

DIGITALISASI PEMASARAN DAN PENCATATAN KEUANGAN PADA UMKM BAKPIA PATHOK 05 KASIHAN BANTUL

Zidni Husnia Fachrunnisa ¹⁾, Ningrum Pramudiati ²⁾, Baniady Gennody Pronosokodewo ³⁾

¹⁾Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis, Universitas PGRI Yogyakarta. zidnifachrunnisa@upy.ac.id

²⁾Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis, Universitas PGRI Yogyakarta. pramudiati.ningrum@upy.ac.id

³⁾Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis, Universitas PGRI Yogyakarta. baniady@upy.ac.id

Abstrak

Pandemi Covid 19 serta disrupsi teknologi berdampak pada penurunan penjualan UMKM bakpia 05. Hal ini karena UMKM Bakpia 05 belum mengadaptasi teknologi dalam operasional usahanya. Selain itu, kenaikan harga bahan baku membuat laba penjualan bakpia 05 menurun karena pelaku usaha tidak mengetahui biaya yang harus dikurangi dan harga pokok penjualan yang sebenarnya. Pengabdian ini bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut dengan memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai digitalisasi pemasaran dan pencatatan keuangan untuk meningkatkan kinerja UMKM. Metode pelaksanaan pengabdian yakni dengan ceramah dan pendampingan kepada mitra. Pengabdian melakukan pelatihan dan pendampingan pada mitra dalam penggunaan teknologi yakni media sosial serta *marketplace*. Selain itu, Pengabdian juga melakukan pelatihan dan pendampingan pencatatan keuangan sehingga pemilik usaha dapat mengetahui harga jual produk. Hasil pengabdian ini, UMKM bakpia 05 saat ini sudah memiliki akun *marketplace* dan media sosial yang dikelola sendiri oleh pemilik usaha. Pemilik dan karyawan UMKM mampu mengoperasikan akun *marketplace* milik UMKM dengan baik. Selain itu, pemilik UMKM mampu untuk melakukan pencatatan dan perhitungan Harga Pokok Penjualan.

Kata Kunci: Bakpia, Pemasaran Digital, Pencatatan Keuangan, UMKM

Abstract

The pandemic Covid 19 and technological disruption have resulted in a decrease in Bakpia 05 MSME sales. This is because Bakpia 05 UMKM has not adapted technology in its business operations. In addition, the increase in raw material prices has resulted in a decrease in profit from selling bakpia 05 because business owners do not know the costs that must be reduced, and the actual cost of goods sold. This service aims to solve these problems by providing training and assistance regarding digitizing marketing and financial records to improve MSME performance. The method of implementing community service is by lecturing and mentoring partners. Servants conduct training and assistance to partners in the use of technology, namely social media and marketplaces. In addition, training and financial recording assistance is conducted so that business owners can find out the selling price of products. As a result of this service, Bakpia 05 UMKM currently has a marketplace account and social media account that is managed by the business owner. MSME owners and employees can operate MSMEs' marketplace accounts properly. In addition, MSME owners can record and calculate Cost of Goods Sold.

Keywords: Bakpia, Financial Records, Digital Marketing, MSMEs

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang sangat pesat memberi pengaruh pada bisnis terutama cara bertransaksi. Disrupsi teknologi membuat segala aktivitas menjadi lebih instan dan mudah termasuk aktivitas jual beli. Perubahan aktivitas jual beli dari cara tradisional menjadi digital lebih pesat sejak masa pandemi. Pandemi telah menyebabkan dislokasi besar-besaran di kalangan usaha kecil hanya beberapa minggu setelah permulaannya dan sebelum ketersediaan bantuan pemerintah (Bartik et al., 2020). Pandemi Covid-19 yang muncul pada awal tahun 2019 mengharuskan masyarakat untuk beraktivitas di rumah dan membatasi aktivitas diluar rumah. Hal ini karena Pemerintah mengeluarkan kebijakan pembatasan sosial seperti Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Mikro, dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat (Fachrunnisa, 2022). Sehingga, Masyarakat banyak melakukan transaksi dari rumah melalui *marketplace* maupun media lainnya. Menurut Bank Indonesia, transaksi volume transaksi dengan uang elektronik meningkat dari tahun 2018 sebesar Rp. 2,922,699,000 dan tahun 2019 menjadi Rp. 5,226,700,000 (Bank Indonesia, 2022b). Hingga saat ini, melakukan transaksi melalui digital menjadi kebiasaan baru masyarakat. Menurut (Roggeveen, A. L., & Sethuraman, 2020) konsumen beradaptasi dengan cara baru dalam berbelanja yakni mulai beralih ke belanja online.

