

# **PENGEMBANGAN KEMAMPUAN PROFESIONALITAS SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM CV. RUMAH MATAHARI PAGI**

**Naufal Anggarda Adhitama, Lilik Mahsunah, Nisful Laili, Nova Putri Anggrieana, Isnaini Nur Fadila, Nanik Kustiningsih**

STIE MAHARDHIKA Surabaya  
Email: nanik.kustiningsih001@gmail.com

## ***Abstrak***

*Dalam rangka mengembangkan kemampuan profesionalitas untuk meningkatkan daya saing UMKM, maka Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika menyelenggarakan kegiatan program pendampingan kewirausahaan. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan bekal tambahan bagi pengusaha kecil dan menengah di CV Rumah Matahari Pagi desa Bligo kecamatan Candi kabupaten. Sidoarjo untuk menghadapi persaingan di dunia usaha. Program ini dilaksanakan melalui pendampingan tentang pembuatan laporan keuangan menggunakan jurnal.id, penyempurnaan dokumen SOP, dan pengembangan usaha (pemasaran produk) berbasis online. Berdasarkan pengumpulan data, wawancara dan pengamatan di UMKM CV Rumah Matahari Pagi bahwa pendampingan ini sangat efektif karena dapat meningkatkan laba UMKM, animo pembeli dan diperolehnya sertifikat halal produk madu onggu.*

***Kata kunci :***UMKM, pendampingan, Jurnal.id, SOP, pemasaran

## ***Abstract***

*In order to develop professional skills to improve the competitiveness of MSME, Mahardhika School of Economic Sciences held a program of entrepreneurship mentoring activities. This activity aims to provide additional provisions for small and medium entrepreneurs in the CV Rumah Matahari Pagi Bligo village of the District Candi Regency Sidoarjo to face competition in the business world. This program is implemented through mentoring about making financial statements using jurnal.id, improving SOP documents, and business development (product marketing) based online. Based on data collection, interview and observation in MSME CV Rumah Matahari Pagi that this mentoring is very effective because it can increase MSME earnings, buyers animo and obtained halal certificate of Honey Onggu products..*

***Keywords :***MSME, mentoring, Jurnal.id, SOP, marketing

## **PENDAHULUAN**

Tahun 1997 adalah tahun kritis bagi Indonesia karena terpuruknya nilai tukar rupiah terhadap dollar AS. Dampak krisis moneter juga berpengaruh pada perekonomian Indonesia yaitu resesi ekonomi. Inilah momen penting bagi Indonesia untuk memiliki struktur yang kuat dan dapat bertahan dalam situasi apapun termasuk dalam bidang perekonomian (Anggraini & Nasution,2013).

Meski krisis ekonomi terjadi, ternyata UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) masih mampu bertahan. Data BPS (Badan Pusat Statistik) menyatakan bahwa jumlah UMKM tidak berkurang pasca krisis, pada kenyataannya makin meningkat yang bahkan menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja. Ini menunjukkan bahwa UMKM merupakan usaha yang produktif untuk dikembangkan bagi mendukung perkembangan ekonomi secara makro dan mikro di Indonesia dan mempengaruhi sektor-sektor

yang lain bisa berkembang. Sektor perbankan terpengaruh krisis ekonomi karena hampir 30% UMKM memakai modal operasional dari jasa perbankan. Minimnya modal, tidak adanya kemampuan manajerial, kurangnya jaringan pemasaran adalah kelemahan yang dihadapi UMKM (Suci, 2017).

Permasalahan utama dalam pengelolaan UMKM adalah mayoritas karena permodalan, manajerial, dan pemasaran. Menurut (Narsa, Widodo, & Kurnianto, 2012) kendala utama yang dihadapi pihak UMKM selain modal adalah penerapan manajemen yang profesional. UMKM juga menghadapi keterbatasan modal, rendahnya sumber daya yang ada, serta penguasaan terhadap teknologi dan ilmu pengetahuan sangat rendah (S. Sudaryanto & Hanim, 2002). Oleh karena itu, adanya kemudahan akses informasi dan jaringan pasar, kemudahan akses pendanaan dan pendampingan serta peningkatan kapasitas teknologi informasi merupakan beberapa strategi peningkatan daya saing UMKM Indonesia (R. Sudaryanto & Wijayanti, 2013).

UMKM dapat menjadi motor penggerak bagi pertumbuhan ekonomi nasional, meskipun rata-rata produktivitasnya relative masih rendah. Struktur UMKM yang khas, menjadikan pembangunan sentra UMKM menjadi salah satu langkah strategis. Hal tersebut dapat dilakukan melalui proses pengembangan UMKM, disertai dengan bantuan financial maupun non financial. Mengingat peran UMKM yang begitu besar dalam perekonomian nasional, maka upaya peningkatan kinerja UMKM mutlak untuk dilakukan supaya terjaga stabilitas perekonomian nasional, salah satunya melalui penerapan sistem informasi akuntansi (Nisa, 2011).

.Sistem informasi akuntansi adalah suatu bagian organisasi yang mengumpulkan, menggolongkan, mengolah, menganalisa dan komunikasikan informasi keuangan untuk pengambilan keputusan kepada pihak luar perusahaan (pemerintah, otoritas pajak, dan calon pemegang saham) dan pihak dalam

perusahaan dalam hal ini para pemegang saham (Baridwan, 2004:4). Sistem informasi akuntansi ini dirancang oleh suatu perusahaan untuk memenuhi fungsinya guna menghasilkan informasi akuntansi yang relevan, tepat waktu, dan dapat dipercaya.

