

Pemberdayaan UMKM Pemerahan Susu Sapi Melalui Aspek Keuangan dan Pemasaran Digital

Empowerment of Cow Milking MSMEs Through Financial Aspects and Digital Marketing

Faridhatun Faidah^{1a}, Linda Putri Nadia², Hutomo Rusdianto³, Joko Utomo⁴,
Aprilia Whetyningtyas⁵

^{1a}Universitas Muria Kudus, Jl. Lkr. Utara Kayuapu Kulon Gondangmanis, Kudus, Jawa Tengah, Indonesia,
e-mail: faridhatun.faidah@umk.ac.id

²Universitas Muria Kudus, Jl. Lkr. Utara Kayuapu Kulon Gondangmanis, Kudus, Jawa Tengah, Indonesia,
e-mail: linda.putri@umk.ac.id

³Universitas Muria Kudus, Jl. Lkr. Utara Kayuapu Kulon Gondangmanis, Kudus, Jawa Tengah, Indonesia,
e-mail: hutomo.rusdianto@umk.ac.id

⁴Universitas Muria Kudus, Jl. Lkr. Utara Kayuapu Kulon Gondangmanis, Kudus, Jawa Tengah, Indonesia,
e-mail: joko.utomo@umk.ac.id

⁵Universitas Muria Kudus, Jl. Lkr. Utara Kayuapu Kulon Gondangmanis, Kudus, Jawa Tengah, Indonesia,
e-mail: aprilia.whetyningtyas@umk.ac.id

(Diterima: 29-06-2024; Ditelaah: 23-08-2024; Disetujui: 30-08-2024)

Abstrak

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memainkan peranan penting dalam menghasilkan pendapatan. Permasalahan yang dihadapi mitra antara lain kesulitan dalam menyusun laporan keuangan usaha, penjualan susu dilakukan secara hanya offline dan belum memanfaatkan penjualan e-marketplace sehingga jangkauan pasar masih terbatas, serta desain kemasan susu masih sederhana belum menggambarkan nilai produk. Tujuan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini untuk memberikan pengetahuan kepada pelaku usaha pemerahan susu sapi tentang penyusunan laporan keuangan UMKM berbasis SAK-EMKM, mengenalkan pentingnya melakukan pemasaran produk secara daring melalui aplikasi e-marketplace dan media social, meningkatkan keterampilan dalam membuat desain/konten iklan pemasaran melalui aplikasi canva. Metode yang digunakan yaitu dengan metode ceramah, simulasi dan diskusi. Target luaran yang dicapai dalam kegiatan ini adalah meningkatnya kemampuan mitra dalam menyusun laporan keuangan dan menggunakan aplikasi e-marketplace, serta terampil membuat konten iklan pemasaran.

Kata kunci: E-Marketplace, Laporan Keuangan, Pemasaran

Abstract

Small and Medium Enterprises (SMEs) are important in generating revenue. Partners' problems include the inability to compile business financial statements, milk sales being carried out offline and not taking advantage of the e-marketplace, and milk packaging designs being simple. The purpose of this community service activity is to provide knowledge to cow milking business actors about the preparation of SAK-EMKM-based MSME financial statements, introduce the importance of marketing products online through e-marketplace applications and social media, improve skills in making marketing advertising designs/content through the Canva application. The methods used are by lecture, simulation and discussion methods. The output targets achieved in this activity are increasing the ability of partners to compile financial reports and use e-marketplace applications, as well as being skilled in creating marketing advertising content.

