasi Manajemen Pada TPA Kecamatan Pulogadung,	Jurnal Riset Akuntansi, FE UNIKOM Bandung,	Vol VI, No 2, Oktober 2014
4	Effect of Managerial Ownership Structure, Financial Riskmand Its Value on Income Smoothing in the Automotive Indusrty and Food & Beverage Industry Listed in Indonesia Stock Exchange,	Research Jorunal of Finance and Accounting (IISTE Journal),	Vol 6 No 4, 2015.

F. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*) dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1	Presenter on Seminar Nasional & Call For Paper SCA-3 UNSOED		UNSOED, 2013
2	Presenter on Seminar Nasional & Call For Paper FMI-5 Pontianak		Pontianak, 2013
3	Presenter on Seminar Nasional & Call for Paper SINAU-2 UPN Veteran, Jakarta		Jakarta, 2013
4	Presenter on ICBESS (International Conference on Business, Economics and Social Science), STEI Jakarta, 25-26 June, 2014, Bali		Padang, 2014
5	Presenter on ICBE 2014, FE-UNAND Padang, Oktober 2014		Padang, 2014
Dst.			

G. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Buku	Tahun	Halaman	Penerbit
1				
2				
3				
Dst.				

H. Perolehan HKI dalam 5–10 Tahun Terakhir

No.	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ ID
1				
2				
3				
Dst.				

I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat
1				
2				
3				
Dst.				

A. Penghargaan dalam 10 tahun Terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)

No.	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1			
2			
3			
Dst.			

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, April 2020
Pengusul,

(Dr. Rilla Gantino, SE, Ak, MM,)

Lampiran 4 (2). Biodata Ketua/Anggota Tim Peneliti/Pelaksana

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Novera K Maharani, SE., M.Ak., Ak., CA.
2	Jenis Kelamin	P (Perempuan)
3	Jabatan Fungsional	Asisten Ahli
4	NIP/NIK/Identitas lainnya	-
5	NIDN	0302127503
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Jakarta, 02-12-1975
7	E-mail	novera.maharani@esaunggul.ac.id
8	Nomor Telepon/HP	087881093824
9	Alamat Kantor	Jl. Arjuna Utara No. 9, Tol Tomang, Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11510
10	Nomor Telepon/Faks	021-5674223
11	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S-1 = xx orang; S-2 = xx orang; S-3 = 0 Orang
12	Mata Kuliah yg Diampu	1. Pengantar Akuntansi
		2. Akuntansi Biaya
		3. Akuntansi Manajemen

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Univ Andalas	Univ.Esa Unggul	-
Bidang Ilmu	Akuntansi	Akuntansi	-
Tahun Masuk-Lulus	1993-1998	2008-2014	-
Judul Skripsi/Tesis/ Disertasi	Analisa laporan keuangan dalam pengambilan keputusan pemberian kredit perbankan (studi kasus pada Bank Nagari BPD Sumbar)	Pengaruh kualitas audit, opini audit tahun sebelumnya, prediksi kebangkrutan, pertumbuhan perusahaan dan restrukturisasi utang terhadap opini auditor tentang going concern	

Nama Pembimbing/Promotor	Drs Suhairi MS, Ak.	DR Hermiyetti, Ak.	
--------------------------	---------------------	--------------------	--

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir
(Bukan Skripsi, Tesis, maupun Disertasi)

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2016	Pengaruh kualitas audit, opini audit tahun sebelumnya, prediksi kebangkrutan dan restrukturisasi utang terhadap opini auditor tentang going concern.	Mandiri	
2	2017	Pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility dan ratio Profitabilitas terhadap nilai perusahaan (studi kasus pada perusahaan yang mendapatkan Sustainability Reporting Awards pada tahun 2014-2016)	Mandiri	

* Tuliskan sumber pendanaan baik dari skema penelitian DIKTI maupun dari sumber lainnya.

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2016	Pelatihan penyusunan laporan keuangan sederhana bagi usaha industry kreatif di Tangerang	Internal	
2	2017	Pelatihan penyusunan laporan arus kas untuk pengelola koperasi di Kecamatan Sukamulya, Tangerang	Internal	
3	2018	Penyuluhan Pengelolaan Uang Saku di Pondok Pesantren Al Mansyuriyah, Kp.Guruduk, Mekarjaya, Kecamatan Sepatan, Tangerang.	Mandiri	
4	2018	Penyuluhan Pemanfaatan Lahan Kosong Untuk Peningkatan Ekonomi Keluarga Di Desa Palumbonsari Kota Karawang Jawa Barat	Mandiri	
5	2018	Peningkatan Pemahaman Kader dan Pelaku UMKM Tentang Laporan Keuangan Sederhana Berdasarkan SAK EMKM di Pulau Pramuka – Kepulauan Seribu	Internal	

* Tuliskan sumber pendanaan baik dari skema pengabdian kepada masyarakat DIKTI maupun dari sumber lainnya.