Berdasarkan atas observasi awal yang telah dilakukan, didapatkan informasi bahwa UMKM CV. Rumah Matahari Pagi di desa Bligo kecamatan Candi kabupaten Sidoarjo masih belum berkembang dengan baik. UMKM tersebut masih memerlukan perbaikan dan penyempurnaan di berbagai hal. Kegiatan program pendampingan kewirausahaan dengan tujuan meningkatkan kemampuan enterpreneur mahasiswa yang dilaksanakan di CV. Rumah Matahari Pagi diharapkan mampu meningkatkan daya saing UMKM di pasar lokal maupun nasional dalam rangka peningkatan perekonomian kerakyatan.

Madu adalah salah satu bahan makanan yang penting untuk memelihara kesehatan tubuh. Potensi industri madu di Indonesia sangat besar jika dikelola dengan sebaik-baiknya. Persaingan yang sehat di era globalisasi perlu adanya kesiapan SDM yang mampu menyesuaikan perkembangan kondisi pasar. Bisnis madu ini sangat bergantung terhadap alam dimana kebutuhan pasar dalam negeri dan luar negeri yang meningkat namun produksi menurun karena luasan lahan tanaman penghasil bunga untuk pakan lebah berkurang dan madu asli yang bersumber dari pakan nektar/ bunga hanya mampu berproduksi secara optimal kurang lebih selama 6 bulan saja pada musim kemarau/musim bunga. Oleh karena itu, produk yang dihasilkan jumlahnya masih terbatas sehingga sulit untuk penetrasi pasar nasional apalagi pasar internasional.

Permasalahan yang ada dalam UMKM CV Rumah Matahari Pagi adalah, kesulitan dalam pencatatan laporan keuangan, penataan dokumen SOP, pengembangan jaringan usaha yang masih minim serta kemampuan pemenuhan kebutuhan pasar yang masih rendah. Dari uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian guna mengetahui "Pengembangan Kemampuan Profesionalitas Sebagai Upaya

## LANDASAN TEORI

Akuntansi yang memadai bagi pengusaha UMKM dapat memenuhi persyaratan dalam pengajuan kredit, seperti pembuatan laporan keuangan (Warsono, 2012). Namun pelaksanaan pembukuan tersebut merupakan hal yang sulit bagi UMKM karena keterbatasan pengetahuan mengenai akuntansi, rumitnya proses akuntansi, dan anggapan bahwa laporan keuangan bukanlah hal yang penting bagi UMKM (Said, 2012). Salah satu standar akuntansi, yaitu SAK ETAP merupakan standar keuangan yang ditetapkan untuk mempermudah UMKM menyusun dan menyajikan laporan keuangan yang lebih informatif dengan tujuan memberi kemudahan bagi investor maupun kreditor untuk memberikan bantuan pembiayaan kepada UMKM (Atmadja & Sinarwati, 2014).

Penelitian yang sudah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu tentang SAK ETAP terdapat beberapa perbedaan, antara lain: Tanugraha (2012) dalam penelitiannya tentang evaluasi penerapan SAK ETAP pada PT. Tunas Dwipa Matra (TDMN), didapatkan bahwa laporan keuangan PT Tunas Dwipa Marta sudah sesuai dengan SAK ETAP. Evy (2014) dalam penelitiannya pada PT. Gading Sakti menara Mas Lubuk Linggau didapat perlakuan aset tetap perusahaannya belum sesuai dengan standar yang ada. Mulyani (2013) dalam penelitiannya pada Koperasi Mandiri Jaya Tanjung Pinang dan Koperasi Karyawan Plaza Hotel Tanjung Pinang menyatakan bahwa penyajian laporan keuangannya masih tidak sesuai dengan SAK ETAP. Hapsari (2013) dalam penelitiannya pada CV. Sapta Putra Mekar, laporan keuangannya belum sesuai dengan SAK ETAP, karena CV. Sapta Putra Mekar hanya membuat laporan laba ruginya saja. Rina (2014) dalam penelitiannya Analisis Penyusunan Laporan Laba Rugi dan Neraca Berdasarkan SAK ETAP pada UD. Andy Putera, laporan keuangannya tidak sesuai

dengan SAK ETAP.

Berdasarkan observasi dan wawancara pada pemilik CV. Rumah Matahari Pagi, usaha ini baru berdiri selama 2 tahun dan mereka berencana untuk memajukan usahanya demi bisa bersaing dengan pengusaha UMKM yang lain. Penjualan selama tahun 2018 sebesar Rp. 90.725.000, pada 2019 Rp. 273.992.000 meningkat sebesar 202%. Dengan penjualan yang terus meningkat mereka berencana untuk mengajukan kredit modal usaha ke bank. Maka dari itu, laporan keuangan sesuai standar menjadi salah satu komponen mutlak yang harus dimiliki oleh UMKM seperti CV. Rumah Matahari Pagi, jika ingin mengembangkan usahanya.