Sehingga perkembangan teknologi dan adanya pandemi menjadi kendala bisnis terutama bisnis bakpia yang sangat bergantung dengan kedatangan wisatawan ke Yogyakarta. Bakpia merupakan makanan tradisional khas Yogyakarta, yang berbahan dasar tepung terigu dengan isian kacang hijau. Pertama kali dibuat oleh Kwik Sun Kwok sekitar tahun 1940, dan saat ini Bakpia menjadi oleh-oleh dari Yogyakarta (Sibakul, 2022). Sehingga, pelaku usaha bakpia perlu beradaptasi untuk tetap bertahan di era disrupsi teknologi dan pasca pandemi Covid-19. Selama pandemi, usaha Bakpia Pathok 05 mengalami kekosongan penjualan dan di awal tahun 2021 baru menerima

pesanan kembali dalam jumlah sedikit. Penurunan penjualan masih dirasakan hingga saat ini oleh bapak Mujiyono selaku pemilik usaha. Hal tersebut salah satu penyebabnya karena usaha bakpia 05 belum mengadaptasi teknologi dalam transaksi jual beli. Menurut Fletcher & Griffiths (2020) dilihat dari masa pandemi, pertama organisasi harus meningkatkan kematangan digitalnya, kedua, organisasi yang kurang matang secara digital maka lebih rapuh.

Selain dampak pandemi, kenaikan tingkat inflasi mengakibatkan harga bahan baku bakpia naik. Berdasarkan data Bank Indonesia, inflasi pada bulan Desember 2021 sebesar 1,87% naik menjadi 5,51% di bulan Desember 2022 (Bank Indonesia, 2022). Kenaikan harga bahan baku membuat laba penjualan bakpia 05 menurun karena pelaku usaha tidak dapat menaikkan harga produknya. Penurunan laba usaha bakpia 05 ini terjadi karena pelaku usaha tidak mengetahui biaya yang harus dikurangi dan harga pokok penjualan yang sebenarnya.

Sebagai upaya untuk mengatasi permasalahan diatas, tim pengabdian melakukan kegiatan berupa pendampingan dalam memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan penjualan. Dengan mengadaptasi teknologi dalam transaksi penjualan dan promosi dapat meningkatkan pangsa pasar. Hal ini sesuai dengan Hasil penelitian Akob et al. (2022) menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Teknologi keuangan memiliki pengaruh yang besar terhadap aktivitas bisnis UMKM karena mempermudah proses transaksi (Hasan, 2020). Teknologi yang dapat digunakan yakni *marketplace* dan media sosial. Dalam mengoperasikan teknologi tersebut membutuhkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang handal sehingga pelatihan dari mulai pembuatan akun dan pengoperasian perlu dilakukan.

Selain itu, tim pengabdian melakukan pendampingan pencatatan keuangan. Dengan adanya catatan keuangan, pelaku usaha dapat mengetahui informasi keuangan dari usahanya. Sehingga, dapat digunakan untuk menentukan

harga jual yang dapat bersaing di pasar. Menurut Pakpahan (2021) kualitas laporan keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha UMKM. Adanya catatan keuangan usaha yang dijalankan dapat berjalan lebih efisien dan efektif. Selain itu, UMKM yang melakukan pencatatan keuangan dengan menggunakan pedoman Standar Akuntansi Keuangan, maka akan meningkatkan kinerja usaha UMKM. Kinerja UMKM yang meningkat akan mendorong keberlangsungan usaha UMKM (Pramudiati, 2019).

Capaian dari kegiatan pengabdian ini yakni Mitra dapat melakukan penjualan dan promosi menggunakan media sosial dan *marketplace*. Selain itu, Mitra dapat melakukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran kas, serta Mitra dapat menentukan harga jual dan margin laba.

