

Pendampingan Pembuatan *e-Marketplace* dan Laporan Keuangan Pada UP2K “mulan” Khususnya Dasa Wisma “mawar”

Rahma Yuliani*¹, Kasyful Anwar², Adisti Rahmatiasari³

^{1,2,3}Universitas Lambung Mangkurat

³Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat

*e-mail: rahma.yuliani@ulm.ac.id ¹

Received: 22 September 2021/ Accepted: 10 Oktober 2021

Abstract

Program Pengabdian Kepada Masyarakat in partner with Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga (UP2K) “Mulan” which consists of Dasa Wisma “Mawar” in the Kelayan Dalam, Banjarmasin city. Mitra is a Dasa Wisma community that has members from women who have micro businesses. The home-based businesses that are carried out by the Dasa Wisma women are in the form of dry and wet food products, including sago tempe chips, rengginang, banana chips, betel nut, porridge bingka, rolls, cakes, resoles and pies. Product sales are still carried out conventionally, namely deposited at a souvenir center shop, sold directly in traditional markets or receiving orders from certain parties, there are no records or bookkeeping, the production process still uses simple tools. Based on the analysis of the situation, the problems faced by partners are the partner marketing aspect regarding the e-marketplace, the financial aspect related to financial reports, and the production aspect is still being done with household appliances.

Thus, the solution offered to solve partner problems is to conduct e-commerce socialization & training along with the preparation of financial reports. The implementation of PKM is carried out in stages, the first stage is conducting a survey to analyze the condition of partners, the second stage is the implementation of activities, the third stage is mentoring and evaluation, the fourth stage is conducting interviews with partners regarding the results of the activities. PKM activities are planned to be completed within 8 months. The results after implementing the program have been achieved, namely, business actors have increased understanding of the importance of e-commerce, especially online marketing and understanding finances. In addition, partners who previously did not have a Shopee account after the training already have an account registered with Shopee and can be used in business activities. Next partners are given a cash book so they can record costs and sales.

Abstrak

Program Pengabdian kepada Masyarakat bermitra dengan Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga (UP2K) “Mulan” yang beranggotakan Dasa Wisma “Mawar” di Kelayan Dalam kota Banjarmasin. Mitra merupakan komunitas Dasa Wisma yang memiliki anggota ibu-ibu yang mempunyai usaha mikro. Usaha rumahan yang dilakukan ibu-ibu dasa wisma berupa produk makanan kering maupun makanan basah meliputi keripik tempe sago, rengginang, keripik pisang, akar pinang, bingka berandam, dadar gulung, kue basah, resoles dan pie. Penjualan produk masih dilakukan secara konvensional yaitu dititipkan pada toko pusat oleh-oleh, dijual secara langsung di pasar tradisional maupun penerimaan order dari pihak tertentu, belum adanya catatan atau pembukuan, proses produksi masih menggunakan alat-alat yang sederhana. Berdasarkan analisa situasi tersebut, permasalahan yang dihadapi oleh mitra yaitu aspek pemasaran mitra mengenai *e-marketplace*, aspek keuangan terkait laporan keuangan, dan aspek produksi masih di lakukan dengan alat-alat rumah tangga.

Dengan demikian, solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan mitra yaitu dilakukan sosialisasi & pelatihan *e-commerce* beserta pembuatan laporan keuangan. Pelaksanaan PKM dilakukan secara bertahap, tahap pertama melakukan survey untuk menganalisis kondisi mitra, tahap kedua pelaksanaan kegiatan, tahap ketiga pendampingan dan evaluasi, tahap keempat melakukan wawancara kepada mitra terkait hasil kegiatan. Kegiatan PKM direncanakan selesai dalam jangka waktu 8 bulan. Hasil PKM telah tercapai yaitu, pelaku usaha mengalami peningkatan pemahaman mengenai pentingnya *e-commerce* khususnya *e-marketplace* dalam rangka memperluas pangsa pasar penjualan di tengah pandemi *Covid-19*. Berikutnya mitra diberikan buku kas sehingga dapat mencatat semua transaksi seperti biaya dan pendapatan pada proses produksi. Sehingga pada akhir periode, mereka dapat membuat laporan laba rugi dan laporan perubahan modal. Output dari PKM yaitu mitra telah mempunyai akun shopee dan telah terdaftar. Akun tersebut dapat dimanfaatkan mitra dalam rangka meningkatkan penjualannya di *e-marketplace*. Mitra juga dapat membuat laporan keuangan seperti laporan laba rugi dan laporan perubahan modal.