Keywords: E-Marketplace, Financial Reporting, Marketing

PENDAHULUAN

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2021, jumlah rata-rata konsumsi susu di negara Indonesia sebesar 16,27 kg/kapita/tahun pada tahun 2020 (BPS, 2022). Jumlah produksi sebesar itu baru memasok sekitar 22% dari total kebutuhan, yaitu 3,8 juta ton/tahun. Perkembangan sektor peternakan khususnya sapi perah memegang peranan sangat penting bagi masyarakat. Menurut Nur et al. (2007), tuntutan permintaan masyarakat terhadap kebutuhan susu sebagai sumber protein hewani cenderung mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal tersebut menjadikan bisnis pemerahan susu sapi menjadi daya tarik tersendiri bagi pelaku usaha. Agrowisata adalah suatu jenis wisata yang menjadikan hasil pertanian, peternakan, perkebunan, dan perikanan sebagai daya tarik bagi pengunjung (Yoeti, 2009). Pengembangan peternakan ke arah agrowisata dapat memberikan manfaat dimana peternak dapat meningkatkan pendapatan dari agrowisata dan wisatawan dapat memperoleh pengalaman wisata melakukan aktivitas beternak secara langsung (Rosita, 2015).

Menurut Kennedy dan Emmanuel (2013) Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memainkan peranan penting dalam menghasilkan pendapatan terutama bagi masyarakat miskin. Mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu peternakan susu sapi "Sumber Segar" yang beralamatkan di Desa Garung Lor Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kudus. Susu sapi hasil dari pemerahan dibuat menjadi produk susu yang diberi nama "Susu Murni Sumber Segar". Lokasi peternakan yang nyaman, bersih dan ramah terhadap anak-anak dapat menjadi daya tarik tersendiri untuk membuat anak sekolah berminat melakukan kunjungan wisata edukasi. Biasanya pemilik peternakan membatasi maksimal tiga kali kunjungan dalam seminggu untuk menjaga pasokan susu agar tersedia dan pelaku usaha juga tidak terlalu lelah melayani pengunjung yang datang.

Susu Murni Sumber Segar ini sendiri saat ini dijual dengan berbagai varian rasa mulai dari cokelat, vanilla dan strawberry dalam bentuk kemasan cup gelas dengan kondisi dingin dan susu bantal dengan kondisi hangat. Pada kondisi sebelum pandemi produk susu Sumber Segar ini dijual di 13 outlet yang tersebar di titik-titik keramaian Kota Kudus dan Jepara. Tiap sales biasanya tiap sore hari mengambil susu ke peternakan sebanyak 200 buah cup susu gelas dan susu bantal untuk dengan harga reseller Rp 4.000 untuk dijual kembali dengan harga Rp 5.000. Jadi tiap hari sales bisa meraih keuntungan sebesar Rp. 200.000. Permintaan yang banyak ini tidak mampu dipenuhi oleh pemilik peternakan dengan mengandalkan produksi dari sapi perah milik sendiri sehingga diperlukan pasokan susu dari daerah lain yaitu biasanya dari Boyolali.

Pendapatan lain dari penjualan susu adalah dari kunjungan wisata anak sekolah. Sekali kunjungan biasanya pemilik usaha menerapkan biaya sebesar Rp. 150.000 sebagai kebutuhan administratif. Nilai perputaran uang di pemerahan susu sapi sumber sangatlah besar, namun pelaku usaha mengaku tidak memiliki laporan keuangan usaha dan hanya mencatat manual di buku biasa untuk setiap pemasukan dan pengeluarannya. Hal ini membuat pelaku usaha tidak dapat mengetahui bagaimana posisi keuangan dari usahanya sendiri. Selain itu pelaku usaha dalam menentukan harga produknya juga belum menggunakan perhitungan harga pokok produksi (HPP). Proses pencatatan

keuangan yang dilakukan juga belum sesuai dengan SAK, sehingga tidak diketahui secara pasti jumlah keuntungan dan kerugian yang dialami. Banyak pelaku usaha saat ini yang merasa tidak perlu melakukan pencatatan keuangan karena menganggap itu hanya untuk Perusahaan besar saja (Rosyidah, 2022). Padahal menurut Shonhadji dkk. (2017) menjelaskan bahwa jika uang masih dipergunakan menjadi alat tukar, otomatis akuntansi masih digunakan dan dibutuhkan. Oleh karena itu, perlu adanya pendampingan pentingnya penyusunan laporan keuangan yang sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan untuk UMKM. SAK EMKM merupakan standar akuntansi keuangan yang berdiri sendiri yang dapat digunakan oleh entitas yang memenuhi definisi entitas tanpa akuntabilitas publik yang signifikan sebagaimana yang diatur dalam SAK EMKM dan karakteristik dalam Undang-Undang No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM harus dapat memisahkan kekayaan pribadi pemilik dengan kekayaan dan hasil usaha. Penyusunan laporan keuangan berdasarkan SAK EMKM ini dianggap akan lebih memudahkan UMKM dalam melakukan evaluasi bisnis.

