

PENERAPAN SISTEM AKUNTANSI UNTUK MENGOPTIMALISASI PEMASARAN UMKM SAGALA LADA DI KELURAHAN CIBABAT

Annisa Nurfitriana

nurfitrianannisa09@gmail.com

Nurul Fatimah

nurulfatimah.upi@gmail.com

Hana Fadhilah

hana_fadhilah22@yahoo.com

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKUITAS

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian ini bermaksud membantu penyelesaian beberapa permasalahan yang dihadapi oleh sebuah Usaha Kecil Menengah (UKM) rumahan bernama "Dapur Sagala Lada". Permasalahan yang dihadapi diantaranya berkaitan dengan sistem produksi, pemasaran dan keuangan. Metode yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan-permasalahan tersebut diawali dari tahap penelusuran masalah dan kebutuhan, perancangan solusi, dan implementasi. Penelusuran masalah dilakukan melalui metode survei dan wawancara di lokasi usaha. Berdasarkan permasalahan yang ada, tim memutuskan untuk memberikan kontribusi berupa peralatan dan rancangan sistem akuntansi. Dengan bantuan tersebut, UKM Sagala lada dapat berproduksi secara masal dan meningkatkan potensi penghasilannya. Adapun sistem akuntansi yang dirancang oleh tim memungkinkan UKM Sagala Lada menyajikan informasi keuangan yang dibutuhkan sebagai prasyarat pengajuan nomor Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT)..

Kata kunci: *Sistem Akuntansi, Usaha Kecil Menengah, Cimahi.*

1. PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Kegiatan pengabdian ini dilakukan pada sebuah industri rumahan bernama "Dapur Sagala Lada". Nama "lada" yang berarti pedas dalam bahasa Sunda digunakan karena produk makanan yang diproduksi sebagian besar bercita rasa pedas. Dapur Sagala Lada didirikan pada tahun 2015 di Kelurahan Cibabat Kota Cimahi yang fokus pada produksi makanan ringan makaroni dalam kemasan.

Berdasarkan observasi dan wawancara ke lokasi usaha, berikut uraian analisis proses bisnis Dapur Sagala Lada.

1.1.1 Sistem Produksi

Dapur Sagala Lada memproduksi dua jenis makanan ringan, yaitu makaroni dan kerupuk seblak. Untuk jenis makaroni, terdapat dua varian produk berdasarkan segmen pasarnya, yakni makaroni untuk dewasa dan makaroni untuk anak. Makaroni dewasa memiliki 4 (empat) varian rasa yang hampir semua bercita rasa asin dan pedas,

sedangkan untuk anak diberikan rasa yang cenderung manis sesuai selera anak-anak (Lihat Tabel 1.1). Sementara itu, kerupuk seblak hanya memiliki satu varian yakni rasa asin pedas.

Tabel 1.1

Variasi Produk Makaroni Sagala Lada

Jenis Produk	Segmen	Varian Rasa
Makaroni	Dewasa	Pedas
		Rendang
		Jagung Bakar
		Balado
	Anak	Cokelat
		Jagung Manis
Keju		
Kerupuk	-	Seblak

Dapur Sagala Lada melakukan produksi dengan metode Just in Time (JIT), yakni hanya melakukan produksi ketika ada pesanan. Metode ini dipilih karena belum tersedianya fasilitas tempat dan alat yang dapat digunakan untuk menyimpan bahan baku maupun hasil produksi agar tahan lama. Modal yang tersedia pun belum cukup untuk melakukan produksi secara massal dan kontinyu, sehingga setiap agenda produksi hanya dilakukan jika ada potensi penghasilan yang lebih pasti, yakni pesanan. Ketika ada pesanan datang, pemilik langsung melakukan pembelian bahan baku dan melakukan produksi sesuai jumlah yang dipesan. Semua proses produksi dilakukan sendiri oleh pemilik usaha karena sejauh ini skala usaha dan modal masih dirasakan kecil serta semua prosesnya masih dapat dikerjakan sendiri. Hasil produksi kemudian segera dikirimkan kepada pelanggan/agen/reseller yang memesan sesuai harga yang ditentukan.