Kata kunci: Dasa Wisma “Mawar”, E-Marketplace, Laporan Keuangan, Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga

1. PENDAHULUAN

UP2K (Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga) merupakan langkah awal pemerintah dalam rangka pemberdayaan masyarakat dimulai dari keluarga. Program ini memotivasi para Ibu khususnya Ibu Rumah Tangga (IRT) yang mempunyai usaha rumahan untuk terus berkembang sehingga dapat meningkatkan perekonomian keluarga. Strategi pemerintah untuk mengurangi kemiskinan salah satunya dengan program UP2K. Pemerintah mengharapkan masyarakat khususnya Ibu-Ibu yang tergabung pada Dasa Wisma dan mempunyai usaha rumahan dapat terus berkelanjutan. Pendampingan pengelolaan, pemasaran, dan keuangan produk sangat dibutuhkan karena seringkali industri rumah tangga memiliki keterbatasan pengetahuan dan inovasi. Diperlukan adanya perhatian dari pemerintah maupun akademisi untuk pelaku industri rumah tangga dapat melakukan terobosan baru atau inovasi produk agar dapat meningkatkan pendapatan (Yuliani & Widyakanti, 2020).

Ibu-ibu yang tergabung pada Dasa Wisma “Mawar” tersebut mempunyai usaha rumahan seperti keripik tempe sagu, keripik pisang, akar pinang, bingka berandam, dadar gulung, risoles, pie buah, keripik bawang, lumpur surga, rengginang, dan rempeyek. Selama pandemi *Covid-19*, terjadi penurunan penjualan. Karena selama pandemi sebagian masyarakat membatasi aktivitasnya untuk keluar rumah, sehingga ada batasan antara penjual dan pembeli untuk bertemu secara langsung. Hal inilah yang memicu penurunan penjualan, karena sebelum terjadinya pandemi *Covid-19*, penjual dan pembeli bertemu langsung di pasar tradisional. Pada aspek produksi karena bahan baku terkadang langka dan harganya lebih mahal, sehingga penjual kesulitan menentukan harga jual untuk setiap kali produksi. Selama ini penjual menentukan harga jual produk tanpa catatan biaya yang di keluarkan, mereka menghitung berdasarkan perkiraan. Hal ini menyebabkan harga jual mereka tidak bisa bersaing. Alat-alat produksi masih sangat sederhana seperti alat-alat masak pada umumnya, hal ini menyebabkan proses produksi lebih lambat dan ada beberapa alat produksi yang rusak. Permasalahan mitra ada beberapa aspek:

1. Aspek Pemasaran

Tjiptono (2011:12) menyatakan perencanaan, penetapan harga dan distribusi produk dan jasa merupakan bagian dari manajemen pemasaran dengan tujuan memenuhi permintaan pasar (Yuliani & Widyakanti, 2020). Pemasaran yang dilakukan anggota Dasa Wisma “Mawar” dilakukan masih sangat tradisional. Produk rumahan tersebut dijual di pasar tradisional, di depan rumah, dan berdasarkan pesanan. Pesanan mereka terbatas hanya tetangga dan beberapa masyarakat di sekitarnya. Ada perbedaan pemasaran ketika masa sebelum pandemi dan sesudah pandemi. Pemasaran sebelum pandemi dilakukan secara langsung bertemu antara penjual dan pembeli, tetapi pada saat pandemi penjual harus mencari strategi pemasaran agar terjadi peningkatan penjualan.

Pada masa pandemi *Covid-19*, terjadi penurunan penjualan salah satu penyebabnya adalah pemasaran tradisional yang tidak berjalan secara normal. Salah satu anggota Dasa Wisma, Ibu Muniah mengatakan “Selama pandemi terjadi penurunan penjualan sebanyak 50%. Selama pandemi, produksi akar pinang juga terjadi penurunan. Produk akar pinang yang selama ini dijual di pusat oleh-oleh dan wisata kuliner setempat mengalami penurunan. Sebelum pandemi satu minggu bisa menjual 50 kg, tetapi pada masa pandemi 50 kg terjual 2 sampai dengan 3 minggu”. Penurunan tingkat penjualan tersebut merupakan dampak dari berkurangnya aktivitas dan mobilitas masyarakat karena kebijakan pembatasan sosial di masa pandemi *Covid-19*.

Produksi keripik tempe “Ridho” juga mengalami penurunan selama masa pandemi *Covid-19* penjualan untuk 60 kg bisa terjual 3 minggu, sebelumnya mereka bisa menjual 60 kg selama satu minggu. Penjualan keripik tempe sagu dijual di pasar kelayan. Keripik tempe ridho mempunyai lapak sendiri di pasar kelayan dan penjualan dilakukan oleh reseller. Selama pandemi banyak reseller yang tidak lagi menjual keripik tempe Ridho dikarenakan sepi pembeli dan daya beli masyarakat semakin berkurang. Ibu Ridho melakukan diversifikasi produk, yaitu membuat keripik pisang untuk meningkatkan pendapatannya. Sehingga pada masa pandemi Ibu Ridho menjual dua produk yaitu keripik tempe sagu dan keripik pisang.