Saat ini penjualan susu sapi Sumber Segar hanya dilakukan secara offline dan belum memanfaatkan adanya e-marketplace atau melalui digital marketing. Digital marketing adalah kegiatan pemasaran termasuk *branding* (pengenalan merek) yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, adwords, jejaring sosial dan tentu saja digital marketing bukan hanya berbicara tentang internet marketing tapi lebih dari itu (Tarigan & Sanjaya, 2013). Menurut Saputra et al. (2020) digital marketing merupakan salah satu media yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat sebagai pendukung dalam kegiatan sehari-hari. Business value dari penggunaan media sosial menurut Stockdale et al. (2012) bagi UMKM antara lain yaitu terciptanya saluran pemasaran yang berkelanjutan, kenaikan pendapatan jangka pendek dan penjualan jangka panjang, reduksi dalam biaya pemasaran secara keseluruhan, peningkatan popularitas merek dan produk. Desain dan ukuran dari produk susu sumber segar juga hanya tersedia dua ukuran saja yaitu ukuran cup gelas kecil dan $\frac{1}{4}$ liter dalam kemasan plastik. Bentuk desain kemasan susu masih sangat sederhana dan kurang menarik. Selain itu mitra kurang memiliki keterampilan dalam membuat konten iklan pemasaran yang menarik konsumen untuk membeli produk atau mengunjungi tempat wisata beredukasi di peternakan susu sapi Sumber Segar.