Saat ini, produk-produk Dapur Sagala Lada telah mendapatkan label halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan telah diuji masa kadaluwarsanya di beberapa laboratorium perguruan tinggi di Bandung. Secara rata-rata, makaroni Sagala Lada baik

untuk dikonsumsi dalam kurun waktu kurang dari 3 bulan.

Kendati demikian produk ini belum mendapatkan nomor Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) dari Dinas Kesehatan setempat. Perizinan PIRT diperlukan sebagai jaminan usaha makanan/minuman rumahan yang dijual dan beredar di masyarakat memenuhi standar keamanan makanan atau izin edar produk pangan (Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, 2012). Beberapa toko di wilayah Cimahi kadang mempertanyakan sertifikat PIRT ini sebelum menampung produk Sagala Lada. Namun, hingga saat ini – setelah satu tahun lamanya - nomor PIRT Sagala Lada masih dalam proses pengurusan karena terkendala persyaratan catatan keuangan. Selain PIRT, Sagala Lada juga tengah mengajukan HKI merk dagang “Sagala Lada” untuk memperkuat posisinya di pasaran.

1.1.2 Sistem Pemasaran

Produk Sagala Lada dipasarkan dengan dua cara, yakni secara konvensional (offline) dan berbasis daring (online). Pada metode offline, terdapat 3 (tiga) tahapan pemasaran sesuai dengan kuantitas yang dijual, mulai dari agen, reseller dan eceran. Semakin banyak barang yang dijual maka harga satuan akan semakin murah dan sebaliknya.

Hingga saat ini, jumlah agen Dapur Sagala Lada semakin berkembang dan tersebar di beberapa daerah di Indonesia seperti Sabang, Pekanbaru, Palembang, Bangka Belitung, Lampung, Jabodetabek, Semarang, dan Klaten. Pada umumnya agen-agen tersebut merupakan Ibu Rumah Tangga (IRT) yang memiliki hubungan pertemannya dengan pemilik usaha. Agen-agen tersebut membeli produk Sagala Lada dalam jumlah besar (≥ 100 kemasan), lalu menjualnya kembali kepada para reseller yang juga sebagian besar merupakan IRT yang tidak bekerja.

Menurut penuturan pemilik, para IRT tersebut sengaja dipilih sebagai reseller dengan tujuan memberdayakan mereka agar

memiliki aktivitas yang produktif dan bermanfaat. Disamping itu, IRT masa kini memiliki potensi besar sebagai pemasar yang baik karena akrab dengan media sosial dan cenderung aktif dalam komunitas-komunitas tertentu.

Sementara itu, penjualan secara eceran dilakukan melalui metode konsinyasi di beberapa toko oleh-oleh di wilayah Kota Cimahi. Penjualan melalui cara ini dirasakan cukup sulit karena terdapat banyak kompetitor yang berani menjual dengan harga lebih murah serta mahal biaya yang dikeluarkan karena sistem konsinyasi. Disamping itu, pemilik sulit mendapatkan personal marketing yang handal untuk memasarkan produknya ke berbagai toko. Meskipun cakupannya masih terbatas, namun penghasilan dari jalur ini cukup memuaskan.

Untuk menjangkau wilayah yang lebih luas, pemilik pun memasarkan produknya melalui beberapa situs jual beli online, salah satunya adalah Bukalapak.com. Pada metode ini, produk dijual secara eceran namun dengan tingkat harga yang lebih tinggi. Dibandingkan dengan metode offline, penjualan dari jalur online ini memberikan penghasilan yang jauh lebih besar karena biaya yang dikeluarkan pun relatif rendah.

1.1.3 Sistem Keuangan

Dapur Sagala Lada memulai usahanya dengan modal sendiri yang berasal dari simpanan pribadi pemilik. Hingga saat ini pun modal usaha masih merupakan modal pribadi tanpa adanya tambahdana kredit ataupun investasi dari pihak lain. Pemilik usaha memiliki preferensi untuk tetap bertumpu pada modal sendiri dan tidak berkeinginan untuk menerima kredit usaha perbankan baik yang berbasis konvensional maupun syariah.