Permasalahan mitra saat ini adalah menentukan strategi pemasaran di tengah pandemi *Covid-19*, ketika penjual dan pembeli tidak bisa bertemu langsung dan adanya pembatasan ruang antara pembeli dan penjual. Permasalahan ini dapat ditanggapi dengan berjualan secara daring melalui *e-marketplace* agar produk dapat lebih dikenal sehingga diharapkan dapat menaikkan penjualan melalui strategi pemasaran. Pada saat pandemi *Covid-19* sistem pemasaran harus diubah, karena agar dapat bertahan maka perlu dilakukan perubahan terkait aspek pemasaran sehingga bisnis dapat bertahan. Beberapa hal yang dapat dilakukan penjual agar mengalami peningkatan penjualan:

a. *E-marketplace*,

E-marketplace merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli melakukan transaksi secara online. Pada saat pandemi *Covid-19*, *e-marketplace* diperlukan oleh pedagang dalam rangka meningkatkan penjualan. Pandemi *Covid-19* membuat sebagian orang mengurangi kegiatan di luar rumah. Munculnya *e-marketplace* sangat dibutuhkan ketika semua orang melakukan aktivitasnya di dalam rumah. Penelitian Helmalia dan Afrinawati (2018) menyatakan penjualan yang dilakukan di *e-commerce* dapat meningkatkan penjualan, hal ini didukung oleh penelitian Setyorini et al. 2019. Sandri dan Hardilawati (2019) melakukan penelitian pada usaha kecil, hasil penelitiannya kinerja pemasaran tidak berdampak kenaikan pendapatan dengan adanya *e-marketplace*. *E-marketplace* tempat bertemunya penjual pembeli mengadakan transaksi secara online. Keberhasilan UMKM dalam berjualan secara online membutuhkan dukungan dari pemerintah dan akademisi. Ketrampilan UMKM memasarkan produknya perlu pelatihan khusus secara intensif dan terus menerus.

b. *Digital Marketing*

Purwana et al (2017) menyatakan bahwa *digital marketing* digunakan sebagai sarana promosi dan pemilihan pasar. Media sosial digunakan untuk pemasaran online melalui Instagram, Facebook, Twitter, dan lain-lain. UMKM seharusnya memahami pemasaran digital secara tepat. Penelitian (Hendrawan & Zorigoo, 2019) menyatakan kinerja penjualan mempengaruhi *digital marketing* dengan nilai 70% pada pengusaha kreatif. Dengan adanya digital marketing mempunyai banyak kelebihan yaitu mudah dan mampu menjangkau konsumen secara luas, *digital marketing* juga dijadikan sarana informasi secara efektif dan efisien. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Purwana et al., 2017) yang menyatakan bahwa pelaku usaha harus menumbuhkan keberanian dalam mencoba hal baru seperti *digital marketing* untuk dapat terus mengembangkan usahanya. Pelaku UMKM juga dapat memulai dengan membuat media sosial dan secara rutin melakukan promosi sehingga akan semakin percaya diri dan mengasah kreatifitas dalam pemasaran.

2. Aspek Keuangan

Kegiatan usaha mitra memproduksi sampai proses penjualan, mitra tidak pernah melakukan proses pencatatan biaya, pendapatan, dan pembuatan laporan keuangan. Mitra juga tidak memisahkan uang usaha dengan uang pribadi. Pencatatan, pembukuan, dan pembuatan laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi sangat penting pada dunia

usaha. Pencatatan biaya dan pendapatan akan mempermudah mitra membuat keputusan harga jual sebuah produk dan harga yang ditawarkan dapat bersaing dengan usaha yang sama. Latar belakang sumber daya manusia bukan berasal dari pendidikan akuntansi, sehingga kurang memahami terkait informasi akuntansi (Anwar et al., 2018). Permasalahan mitra saat ini membutuhkan pendampingan pencatatan biaya dan pendapatan, dari proses produksi sampai dengan penjualan, dan pembuatan laporan keuangan dengan tujuan mengembangkan dan keberlanjutan usaha mitra. Laporan keuangan akan berguna untuk melihat apakah usaha mitra mengalami kenaikan dari tahun ke tahun dan membuat keputusan layak atau tidak mitra diberikan kredit usaha kecil.

3. Aspek Produksi

Mitra dalam UP2K “Mulan” Dasa Wisma “Mawar” dalam melakukan produksi masih menggunakan alat yang sederhana sehingga kapasitas produksi menjadi kurang maksimal. Terlebih beberapa alat produksi mengalami kerusakan sehingga tidak dapat digunakan. Alat produksi akan menentukan kualitas dan kuantitas produksi mitra. Penggunaan alat produksi yang sederhana tersebut mempengaruhi pola produksi mitra, apabila terdapat pesanan dengan jumlah yang besar maka mereka akan membutuhkan waktu yang lama pada proses produksi. Selain itu, penggunaan alat akan mempengaruhi proses produksi yang akan menentukan kualitas dan kuantitas produk yang akan dihasilkan. Dalam hal ini, apabila mitra tidak memiliki produk dengan kualitas yang baik maka mitra akan beresiko menghadapi kesulitan dalam persaingan pasar. Kuantitas yang dihasilkan mitra akan menentukan jumlah pendapatan yang diperoleh, apabila mitra tidak dapat melakukan produksi dengan jumlah yang optimal, maka pendapatan yang diperoleh tidak akan maksimal. Hal ini dapat berpengaruh terhadap tingkat kesejahteraan. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan tim pengusul, mitra berharap untuk dapat memiliki alat produksi yang baik untuk dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi. Tetapi kurangnya dana menjadi hambatan.