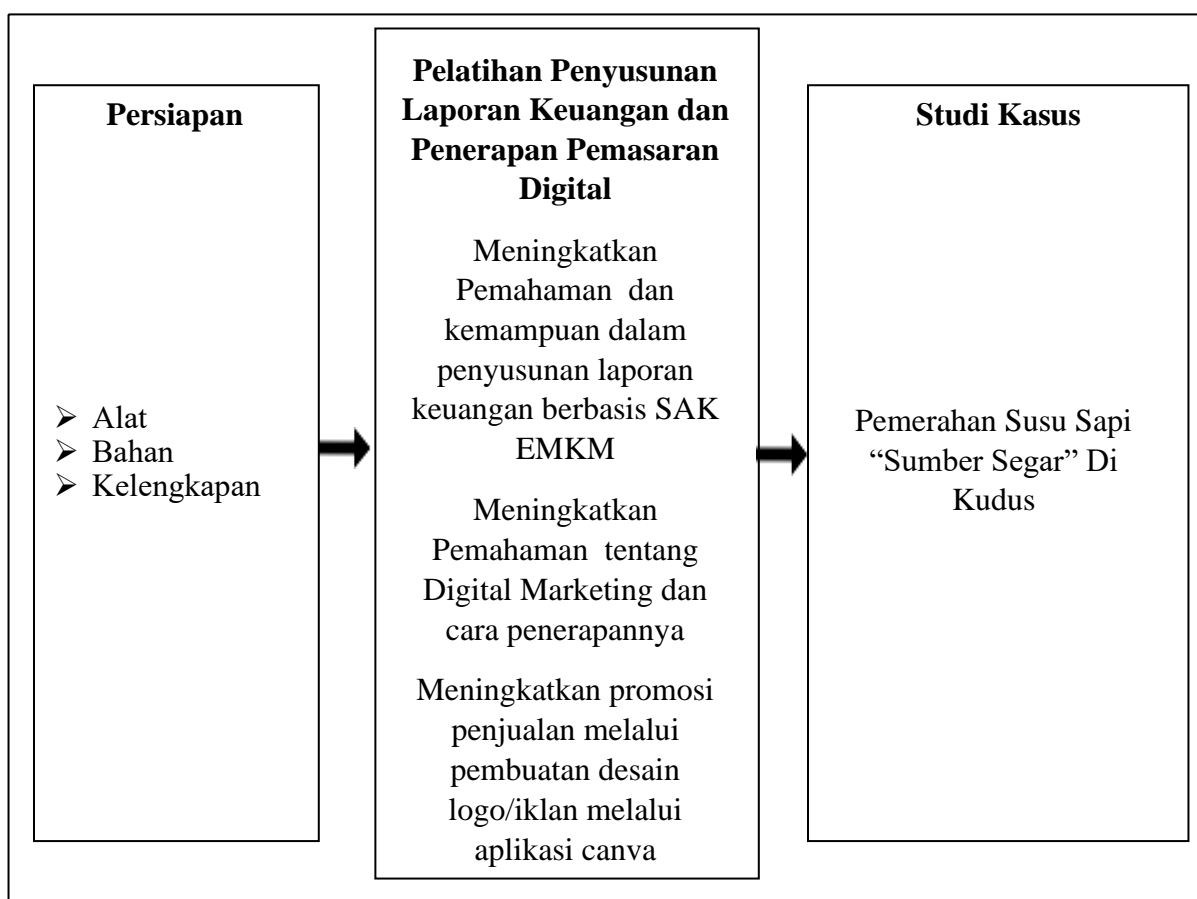
Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha pemerahan susu sapi sumber segar di atas maka tim pengabdian memberikan pelatihan kepada mitra tentang penyusunan laporan keuangan yang terperinci untuk dapat menghitung segala biaya dan kerugian yang telah ditanggung dan dapat mengetahui posisi keuangan yang sebenarnya. Selain itu juga memberikan pelatihan tentang strategi pemasaran digital dengan memanfaatkan platform e-marketplace dan meningkatkan promosi ke masyarakat. Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu memberikan pengetahuan kepada mitra tentang penyusunan laporan keuangan UMKM berbasis SAK-EMKM, mengenalkan pentingnya melakukan pemasaran produk secara daring melalui aplikasi e-marketplace dan media sosial, meningkatkan penjualan susu sapi sumber segar dengan

pemberian keterampilan dalam membuat desain/konten iklan pemasaran melalui aplikasi canva.

METODE PELAKSANAAN

Tahapan pelaksanaan kegiatan yang dilakukan dalam Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan dan Penerapan Pemasaran Digital Pada Pemerahan Susu Sapi “Sumber Segar” di Kudus adalah yang pertama Penyusunan Laporan Keuangan dan Penerapan Pemasaran Digital Pada Pemerahan Susu Sapi “Sumber Segar”, lalu langkah yang kedua adalah pelaksanaan dari kegiatan, dan langkah ketiga adalah *follow up* Pemerahan Susu Sapi “Sumber Segar” di Kudus, langkah keempat yaitu simulasi dari kegiatan pendampingan dan penyuluhan, serta langkah yang terakhir adalah melakukan evaluasi hasil penyuluhan dan pendampingan.

Kerangka pemecahan masalah dalam upaya Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan dan Penerapan Pemasaran Digital Pada Pemerahan Susu Sapi “Sumber Segar” Di Kudus dapat dilihat pada gambar 1 berikut:



Gambar 1. Bagan Proses Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan dan Penerapan Pemasaran Digital

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu menggunakan metode ceramah, simulasi dan diskusi. Adapun penjelasan dari metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat

adalah sebagai berikut: (1) Ceramah, peserta diberikan pengetahuan mengenai pengertian Laporan Keuangan dan Digital Marketing kemudian dilanjutkan dengan penjelasan tentang pentingnya penyusunan laporan keuangan dan pemanfaatan ecommerce untuk peningkatan penjualan susu sapi disampaikan oleh masing-masing narasumber. (2) Simulasi, peserta diberikan simulasi cara melakukan menyusun Laporan Keuangan usaha, menjual susu lewat aplikasi grabfood dan shopeefood serta membuat desain promosi lewat aplikasi canva. (3) Diskusi, diskusi dilakukan setelah pemaparan materi dan simulasi selesai dijalankan. Diskusi ditujukan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dari peserta dengan bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pemahaman peserta akan materi dan bisa menerapkan dalam menjalankan usahanya.