Hingga saat ini pembukuan UKM Dapur Sagala Lada masih belum memadai. Pengelolaan keuangan pribadi dan perusahaan masih tercampur, atau belum diterapkannya konsep kesatuan usaha (entity concept). Selain itu, tidak adanya pencatatan secara rutin dan konsisten untuk

setiap transaksi pembelian ataupun penjualan yang terjadi. Sama halnya dengan proses produksi, proses pembukuan juga dilakukan sendiri oleh pemilik yang juga seorang IRT. Karena kesibukannya sebagai IRT, pemilik terkadang mencatat transaksi yang terjadi secara manual pada sebuah catatan, namun tidak dilakukan secara rutin. Konsekuensinya, pemilik tidak mengetahui secara akurat nominal biaya produksi dan keuntungan (profit) yang diperoleh usahanya di akhir periode. Kendati pemilik menyebutkan bahwa profit yang ia dapatkan cukup banyak – hingga 40% - namun angka tersebut masih merupakan perkiraan kasar dan masih harus dikritisi.

1.2 Permasalahan Mitra

Berdasarkan uraian diatas, terdapat beberapa permasalahan penting yang perlu ditindaklanjuti, antara lain sebagai berikut:

1.1.4 Permasalahan Produksi

Salah satu kendala dalam proses produksi adalah belum tersedianya tempat atau fasilitas yang memungkinkan pemilik menyimpan hasil produksinya agar tahan lama. Salah satu faktor yang menurunkan kualitas makaroni adalah jika ia terkena paparan sinar matahari terlalu lama, terkena udara atau suhu yang terlalu tinggi atau rendah. Hal inilah yang menyebabkan pemilik tidak dapat memproduksi makaroni secara masal dan tidak dapat langsung memenuhi pesanan yang datang.

1.1.5 Permasalahan Pemasaran

Telah dikemukakan bahwa pemilik UKM Sagala lada mengerjakan semua proses bisnisnya sendiri, termasuk dalam memasarkan produknya. Pemilik melakukan promosi ke berbagai segmen hanya ketika ada waktu luang (ketika tidak ada pesanan). Hal ini menyebabkan proses branding produk berjalan sangat lambat dan sulit berkembang. Berdasarkan pengalaman pemilik, sebelumnya sempat ada beberapa orang yang direkrut sebagai tim marketing produk ini, namun rata-rata dari mereka cepat menyerah dalam menghadapi berbagai

penolakan. Bagi pemilik, mencari orang yang berjiwa entrepreneur memang sulit dan hingga saat ini masih belum ditemukan.

Pada pemasaran jalur agen seringkali pula ditemukan kendala. Agen-agen yang sebagian besar merupakan IRT seringkali tidak fokus dalam memasarkan produknya. Kemungkinan tersebut disebabkan karena kesibukan sebagai IRT dan pola pikir yang menganggap bisnis ini hanya usaha sampingan untuk menambah pendapatan. Akibatnya, pesanan melalui jalur ini seringkali timbul-tenggelam dan kurang optimal. Para agen atau reseller juga terkadang belum memahami cara menjaga citra di media sosial, sehingga menurunkan minat konsumen untuk membeli produknya. Khusus di daerah sekitar industri ini berada, daya beli masyarakat dirasakan masih rendah. Masyarakat lebih menyenangi produk kompetitor yang dijual dengan harga lebih murah dan tidak kritis terhadap kualitas komposisi bahannya. Padahal berdasarkan sebuah penyelidikan, produk-produk yang sangat murah tersebut diproduksi dengan bahan yang kurang sehat, seperti minyak curah dan pewarna kimiawi yang tidak terstandar.

1.1.6 Permasalahan Akuntansi/ Keuangan

Masalah akuntansi menjadi persoalan yang cukup krusial bagi UKM ini. Hal tersebut dikarenakan dampak dari kurang memadainya catatan keuangan menghambat upaya pemilik untuk mendapatkan nomor PIRT. Padahal nomor PIRT ini salah satu kunci dalam memasarkan produk ke toko/gerai dan menumbuhkan kepercayaan konsumen.

Kurang memadainya sistem akuntansi pada UKM ini ditengarai beberapa faktor. Pertama, pemilik tidak memiliki keinginan mengajukan kredit perbankan. Sebagian besar UKM yang membenahi akuntansinya bertujuan agar memperoleh kredit dari bank. Sedangkan UKM ini tidak, oleh karenanya mereka tidak termotivasi dan menganggap pencatatan keuangan tidak terlalu penting. Padahal sebenarnya, fungsi pencatatan keuangan

bukan hanya untuk tujuan aplikasi kredit, namun lebih dari itu, yakni untuk menentukan harga pokok penjualan (HPP) dan laba usaha (profit margin) yang didapatkan.