Kunci keberhasilan pada UMKM adalah dengan menjalankan *Standard Operasional Procedure* (SOP) yang sudah ditentukan dalam unit perusahaan dengan baik dan benar. Menurut Tjipto Atmoko, SOP merupakan suatu pedoman atau acuan untuk melaksanakan tugas pekerjaan sesuai dengan fungsi dan alat penilaian kinerja instansi pemerintah berdasarkan indikator-indikator teknis, administratif dan prosedural sesuai tata kerja, prosedur kerja dan sistem kerja pada unit kerja yang bersangkutan (dalam Riadi, 2011)

SOP dapat dikatakan baik jika mampu menciptakan kinerja yang lebih efisien, konsisten, dapat meminimalkan pengeluaran, memudahkan pengawasan, dapat menjadi panduan untuk karyawan baru, serta koordinasi atau komunikasi yang baik antara bagian-bagian yang berlainan dalam perusahaan. Kegunaan SOP sangat penting, terutama dalam bidang operasional, perusahaan dapat meminimalisasi terjadinya hal-hal yang dapat merugikan perusahaan. Berbagai bentuk permasalahan dapat dihindari. Jika terjadi masalah dalam lingkungan perusahaan, hal tersebut dapat ditemukan penyebabnya dan bisa diselesaikan dengan cara yang tepat dan benar. Semua kegiatan dalam SOP, jika sudah diterapkan dengan benar, maka secara bertahap perusahaan akan lebih profesional, dan cepat dalam menanggapi setiap masalah yang ada.

Sebagai sebuah UMKM yang bergerak di bidang makanan, CV. Rumah

Matahari Pagi juga perlu memperhatikan SOP yang baik agar kegiatan operasionalnya dapat berjalan dengan baik pula. Menurut pemilik UMKM, masih terdapat beberapa kelemahan antara lain CV. Rumah Matahari Pagi hanya menyediakan stok madu pada saat panen tiap 6 bulan saja ( musim kemarau/musim bunga) sedangkan permintaan tidak tergantung adanya musim. Sehingga Juni 2019 ada minus karena stok bahan baku 2018 kosong dan belum memasuki masa panen. Masa panen baru dimulai Juli 2019, sehingga penjualan sempat terhenti. Permasalahan selanjutnya adalah tentang pameran yang pada tahun 2018 tidak pernah ikut pameran, Tahun 2019 Madu Onggu banyak mengikuti pameran yang diadakan beberapa Dinas di Lingkup Pemerintahan Provinsi Jawa Timur, sehingga banyak hal baru yang perlu dipersiapkan seperti keamanan stock produk, label, SOP Pameran, tenaga Pameran, dan pencatatan keuangan saat pameran. Kedua permasalahan diatas timbul karena belum terlaksananya SOP dengan baik di CV. Rumah Matahari Pagi.

Media sosial memang sangat diminati UMKM untuk mengembangkan bisnisnya. Media sosial mempunyai pengaruh yang sangat besar, masyarakat lebih cepat menerima informasi lewat internet. Dengan akses yang mudah dan cepat hal ini dimanfaatkan oleh para pengusaha kecil UMKM untuk lebih berani mempromosikan produk produknya karena jaringan internet sangat luas dan tidak ada batasan waktu dan wilayah menjadi media pemasaran yang efektif.

Menurut Zarella (2010), sosial media adalah paradigma media baru dalam konteks industri pemasaran. Weber (2009) juga menyatakan bahwa media tradisional seperti TV, radio dan koran memfasilitasi komunikasi satu arah, sementara media sosial komunikasinya dua arah dengan mengijinkan setiap orang dapat mempublikasikan dan berkontribusi lewat percakapan online. Sedangkan O'Reilly (2005) berpendapat sosial media adalah platform yang mampu memfasilitasi sebagai kegiatan seperti mengintegrasikan situs web, interaksi sosial, dan pembuatan konten, komunikasi dan percakapan.

Namun masih banyak pula pelaku UMKM yang kurang mengerti dengan pemanfaatan media social untuk memasarkan bisnisnya, mereka masih melakukan pemasaran secara tradisional yaitu dengan memasarkan produk langsung kepada konsumen yang hanya mempunyai cakupan wilayah yang masih kecil. Biasanya adalah pelaku usaha dikalangan orang tua yang belum mengetahui tentang pemasaran online. Seperti yang dilakukan CV. Rumah Matahari Pagi yang memasarkan produknya secara manual melalui rekan kerja dan kenalan atau pelanggan melalui pameran.

## METODE PENELITIAN

Program pendampingan kewirausahaan ini dilaksanakan dengan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu suatu metode yang melakukan pengumpulan data, wawancara, dokumentasi serta interaksi dengan pengusaha UMKM. Menurut Suwartono (2014, p. 48), wawancara adalah cara menjaring informasi atau data baik melalui interaksi verbal atau lisan. Tujuan dari wawancara ini adalah agar dapat menemukan permasalahan secara lebih terperinci dan terbuka. Sedangkan menurut Sugiyono (2013, p. 32), dokumentasi adalah metode pengumpulan data dimana menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan dan sebagainya. Dokumen yang menjadi data pendukung adalah dokumen yang berkaitan dengan laporan keuangan, dokumen SOP pada CV. Rumah Matahari Pagi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Pelatihan Pembuatan Laporan Keuangan Menggunakan Jurnal.id**

Pelatihan penggunaan jurnal.id ini diharapkan pemilik dapat membuat laporan keuangan dengan baik. Jurnal.id merupakan software akuntansi online yang aksesnya mudah dilakukan dimana pun dan kapan pun yang simple dan aman. Laporan keuangan

yang disajikan oleh jurnal.id antara lain neraca keuangan, arus kas, laba-rugi, dan lainnya. Beberapa keuntungan menggunakan jurnal.id, misalnya : Monitor laporan keuangan melalui gadget di mana pun dan kapan pun. Kemudahan membuat faktur sesuai dengan kebutuhan bisnis. Mengatur biaya pengeluaran dan simpan bukti pembayaran dengan mudah. Monitor stok barang, harga jual beli, dan pemberitahuan ketersediaan stok secara realtime. Memudahkan untuk menjaga nilai aset tetap tinggi dan memiliki masa yang lebih panjang.