2. METODE

Berbagai permasalahan yang dihadapi oleh mitra UP2K “Mulan” Dasa Wisma “Mawar” dapat dikatakan menjadi penghambat berkembangnya usaha dan pengembangan produk yang akan berdampak pada kesejahteraan mitra. Apabila permasalahan tersebut tidak diatasi maka tujuan utama pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga melalui program lembaga kemasyarakatan UP2K dapat dikatakan tidak tercapai. Permasalahan yang ada dapat diatasi dengan melakukan analisa terhadap situasi dan kondisi yang dihadapi untuk kemudian menentukan solusi yang tepat. Diperlukan adanya sinergi dari berbagai pihak seperti pemerintah, akademisi, maupun kemauan pelaku mitra itu sendiri agar optimalisasi suatu program dapat tercapai sehingga dampak dari suatu permasalahan yang dihadapi dapat diminimalisir.

Berdasarkan analisis yang dilakukan melalui wawancara dan survei lapangan, permasalahan utama yang dihadapi pelaku usaha yang tergabung dalam UP2K “Mulan” Dasa Wisma “Mawar” yaitu terkait kendala dalam hal pemasaran, sarana dan prasarana produksi, serta pencatatan keuangan. Solusi dari permasalahan yang dihadapi mitra, yaitu:

1. Membuat strategi pemasaran melalui *E-Marketplace* dan promosi produk melalui media sosial
2. Mencatat setiap transaksi dan dibukukan sampai dengan membuat laporan keuangan
3. Mengganti alat produksi yang rusak dan membeli alat produksi yang lebih besar kapasitasnya agar pesanan dapat selesai tepat waktu.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

PENDAMPINGAN LAPORAN KEUANGAN

Standar Akuntansi Keuangan – Entitas Mikro Kecil dan Menengah (SAK-EMKM) (2016) Bab 3 tentang Penyajian Laporan Keuangan minimum terdiri atas Laporan Posisi Keuangan pada akhir periode, Laporan Laba Rugi selama periode, dan Catatan Atas Laporan Keuangan yang berisi tambahan atau rincian akun-akun tertentu yang relevan. Informasi dalam penyajian laporan keuangan memuat informasi komparatif minimal dalam rentang waktu satu tahun sekali. Penyajian laporan keuangan mensyaratkan penyajian jujur atas pengaruh transaksi, peristiwa dan kondisi lain terkait aset, liabilitas, penghasilan dan beban. Laporan keuangan akan menunjukkan dua kondisi yaitu kerugian atau keuntungan (Harahap, 2011:25). Hal tersebut dapat menjadi acuan dalam melihat perkembangan usaha.

Soerjono (2018) berpendapat sebagian besar pengusaha kecil kurang mempertimbangkan pengelolaan keuangan karena minimnya sosialisasi terkait hal tersebut (Rahayu et al., 2021). Seperti anggota Dasa Wisma “Mawar” yang kurang memahami pentingnya hal tersebut sehingga tidak adanya pembukuan yang jelas terkait kegiatan usaha. Hal ini memerlukan adanya pendampingan agar pelaku usaha dapat lebih memahami pentingnya pencatatan keuangan. Pendampingan terkait Pembuatan Laporan Keuangan dan Pencatatan Akuntansi diawali dengan pengenalan dan edukasi terhadap masyarakat terkait pentingnya pencatatan terpisah antara kegiatan arus transaksi usaha jual-beli dengan arus penggunaan dana pribadi seperti kebutuhan sandang, pangan, dan papan sehingga arus penggunaan dana menjadi kurang teratur. Pemisahan keuangan pribadi dan keuangan usaha dapat menciptakan pembukuan yang rapi dan jelas sehingga pelaku usaha dapat dengan mudah menganalisis kondisi keuangan untuk dapat menentukan strategi dan keberlanjutan usaha.



Gambar 1. Pendampingan Laporan Keuangan Kepada Anggota Dasa Wisma “Mawar”

Selama ini, para anggota Dasa Wisma “Mawar” tidak melakukan pencatatan terperinci terkait arus penggunaan dana dari kegiatan transaksi jual-beli terkait seperti pembelian bahan baku misalnya tepung, mentega, dan lainnya maupun pembelian terkait peralatan seperti mixer, blender, dan lain-lain sehingga pengukuran biaya produksi tidak dapat diketahui secara pasti melainkan hanya dengan perkiraan. Tidak adanya pencatatan tersebut mengakibatkan kondisi keuangan usaha tidak dapat diketahui apakah berada posisi laba atau rugi. Terlebih seringkali hasil penjualan digunakan untuk memenuhi kebutuhan pribadi sehari-hari sehingga arus penggunaan dana menjadi kurang teratur.