METODOLOGI PENGABDIAN

Metode yang digunakan dalam melakukan pengabdian ini yakni dengan metode *Asset-Based Community Development* atau ABCD. Pendekatan ABCD dikembangkan oleh John L. McKnight dan John P. Kretzmann pada tahun 1993. Metode ABCD merupakan strategi yang digunakan untuk pengembangan masyarakat dengan aset atau potensi yang dimiliki masyarakat (Al-Kautsari, 2019). Potensi atau aset terdiri dari aset berwujud dan aset tidak berwujud. Aset berwujud berupa aset fisik yang dimiliki sedangkan aset tidak berwujud berupa modal manusia atau modal sosial. Menurut Maulana (2019) konsep ABCD terdiri dari 4 (empat) kriteria, yaitu; *Problem Based Approach*, *Need Based Approach*, *Right Based Approach*, *Asset Based Approach*. Pada kegiatan pengabdian ini menggunakan kriteria *Problem Based Approach*. *Problem Based Approach* menjadikan permasalahan yang dimiliki masyarakat sebagai potensi.

Pelaksanaan pengabdian dengan metode ABCD pada kegiatan ini dilakukan beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Pra pelaksanaan

Tahapan ini dilakukan sebelum pelaksanaan dengan menentukan mitra pengabdian, survey lapangan, menjalin kerja sama dengan mitra, menggali permasalahan atau kebutuhan mitra, dan mengusulkan solusi kepada mitra. Setelah usulan solusi diterima oleh mitra, maka langkah selanjutnya mendiskusikan waktu pelaksanaan pengabdian.

2. Tahap pelaksanaan

Pada tahap ini, tim pengabdian menyiapkan bahan yang diperlukan untuk pelaksanaan program kerja seperti, materi sosialisasi digitalisasi pemasaran, petunjuk teknis, dan modul penentuan harga jual produk. Pada tahap pelaksanaan ini, dilakukan dengan pendampingan. Pelatihan berbasis pendampingan terjadi interaksi dinamis antara peserta pelatihan dengan instruktur pendamping untuk secara bersama-sama menghadapi beragam tantangan (Rahayu and Firmansyah, 2018). Kegiatan pendampingan yang dilakukan pada keahitan ini terdiri dari:

1. Penyuluhan terkait pentingnya digitalisasi pemasaran
2. Pendampingan tentang syarat dan ketentuan penjualan di *marketplace* serta *input* produk penjualan
3. Pendampingan tentang system pengoperasian toko di *marketplace* dan *maintenance* media sosial
4. Penyuluhan cara memasang iklan dan hal yang perlu diperhatikan dalam memilih jenis iklan yang sesuai dengan penjualan produk.
5. Penyuluhan dan pendampingan kepada mitra mengenai pencatatan pemasukan dan pengeluaran kas yang dilakukan secara konsisten.
6. Pendampingan melakukan klasifikasi kas untuk modal dan laba.
7. Pendampingan tentang penentuan harga jual dan penentuan margin laba.

3. Tahap pasca pelaksanaan

Tahap ini merupakan tahap akhir setelah pelaksanaan program kerja. Tahap ini dilakukan dengan evaluasi kegiatan yang dilakukan oleh mitra dan tim pengabdian. Pelaksanaan evaluasi dilakukan dengan wawancara kepada mitra. Selain itu, sebagai keberlanjutan program kerja, komunikasi dengan mitra dapat dilakukan diluar jadwal pelaksanaan kegiatan.

PELAKSANAAN KEGIATAN

Pengabdian dilakukan pada bulan Februari sampai April 2023 bertempat di rumah produksi bakpia 05 tepatnya di RT 05 RW 18 Kalurahan Tamanmartani, Kapanewon Kasihan, Kabupaten Bantul. Pelaksanaan pengabdian yang dilakukan diwujudkan dalam bentuk pendampingan sebagai berikut:

1. Penyuluhan terkait pentingnya digitalisasi pemasaran

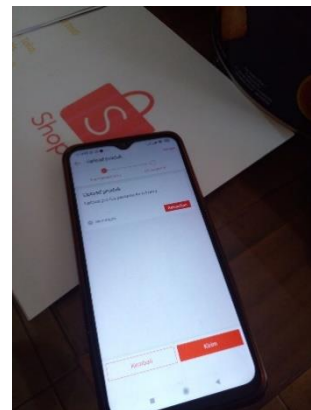
Metode pendekatan ini dengan satu kali penyuluhan yang dilakukan dengan ceramah untuk memberikan penjelasan terkait dengan digitalisasi pemasaran dan pentingnya pemasaran melalui *online marketing*, misalnya *marketplace*. Penyuluhan ini berlangsung selama kurang lebih 2 (dua) jam yang meliputi ceramah, diskusi, dan tanya jawab. Tujuannya adalah mengajak owner agar mau mencoba melakukan proses *digital marketing*. Sosialisasi dilakukan secara informal di rumah produksi bakpia 05.



Gambar 1. Sosialisasi Pentingnya Pemasaran Digital

2. Pendampingan tentang syarat dan ketentuan penjualan di marketplace serta input produk penjualan

Metode pendekatan ini dengan satu kali penyuluhan yang dilakukan dengan ceramah dan diskusi terkait syarat dan ketentuan yang dibutuhkan untuk melakukan penjualan di *marketplace*. Pengabdian membantu untuk mengumpulkan syarat-syarat yang diperlukan, seperti membuat akun *marketplace* untuk *seller* agar siap digunakan untuk proses jual beli. Kemudian, pengabdian memberi masukan terkait dengan foto atau desain gambar yang akan di upload di *marketplace* agar tampilan gambar atau foto dapat menarik konsumen. Foto produk yang menarik setidaknya memiliki karakteristik yakni; foto terlihat jelas, memiliki pencahayaan yang bagus, dan memiliki angle yang tepat. Setiap varian produk harus dilengkapi foto. Selain itu, desain gambar yang diupload tidak boleh menyerupai atau menduplikasi gambar atau desain yang sama.



Gambar 2. Proses pembukaan akun marketplace

3. Pendampingan tentang system pengoperasian toko di marketplace dan media sosial

Setelah semua produk bakpia diinput ke sistem *marketplace*, owner diminta untuk secara konsisten melayani chat konsumen untuk menjaga persentase chat dan kinerja toko owner. Setelah itu, owner harus sering melakukan update atau pemberian diskon kepada konsumen agar konsumen tetap tertarik dan melakukan pembelian kembali ke toko owner. Pendampingan ini dilakukan 2 kali pertemuan selama 1 bulan. Selain itu, pengabdian

juga melakukan pendampingan pengelolaan akun media sosial Instagram agar lebih optimal. Pembuatan sorotan cerita, upload foto dan video pada feed Instagram perlu dilakukan untuk memberikan informasi yang bermanfaat bagi khalayak umum.

4. Penyuluhan cara memasang iklan yang sesuai untuk penjualan bakpia di marketplace dan media sosial

Metode pendekatan ini dilakukan dengan cara sosialisasi terkait dengan pemasangan iklan dan penentuan biaya iklan produk yang sesuai dengan omset yang dihasilkan. Pengabdi dan seller mendiskusikan persentase biaya iklan yang tepat sesuai dengan omset. Hal ini dilakukan agar pendapatan (omset) masih bisa melebihi biaya. Serta jenis iklan yang sesuai.



Gambar 3. Penyuluhan pemasangan iklan di marketplace

5. Penyuluhan dan pendampingan kepada mitra mengenai pencatatan pemasukan dan pengeluaran kas yang dilakukan secara konsisten.

Metode pendekatan ini dengan satu kali penyuluhan yang dilakukan dengan ceramah dan diskusi untuk memberikan penjelasan terkait pencatatan keuangan. Pengabdi memberikan modul dan buku latihan terkait dengan materi agar