E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/Tahun
1	Kualitas audit, opini audit tahun sebelumnya, prediksi kebangkrutan, pertumbuhan perusahaan dan restrukturisasi utang sebagai factor penyebab timbulnya opini auditor tentang going concern.	Forum Ilmiah,	Vol.13, No.03, September 2016
2	Dampak pengungkapan Corporate Social Responsibility dan ratio profitabilitas pada nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan yang mendapatkan sustainability reporting awards pada tahun 2014-2016)	Jurnal Ekonomi	Volume 9 Nomor 2, November 2018

F. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*) dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1			
2			

G. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Buku	Tahun	Halaman	Penerbit
1				
2				
3				
Dst.				

H. Perolehan HKI dalam 5–10 Tahun Terakhir

No.	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ ID
1				
2				
3				
Dst.				

II. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat
1				
2				
3				
Dst.				

B. Penghargaan dalam 10 tahun Terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)

No.	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1	Pengelola Keuangan Berprestasi	Kopertis Wilayah III	2010
2			

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 07 Mei 2019
Anggota Pengusul,

(Novera K Maharani, SE., M.Ak., Ak., CA.)

Biodata Tim Program Pengabdian kepada Masyarakat

A. Identitas Diri

Nama Lengkap	: IR. RITTA SETIYATI, MM
Jenis Kelamin	: Perempuan
Jabatan Fungsional	: Asisten Ahli
NIP/NIK/Identitas lainnya	: 296050037
NIDN	: 0314046702
Tempat dan Tanggal Lahir	: Pekalongan, 14 April 1967
Email	: ritta.setiyati@esaunggul.ac.id
No Telepon/HP	: 081314117513
Alamat Kantor	: Universitas Esa Unggul, Jl. Arjuna Utara No. 9 Kebun Jeruk, Jakarta
No Telp/Faks	: 021 567 4223
Mata Kuliah Yang Diampu	: <ol style="list-style-type: none"> 1. Motivasi Usaha 2. Kewirausahaan 3. Pengantar Manajemen 4. Perilaku Konsumen 5. Perancangan Organisasi dan SDM 6. Manajemen Perubahan & SDM

B. Riwayat Pendidikan

	S1	S2
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga – Jawa Tengah	Universitas Esa Unggul, Jakarta
Bidang Ilmu	Pertanian	Manajemen
Tahun Masuk-Lulus	1985-1991	1999-2003
Judul Skripsi-Tesis- Disertasi	Pengaruh Konsentrasi Pupuk Daun Terhadap Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Kubis Bunga (<i>brassica oleraceae</i>)	Persepsi dan Kepuasan Mahasiswa terhadap Pelayanan Administrasi Akademik di Universitas Indonusa Esa Unggul Jakarta
Nama Pembimbing/Promotor	Dr. Nurhadi Adam	Prof. John FoEh

C. Pengalaman Penelitian dalam 5 tahun terakhir

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jml (Juta/Rp)
1	2012	Persepsi dan Kepuasan Mahasiswa terhadap Pelayanan Administrasi Akademik di Universitas Indonusa Esa Unggul Jakarta	Mandiri	
2	2014	Analisis Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Organisasi Pada Universitas Esa	Mandiri	

3	2016	Persepsi Masyarakat Minangkabau terhadap Perceraian di Pengadilan Agama (Studi Kasus di Nagari Ulakan Tapakis, Kabupaten Padang	Hibah Dikti	
4	2017	Pemodelan Manajemen Pembinaan Sumber Daya Manusia yang Produktif dan Inovatif dengan Pendekatan Rekayasa Informasi	Hibah Dikti	18.250.000
5	2018	Model Consumer Preference Terhadap Shopping Behavior Secara Offline dan Online pada Retail Business	Hibah Dikti	
6	2018	Penerapan Perda Syariah Bagi Kelompok Minoritas di Nanggroe Aceh Darusalam	Hibah Dikti	

D. Pengalaman Pengabdian Masyarakat dalam 5 tahun terakhir

No	Tahun	Judul Pengabdian Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jml (Juta/Rp)
1	2008	Pembentukan Koperasi Simpan Pinjam RW 013 Griya Kencana 2 Ciledug	Mandiri	
2	2010	Sosialisasi Lubang Biopori di Kecamatan Ciledug Tangerang	Mandiri	
3	2012	Penyuluhan tentang Demam Berdarah di Kecamatan Ciledug Tangerang	Mandiri	
4	2016	Ipteks Bagi Masyarakat (IbM) Kelompok Pengolahan Limbah Plastik, Kelurahan Poris Plawad, Kecamatan Cipondoh, Kota Tangerang	Mandiri	
5	2016	Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana Bagi Usaha Industri Kreatif di Tangerang	Mandiri	
6	2017	Pelatihan Penyusunan Laporan Arus Kas Untuk Pengelola Koperasi Di Kecamatan Sukamulya, Tangerang	Mandiri	
7	2017	Penyuluhan Pemanfaatan Obat Herbal untuk Mengatasi Berbagai Penyakit kepada Kelompok Penjual Jamu kebun Jeruk	Mandiri	
8	2018	Penyuluhan Cerdas Mengelola Uang Saku di Pondok Pesantren Al Mansyuriah Kampung Gurudug, Mekarjaya, Sepatan Tangerang Banten	Mandiri	
9	2018	Penyuluhan Lahan Kosong Pekarangan untk meningkatkan Ekonomi Keluarga di Kelurahan Palumbonsari kecamatan Karawang Timur	Mandiri	
10	2018	Peningkatan pemahaman kader dan Pelaku UMKM tentang Laporan Keuanagan Sederhana Berdasarkan SAK EMKM di Pulau Pramuka Kepulauan Seribu	Mandiri	