Setelah dilakukan sosialisasi dan edukasi terkait pentingnya pencatatan keuangan secara terperinci, masyarakat mengaku dapat memahami pentingnya untuk melakukan pemisahan dana hasil penjualan dan dana untuk keperluan pribadi sehari-hari. Selanjutnya, pengenalan akuntansi secara sederhana dilakukan melalui edukasi terkait ilmu-ilmu dasar akuntansi seperti pencatatan dua sisi/*Double Entry* yaitu Debit-Kredit, Persamaan Dasar Akuntansi beserta fungsi akuntansi untuk menganalisis kondisi keuangan usaha. Hal ini sedikit banyak menjadi kesulitan tersendiri bagi masyarakat dalam memahami akun sisi Debit dan Kredit mengingat merupakan hal baru dan asing bagi mereka.

Pendampingan dan pengenalan terkait pencatatan akuntansi sederhana dilakukan dengan menggunakan Buku Kas yang menyediakan kolom pencatatan Debit-Kredit sehingga masyarakat hanya perlu untuk menuliskan jenis transaksi beserta nominal yang mengikuti transaksi tersebut. Pelaksanaan pendampingan disertai dengan simulasi pencatatan secara langsung pada Buku Kas oleh masyarakat dengan didampingi oleh Tim Pengabdian. Simulasi bertujuan agar masyarakat tidak hanya mengerti dan memperoleh keilmuan terkait pencatatan secara teoritis melainkan dapat langsung melakukan praktik sehingga dapat lebih memahami mekanisme pencatatan akuntansi sederhana.

Tabel 1. Pencatatan Transaksi Pada Buku Kas

NO	TANGGAL	KETERANGAN	DEBIT	KREDIT	SALDO
		Modal Awal			Rp 1.000.000,00
1	01-Jan-21	Pembelian Peralatan (Blender)		Rp 400.000,00	Rp 600.000,00
2	07-Jan-21	Biaya Bahan Baku		Rp 500.000,00	Rp 100.000,00
3	10-Jan-21	Utang	Rp 1.000.000,00		Rp 1.100.000,00
4	13-Jan-21	Pembelian Perlengkapan (loyang)		Rp 300.000,00	Rp 800.000,00
		Penjualan	Rp 450.000,00		Rp 1.250.000,00
5	15-Jan-21	Penjualan	Rp 500.000,00		Rp 1.750.000,00
		Pembelian Mesin <i>Sealer</i>		Rp 500.000,00	Rp 1.250.000,00
6	18-Jan-21	Penjualan	Rp 250.000,00		Rp 1.500.000,00
9	22-Jan-21	Prive		Rp 500.000,00	Rp 1.000.000,00
10	25-Jan-21	Biaya Sewa		Rp 500.000,00	Rp 500.000,00
11	28-Jan-21	Penjualan	Rp 400.000,00		Rp 900.000,00
12	29-Jan-21	Pembelian Peralatan (Mixer)		Rp 400.000,00	Rp 500.000,00
					Rp 500.000,00

Setelah melakukan pencatatan pada buku kas, maka materi pendampingan dilanjutkan dengan dilakukannya simulasi penyusunan Laporan Laba Rugi yaitu dengan melakukan pengklasifikasian transaksi penjualan dan beban serta biaya produksi selama kegiatan usaha. Hal tersebut bertujuan untuk dapat mengetahui kondisi usaha berada pada posisi laba atau rugi. Standar Akuntansi Keuangan – Entitas Mikro Kecil dan Menengah (SAK-EMKM) (2016) Bab 5 tentang Laporan Laba Rugi mensyaratkan entitas untuk menyajikan Laporan Laba-Rugi sebagai representasi kinerja keuangan suatu entitas dalam suatu periode tertentu.

Tabel 2. Simulasi Penyusunan Laporan Laba-Rugi

KERIPIK TEMPE "MAWAR"		
Laporan Laba-Rugi		
Untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2021		
(Dalam Ribuan Rupiah)		
Penjualan	Rp	1.600.000,00
Harga Pokok Penjualan	Rp	500.000,00
Laba Kotor	Rp	1.100.000,00
Biaya usaha		
Biaya Sewa	Rp	500.000,00
Total Biaya Usaha	Rp	500.000,00
Laba Usaha	Rp	600.000,00

Simulasi penyusunan Laporan Posisi Keuangan dilakukan dengan tujuan agar anggota Dasa Wisma "Mawar" dapat mengetahui kondisi aset, liabilitas, dan ekuitas usaha. Hal ini sebagaimana yang tertuang pada Standar Akuntansi Keuangan – Entitas Mikro Kecil dan Menengah (SAK-EMKM) (2016) Bab 4 tentang Laporan Posisi Keuangan, dimana laporan mencakup informasi terkait Kas dan Setara Kas, Piutang, Persediaan, Aset Tetap, Utang Usaha, Utang Bank, dan Ekuitas. Pengungkapan informasi pada laporan Laba Rugi maupun Laporan Posisi Keuangan akan menunjukkan kemampuan entitas dalam memenuhi kegiatan usaha dan seberapa besar kebutuhan terkait pendanaan eksternal. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk dapat menjadi dasar dalam pengajuan pinjaman sebagai pemenuhan modal usaha.