peserta lebih mudah memahami materi yang disampaikan. Penyuluhan ini berlangsung selama kurang lebih 2 (dua) jam. Setelah itu, dilakukan pendampingan untuk penerapan alur sistem pencatatan yang telah dirancang selama 3 (tiga) kali pertemuan dalam waktu 2 (dua) bulan yaitu: a) Pertemuan pertama dilakukan sesaat setelah penyuluhan dengan durasi kurang lebih 1 (satu) jam untuk simulasi pencatatan pemasukan dan pengeluaran kas yang diusulkan pengabdi. Pengabdi memberikan buku untuk melakukan pencatatan. b) Pertemuan kedua dilakukan dengan durasi kurang lebih 2 (dua) jam, tujuannya untuk melihat perkembangan program apakah berjalan dengan baik serta mendiskusikan hambatan dalam menerapkan pencatatan transaksi sehari-hari. c) Pertemuan ketiga dilakukan dengan durasi kurang lebih 2 (dua) jam untuk melihat perkembangan program setelah dilakukan perbaikan pada pertemuan kedua. Metode pendekatan ini dilakukan dengan cara pendampingan dan diskusi terkait dengan biaya iklan produk yang sesuai dengan omset yang telah dihasilkan. Pengabdi dan seller menentukan persentase biaya iklan yang tepat sesuai dengan omset yang akan dihasilkan. Hal ini dilakukan agar pendapatan (omset) masih bisa melebihi biaya.

6) Pendampingan tentang penentuan harga jual dan margin laba.

Selanjutnya pendampingan tentang penentuan harga jual dan margin laba. Pengabdi memberikan pengarahannya dan diskusi terkait dengan perhitungan harga pokok produksi, harga pokok penjualan, dan margin laba yang telah ditentukan untuk mencapai harga jual yang dapat bersaing. Awalnya, pengabdi memberikan penjelasan terkait dengan perhitungan harga pokok produksi terlebih dahulu. Kemudian, pengabdi dan owner bersama-sama menentukan persentase margin laba yang disesuaikan dengan harga saing yang ada di pasaran.

7) Pendampingan melakukan klasifikasi kas untuk modal dan laba.

Setelah melakukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran kas secara konsisten, owner diarahkan

untuk menentukan klasifikasi kas yang dapat digunakan untuk modal kembali dan laba yang dapat digunakan sebagai prive dan tambahan modal jika owner akan melakukan ekspansi atau diversifikasi produk. Pemasukan kas yang dimaksud adalah pendapatan penjualan dan pengeluaran kas yang dimaksud adalah pengeluaran kas yang digunakan untuk biaya pokok produksi dan biaya-biaya lainnya seperti biaya listrik dan biaya iklan. Pendampingan ini dilakukan kurang lebih 3 (tiga) jam untuk memberikan penjelasan yang logis terkait dengan penggunaan kas dan klasifikasinya.

8) Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dilakukan setelah tahapan pelaksanaan kegiatan selesai dilakukan. Evaluasi ditujukan untuk melihat sejauh mana kegiatan pengabdian ini memberikan manfaat bagi mitra. Di akhir kegiatan, tim pengabdian meminta mitra untuk memberi komentar tentang kepuasan kegiatan serta memberikan kritik, saran dan harapan ke depan untuk kegiatan pengabdian ini.

Setelah kegiatan berakhir, harapannya permasalahan terkait dengan dengan penjualan yang menurun dan transaksi penjualan masih dengan cara tradisional dapat teratasi dengan digitaliasi pemasaran melalui *marketplace*. Permasalahan pengelolaan keuangan juga dapat teratasi dengan pencatatan transaksi sehari-hari secara konsisten dan penetapan harga jual secara tepat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Masalah yang dihadapi usaha bakpia 05 yakni Penurunan penjualan hingga saat ini akibat pandemi dan disrupsi teknologi. bakpia 05 belum mengadaptasi teknologi dalam transaksi jual beli. Selain itu, Kenaikan harga bahan baku membuat laba penjualan bakpia 05 menurun karena pelaku usaha tidak dapat menaikkan harga produknya. Penurunan laba usaha bakpia 05 ini terjadi karena pelaku usaha tidak mengetahui biaya yang harus dikurangi dan harga pokok penjualan yang sebenarnya. Hal tersebut terjadi karena pelaku

usaha bakpia 05 tidak membuat pencatatan keuangan.