11	2018	Memberikan Penyuluhan tentang Peningkatan Kesejahteraan Keluarga Melalui Kewirausahaan Keluarga Bagi Masyarakat di Pulau Pramuka Kepulauan Seribu	Mandiri	
12	2019	Memberikan Pelatihan tentang Pengolahan Data Riset Kuantitatif dengan Minitab 17	Mandiri	
13	2019	Memberikan Pelatihan Tentang Akuntansi Sederhana dan Implementasi Si APIK, Marketing Online Bagi UKM di Wilayah Jakarta Selatan	Mandiri	
14	2020	Memberikan Penyuluhan tentang Penerapan Teknologi Internet of Thing (IOT) Untuk Smart City	Manndiri	

E. Publikasi Ilmiah dalam Jurnal dalam 5 tahun terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Vol/Nomor/Tahun
1	Persepsi dan Kepuasan Mahasiswa terhadap Pelayanan Administrasi Akademik di Universitas Indonusa Esa Unggul Jakarta	FORUM ILMIAH	Vol 10 Nomor 1 Januari 2013
2	Perkembangan Sektor Industri di Indonesia	FORUM ILMIAH	Vol 12 Nomor 13, September 2015
	Persepsi Masyarakat Minangkabau terhadap Perceraian di Pengadilan Agama (Studi Kasus di Nagari Ulakan Tapakis, Kabupaten Padang Pariaman Sumatra Barat	Jurnal Lex Jurnalica	Vol 13 Nomor 3, Tahun 2016
3	Kepemimpinan Berbasis Spiritual	FORUM ILMIAH	Vol 14 Nomor 1 Januari 2017
4	Wawasan Quran tentang Ekonomi (Tinjauan Studi Penafsiran Temaik Al-Quran”, Jurnal Ekonomi Vol 8 Nomor 1, Mei 2017	Jurnal Ekonomi	Vol 8 Nomor 1, Mei 2017
5	Pemodelan Manajemen Pembinaan Sumber Daya Manusia Yang Produktif dan Inovatif dengan pendekatan Sistim Informasi	Jurnal Forum Ilmiah	Vol 15 Nomor 01, Tahun 2018
6	Pentingnya Perencanaan SDM dalam Organisasi	Jurnal Forum Ilmiah	

F. Pemakalah Seminar Ilmiah dalam 5 tahun Terakhir

No	Nama Pertemuan Ilmiah	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1	Seminar Nasional “Kajian Multi Disiplin Ilmu dalam Pengembangan IPTEKS untuk mewujudkan Pembangunan Nasional Semesta Berencana (PNSB) sebagai upaya Meningkatkan Daya Saing Global	Persepsi Masyarakat Minangkabau terhadap Perceraian di Pengadilan Agama (Studi Kasus di Nagari Ulakan Tapakis, Kabupaten Padang Pariaman Sumatra Barat	28 Juli 2016 Semarang
2	Seminar Nasional “2nd National Conference on Business, Management, and Accounting “Global Competitiveness”	Pemodelan Manajemen Pembinaan Sumber Daya Manusia Yang Produktif dan Inovatif dengan pendekatan Sistem Informasi	29 November 2017 Jakarta
3			

G. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1				

H. Perolehan HKI 5 Tahun Terakhir

No	Judul HKI	Tahun	Jenis	No P/ID
1	Persepsi Masyarakat Minangkabau terhadap perceraian di Pengadilan Agama (Studi Kasus di Nagari Ulakan, Kecamatan Ulakan Tapakis, Kabupaten Padang Pariaman Sumatra Barat)	2017	Surat Pencatatan Ciptaan (HAKI) atas karya Tulis	085727

I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat
1				

J. Penghargaan dalam 10 tahun Terakhir (dari Pemerintah, Asosisasi, atau institusi lainnya)

No	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1	Pengabdian 20 th di Universitas Esa Unggul	Universitas Esa Unggul	2014

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata yang saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Program Pengabdian kepada Masyarakat dengan pembiayaan dana Eksternal.