Tabel 3. Simulasi Penyusunan Laporan Posisi Keuangan

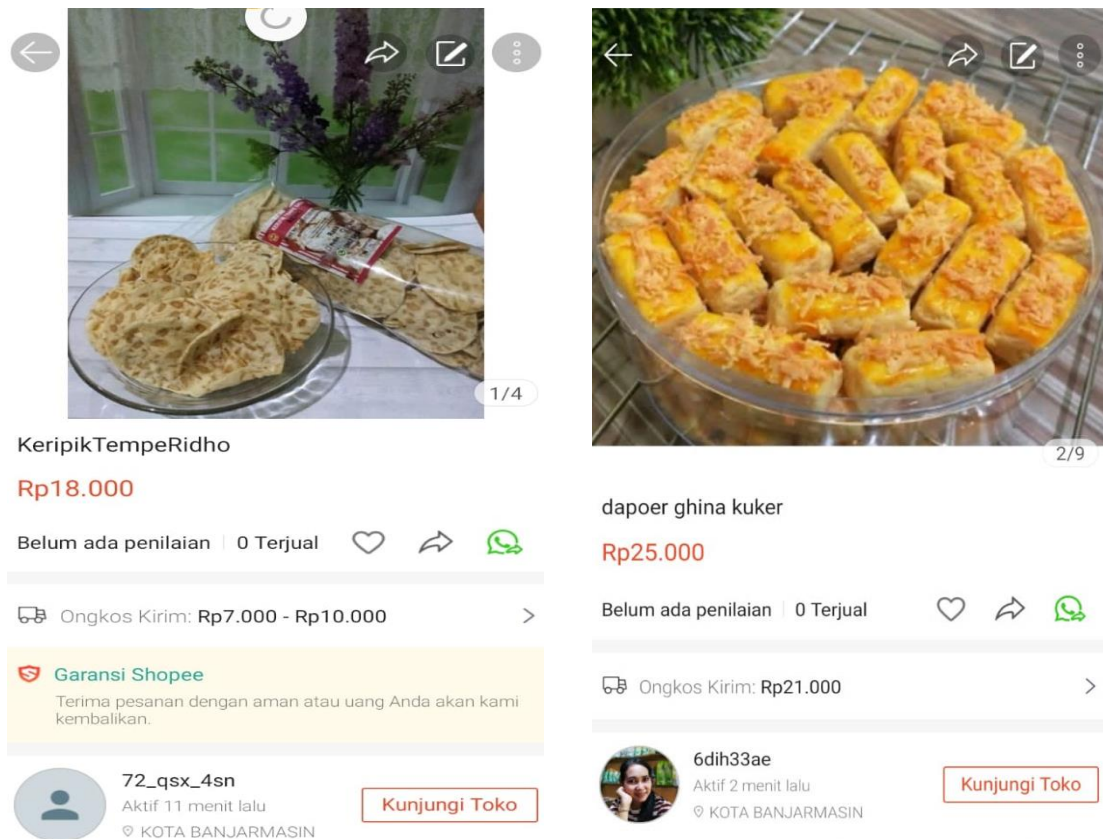
Keripik Tempe "Mawar" Laporan Posisi Keuangan Per 31 Desember 2021 (Dalam Ribuan Rupiah)		
AKTIVA		
Aktiva Lancar		
Kas	Rp	500.000,00
Perlengkapan	Rp	300.000,00
Total Aktiva Lancar		Rp 800.000,00
Aktiva Tetap		
Blender	Rp	400.000,00
Mixer	Rp	400.000,00
Mesin <i>Sealer</i>	Rp	500.000,00
Total Aktiva Tetap		Rp 1.300.000,00
TOTAL AKTIVA		Rp 2.100.000,00
UTANG DAN MODAL		
UTANG		
		Rp 1.000.000,00
MODAL		
		Rp 1.100.000,00
Total Utang dan Modal		Rp 2.100.000,00

Secara keseluruhan, kendala terdapat pada latar belakang sumber daya yang bukan berasal dari bidang keuangan atau akuntansi sehingga pemahaman terkait mekanisme pencatatan maupun penyusunan Laporan Keuangan tidak mudah. Tetapi hal tersebut tidak menyurutkan antusiasme masyarakat anggota Dasa Wisma terhadap sosialisasi keuangan. Hal ini terkait dengan dapat terlihatnya bagaimana kondisi usaha dan terbukanya kesempatan untuk memperoleh pendanaan pihak ketiga mengingat permodalan menjadi suatu masalah yang umum dialami oleh industri rumahan tak terkecuali anggota Dasa Wisma "Mawar". Pendampingan yang dilakukan dapat membantu masyarakat pelaku usaha untuk dapat melakukan pengelolaan keuangan dengan lebih baik. Selain itu, dengan melakukan pencatatan dan pengklasifikasian keuangan maka akan tercipta pembukuan yang jelas terkait arus penggunaan dana sehingga perubahan kondisi keuangan usaha dapat teridentifikasi dengan lebih mudah (Rahayu et al., 2021).