Lebih spesifik tentang keuntungan menggunakan Jurnal.id, yang pertama adalah akses data menjadi lebih mudah khususnya piutang karena CV. Rumah Matahari Pagi memiliki banyak distributor, biar gak salah hitung. Selanjutnya yang kedua, kecepatan dalam Proses Akuntansi ialah penggunaan komputerisasi akuntansi yang akan membuat keseluruhan proses pembuatan akun menjadi lebih cepat. Setelah input data maka jenis jenis laporan keuangan bisa dihasilkan secara langsung semudah menekan tombol yang diinginkan.

Seorang manajer tidak usah menunggu berjam-jam, bahkan berhari-hari untuk menyerahkan laporan keuangan pada pihak internal perusahaan yang membutuhkannya.

Menyusul yang ketiga, keamanan Data Terjamin yaitu data keuangan akan disimpan secara online sehingga aman dari bencana alam seperti gempa bumi, kebakaran, banjir, dan hal-hal tidak menyenangkan lainnya. Jika bencana atau musibah terjadi maka sistem bisa cepat dipulihkan dari komputer lain di lokasi lain karena data tidak rusak atau hilang. Terakhir yang keempat tentang Visualisasi Data, mempunyai arti berbagai akun dapat dilihat melalui komputer sehingga memungkinkan untuk mengambil keuntungan dari opsi melihat data dalam format yang berbeda. Data dalam tabel dan berbagai jenis grafik bisa mudah dibuat sehingga visualisasi data dalam fungsi akuntansi mudah untuk diwujudkan.

Dengan pemakaian aplikasi Jurnal.id maka semua laporan keuangan lengkap selama tahun 2019 bisa langsung diketahui posisi akhirnya sesuai dengan tabel 1.

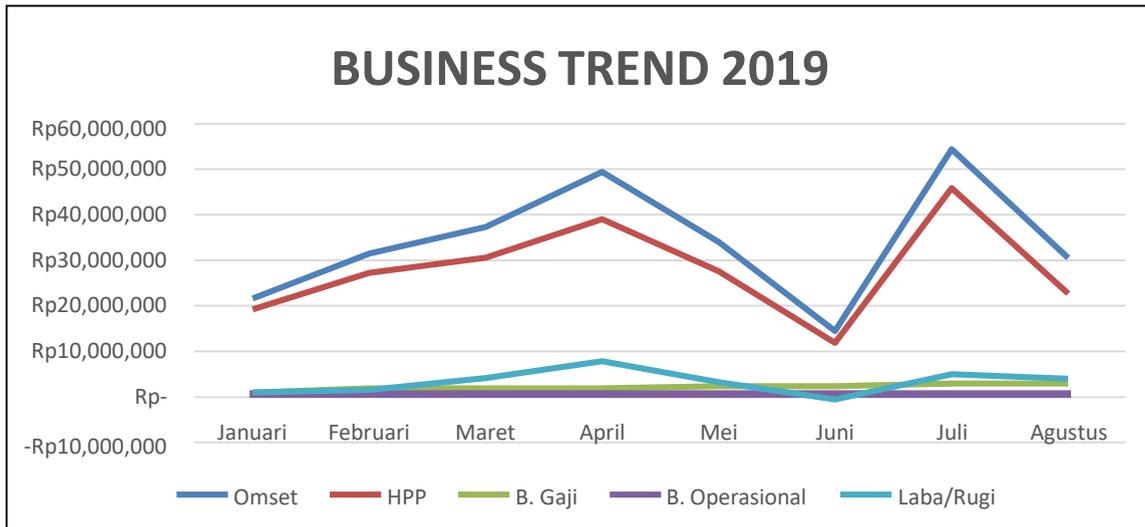
**Tabel 1. Laporan keuangan**

Bulan	Omset	HPP	%	B. Gaji	%	B. Operasional	%	Laba/Rugi	%
Januari	Rp 21,707,000	Rp 19,225,000	88.5 7%	Rp 1,000,000	4.61 %	Rp 445,317	2.05 %	Rp 1,036,683	4.78%
Februari	Rp 31,530,000	Rp 27,275,000	86.5 0%	Rp 2,000,000	6.34 %	Rp 714,536	2.27 %	Rp 1,540,464	4.89%
Maret	Rp 37,470,000	Rp 30,565,000	81.5 7%	Rp 2,000,000	5.34 %	Rp 761,702	2.03 %	Rp 4,143,298	11.06 %
April	Rp 49,552,000	Rp 39,030,000	78.7 7%	Rp 2,000,000	4.04 %	Rp 657,745	1.33 %	Rp 7,864,255	15.87 %
Mei	Rp 34,105,000	Rp 27,635,000	81.0 3%	Rp 2,500,000	7.33 %	Rp 719,670	2.11 %	Rp 3,250,330	9.53%
Juni	Rp 14,509,000	Rp 11,860,000	81.7 4%	Rp 2,500,000	17.2 3%	Rp 714,872	4.93 %	-Rp 565,872	- 3.90%
Juli	Rp 54,566,000	Rp 45,890,000	84.1 0%	Rp 3,000,000	5.50 %	Rp 676,487	1.24 %	Rp 4,999,513	9.16%
Agustus	Rp 30,553,000	Rp 22,745,000	74.4 4%	Rp 3,000,000	9.82 %	Rp 777,695	2.55 %	Rp 4,030,305	13.19 %

<b>Total</b>	Rp 273,992,000	Rp 224,225,000	81.8 4%	Rp 18,000,000	6.57 %	Rp 5,468,024	2.00 %	Rp 26,298,976	9.60%
--------------	-------------------	-------------------	------------	------------------	-----------	-----------------	-----------	------------------	-------

Tabel 1.