Kedua, karena pencatatan keuangan dilakukan oleh pemilik sendiri yang merupakan IRT, terkadang kesibukannya menjadi kesulitan untuk mencatat segala transaksi secara konsisten. Pembukuan yang kurang memadai pun menjadi salah satu penghambat UKM Sagala Lada meningkatkan skala usahanya melalui pembukaan kesempatan investasi. Pemilik menyadari bahwa jika ingin mendapatkan investor untuk usahanya, mereka harus dapat menyajikan laporan keuangan secara transparan.

1.2 Solusi

Solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Sagala Lada, diantaranya :

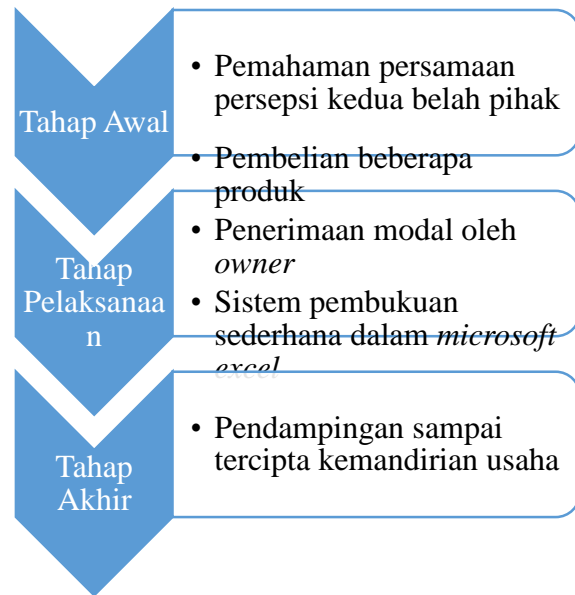
- Menyediakan tempat berupa rak dan etalase untuk menyimpan produk yang sudah jadi dan stok agar tidak terkontaminasi dengan suhu dari proses produksi.
- Adanya pendampingan dalam penerapan jiwa wirausaha kepada karyawan yang akan membantu usaha pelaku UMKM.
- Adanya nomor PIRT untuk membantu pelaku usaha untuk mempermudah pelaku memasuki pasar dengan kompetitor lain.
- Adanya penambahan karyawan untuk membantu usaha pelaku UMKM.
- Adanya sistem akuntansi yang dapat membantu pelaku dalam melaporkan laporan keuangan usaha sehingga kendala keuangan dapat diatasi

2. METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan permasalahan yang terjadi di Makaroni Sagala Lada, berikut adalah metode yang dilaksanakan dalam pengabdian kepada masyarakat, yaitu:



Gambar 2.1
 Metode Pelaksanaan



Gambar 2.2
 Gambaran Hasil

3. HASIL DAN LUARAN

3.1 Pelaksanaan Pengabdian

Kegiatan pengabdian yang tim kami lakukan adalah dengan melakukan survei awal yang bertujuan untuk mengetahui secara mendalam mengenai Dapur Sagala Lada. Kegiatan survei awal ini dilakukan pada hari Jumat tanggal 26 Januari 2018. Berikut ini adalah dokumentasi dari kegiatan tersebut.



Gambar 3.1
 Berfoto Bersama Pemilik Dapur Sagala Lada pada Saat Survei Awal

Setelah melakukan survei awal, maka selanjutnya tim kami membuat beberapa perbaikan terhadap kegiatan bisnis Dapur Sagala Lada. Perbaikan tersebut diantaranya:

3.1.1 Pengadaan Alat Berupa Etalase
Salah satu yang dibutuhkan Dapur Sagala Lada adalah adanya etalase untuk menyimpan barang jualan yang sudah dikemas. Oleh karena itu, disini tim kami memberikan sebuah etalase kaca berukuran 1,5 meter. Berikut ini adalah dokumentasi dari etalase yang tim kami berikan



Gambar 3.2
Befoto Bersama Pemilik
Dapur Sagala Lada pada Saat Survei Akhir

3.1.2 Sistem Informasi Akuntansi
Permasalahan selanjutnya yang dihadapi oleh Dapur Sagala Lada adalah belum diperolehnya nomor PIRT bagi produk-produknya. Upaya mendapatkan nomor PIRT ini terkendala oleh belum adanya sistem pembukuan yang memadai di Dapur Sagala Lada. Oleh karena itu, tim kami berupaya memberikan kontribusi pemikiran dengan membuat sistem pembukuan otomatis sederhana menggunakan software Microsoft Excel.