PENDAMPINGAN *E-MARKETPLACE*

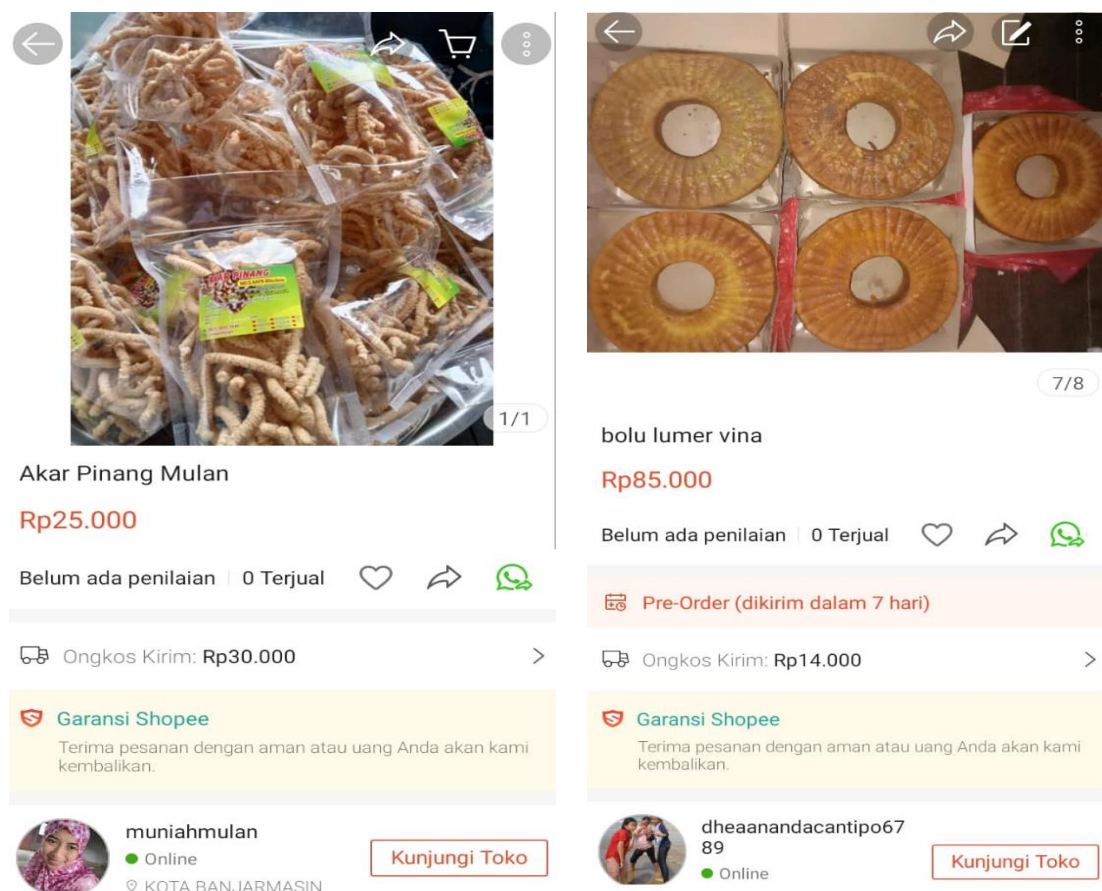
E-marketplace merupakan aktivitas kegiatan promosi dan jual beli produk maupun jasa yang dilakukan melalui media internet (Nanik Susanti, 2019). Kegiatan pendampingan terkait *e-marketplace* kepada anggota Dasa Wisma "Mawar" dilakukan melalui pengenalan konsep penjualan melalui media *online* menggunakan *smartphone* masing-masing anggota. Hal ini mencakup foto produk, pembuatan akun pada Shopee, serta pengunggahan produknya. Mayoritas anggota yang tidak lagi berusia muda menjadi tantangan tersendiri karena sebagian besar dari mereka tidak begitu mahir dalam menggunakan *smartphone*

sehingga proses pendaftaran akun dan pengunggahan produk yang cukup panjang dilakukan dengan didampingi penuh oleh tim pengabdian.



Gambar 2. Penjualan Produk Anggota Dasa Wisma “Mawar” melalui *Shopee*

Antusiasme masyarakat sangat tinggi karena dengan melakukan penjualan melalui media *e-marketplace* maka dapat menjangkau konsumen secara lebih luas sehingga dapat meningkatkan pendapatan khususnya dimasa pandemi *Covid-19*. Selama ini, masyarakat mengaku hanya sebatas mengetahui bahwa terdapat media untuk melakukan jual-beli secara *online* tetapi tidak memahami bagaimana mekanisme dari hal tersebut karena kurangnya sosialisasi dan kemampuan anggota Dasa Wisma “Mawar” itu sendiri. Setelah dilakukan pendampingan, maka masyarakat dapat melakukan pendaftaran akun pada *Shopee* dan dapat mengoperasikannya terkait penjualan produk. Meskipun belum terdapat peningkatan penjualan yang signifikan, tetapi setidaknya pangsa pasar anggota Dasa Wisma “Mawar” menjadi lebih luas dari sebelumnya yang terbatas hanya pada Toko Oleh-Oleh, Pasar, dan lingkungan sekitar tempat tinggal.