Untuk memudahkan pembacaan kondisi keuangan CV. Rumah Matahari Pagi bisa ditunjukkan dalam tabel 2.



Gambar. 1 Business Trend 2019

## Pembuatan SOP

Pada pembuatan SOP, menjelaskan tentang Prosedur Pengadaan madu, Pameran, Penerimaan Pesanan, dan Pemasaran produk (Marketing) seperti yang diuraikan berikut :

### 1. Prosedur Pengadaan Madu

- Bagian keuangan membuat perjanjian waktu panen madu dengan peternak lebah Apis Melifera.
- Selanjutnya Bagian Keuangan dan Inventory Team datang langsung ke tempat madu.
- Bagian Inventory Team mengecek fisik dan verifikasi kondisi sarang atau lebah yang akan dipanen.
- Kemudian pastikan umur madu sudah 15 hari dengan tanda sudah tertutup lilin.
- Setelah mendapatkan sarang yang sesuai kriteria, ambil sampel madu dengan membuka sarang dengan menggunakan pisau dan letakkan madu di refractometer untuk mengetahui kadar air dalam madu.

- Madu dengan kualitas baik adalah madu yang memiliki kadar air dibawah 22%.
- Selanjutnya Bagian Keuangan akan konfirmasi kepada Bagian Inventory Team untuk pengetesan rasa.
- Jika sesuai akan dilakukan penawaran harga.
- Selanjutnya pemanenan madu akan disaksikan oleh Bagian Keuangan dan Bagian Inventory Team sampai selesai untuk memastikan kesesuaian madu yang telah dipilih.
- Madu yang telah dipanen akan dimasukkan kedalam drum dan disegel, kemudian diangkut ke gudang atau langsung dibawa ke tempat produksi untuk dilakukan pengemasan.

### 2. Prosedur Pameran

#### PENDAFTARAN :

- Bagian Sales & Marketing menyiapkan company profile lengkap dengan foto produk dan kegiatan

usaha dan proposal yang bersifat kompetitif.

- Kemudian dokumen tersebut akan diserahkan ke panitia bagian pendaftaran pameran.
- Selanjutnya Bagian Sales & Marketing akan mendapatkan undangan untuk mengikuti technical meeting mengikuti pameran.

#### PERSIAPAN PAMERAN

- Bagian Sales & Marketing mempersiapkan madu kemasan yang telah disertifikasi barang-barang pelengkap yang dibutuhkan sepanjang pameran diselenggarakan.
- Bagian Sales & Marketing mempersiapkan perlengkapan-perengkapan yang dibutuhkan dalam penjualan madu (nota, brosur, tester dll).

#### PELAKSANAAN PAMERAN

- Setelah madu untuk display ditata agar menarik minat pembeli Bagian Sales & Marketing dapat membuka stand untuk siap dipamerkan.
- Selama proses pameran berlangsung dalam jumlah hari yang ditentukan, Bagian Sales & Marketing bertugas melayani pengunjung dan dipersilahkan mengisi Daftar Pengunjung.

### 3. Prosedur Penerimaan Pesanan

#### PENJUALAN OFFLINE :

- Bagian Sales & Marketing menerima pesanan Pembeli yang datang langsung ke rumah produksi.
- Kemudian pesanan dicatat dalam pesanan penjualan.
- Bagian Sales & Marketing melakukan verifikasi pesanan Pelanggan mencakup data Pembeli secara lengkap termasuk nama pemesan, kuantitas, harga dan tanggal pemesanan.
- Selanjutnya Bagian Sales & Marketing menyiapkan madu yang dipesan.
- Dan Bagian Keuangan menghitung jumlah pembayaran yang harus dibayar Pembeli.

- Setelah pembayaran diselesaikan maka Madu siap diserahkan kepada Pembeli.

#### PENJUALAN ONLINE :

- Bagian Sales & Marketing menerima pesanan pembelian melalui Whatsapp, Instagram atau media sosial yang dimiliki Madu Onggu.
- Kemudian pesanan dicatat dalam pesanan penjualan.
- Bagian Sales & Marketing melakukan verifikasi pesanan Pelanggan mencakup data Pembeli secara lengkap termasuk nama pemesan, alamat pemesan, kuantitas, harga dan tanggal pemesanan.
- Selanjutnya Bagian Sales & Marketing menyiapkan madu yang dipesan dan mengemasnya sesuai kebutuhan atau tergantung jarak pengiriman.
- Dan Bagian Keuangan menghitung jumlah pembayaran yang harus dibayar oleh Pembeli sekaligus biaya pengirimannya.
- Setelah pembayaran diselesaikan melalui transfer maka Madu siap dikirimkan kepada Pembeli.

### 4. Prosedur Pemasaran Produk

- Mempelajari informasi terkait produk madu yang akan dipasarkan.
- Menentukan target market dan melakukan promosi baik melalui online atau offline.
- Mengedukasi customer terkait produk madu yang dipasarkan.
- Mencatat semua data customer.
- Merekap data penjualan madu pada rekap penjualan setiap ada transaksi.
- Memfollow-up customer yang sudah pernah bertransaksi, berkenaan dengan kepuasan atau keluhan yang dihadapi dan mencatat kedalam form feedback pelanggan.
- Melakukan monitoring dan evaluasi terkait kegiatan pemasaran yang sudah berjalan dari feedback pelanggan.
- Mencari partnership seperti investor, strategic partner, dan lain-lain

Pelaksanaan SOP diatas memberikan hasil diantaranya adalah produk madu ongu

telah tersertifikasi halal dari MUI. CV. Rumah Matahari Pagi di bulan Oktober 2019 juga terpilih menjadi 15 finalis UMKM yang dipersiapkan untuk ekspor dengan mediasi

langsung dari Badan Ekonomi Kreatif Indonesia, ditunjukkan dalam gambar 2.