Jakarta, 31 Juli 2020



Ir. Ritta Setiyati, MM

Biodata Tim Program Pengabdian Kepada Masyarakat

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Dr. Dra. Suryari Purnama, MM
2	Jenis Kelamin	P (Perempuan)
3	Jabatan Fungsional	Lektor
4	NIP/NIK/Identitas lainnya	-
5	NIDN	0306026601
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Medan, 6 Februari 1966
7	E-mail	suryari.purnama@esaunggul.ac.id
8	Nomor Telepon/HP	08161405826
9	Alamat Kantor	Jl. Arjuna Utara No. 9, Tol Tomang, Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11510
10	Nomor Telepon/Faks	021-5674223
11	Lulusan yang Telah Dihilangkan	S-1 = 30 orang; S-2 = xx orang; S-3 = 0 Orang
12	Mata Kuliah yg Diampu	1. Matematika
		2. Manajemen Operasional
		3. Manajemen Kuantitatif

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Univ. Indonesia	Univ. Indonesia	Univ. Trisakti
Bidang Ilmu	Matematika	Bisnis Internasional	International Economic Finance
Tahun Masuk-Lulus	1985-1991	1997-1999	2015-2019
Judul Skripsi-Tesis-Disertasi	Penerapan simulasi Monte Carlo	Analisa pengembangan perbankan syariah di Indonesia studi kasus Bank Muamalat Indonesia	Peranan Religiusitas Sebagai variabel Moderasi Dalam Hubungan Antara Online Transaction Dengan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada Perbankan Syariah
Nama Pembimbing/Promotor	Drs. Supono Suparlan	Dr. Sofyan Djalil	1. Prof. Dr. Hj. Farida Djasfar, ME., Ph.D 2. Dr. Hj Tatik Mariyanti, M.Si

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

(Bukan Skripsi, Tesis, maupun Disertasi)

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2012	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Perbankan Terhadap kepuasan Nasabah pada PT. Bank Bukopin Cabang Esa Unggul	Internal	Rp 3.000.000

2	2012	Faktor Promosi dan Distribusi dalam Kecenderungan Niat Membeli Konsumen Mie Sedaap	Internal	Rp 3.000.000
3	2013	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pemohon Bagian Perizinan Pelayanan Kesehatan Tradisional di Suku Dinas Pelayanan Kesehatan Kodya Jakarta Barat	Internal	Rp 3.000.000
4.	2014	Perancangan Model dan Strategi Loyalitas Pelanggan pada Industri Jasa di Indonesia	DIKTI	Rp 50.000.000
5.	2015	Perancangan Model dan Strategi Loyalitas Pelanggan pada Industri Jasa di Indonesia	DIKTI	Rp 50.000.000
6.	2020	Pengaruh Pengalaman Bertransaksi Menggunakan Dompot Digital Terhadap Kepuasan Pengguna pada Generasi Millennial	ESA UNGGUL	Rp 20.000.000
7	2020	Peranan Religiusitas Sebagai Variable Moderasi Dalam Hubungan Pengalaman Bertransaksi Online Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah	Internal	Rp 7.500.000

D. Pengalaman Pengabdian Masyarakat dalam 5 tahun terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2019	Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pembelajaran Sebagai Respon Pengaruh Negatif Dari Media Sosial Di Kalangan Pelajar	Internal	Rp 3.000.000
2	2019	Pemberi Materi dengan judul “Potensi Ekonomi Sepeutar Dakwah” yang diselenggarakan di Mesjid Baitul Gafur, Jakarta Barat	Internal	
3	2019	Pemberi materi dalam acara Pelatihan Peluang Bisnis Rumah Syaamil Quran	Internal	
4	2018	Survei Dan Koordinasi Program Kuliah Kerja Nyata (Kkn) Pengabdian Kepada Masyarakat Tematik Merajut Nusantara 3 Perguruan Tinggi Di Lldikti Wil. Iii Tahun 2019 Tanggal 01 - 04 Agustus 2019 Di Sulawesi Tengah	Internal	Rp 3.000.000
5	2018	Pemanfaatan Lahan Kosong Pekarangan Untuk Peningkatan Ekonomi Keluarga	Internal	Rp 3.000.000
6.	2016	Pengisi Acara Education Fair yang diselenggarakan oleh Kedutaan Besar Indonesia di Dili, Timor Leste	Esa Unggul	Rp 15.000.000

E. Publikasi Ilmiah dalam Jurnal dalam 5 tahun terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Vol/Nomor /Tahun
1.	The analysis of the effect of product quality on consumer satisfaction Sophie Paris bags.	Scientific Forum (Forum Ilmiah)	2013
2.	The analysis of the effect of the health services quality on the satisfaction of the applicant in the traditional health services division at the West Jakarta District Health Service Office.	Scientific Forum (Forum Ilmiah)	2013
3.	The effect of service quality in relationship marketing on purchasing decisions (case study for the above of 2000 cc Toyota cars at the Auto 2000 store Jl. Raya Pluit Selatan).	Economics Journal of Universitas Esa Unggul	2013
4.	The Analysis of Factors that Determine the Consumer Decisions in choosing Air Transportation Services on Eva Air Airlines.	Scientific Forum (Forum Ilmiah)	2011
5.	The Analysis of Factors That Determine the Consumer Decisions in Purchasing Vitacharm.	Scientific Forum (Forum Ilmiah)	2012
6.	The Analysis of the Effect of 4P Factors on Decisions of Consumers Purchasing to Shop at the Indomaret Mini Market.	Economics Journal	2011
7.	The Ethical Behavior of Transjakarta Bus Service Quality in Measuring The Customer Satisfaction.	Economics Journal	2012
8.	The Promotion factors and The distribution factors in the consumers intention to buy Sedaap noodles.	Economics Journal	2012
9.	The Analysis of the Effect of Front Liner Service Quality on Customer Satisfaction at PLN Area Grogol West Jakarta.	Scientific Forum (Forum Ilmiah)	2013
10.	The Role of Religiosity and Online Transaction Experience to the Satisfaction and Loyalty of Customer to Sharia Banking	International Journal of Creative Research and Studies	2020