Sebagai solusi atas permasalahan tersebut, pengabdian melakukan kegiatan pendampingan digitalisasi pemasaran dan pencatatan keuangan dengan hasil sebagai berikut:

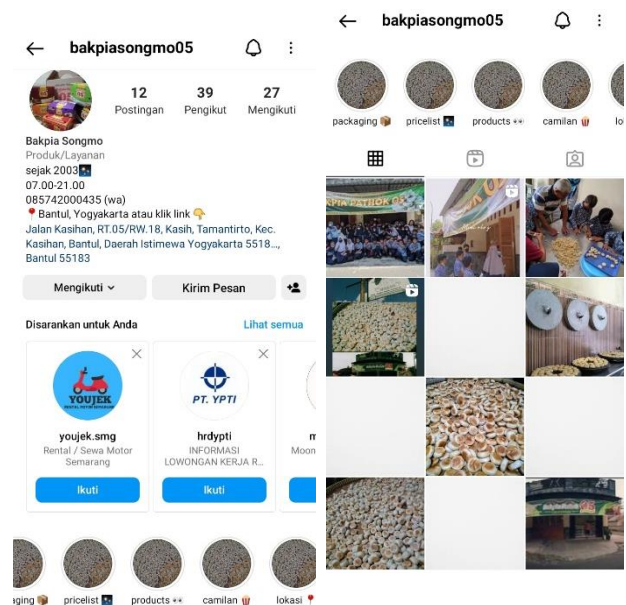
- 1) Penyuluhan pentingnya digitalisasi pemasaran.

Mitra antusias mendengarkan dan memahami pemaparan tentang pentingnya digital marketing untuk kemajuan usahanya. Selanjutnya Mitra berminat untuk memulai memasarkan produknya dan berjualan mealui *marketplace* yakni shopee. pendampingan pemanfaatan *marketplace* untuk promosi dan penjualan produk.

- 2) Pendampingan tentang syarat dan ketentuan penjualan di *marketplace* serta input produk penjualan

Mitra dapat membuat akun toko serta dapat melakukan input produk di *marketplace*. Kegiatan ini melibatkan owner dan pegawai.

- 3) Pendampingan tentang *system* pengoperasian toko di *marketplace* dan media sosial



Gambar 4. Media Sosial Mitra Pengabdian

Mitra dapat menerima pesanan, melayani chat konsumen, dan memberi diskon kepada konsumen melalui *marketplace*. Selain itu, mitra dapat mengelola akun media sosial yakni Instagram untuk promosi usahanya. Kegiatan ini dilakukan secara luring maupun daring.

- 4) Penyuluhan cara memasang iklan dan maintenance biaya iklan yang sesuai untuk penjualan bakpia di *marketplace* dan media sosial

Mitra mampu memahami cara memasang iklan di *shopee* melalui *seller center*, dan cara mengelola biaya iklan. Tim pengabdian memberikan penjelasan dari kegunaan biaya iklan. Biaya iklan pada *marketplace shopee* merupakan salah satu strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Melalui biaya iklan ini, produk *owner* akan sering tampil pada layar *dashboard shopee*. Namun, *owner* harus menentukan persentase yang tepat dari biaya iklan ini agar *owner* tidak mengalami kerugian (biaya iklan tidak efektif). Sebagai awal dari penjualan di *marketplace*, tim pengabdian memberikan saran untuk menggunakan 10% dari rata-rata omset setiap bulan. Kemudian periode iklan selesai, *owner* dapat melakukan evaluasi apakah terjadi peningkatan penjualan atau tidak. Namun, jika selanjutnya *owner* terus bisa menggunakan *shopee* karena adanya peningkatan penjualan, maka tim pengabdian menyarankan biaya iklan sebesar 15-20% dari total penjualan. Asumsi ini berdasarkan dari 60% adalah biaya produksi, 5% adalah biaya lain-lain, 20% biaya iklan, dan 15% adalah margin laba. Persentase ini berdasarkan komposisi biaya yang rata-rata dikeluarkan untuk proses 1x produksi. Komposisi biaya produksi ini antara lain biaya bahan baku 40%, biaya tenaga kerja 15%, dan biaya overhead 5%. Biaya Overhead ini meliputi biaya pengemasan seperti plastik dan dus. Selain itu, tim pengabdian juga memberikan asumsi persentase ini berdasarkan industri sejenis agar harga jual yang dicapai juga dapat lebih kompetitif. Keputusan besaran margin laba, besaran biaya iklan, dan lainnya diserahkan kepada mitra, karena tidak ada aturan baku terkait besaran biaya dan margin laba.