**BADAN EKONOMI KREATIF**  
**DEPUTI PEMASARAN**  
 Gedung Kementerian BUMN Lantai 15  
 Jalan Medan Merdeka Selatan No. 13 Jakarta Pusat  
 Surel: info.deputi4@bekraf.go.id  
 Laman: www.bekraf.go.id

---

**DAFTAR 15 PESERTA BEKRAF LOLOS SELEKSI TAHAP 2  
SURABAYA**

No.	Nama	Sub	Merk / Brand	Akun Ig / Fb
1	Putri Rakhmadiningrum	Fashion	JAZ Project	Putrigrosir.com IG : @JAZproject
2	Aden Balim	Fashion	BabyJab	BabyJab
3	Sophia Saleh	Fashion	SHAF ONE Clothing	Shafone.id
4	Dian hendriana	Fashion	Rasoghen	unique_butik09 / rasoghen
5	Adji setiawan	Kriya	Evrwood, wanokakabags, thevraid	Evrwood, wanokakabags, thevraid
6	Yudi Purwanto	Kriya	DMK	dmk.business.site
7	Tatik Nurhayati	Kriya	Namine	IG : kreasionisurabaya
8	Redha Qadiani Ariyono	Kriya	ringbox.id	@ringbox.id (IG)
9	Hendra	Kuliner	Ayam goreng Nelongso	@ayamnelongso
10	Lukis okthariati	Kuliner	Luckys coklat dan keripik andika	Lukis camilan, luckys coklat keripik andika, lukis camilan
11	Naila maftazani	Kuliner	Ayam geprek moome	ayamgeprekmoome
12	Dra. SUSILANINGSIH, MM	Kuliner	Dede Satoe	Dede Satoe
13	Arissa Fauzarachman	Kuliner	Madu Onggu	IG @maduonggu
14	Gaby Deandra A / Aditya Handa	Kuliner	Klasik	IG @klasik_indonesia , www.klasikindonesia.com
15	Heru Setyo Wicaksono	Kuliner	Mie Nyaman	IG @miernyaman

Jakarta, 19 Oktober 2019  
 Mengetahui,  
 Direktur Pengembangan Pasar Dalam Negeri,  
  
 Ttd  
 Yuana Rochma Astuti, S.E., M.Si

Gambar 2. Daftar 15 finalis UMKM

### Pemasaran Produk Berbasis Sosial Media

Meskipun usaha kecil memiliki keterbatasan dalam anggaran dana, namun bukan berarti usaha kecil tidak dapat melakukan pemasaran seperti halnya yang dilakukan oleh usaha-usaha yang telah maju. Usaha kecil tetap bisa melakukan pemasaran namun harus dengan memanfaatkan semaksimal mungkin anggaran dana yang ada. Hal ini dapat dilakukan dengan cara :

- Bekerjasama dengan pengusaha lainnya atau rekan dekat dalam hal pemasangan iklan. Hal ini dapat meminimumkan dana yang dikeluarkan.
- Melakukan peawaran produk kepada konsumen secara langsung serta dengan memberikan sedikit potongan. Potongan dapat menarik perhatian konsumen agar membeli produk tersebut.
- Memperkenalkan produk dari media gratis. Contohnya yaitu melalui internet.

Ada beberapa situs yang dapat menjadi media iklan secara gratis. Bahkan bisa melalui media social yang tentu telah dimiliki banyak orang. Hal ini juga dapat memudahkan konsumen dalam mencari produk yang ditawarkan.

- Melalui lingkungan yang ada disekitar. Contohnya melalui tetangga, tentu jika dia puas terhadap produk tersebut dia akan memberikan info kepada yang lainnya. Hal ini contoh lain pemasaran yang dilakukan secara gratis.

Selain itu, ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh usaha kecil dalam melakukan strategi pemasaran antara lain :

- Melakukan perencanaan konsep pemasaran : Dalam hal ini termasuk merencanakan anggaran pemasaran, strategi pemasaran produk, dan sebagainya yang berhubungan dengan pemasaran.

- Menentukan target pasar yang tidak terlalu luas : target yang terlalu luas belum tentu dapat mensukseskan pemasaran. Jadi, alangkah baiknya apabila pemasaran dilakukan pada target yang tidak terlalu luas dahulu
- Menghitung anggaran pemasaran : perhitungan anggaran harus akurat supaya tidak terjadi kesalahan untuk kedepannya. Karena biasanya usaha kecil melakukan perhitungan anggaran dengan tidak terlalu akurat sehingga menyebabkan pemborosan.
- Membuat website : hampir semua usaha sudah memiliki website tersendiri. Hal ini dapat membantu memudahkan pemasaran produk.
- Membuat brand : konsumen cenderung lebih memilih produk yang sudah mempunyai brand. Oleh karena itu, usahakan produk tersebut memiliki brand

- agar pada saat melakukan promosi dan iklan akan menghasilkan pengakuan brand yang efektif sehingga mampu meningkatkan penjualan.
- Membuat hubungan dengan pelanggan : hal ini dapat dilakukan dengan cara membuat member card, dan bagi yang memiliki member card tersebut akan mendapatkan diskon dan sebagainya.