F. Pemakalah Seminar Ilmiah dalam 5 tahun Terakhir

No	Nama Pertemuan Ilmiah	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1	International Conference of Health (ICOH)	Granularity Effect of Patient's Medication Compliance Moderated by Communicator	Universitas Esa Unggul, 2019
2	International Conference Recent	Implementation of Database Security Model Using Advance	JHCC, Jakarta 2018

	Innovation (ICRI)	Encryption Standard 256 Bit Algorithm	
3	Sustainable Competitive Advantage (SCA)	Designing the models and strategies of customer loyalty in the Indonesian services industry.	Universitas Soedirman, Purwokerto, 2015

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata yang saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Program Pengabdian Kepada Masyarakat dengan Pembiayaan Internal.

Jakarta, 10 Agustus, 2020

Dr. Dra. Suryari Purnama, MM
NIDN. 0306026601

PEMBEBASAN PAJAK UMKM
PANDEMI COVID-19

Universitas
Esa Unggul

Rilla Gantino,
Materi Abdimas

SYARAT UNTUK PEROLEH PEMBEBASAN

- Mengajukan dan memiliki Surat Keterangan PP 23
- Pengajuan permohonan melalui laman www.pajak.go.id dengan tahapan **login** di DJP Online, masuk ke menu **Layanan – Info KSWP** kemudian **scroll** ke bawah dan klik **Profil Pemenuhan Kewajiban Saya** kemudian pilih fasilitas yang ingin dimanfaatkan

ALASAN PEMERINTAH = 0,5%

UMKM tulang punggung perekonomian



UMKM mendominasi perekonomian

- Jumlah unit usaha 198,8% dari total unit usaha
- Tenaga kerja 66,99% dari total tenaga kerja
- Produk Domestik Bruto 40,3% dari PDB

Resiliensi, khususnya Usaha Mikro & Kecil
Ketika usaha besar mulai melambat, usaha mikro-kecil cukup stabil (pertumbuhan PDB)



LANJUTAN

- Membuat laporan realisasi PPh Final DTP setiap Masa Pajak, yang meliputi PPh terutang atas penghasilan yang diterima atau diperoleh termasuk dari transaksi dengan pemotong atau pemungut
- Pemotong atau pemungut pajak harus membuat Surat Setoran Pajak atau cetakan kode *billing* yang dibubuhi cap atau tulisan "PPH FINAL DITANGGUNG PEMERINTAH EKS PMK NOMOR .../PMK.03/2020" atas transaksi yang merupakan objek pemotongan atau pemungutan PPh
- Laporan realisasi PPh final DTP dilampiri dengan Surat Setoran Pajak atau cetakan kode *billing* harus disampaikan paling lambat 20 bulan berikutnya setelah masa pajak berakhir

BANTUAN PEMERINTAH PADA UMKM

DASAR HUKUM Pengenaan PAJAK UMKM

- ❖ Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 23/2018 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu
BESAR PAJAK 0.5% dari peredaran bruto

MELALUI :

- ❖ Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 44 Tahun 2020, tentang Insentif Pajak untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi Corona Virus Disease 2019:
PPH final sebesar 0,5% dari jumlah peredaran bruto ditanggung pemerintah.

MATERI LANJUT : MENGHITUNG PEREDARAN BRUTO

The End....

PENENTUAN HARGA

RILLA GANTINO

CEK TOKO SEBELAH

- Kenali harga pesaing
- Kenali keunggulan produk kita
- Kenali konsumen kita
- Kenali media pemasaran

Rumusan Menghitung Harga Jual Perunit (Manufaktur)

- $\text{Harga Jual / unit} = \text{BIAYA}^* + \% \text{ Mark-up}$
- $\text{Persentase Mark-up} = \text{Expectasi Laba} + \text{BIAYA}^{**}$

ROI x AKTIVA

- * Biaya → Biaya yang berhubungan langsung dengan volume (perunit)
- ** Biaya → Biaya yang tdk bhub langsung oleh volume produk (non produksi)

Untung????

- Mari tentukan untung yang diinginkan

Biaya-Biaya

Buka catatan biaya untuk membuat Produk atau menyediakan jasa

PRINSIP DASAR PENCATATAN KEUANGAN UMKM

Oleh: Novera KM, SE., M.Ak., Ak., CA. (0302127503)

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ESA UNGGUL
SEMESTER GENAP 2019/2020

PERNAHKAN ANDA MENGALAMI HAL INI?