- 5) Penyuluhan dan pendampingan kepada mitra mengenai pencatatan pemasukan dan pengeluaran kas yang dilakukan secara konsisten.

Pada pertemuan pertama, Pengabdian memaparkan materi pencatatan kas masuk dan keluar pada usaha mitra. Selanjutnya, pengabdian mendampingi mitra pada simulasi pencatatan kas masuk dan keluar. Mitra antusias mengikuti kegiatan ini dengan aktif mengikuti arahan tim pengabdian. Pertemuan selanjutnya, mitra mengkonsultasikan penerapan pencatatan pemasukan dan pengeluaran kepada pengabdian secara daring. Mitra menyampaikan permasalahan yang dihadapi dalam melakukan pencatatan kemudian tim memberi masukan dan mendiskusikan solusinya bersama mitra.

- 6) Pendampingan tentang penentuan harga jual dan margin laba.

Pada kegiatan ini, pengabdian mendapatkan informasi terkait biaya produk dan biaya penjualan dari mitra.

Selanjutnya, tim pengabdian memberikan simulasi perhitungan harga pokok penjualan bakpia dan menjelaskan kepada mitra. Setelah mengetahui harga pokok penjualan, tim pengabdian meminta mitra untuk menentukan persentase margin laba. Persentase margin laba ini berdasarkan tim pengabdian sarankan agar disesuaikan dengan industri bakpia di Yogyakarta agar harga jual Bakpia 05 dapat bersaing di pasaran. Kemudian, setelah menentukan harga pokok penjualan, persentase margin laba, maka *owner* dapat menentukan harga jual yang kompetitif. Harga jual yang kompetitif ini merupakan penjumlahan dari harga pokok penjualan dan margin laba yang sudah ditentukan. Mitra mampu memahami bagaimana penentuan harga jual produknya. Mitra juga secara aktif mendiskusikan biaya – biaya yang tidak sesuai dan biaya – biaya yang perlu dimasukkan. Pendampingan melakukan klasifikasi kas untuk modal dan laba.

Setelah mitra mengetahui laba yang diterima selama periode, pengabdian memberikan materi

terkait penentuan laba yang dapat dijadikan modal Kembali dan laba yang dapat diambil oleh owner untuk kepentingan pribadi. Penentuan hal ini tim pengabdian menyerahkan kepada kebijakan owner.

7) Evaluasi kegiatan

Mitra menyampaikan kepuasan atas pendampingan yang kami lakukan dan menyampaikan ilmu yang pengabdian berikan dapat diterima dengan baik. Mitra berkomitmen untuk konsisten mengoperasikan akun *marketplace* nya dan menerapkan pencatatan keuangan.

Capaian dari kegiatan pengabdian ini yakni Mitra dapat melakukan penjualan dan promosi menggunakan *marketplace* dan media sosial tercapai. Selain itu, Mitra dapat melakukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran kas, serta menentukan harga jual dan margin laba dapat tercapai.

PENUTUP

Kesimpulan

Pengabdian ini bertujuan untuk berkontribusi menyelesaikan permasalahan yang dialami UMKM. Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode *Asset-Based Community Development* dengan *Problem Based Approach*. Pendekatan ini menjadikan permasalahan mitra sebagai potensi untuk pengembangan UMKM. Permasalahan yang dapat diidentifikasi yakni UMKM bakpia 05 mengalami penurunan penjualan hingga saat ini akibat pandemi dan disrupsi teknologi. Bakpia 05 belum mengadaptasi teknologi dalam transaksi jual beli. Selain itu, Kenaikan harga bahan baku membuat laba penjualan bakpia 05 menurun karena pelaku usaha tidak mengetahui biaya yang harus dikurangi dan harga pokok penjualan yang sebenarnya. Hal tersebut terjadi karena pelaku usaha bakpia 05 tidak membuat pencatatan keuangan. Dari permasalahan tersebut, Sebagai solusi permasalahan diatas, pengabdian melakukan kegiatan sebagai solusi yakni pendampingan penggunaan teknologi yakni social media serta *marketplace*. Hal tersebut untuk meningkatkan promosi dan penjualan usaha. Selain itu, dilakukan pendampingan pencatatan keuangan sehingga pemilik usaha dapat mengetahui harga jual produk.

