

Pelatihan Foto Produk dan Penyusunan Laporan Keuangan bagi UMKM Kecamatan Genteng Kota Surabaya

Dian Palupi^{1*}, Suwitho², Teguh Gunawan Setyabudi³, Ulfah Setia Iswara⁴

¹⁻⁴*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*

*Correspondence author: dianpalupi@stiesia.ac.id

Abstrak

Kecamatan Genteng sebagai ikon kota Surabaya memiliki banyak sekali potensi ekonomi masyarakat khususnya di bidang kuliner dan handycraft yang harus terus digali untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang optimal. Tujuan dari program pengabdian ini adalah untuk memberikan pelatihan dan pendampingan pemasaran digital dan penyusunan laporan keuangan berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Menengah (SAK EMKM) untuk mendukung pengembangan usaha. Sasaran mitra usaha yakni para pelaku UMKM di Kecamatan Genteng yang bergerak dibidang kuliner dan handycraft terus berinovasi dalam memasarkan produk secara digital. Peserta UMKM pada umumnya telah lama berkecimpung dalam usahanya namun sebagian ada yang belum melakukan pelaporan keuangan. Kegiatan ini dilakukan melalui tahapan survey mitra, pelatihan dan pendampingan foto produk untuk meningkatkan penjualan dan pelaporan keuangan berdasarkan SAK EMKM bagi UMKM di Kecamatan Genteng, dan evaluasi atas implementasi pemasaran digital untuk memperluas cakupan penjualan dan keberlangsungan usaha di tengah tantangan persaingan yang semakin kompetitif. Hasil dari kegiatan ini, peserta UMKM memiliki kemampuan untuk melakukan foto produk dan melakukan pembukuan keuangan. Para pelaku UMKM menyadari pentingnya aplikasi pemasaran melalui online, serta pencatatan keuangan usaha.

Kata Kunci: Kecamatan Genteng, foto produk, laporan keuangan

Abstract

Genteng District as an icon of the city of Surabaya has a lot of economic potential for the community, especially in the culinary and handicraft sectors, which must continue to be explored to achieve optimal economic growth. The purpose of this community service program is to provide training and assistance in digital marketing and the preparation of financial reports based on the Financial Accounting Standards for Micro, Small and Medium Entities (SAK EMKM) which aims to support business development. Business partners, namely MSME actors in Genteng District who are engaged in the culinary and handicraft sectors, continue to innovate in marketing products digitally. MSME participants have generally been involved in their businesses for a long time, but some have not yet reported their finances. This activity is carried out through stages of partner surveys, training and assistance in product photos to increase sales and financial reporting based on SAK EMKM for MSMEs in Genteng District, and evaluation of the implementation of digital marketing to expand the scope of sales and business sustainability amidst increasingly competitive challenges. The result of this activity is that UMKM participants have the ability to take product photos and do financial bookkeeping. MSME actors realize the importance of online marketing applications, as well as recording business finances.

Keywords: Genteng District, product photos, financial reports

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) menjadi pendorong perekonomian yang diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Saat ini, UMKM sedang dalam tren yang positif dengan jumlahnya yang terus bertambah setiap tahunnya. Tren positif ini akan berdampak baik bagi perekonomian Indonesia.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, kontribusi UMKM terhadap PDB Nasional sebesar 60,5%. Ini menunjukkan bahwa UMKM yang ada di Indonesia sangat potensial untuk dikembangkan hingga dapat berkontribusi lebih besar lagi bagi perekonomian (Kementerian Keuangan RI, 2023). Kreatifitas dan kemampuan masyarakat dalam menyalurkan ide dan kreasinya dengan memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia diwujudkan dalam beragamnya produk UMKM. Berkembangnya UMKM akan memiliki dampak pada pengembangan potensi ekonomi masing-masing daerah. Berdasarkan Laporan Kinerja Dinas Koperasi dan UMKM (2023), diketahui terjadi peningkatan produktivitas usaha mikro menjadi 16,41%. Adapun pengembangan masyarakat meliputi proses aktif antara fasilitator dengan masyarakat yang diberdayakan melalui peningkatan pengetahuan, keterampilan, pemberian berbagai kemudahan, serta pemberian peluang untuk mencapai akses sumber daya yang unggul dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Bhinadi, 2017). Pengembangan ekonomi dapat berupa peningkatan produk lokal dengan didukung kreatifitas masyarakat setempat. Masyarakat setempat dapat mewujudkan kemandirian ekonomi dan peningkatan kesejahteraan. Upaya pengembangan ekonomi dapat dijalankan melalui: a) mempersiapkan pribadi masyarakat dengan jiwa kewirausahaan dan b) memberantas kemiskinan dengan memberikan pendidikan yang memadai (Muhajir, 2017).