- PELANGGAN SAYA BANYAK, TAPI SAYA TIDAK TAHU APAKAH USAHA YANG SAYA JALANKAN MENGUNTUNGAN ATAU TIDAK....
- SAYA MULAI MENJALANKAN USAHA 6 BULAN LALU, TAPI KENAPA SEKARANG SELURUH MODAL SAYA HABIS?
- SAYA TIDAK TAHU APAKAH HARGA JUAL PRODUK SAYA TERLALU TINGGI ATAU TERLALU RENDAH..
- SAYA TIDAK TAHU PASTI BERAPA KEUNTUNGAN YANG SAYA DAPATKAN DARI PENJUALAN PRODUK SAYA.
- SAYA TIDAK TAHU PASTI BERAPA JUMLAH UANG YANG BELUM DIBAYARKAN OLEH PELANGGAN.

USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM)

- MENURUT UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 20 TAHUN 2008 TENTANG USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH:

•a. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
•b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Usaha Mikro

•a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
•b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Usaha Kecil

•a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
•b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Usaha Menengah

MENCATAT TRANSAKSI BISNIS ARTINYA:


1. MENCATAT BERAPA BANYAK UANG YANG DITERIMA DARI BISNIS ATAU USAHA YANG DIJALANKAN, DAN
2. MENCATAT BERAPA BANYAK UANG YANG DIKELUARKAN UNTUK MENJALANKAN BISNIS ATAU USAHA.

PERLUKAH UMKM MENCATAT TRANSAKSI BISNISNYA?

APA GUNANYA MENCATAT TRANSAKSI BISNIS?

1. Untuk mengetahui jumlah keuntungan dan kerugian.
2. Untuk perencanaan usaha di masa depan.
3. Untuk mengetahui posisi keuangan.
4. Untuk memudahkan pendanaan.
5. Untuk pengambilan keputusan.

**SETIAP UMKM PERLU MENCATAT
TRANSAKSI BISNISNYA**



2. MEMAHAMI PERISTIWA APA YANG HARUS DICATAT.

PERISTIWA	TRANSAKSI
<p>Peristiwa atau kejadian yang dilakukan oleh entitas yang dapat:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Berdampak eksternal dan atau internal <input type="checkbox"/> Menimbulkan atau tidak menimbulkan konsekuensi keuangan. <p>Contoh:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Menerima penawaran harga bahan baku. ✓ Merekrut karyawan/pekerja baru dengan upah Rp 75.000 per hari. 	<p>Transaksi adalah peristiwa dalam bisnis/ usaha yang memiliki konsekuensi keuangan.</p> <p>Contoh:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Adi membeli plastik untuk kemasan barang dagangannya sebesar Rp 50.000,-. ✓ Adi membayar upah pekerja sebesar Rp 75.000,-. <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; text-align: center; margin-top: 5px;"> Dicatat dalam pembukuan UMKM (0) </div>

APA YANG HARUS DIPERHATIKAN DALAM MENCATAT TRANSAKSI BISNIS?


3. MENCATAT TRANSAKSI BISNIS BERDASARKAN BUKTI

- Pencatatan transaksi bisnis/usaha harus berdasarkan bukti-bukti transaksi.
- Contoh: kuitansi, invoice/ tagihan dari pemasok.

1. MEMISAHKAN ASET BISNIS DENGAN ASET PRIBADI.

ASET BISNIS	ASET PRIBADI
<ul style="list-style-type: none"> • ASET YANG DIPEROLEH DAN DIGUNAKAN UNTUK MENJALANKAN BISNIS ATAU USAHA. • CONTOH: <ul style="list-style-type: none"> ✓ MODAL USAHA ✓ UANG HASIL PENJUALAN ✓ BAHAN BAKU USAHA <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; text-align: center; margin-top: 5px;"> Dicatat dalam pembukuan UMKM (0) </div>	<ul style="list-style-type: none"> • ASET YANG DIPEROLEH ATAU DIMILIKI OLEH PRIBADI PEMILIK USAHA YANG TIDAK BERKAITAN DENGAN KEGIATAN USAHA YANG DIJALANKANNYA. • CONTOH: <ul style="list-style-type: none"> ✓ UANG TABUNGAN PRIBADI ✓ RUMAH PRIBADI <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; text-align: center; margin-top: 5px;"> Tidak dicatat dalam pembukuan UMKM (x) </div>

- Jadi 3 hal yang harus diperhatikan dalam mencatat transaksi bisnis:
 1. **Memisahkan aset bisnis dengan aset pribadi**
 2. **Hanya mencatat peristiwa yang mempunyai konsekuensi keuangan**
 3. **Mencatat berdasarkan bukti transaksi.**



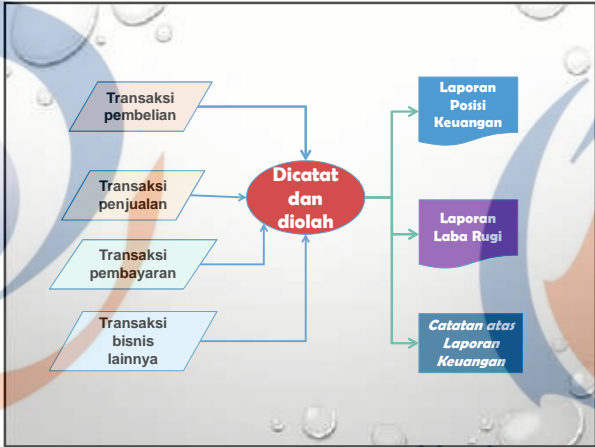
TRANSAKSI APA SAJA YANG HARUS SAYA CATAT?