Pada pendampingan ini, diharapkan pemilik bisa menyusun strategi pemasaran dengan baik, sehingga pemilik dapat meningkatkan pendapatannya. Dalam hal ini, Team Marketing memberikan bantuan berupa edit foto produk untuk feed Instagram agar lebih menarik minat pembeli dan membantu memasarkan produk agar lebih dikenal oleh banyak orang, hal tersebut merupakan salah satu strategi pemasaran yang dapat dilihat pada gambar di bawah ini :

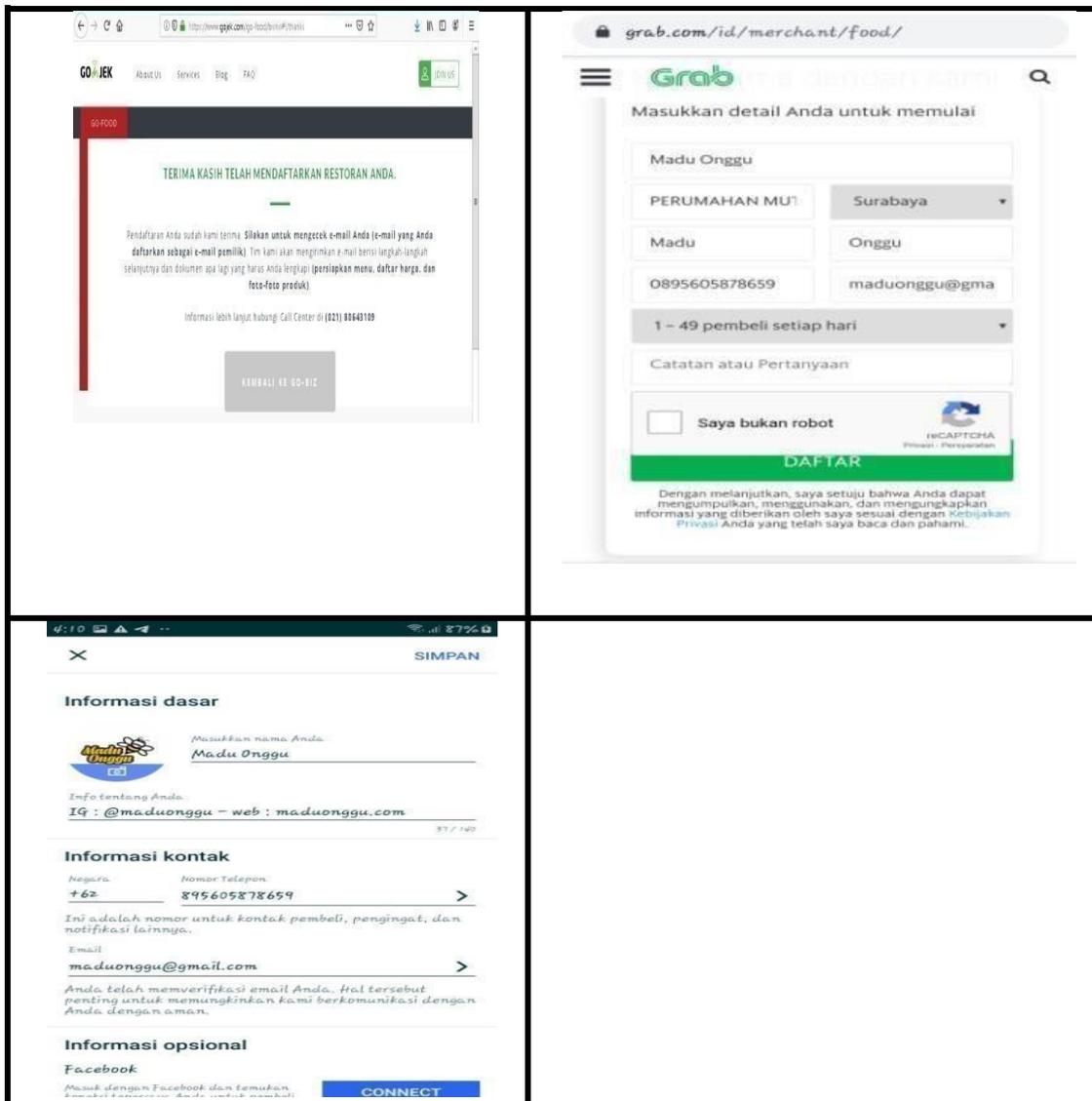


Gambar 3. Sebelum Pendampingan



Gambar 4. Setelah Pendampingan

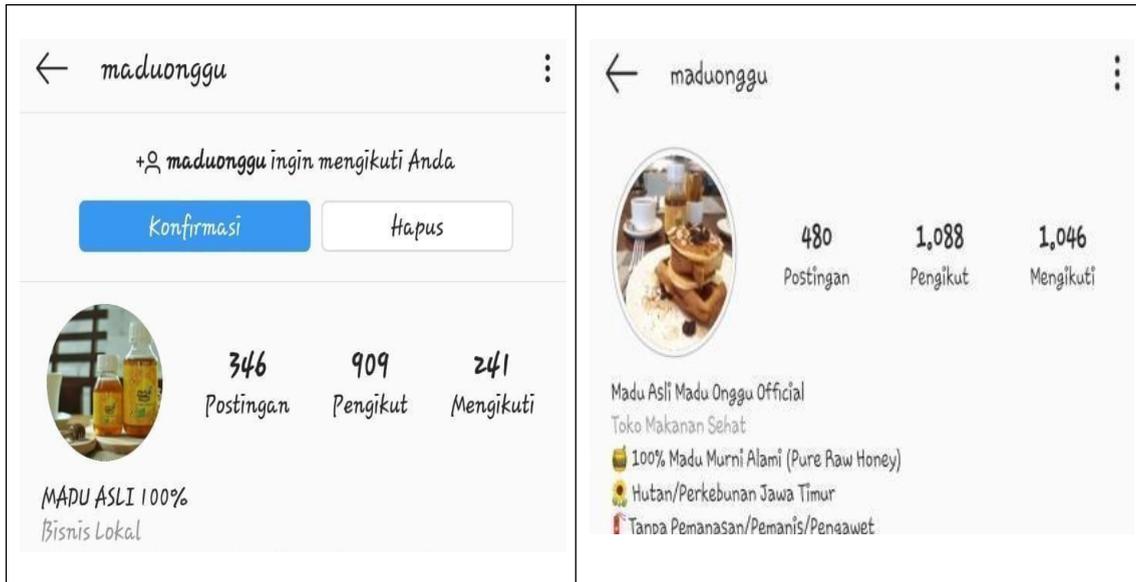
CV. Rumah Matahari Pagi juga dibuatkan akun di Gobiz, Grab dan OLX. Berurutan sesuai gambar 9,10,11.



Gambar 5. akun di Gobiz, Grab dan OLX.

umlah Follower akun IG @Maduonggu yang lebih meningkat dari sebelumnya, awal pendampingan yaitu pada tanggal 15/09/2019 sebanyak 909 dan pada tgl

19/11/2019 sebanyak 1.088 (adanya peningkatan sebanyak 179), ini ditunjukkan dalam gambar 12 dan gambar 13.



Gambar 6. akun Instagram

## KESIMPULAN

Hasil dari pelaksanaan Program Pendampingan Kewirausahaan (PPK) ini dapat disimpulkan bahwa, pemilik usaha dapat membuat laporan keuangan menggunakan jurnal.id, pemilik usaha dan pegawai dapat menjalankan tugas, wewenang, dan tanggung jawab sesuai dengan SOP serta adanya penambahan konsumen dari pemasaran dengan basis sosial media.

## SARAN

Berdasarkan pelaksanaan PPK yang telah dilakukan pada CV Rumah Matahari Pagi, maka saran yang dapat diberikan agar pemilik usaha diharapkan untuk menambah staf di bagian keuangan yang bisa menjalankan SIA jurnal.id, menjalankan SOP sesuai dengan dokumen yang terbaru demi pemenuhan standar suatu perusahaan yang modern serta lebih fokus dengan optimalisasi sosial media demi terpenuhinya target perluasan pasar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, D., & Nasution, S. H. (2013). Peranan kredit usaha rakyat (KUR) bagi pengembangan UMKM di Kota Medan (studi kasus Bank BRI). *Ekonomi Dan Keuangan, 1*(3).
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia. *Cano Ekonomos, 6*(1), 51–58.
- Narsa, I. M., Widodo, A., & Kurnianto, S. (2012). Mengungkap kesiapan UMKM dalam implementasi standar akuntansi keuangan entitas tanpa akuntabilitas publik (PSAK-ETAP) untuk meningkatkan akses modal perbankan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Airlangga (JEBA). Journal of Economics and Business Airlangga, 22*(3).