Tabel 3.1
Nomor Akun

No. Po.	Nama-Nama Pos
1	Aset
1.1	Kas
1.2	Piutang
1.3	Perlangkapan
1.4	Perediaan
1.5	Peralatan
2	Kewajiban
2.1	Utang Usaha
2.2	Utang Komisi
3.1	Modal
3.2	Prive
4	Pendapatan
4.1	Penjualan offline
4.2	Penjualan konsinyeai
4.3	Penjualan online
5	Beban
5.1	Beban transportasi
5.2	Beban sewa
5.3	Beban Upah
5.4	Beban komisi online
5.5	Beban komunikasi
5.6	Beban listrik

Tabel 3.1 memuat semua akun yang ada di Dapur Sagala Lada. Nomor akun ini digunakan untuk memudahkan pengklasifikasian transaksi yang terjadi sesuai klasifikasinya masing-masing.

Tabel 3.2
Klasifikasi Akun

	Tanggal	No. Akun	Nama Akun	Debit	Kredit
4					
5	01-Jan	1.3	Perlangkapan		500.000
6	02-Jan	1.3	Perlangkapan		200.000
7	03-Jan	1.3	Perlangkapan		100.000
8	04-Jan	1.3	Perlangkapan		50.000
9	09-Jan	1.3	Perlangkapan		1.000.000
10	10-Jan	1.3	Perlangkapan		500.000
11			Perediaan Total		2.350.000
12	08-Jan	4.1	Penjualan offline	200.000	
13			Penjualan offline Total	200.000	
14	07-Jan	4.2	Penjualan konsinyeai	300.000	
15			Penjualan konsinyeai Total	300.000	
16	06-Jan	4.3	Penjualan online	800.000	
17	11-Jan	4.3	Penjualan online	1.500.000	
18			Penjualan online Total	2.300.000	
19	05-Jan	5.1	Beban transportasi		50.000
20	14-Jan	5.1	Beban transportasi		50.000
21			Beban transportasi Total		100.000
22	13-Jan	5.2	Beban sewa		200.000
23			Beban sewa Total		200.000
24	12-Jan	5.5	Beban komunikasi		100.000
25			Beban komunikasi Total		100.000
26			Grand Total	2.800.000	2.750.000

Tabel 3.2 menjelaskan tentang gambaran umum transaksi yang terjadi selama beberapa hari. Dari tabel tersebut nantinya akan dijumlahkan sesuai dengan klasifikasinya masing-masing sehingga memudahkan Dapur Sagala Lada untuk mengetahui jumlah keseluruhan penerimaan atau pengeluaran dari setiap akunnya.

Tabel 3.3

Laporan Laba Rugi dan Laporan Perubahan Modal

Sagala Lada			
Laporan Laba Rugi			
Bulan Januari 2018			
No	Keterangan	Debet	Kredit
Pendapatan			
4.1	Penjualan offline	200.000	
4.2	Penjualan komisi/sale	300.000	
4.3	Penjualan online	2.500.000	
	Total Pendapatan	2.500.000	
Biaya Pokok Penjualan			
Perbaikan awal			
1.5	Pembelian	2.550.000	
	Perbaikan akhir	100.000	
	HPP	600.000	2.100.000
Laba kotor			
BEBAN - BEBAN			
5.1	Beban transportasi	100.000	
5.2	Beban sewa	200.000	
5.3	Beban gaji	-	
5.4	Beban komisi online	-	
5.5	Beban komunikasi	100.000	
	Total beban	400.000	210.000
	Laba bersih		210.000