HASIL & PEMBAHASAN

Tim pengabdian memberikan pelatihan dan pendampingan dalam bentuk kegiatan sebagai berikut: (1) Pemaparan mengenai pentingnya penyusunan laporan keuangan sesuai SAK EMKM, (2) Pemaparan mengenai cara penggunaan e-marketplace sebagai media pemasaran produk, (3) Pemaparan mengenai pembuatan desain dan iklan untuk promosi produk melalui aplikasi canva, (4) Pendampingan dengan memberikan praktek langsung dimana mitra melakukan praktek penyusunan laporan keuangan menggunakan template excel yang telah disusun oleh tim pengabdian. Tim pengabdian juga memberikan pendampingan dalam membuat akun bisnis di platform ecommerce yaitu di grabfood dan shopeefood. Langkah-langkah simulasi yang dilakukan adalah sebagai berikut: (a) Mengunduh Aplikasi Shopeefood dan Grabfood secara gratis dari App Store untuk pengguna iPhone dan Google Play Store bagi pengguna Android. (b) Melakukan pendaftaran produk di aplikasi Shopeefood dan Grabfood yaitu dengan mengumpulkan syarat-syarat pendaftaran pembukaan akun. Syarat pendaftaran akun di Shopeefood yaitu ktp, npwp, dan buku tabungan. Beberapa langkah untuk membuat akun, yaitu login/sign up dengan sms kemudian memasukkan nomor handphone serta kode OTP dan membuat password. Jika sudah berhasil masuk, kemudian memilih jenis tipe usaha perorangan, memilih bagian Mulai Aktivasi. Setelah itu, memilih tipe bisnis yang ingin didaftarkan. Kemudian melengkapi data yang diperlukan, baik tentang data usaha atau data diri, lalu memilih Kirim. Untuk persyaratan pendaftaran akun di Grabfood yaitu (1) mempunyai usaha kuliner, (2) menyediakan menu makanan atau minuman, (3) informasi usaha kuliner, (4) informasi pemilik usaha, (5) informasi bank, (6) informasi menu kuliner. Kemudian cara mendaftar melalui aplikasi Grab yaitu, Pertama, mengunduh dan menginstall aplikasi GoBiz melalui Google Play Store atau App Store. Kedua, mendaftarkan akun, kemudian mengisi semua instruksi yang diberikan. mulai dari foto KTP, informasi rekening bank, informasi outlet, dan lain sebagainya. Ketiga, mencentang layanan yang ingin diaktifkan, seperti GoFood, POS, hingga GoPay dan mengklik "Simpan". Pada kegiatan pendampingan, peserta memperhatikan alur dan fungsi pada masing-masing menu yang terdapat pada aplikasi.



Gambar 2. Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan dan Penggunaan E-marketplace