LAPORAN MINIMUM YANG DIHASILKAN DARI PENCATATAN TRANSAKSI KEUANGAN UMKM:

- Laporan posisi keuangan pada akhir periode
- Laporan laba rugi selama periode
- Catatan atas laporan keuangan, yang berisi tambahan dan rincian pos-pos tertentu yang relevan.

TRANSAKSI YANG HARUS DICATAT:

- **TRANSAKSI PEMBELIAN**
Contoh: pembelian bahan baku usaha, pembelian mesin produksi, pembelian perlengkapan usaha.
- **TRANSAKSI PENJUALAN**
Contoh: penjualan produk/barang dagangan
- **TRANSAKSI PEMBAYARAN**
Contoh: pembayaran upah pekerja, pembayaran sewa toko.
- **TRANSAKSI BISNIS LAINNYA**
CONTOH: PENYETORAN UANG PRIBADI KE REKENING BISNIS UNTUK MODAL USAHA



APA YANG DIHASILKAN DARI CATATAN TRANSAKSI YANG TELAH DIBUAT?

DARIMANA SAYA BISA TAHU USAHA YANG SAYA KELOLA MENGUNTUNGAN ATAU TIDAK?

APA ISI DARI LAPORAN POSISI KEUANGAN?

1. **ASET**
Adalah sumber daya yang dikuasai oleh entitas sebagai akibat dari masa lalu dan yang dari mana manfaat ekonomi di masa depan diharapkan akan diperoleh entitas.
Contoh: uang kas, persediaan bahan baku, persediaan barang jadi, piutang usaha, aset tetap
2. **LIABILITAS**
Adalah kewajiban kini entitas yang timbul dari peristiwa masa lalu, yang penyelesaiannya mengakibatkan arus keluar dari sumber daya entitas yang mengandung manfaat ekonomi.
Contoh: utang usaha, utang bank
3. **EKUITAS**
Adalah hak residual atas aset entitas setelah dikurangi seluruh liabilitasnya.
Contoh: modal, saldo laba

INFORMASI APA SAJA YANG BISA KITA DAPATKAN DARI LAPORAN POSISI KEUANGAN?

- ✓ Untuk mengetahui berapa banyak uang yang dimiliki oleh entitas bisnis baik uang tunai atau uang yang masih tersimpan di bank pada tanggal pelaporan tersebut.
- ✓ Untuk mengetahui berapa banyak persediaan bahan baku atau barang jadi yang kita miliki.
- ✓ Untuk mengetahui berapa banyak jumlah uang yang belum dibayarkan oleh pelanggan yang membeli secara kredit.
- ✓ Untuk mengetahui berapa banyak aset tetap yang kita miliki, seperti bangunan, mesin, peralatan, dll.

UMKM SUKUN KRIUK LAPORAN LABA RUGI

Untuk tahun yang berakhir pada 31 Desember 2018

PENDAPATAN	
Pendapatan Usaha	XXX
Pendapatan Lain-lain	XXX
Jumlah Pendapatan	XXX
BEBAN	
Beban Usaha	XXX
Beban Lain-lain	XXX
Jumlah Beban	XXX
Laba (Rugi) sebelum Pajak Penghasilan	XXX
Beban Pajak Penghasilan	XXX
Laba (Rugi) setelah Pajak Penghasilan	XXX

APA-ISI DARI LAPORAN LABA RUGI?

1. PENDAPATAN

Adalah hak atas pembayaran yang diterima atau yang masih harus diterima baik pada masa sekarang atau masa depan.

Contoh: pendapatan penjualan.

2. BEBAN KEUANGAN

Adalah pengeluaran yang telah terpakai dan tidak dapat memberikan manfaat lagi di masa yang akan datang.

Contoh: beban listrik, beban gaji/upah, beban iklan.

3. BEBAN PAJAK

Adalah pengeluaran terkait perpajakan.

UMKM SUKUN KRIUK LAPORAN POSISI KEUANGAN 31 DESEMBER 2018

ASET	
Kas dan Setara Kas:	
Kas di tangan	XXX
Kas di Bank	XXX
Deposito	XXX
Jumlah Kas dan Setara Kas	XXX
Piutang Usaha	XXX
Persediaan	XXX
Beban dibayar dimuka	XXX
Aset Tetap	XXX
Akumulasi Penyusutan	(XXX)
JUMLAH ASET	XXX
LIABILITAS	
Utang Usaha	XXX
Utang Bank	XXX
Jumlah Liabilitas	XXX
EKUITAS	
Modal	XXX
Saldo laba (defisit)	XXX
Jumlah Ekuitas	XXX
JUMLAH LIABILITAS & EKUITAS	XXX

INFORMASI APA SAJA YANG BISA KITA DAPATKAN DARI LAPORAN LABA RUGI?