1991			
Laporan Perubahan Modal			
Bulan Januari			
Keterangan	Debet	Kredit	Saldo Awal
Modal awal		5.000.000	5.000.000
+ ditambah : Laba bersih	210.000		210.000
- dikurangi : Pemilikan pribadi			
Modal akhir		5.210.000	5.210.000

Setelah semua transaksi di jumlahkan sesuai dengan akunnya masing-masing, maka tahapan selanjutnya adalah pembuatan laporan keuangan. Laporan keuangan sederhana yang diterapkan pada Dapur Sagala Lada adalah laporan sederhana berupa Laporan Laba Rugi dan Laporan Perubahan Modal. Dalam Tabel 3.3 digambarkan bahwa jumlah pendapatan dan beban berasal dari jumlah akun yang sudah di klasifikasikan pada Tabel 3.2 sehingga Dapur Sagala Lada hanya memindahkan angka saja, yang nantinya dapat diperoleh laba bersih di akhir periode. Laporan Perubahan Modal menggambarkan tentang kondisi modal Dapur Sagala Lada pada akhir periode. Tabel 3.3 menggambarkan bahwa modal Dapur Sagala Lada mengalami peningkatan karena ada tambahan dari perolehan laba bersih.

Program yang kami rancang ini hanya berupa sebuah file excel yang terdiri dari 5 sheets yang terintegrasi satu sama lainnya, yakni diantaranya:

1. Sheet1 : Data Pokok

The screenshot shows an Excel spreadsheet titled 'TABEL KODE DAN HARGA BARANG'. It contains a table with columns for 'Kode Bar', 'Nama Barang', and 'HARGA (Rp)'. The 'HARGA (Rp)' section has three columns: 'S' (Small), 'M' (Medium), and 'L' (Large). The 'Kode Bar' column uses a 3-letter code system (e.g., EBL, BAL, COK, HSB, JGM, KEI, REN, RWU, SEB). To the right, there's a legend for agents: 'S : SMALL (60 gr)', 'M : MEDIUM (120 gr)', 'L : LARGE (300 gr)', 'A : AGENT', 'R : RESELLER', 'E : ECERAN'. Below the main table, there's a section for 'HPP (Rp)' and 'URUKAN Harga' with values like 4.000, 7.000, and 20.000.

Gambar 3.3 Aplikasi Akuntansi Sheet 1: Data Pokok

Pada sheet pertama ini, dicantumkan data pokok dari produk-produk yang dijual seperti kode barang, harga jual dan harga pokok penjualan masing-masing produk. Dapur Sagala Lada saat ini memiliki 9 (sembilan) varian produk, delapan diantaranya berjenis makaroni, dan satu lainnya adalah kerupuk. Untuk memudahkan identifikasi dari kesembilan produk tersebut, maka pengkodean perlu dilakukan.

Kode barang dibuat dengan tujuan mengotomatisasi penginputan data transaksi setiap barang dengan cepat dan praktis ke setiap sheet lainnya dibandingkan harus mengetikkan nama barang secara lengkap. Pengkodean barang disini menggunakan sistem mnemonic, yakni menggabungkan tiga huruf yang mewakili nama barangnya. Adapun kolom kode barang (kolom B) diotomatisasi menggunakan rumus berikut.

`= IF(ISBLANK(C4);"";MID(C4; 10; 3))`

Pada tabel harga jual barang dilakukan pembedaan harga jual produk berdasarkan ukuran kemasan (*Small (S)*; *Medium (M)*; *Large (L)*) dan jalur pemasarannya (*Agent (A)*; *Reseller (R)*; *Eceran (E)*). Semakin banyak kuantitas barang yang dijual maka harga jual per unit semakin murah. Berikut daftar harga jual yang ditetapkan oleh Dapur Sagala Lada.

Tabel 3.4 Daftar Harga Jual Produk (Rp)

	A	R	E
S	5.000	6.000	7.000
M	10.000	12.000	14.000
L	25.000	30.000	35.000

Selain harga jual, perlu juga dimasukkan data harga pokok penjualan (HPP) agar pada akhir periode dapat diketahui berapa laba atau rugi yang diterima oleh Dapur Sagala Lada. HPP produk pada usaha ini dibedakan berdasarkan ukuran kemasan. Semua varian rasa diasumsikan memiliki modal yang sama, meskipun pada faktanya berbeda. Produsen berpendapat jika diberlakukan pembedan harga berdasarkan varian rasa, respon pelanggan cenderung negatif. Oleh karena itu, cara menyiasatnya adalah dengan melakukan subsidi silang antara varian rasa yang menelan biaya produksi rendah terhadap varian rasa yang memiliki biaya tinggi.