- Sudaryanto, S., & Hanim, A. (2002). Evaluasi kesiapan UKM menyongsong pasar bebas ASEAN (AFTA): Analisis perspektif dan tinjauan teoritis. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Manajemen, 1*(2).

- Sudaryanto, R., & Wijayanti, R. R. (2013). Strategi pemberdayaan UMKM menghadapi pasar bebas Asean. *Pusat Kebijakan Ekonomi Makro. Badan Kebijakan Fiskal. Kementerian Keuangan, Jakarta.*
- Andang, S. 2013. Peran Serta Bank Indonesia Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *Buletin Hukum Perbankan dan Kebanksentralan.*
- Andriani, L., A. T. Atmadja, dan N. K. Sinarwati. 2014. Analisis Penerapan Pencatatan Keuangan Berbasis SAK ETAP Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (MKM) (Sebuah Studi Interpretif Pada Peggy Salon). *E-Journal.* Vol. 2.
- Warsono, Sonny., et al. 2012. *Corporate Governance Concept And Model.* Yogyakarta: Center for Good Corporate Gocernance Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gajah Mada
- Tanugraha, J. 2012. *Evaluasi Penerapan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) Pada PT. Tunas Dwipa Matra*
- Mulyani. 2013. *Analisis Penerapan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) pada Koperasi Mandiri Jaya Tanjung Pinang dan Koperasi Karyawan Plaza Hotel Tanjung Pinang.* Tanjungpinang: Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- Hapsari, M. 2013. *Implementasi Laporan Keuangan Sesuai SAK ETAP (Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik) Pada CV.Sapta Putra Mekar.* Bandung: Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia.
- Riadi, M. (2016). Pengertian, tujuan, fungsi, dan manfaat SOP. Retrieved from <https://www.kajianpustaka.com/2016/10/pengertian-tujuan-fungsi-dan-manfaat-sop.html>.
- Akhmad, K.A. (2015). Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta). *Duta.com ISSN : 2086-9436 Volume 9 Nomor 1 September 2015.*
- Jauhari, J. (2010). Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Dengan Memanfaatkan E-Commerce. *Jurnal Sistem Informasi (JSI), VOL.2, NO.1, April 2010. ISSN Print: 2085-1588. ISSN Online: 2355-4614. Hal: 159-168*