Gambar 3. Pelatihan pembuatan desain dan iklan melalui aplikasi canva

KESIMPULAN

Program pengabdian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan serta pemahaman tentang pentingnya penyusunan laporan keuangan UMKM berbasis SAK-EMKM serta melakukan pendampingan dalam penyusunan laporan keuangan yang dilakukan dengan menggunakan spreadsheet untuk memudahkan dalam penyusunan laporan keuangan agar mitra dapat mengetahui posisi keuangan usahanya. Selain itu tim pengabdian juga memberikan pemahaman tentang pemasaran online dan pengenalan beberapa e-marketplace agar mitra memiliki kemampuan menggunakan fasilitas e-marketplace dan media sosial sebagai sarana penjualan secara online sehingga dapat meningkatkan omset penjualan susu. Mitra dapat meningkatkan produktivitas susu dengan adanya investasi mesin dari tim pengabdian. Selain itu, setelah kegiatan pengabdian selesai dilaksanakan, mitra mulai memanfaatkan teknologi informasi sesuai dengan perkembangan saat ini berkembang dan memanfaatkannya untuk pemasaran produk seperti penggunaan Instagram dan memanfaatkan e-commerce seperti grab, gofood, dan shopeefood untuk media penjualan produknya. Tim pengabdian juga memberikan pelatihan pembuatan desain dan iklan menggunakan aplikasi canva dalam pemasaran produk susu sapi agar menarik konsumen untuk membeli susu dan berkunjung ke peternakan untuk berwisata edukasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Universitas Muria Kudus yang telah membiayai pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2022). *Jumlah Populasi Sapi Perah 2021*. Jakarta (ID): Badan Pusat Statistik.
- Hanafi, Mamduh M. (2004). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: BPFE <https://web.iainglobal.or.id/SAKIAI/Tentang%20SAK%20EMKM#gsc.tab=0>
- Kannan, P. K., & Li, H. "Alice." (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 22–45. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006>
- Kennedy, P., & Emmanuel, E. (2013). Implications of IFRS adoption for SMEs in Nigeria. *Fountain Journal of Management and Social Sciences*, 2(1), 36-46.
- Nur, R., Amir, S., & Kartika, E. (2007). Analisis Margin Pemasaran Telur Itik di Kelurahan Borongloe Kecamatan Bontomarannu Kabupaten Gowa. *Jurnal Agrisistem*. Vol. 3. No 1. Juni 2007.
- Riyanto, Bambang. (2008). *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan Edisi 4* Yogyakarta; BPFE – Yogyakarta.
- Rosita & Pratama, T.H. (2015). Pengembangan Potensi Agrowisata. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*. Vol. 12, No. 2, Oktober 2015.
- Rosyidah, K. L., & Achyani, F. (2022, July). Analisis Persepsi Serta Pengetahuan Akuntansi Pemilik UMKM Mengenai Penyusunan Laporan Keuangan. *In Proceeding of International Students Conference on Accounting and Business* (Vol. 1, No. 1).
- Rosyidah, Kuntum Lathifatur, Ariningsih, S., & Wijayanti, R. 2022. Analisis Penerapan Sak-Emkm Pada Pelaku Usaha Kecil, dan Pelaku Usaha Menengah. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan (JAK)* Volume 27, Nomor 1, Tahun 2022.
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). *Digital Marketing Komunikasi Menjadi Lebih Mudah* (A. Rikki (ed.); I). Yayasan Kita Menulis.
- Shonhadji, N., & Djuwito, D. (2017, October). Penerapan Penyusunan Laporan Keuangan Pada Usaha Kecil Menengah Berdasarkan Sak EMKM Di Surabaya. In *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat (Vol. 1, No. 1, pp. 130-136)*.
- Stockdale, R., Ahmed, A., & Scheepers, H. (2012). Identifying Business Value From The Use Of Social Media: An Sme Perspective. *Pacific Asia Conference on Information Systems*, 15. <https://aisel.aisnet.org/pacis2012/169/>
- Surat Edaran (SE) Menteri Sosial Juliari P Batubara Nomor 2 Tahun 2020. tentang Panduan Pelaksanaan Bekerja di Kantor dan Bekerja dari Rumah (Work From Home) bagi ASN Kementerian Sosial.
- Surat Edaran Menteri pendidikan dan kebudayaan Nadiem Anwar Makarim Nomor 36962/MPK.A/HK/2020 17 Maret 2020 tentang Pembelajaran secara Daring dan Bekerja dari Rumah dalam rangka pencegahan penyebaran Vorona Virus Disease (COVID-19).
- Tarigan, J., & Sanjaya, R. (2013). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Undang-Undang No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Yoeti, O. A. (2009). *Ekowisata, Pariwisata, Berwawasan Lingkungan Hidup*. Jakarta: Perca.