Pemikiran tersebut masih diterima karena skala usaha yang tengah dijalani ini masih kecil dan produk yang dijual bersifat homogen. Namun, sistem seperti ini tidak akan efisien jika diterapkan di perusahaan yang berskala menengah keatas karena akan menyebabkan penetapan harga yang tidak kompetitif, bisa underpriced atau overpriced. Perusahaan skala besar harus menerapkan sistem *Activity Based Costing* (ABC) dalam penetapan HPP-nya. Berikut ini daftar HPP produk masing-masing ukuran kemasan:

Tabel 3.5 HPP Produk

Ukuran	Isi (gram)	Biaya (Rp)
S	60	4.000
M	150	7.000
L	500	20.000

2. Sheet2 : Produksi

Gambar 3.4 Aplikasi Akuntansi Sheet2:

Hasil Produksi Barang

Keterangan : Angka yang tertera pada gambar merupakan simulasi

Lembar kedua ini menampilkan rincian jumlah dan jenis produk yang dihasilkan setiap kali produksi. Di dalam aplikasi sederhana ini tidak dimasukkan data tentang proses produksi dari bahan mentah menjadi barang jadi karena terlalu rumit untuk sebuah UMKM. Oleh karenanya, barang atau persediaan yang ada dianggap sudah dalam bentuk barang jadi layaknya pada perusahaan dagang.

Langkah pengisian lembar ini sangat sederhana. Setiap kali selesai produksi, pemilik tinggal menginputkan tanggal (kolom B), kode barang (kolom C) dan kuantitas setiap varian produk berdasarkan ukuran kemasannya (kolom F, H dan J) secara manual. Adapun kolom nama barang (kolom D) akan terisi otomatis dengan rumus berikut:

$$=IF(ISBLANK(C5);"";VLOOKUP(C5;POKOK!B4:C16;2;FALSE))$$

Kolom HPP setiap ukuran akan terisi dengan cara membuat hubungan (*link*) dengan sheet 1 pada tabel HPP.

3. Sheet3 : Penjualan

Sheet 3 memiliki fungsi yang sama dengan jurnal penjualan, yakni bertujuan mencatat seluruh transaksi penjualan yang terjadi, baik secara tunai maupun kredit. Berdasarkan cara pemasarannya, kini Dapur

Sagala Lada lebih mengutamakan penjualan secara tunai yang diperoleh melalui pasar online, baik untuk partai kecil maupun besar. Pemasaran secara offlinenyang pembayarannya bersifat tidak tunai masih dilakukan, namun secara terbatas. Pada aplikasi ini, pemilik Dapur Sagala Lada tidak merasa perlu untuk membedakan jurnal penjualan berdasarkan metode pemasarannya karena dirasa terlalu rumit. Oleh karena itu, semua penjualan diasumsikan bersifat tunai

Gambar 3.5 Aplikasi Akuntansi Sheet 3: Penjualan

Pada gambar diatas, pemilik Dapur Sagala Lada perlu menginput delapan kolom secara manual, yakni kolom-kolom berwarna putih. Sedangkan kolom-kolom berwarna merah akan otomatis terisi dengan menggunakan rumus sebagai berikut

- a. Kolom D : Nama BarangPengisian pada kolom ini sama seperti pada sheet sebelumnya.
- b. Kolom H : Harga Jual

$$= IF(F5 = "A"; VLOOKUP(E5; POKOK!E4: H6; 2; FALSE); IF(F5 = "R"; VLOOKUP(E5; POKOK!E4: H6; 3; FALSE); VLOOKUP(E5; POKOK!E4: H6; 4; FALSE)))$$