1. Untuk mengetahui berapa banyak pendapatan yang dihasilkan dalam satu periode dari penjualan produk kita.
2. Untuk mengetahui berapa banyak dana yang sudah kita keluarkan dalam satu periode untuk memproduksi dan menjual produk yang kita hasilkan.
3. Untuk mengetahui apakah dalam periode tersebut usaha yang kita jalankan mendapatkan keuntungan atau justru merugi.

TERIMA KASIH
SEMOGA BERMANFAAT

STRATEGI PEMASARAN BAGI UKM
 Ir. Riha Setiyati, MM

Strategi Pemasaran yang Efektif bagi UKM

1. Membuat produk yang unik dan memiliki kelebihan dibandingkan produk lain yang sejenis
2. Dekat dengan pelanggan yang sudah ada dan terus menerus mendapatkan pelanggan yang baru
3. Melakukan publikasi di tempat-tempat yang banyak dikunjungi oleh calon pembeli potensial

Konsumen yang puas adalah promosi terbaik untuk anda.

TERIMA KASIH

Pemasaran

- Mengenali kebutuhan Konsumen
- Memilih dan mengembangkan barang/jasa yang bisa memuaskan konsumen
- Menentukan harga yang tepat
- Menginformasikan produk kepada konsumen (promosi)
- Pendistribusian produk

4. Memanfaatkan E-commerce dalam pemasaran produk UKM
5. Menyusun "pesan pemasaran" yang tepat saat mempromosikan produk

Siapa itu Konsumen

- Orang yang penting bagi usaha anda
- Tidak bergantung pada anda, namun usaha anda tergantung pada mereka
- Tujuan dari usaha anda
- Bukan pihak yang perlu diajak berdebat

Ingat, jika tidak ada pelanggan maka tidak akan ada usaha !

Strategi Pemasaran Online bagi UKM

- Memiliki toko Virtual
- Blogging atau Konten website
- Berkampanye dengan e-mail marketing
- Gunakan situs penyedia iklan
- Social media



SAMBAL MAMAKAMI

USAHA RT SBG PELUANG
DISUASANA COVID-19

PRODUK SAMBAL MAMAKAMI

1. SAMBALADO TERIKACANG
Disajikan dalam 2 kemasan yaitu:

- A. TOPLES 200 GR + Sambalado sachet @ 100 gr
- B. BOTOL 150 GR Sambalado sachet @ 50 gr



Latar Belakang

Sejak diumumkan wabah COVID-19 dan dimulainya pembatasan-pembatasan sosial pada bulan MARET 2020, Industri hospitality dimana salah satunya adalah usaha jasa EO adalah yang paling awal terpuak dikarenakan COVID 19 ini.

Untuk menopang kehidupan sehari-hari dan dalam rangka mencari peluang ditengah pandemic, munculah ide untuk usaha jasa kuliner terutama makanan kering yang dapat dijadikan lauk sehari-hari dan tahan lama. Maka kemudian dengan label Sambal MAMAKAMI, kami mulai memproduksi sambalado teri kacang, (salah satu makanan dari Medan). Saya dan seorang mitra bekerjasama dalam usaha ini.

PRODUK SAMBAL MAMAKAMI

2. Sambal Cabe Hijau dengan Cumi Asin dengan ukuran 150gr

Produk kedua ini muncul setelah ada permintaan selain sambalado teri kacang. Dan ternyata bisa diterima oleh konsumen



ASAL MULA MULAINYA USAHA KULINER MAMAKAMI



MARET 2020
Pengumuman Pemerintah tentang Wabah Covid di Jakarta dan mulainya pembatasan sosial berskala nasional, mengakibatkan Industri Hospitality (EO) terhenti total.

Juli s/d saat Ini - 2020
Usaha EO belum pulih namun sudah mulai ada inquiries, sementara usaha SAMBAL MAMAKAMI tetap berjalan.

APRIL 2020
Ide untuk memulai satu usaha kuliner dan dimulainya usaha SAMBAL MAMAKAMI

PRODUK SAMBAL MAMAKAMI

Dalam memenuhi keinginan konsumen lainnya berkembang kemudian menjadi :

- Sambal Bajak - 150 gr
- Sambal Ebi - 150 gr
- Sambal Bawang - 150 gr.



PEMASARAN : Branding



Pada awal pemasaran kami hanya membuat label sederhana yang ditempel pada sachet / botol / toples



Setelah menemui kesulitan dalam menentukan masa kadaluarsa akhirnya label yang sudah ada kami sertakan juga tanggal pembuatan untuk menjaga kualitas produk yang diberi konsumen

PEMASARAN : Marketing



Masih merupakan andalan dalam menyebarkan informasi dan menerima pesanan

Melalui market place misalnya TOKOPEDIA, sudah dilakukan namun belum banyak memberikan feedback.

Kesulitan saat ini : mendapatkan reseller dan membuat produk yang tahan lama

Terimakasih