Gambar 3. Penjualan Produk Anggota Dasa Wisma “Mawar” melalui *Shopee*

Setelah kegiatan pendampingan e market place dan pembuatan lapotan keuangan, maka hasil wawancara kepada mitra pada tanggal 20 September 2021 yaitu mitra keripik tempe “ridho” telah meningkat penjualannya 10% selama selama dua bulan. Artinya penjualan kepada e market place mempunyai dampak terhadap penjualan. Beberapa mitra memang belum mempunyai peningkatan penjualan. Mitra juga sudah melakukan pencatatan pada buku kas , mencatat biaya dan pendapatan, terkait pembuatan laporan keuangan di lakukan pada akhir desember 2021. Hal - hal yang perlu di evaluasi pada kegiatan PKM adalah kemampuan sumber daya manusia dan keuangan mitra yang masih mencampur uang usaha dengan uang pribadi. Mitra mempunyai kemampuan terbatas pada pemakaian smartpone maka ketika pembuatan akun shopee pada memakan waktu yang cukup lama. Ketika mengupload foto-foto produk makanan dan foto-foto yang ditampilkan mitra di akun shoppee sebagian masih foto yang kurang menarik. Keterbatasan mitra juga pada pemahaman pencatatan biaya dan pendapatan yang masih kurang, hal ini mengakibatkan lamanya memahami laporan laba rugi dan laporan perubahan modal. Kendala pada PKM ini adalah sinyal yang kurang bagus untuk daerah kelayan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis permasalahan, metode penyelesaian, serta pelaksanaan pendampingan kepada anggota Dasa Wisma “Mawar” maka dapat disimpulkan:

- a. Pemasaran dan kegiatan jual-beli dengan *e-marketplace* dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dan tidak terbatas pada tingkat aktivitas masyarakat sehingga dapat diaplikasikan pada kondisi pasar apapun sehingga dapat menciptakan kestabilan dan peningkatan pendapatan
- b. Penggunaan alat produksi akan mempengaruhi kualitas produk dan dapat meningkatkan kapasitas produksi sehingga proses produksi dapat berjalan lebih efektif dan efisien. Surat perjanjian Pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat Nomor : 272.08/UN8.2/AM/2021.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat – ULM yang telah memberi dukungan **finansial** terhadap pengabdian ini. Serta kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis – Universitas Lambung Mangkurat dan UP2K “Mulan” khususnya Dasa Wisma Mawar yang karenanya pengabdian dapat terlaksana.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, S., Masjono, A., & Mahatmyo, A. (2018). Laporan Keuangan Pada Usaha Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Toko Mauluin ' S Brownies). *Asset*, 5(1), 798–804.
- Helmalia, H., & Afrinawati, A. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237. <https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.182>
- Hendrawan, D., & Zorigoo, K. (2019). Trust in Website and Its Effect on Purchase Intention for Young Consumers on C2C E-Commerce Business. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 17(3), 391–399. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2019.017.03.02>
- Nanik Susanti, Y. irawan dan W. A. T. (2019). Pendampingan E-Commerce Bagi Pengrajin Tas. *Muria Jurnal Layanan Masyarakat, Volume. 1,(2)*, 50.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Rahayu, P. A., Elvira, S. F., Liu, F., & Ratna, M. P. (2021). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan untuk Pemilik UMKM Sesuai dengan SAK EMKM dan Perhitungan Pajak. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(2), 196–209. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i2.5169>
- Sandri, S. H., & Hardilawati, W. L. (2019). MODEL PEMASARAN HUBUNGAN PELANGGAN, INOVASI DAN E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN UKM DI PEKANBARU. *Jurnal Akuntansi*, 2(2), 97–103.
- Setyorini, D., Nurhayaty, E., & Rosmita, R. (2019). PENGARUH TRANSAKSI ONLINE (e-Commerce) TERHADAP PENINGKATAN LABA UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat). *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(5), 501–509. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i5.228>
- Yuliani, R., & Widyakanti. (2020). *PENINGKATAN PENJUALAN MELALUI INOVASI KEMASAN DAN LABEL PADA UMKM. 2 Nomor 2*, 71–76.

Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntan Indonesia, 2016. Esposure Draft Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah. Jakarta: Grha Akuntan.

Harahap, Sofyan Syafri (2016). Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan. Jakarta Utara: PT Raja Grafindo Persada.

Tjiptono dan Chandra (2011) *Service, Quality and Satisfaction* (Ed 3). Yogyakarta. Andi