- c. Kolom I : Total Penjualan

$$= G5 * H5$$

- d. Kolom K : HPP

$$= IF(ISBLANK(E6); ""; (G6 * (VLOOKUP(PENJUALAN! E6; POKOK!E11: F13; 2; FALSE))))$$

- e. Kolom L : Keuntungan / Laba :

$$= SUMIFS(PENJUALAN!G5: G14; PENJUALAN!E5: E14; PERSEDIAAN!H4; PENJUALAN!C5: C14; PERSEDIAAN!B5)$$

- f. Kolom K :

$$= SUM(H5: J5)$$

- g. Kolom L :

$$= D5 - H5$$

- h. Kolom M :

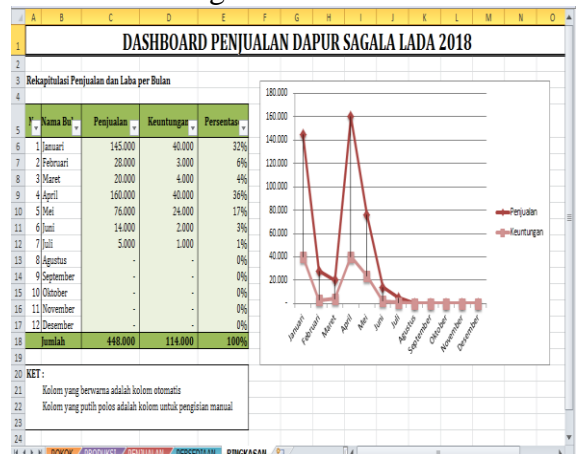
$$= IF(L5 = 0; ""; IF(L5 < 20; "Stok Kurang"; IF(L5 ≥ 100; Stok Aman; "Stok Sedang")))$$

- i. Kolom N – Q : Pengulangan rumus pada kolom L dan M

- j. Kolom R :

$$= SUM(L5: P5)$$

5. Sheet5 : Ringkasan



Gambar 3.7 Aplikasi Akuntansi Sheet 5: Ringkasan

Pada lembar terakhir ini pemilik akan dapat melihat secara keseluruhan performa penjualan dan laba yang diperoleh selama satu tahun. Angka pada kolom C dan D pada tabel ini akan terisi otomatis dengan link yang bersumber dari sheet 4. Sedangkan kolom E diisi dengan mempersentasekan angka pada kolom laba terhadap kolom penjualan.

Di sebelah kanan tabel ditampilkan sebuah grafik yang memvisualisasikan tren

angka penjualan dan laba sepanjang tahun. Dengan begitu, pemilik akan lebih mudah menyimpulkan kinerja usahanya dari bulan ke bulan, apakah naik, turun atau stabil.



Gambar 3.8
Kegiatan Pengajaran Sistem Informasi Akuntansi dengan Menggunakan Software Microsoft Excel

4. KESIMPULAN

Berikut ini adalah beberapa perbaikan terhadap kegiatan bisnis Dapur Sagala Lada :

a. Pengadaan Alat Berupa Etalase

Disini tim kami memberikan sebuah etalase kaca berukuran 1,5 meter.

b. Sistem Informasi Akuntansi

Disini tim kami berupaya memberikan kontribusi pemikiran dengan membuat sistem pembukuan otomatis sederhana menggunakan software Microsoft Excel.

Berdasarkan pengabdian yang telah tim kami lakukan, maka saat ini Dapur Sagala Lada telah memiliki tempat atau fasilitas yang memungkinkan pemilik menyimpan hasil produksinya agar tahan lamadan tidak terkontaminasi suhu dari proses produksi. Hal ini menyebabkan pemilik dapat memproduksi makaroni secara masal dan dapat langsung memenuhi pesanan yang datang.

Selain itu, pembukuan Dapur Sagala Lada saat ini sudah memadai. Pengelolaan keuangan pribadi dan perusahaan sudah terpisah dan sudah diterapkannya konsep kesatuan usaha (entity concept). Selain itu, pencatatan sudah dilakukan secara rutin dan

konsisten untuk setiap transaksi pembelian ataupun penjualan yang terjadi:

5. DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. 2012. Pedoman Pemberian Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga.
- Kieso, Donald E, dkk. 2011. *Pengantar Akuntansi*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management. 15th Edition*. New York. Prentice Hall. Pearson International edition.
- Singgih, Wibowo. 2007. *Pedoman Mengelola Perusahaan Kecil*. Jakarta: Niaga Swadaya.