Capaian dari kegiatan pengabdian ini yakni Mitra dapat melakukan penjualan dan promosi menggunakan *marketplace* dan media sosial tercapai. UMKM bakpia 05 kini memiliki akun *marketplace* dan media sosial serta pemilik dan karyawan mampu mengoperasikannya. Selain itu, Mitra dapat mengelola keuangan dan proses produksi dengan lebih rinci. Harapannya, mitra dapat melakukan proses pengembangan usaha dengan melihat pendapatan dan pengeluaran dari proses bisnis mereka.

Saran

Saran kegiatan pengabdian selanjutnya, mitra dapat konsisten memanfaatkan *marketplace* maupun media sosial serta melakukan peningkatan pencatatan keuangan dengan teknologi. Saran selanjutnya, pencatatan keuangan tidak hanya pemasukan dan pengeluaran kas menambahkan pencatatan persediaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akob, R. A., Kausar, A., Dauda, P., Katti, S. W. B., Sudirman, & Qur'ani, B. (2022). Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Kinerja Umkm (Studi Kasus Pada Umkm Di Kota Makassar) Rezki. *Jurnal Sains Manajemen Nitro*, 1(2), 174–181.
<https://ojs.nitromks.ac.id/index.php/jsmn>
- Al-Kautsari, M. M. (2019). Asset-Based Community Development : Strategi Pengembangan Masyarakat. *Empower: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 4(2), 259.
<https://doi.org/10.24235/empower.v4i2.4572>
- Bank Indonesia. (2022a). *Data Inflasi*.
<https://www.bi.go.id/id/statistik/indikator/data-inflasi.aspx>
- Bank Indonesia. (2022b). *Volume emoney*.
- Bartik, A. W., Bertrand, M., Cullen, Z., Glaeser, E. L., Luca, M., & Stanton, C. (2020). The impact of COVID-19 on small business outcomes and expectations. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 117(30), 17656–17666.

<https://doi.org/10.1073/pnas.2006991117>

- Fachrunnisa, Z. H. (2022). Reaksi Pasar Saham Terhadap Pengumuman Pemberlakuan. *Journal Of Applied Managerial Accounting*, 6(2), 233–240.
- Fletcher, G., & Griffiths, M. (2020). Digital transformation during a lockdown. *International Journal of Information Management*, 55(5), 102–185.
- Hasan, H. A. (2020). Dampak Teknologi Dalam Transaksi Bisnis Umkm. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 11(2), 52–63.
- Pakpahan, Y. E. (2021). Pengaruh Kualitas Laporan Keuangan Terhadap Kinerja Usaha UMKM. *Inventory: Jurnal Akuntansi*, 5(1), 10.
<https://doi.org/10.25273/inventory.v5i1.7436>
- Pramudiati, N. (2019). Penerapan SAK ETAP , Kinerja Usaha , dan Keberlanjutan UMKM di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. 3(2), 149–155.
<https://doi.org/10.26460/AD.V3I2.5190>
- Rahayu, G. D. S., & Firmansyah, D. (2018). Pengembangan Pembelajaran Inovatif Berbasis Pendampingan Bagi Guru Sekolah Dasar (Program Pengabdian di Desa Cipeundeuy Kecamatan Cipeundeuy Kabupaten Bandung Barat). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Abdimas) IKIP Siliwangi*, 1(1), 17–25.
- Roggeveen, A. L., & Sethuraman, R. (2020). How the COVID-19 Pandemic May Change the World of Retailing. *Journal of Retailing*, 96, 169–171.
- Sibakul. (2022). *Bakpia Pathuk: Sejarah dan Keunikannya*.
<https://sibakuljogja.jogjaprovo.go.id/pasarkotagedeyia/blog/2022/08/01/bakpia-pathuk-sejarah-dan-keunikannya/#:~:text=Bakpia berasal dari dialek Hokkian,atau roti yang berisikan daging.&text=Bakpia pertama kali dibawa oleh,pada 1940-an ke Yogyakarta>