Kota Surabaya memiliki banyak potensi usaha yang menjadi sumber mata pencarian utama penduduk di sekitarnya, mulai dari industri makanan, industri kerajinan, industri tekstil, dan industri agrobisnis yang semuanya dapat berkembang pesat, serta memiliki tempat di hati masyarakat. Selalu saja ada ide/gagasan dalam bentuk oleh-oleh misalnya dan hal ini dapat memunculkan minat konsumen untuk membelinya. Kemajuan ekonomi di kota Surabaya didukung oleh peran Usaha Mikro, Kecil Menengah (Hendrati, 2024). Pada industri makanan, banyak sekali pelaku UMKM yang tumbuh di bidang makanan antara lain kue, makanan berat berupa ikan bakar, maupun camilan seperti siomay. Dalam industri tekstil terdapat banyak pelaku UMKM yang menghasilkan kerudung, sprei, baju, dan jenis pakaian lainnya yang banyak dijual pada pusat grosir maupun melalui pameran produk UMKM. Pada industri agrobisnis, banyak pelaku UMKM yang bergerak di wisata taman edukasi serta wisata mangrove. Industri kerajinan tangan banyak muncul industri kreatif seperti kerajinan tangan, handicraft, bunga kertas, bidang kesenian, dan lain sebagainya. Bahan utama dari beberapa hasil produk menggunakan bahan baku lokal. Untuk pengguna dari beberapa produk UMKM adalah konsumen luar negeri, namun sebagian besar konsumen dari barang-barang hasil UMKM adalah konsumen lokal. Pemerintah Kota Surabaya memberikan peluang yang cukup besar bagi pelaku UMKM di wilayahnya agar dapat terus tumbuh dan menyokong perekonomian kota (Indrasari, 2024).

Kecamatan Genteng merupakan salah satu kecamatan di wilayah Kota Surabaya dengan potensi sumber daya yang sangat memadai. Banyak sekali UMKM yang terdapat di Kecamatan Genteng dengan berbagai hasil produk UMKM. Dalam menjalankan usaha, para wirausaha ini tentu menghadapi permasalahan yang kompleks. Umumnya, permasalahan utama yang dihadapi UMKM yakni akses terbatas terhadap modal, kurangnya infrastruktur pendukung dan kendala dalam pemasaran dan distribusi produk (Yolanda, 2024). Masalah utama yang dihadapi UMKM di Kecamatan Genteng adalah tentang pemasaran. Bagaimana usaha dapat terus beroperasi dan terus semakin berkembang melalui banyaknya pesanan (order) atas produk yang dihasilkan. Di tengah kondisi pasca pandemi, tentu penjualan produk mengalami dampak

yang signifikan. Volume penjualan produk UMKM cenderung sepi dan semakin menurun. Bila hal ini tidak segera diatasi maka akan berlanjut pada keberlangsungan usaha yang tidak menentu. Media produk berupa tampilan yang menarik konsumen dapat menjadi salah satu upaya yang dapat dilakukan agar produk dapat dikenal dan dilakukan pemesanan oleh konsumen. Oleh karenanya, UMKM diberikan pelatihan foto produk yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan para pelaku UMKM untuk menarik minat konsumen. Menurut Afriandari (2023) fotografi produk merupakan teknik untuk mengambil sebuah produk dengan tujuan menjelaskan bentuk, fungsi dan informasi lainnya dari produk tersebut. Pelaku UMKM harus berpindah mengikuti perkembangan teknologi yang terus berkembang seiring dengan perubahan gaya hidup konsumen. Pemasaran yang dilakukan secara digital diharapkan mampu mendongkrak penjualan produk kuliner dari UMKM di tengah melesatnya penggunaan internet dan aplikasi online seperti GoFood, Grabfood, Shopeefood, Paxel, dan lain sebagainya. Selain itu dukungan media social seperti instagram dianggap kompeten untuk mendukung peningkatan penjualan produk kuliner di Kecamatan Genteng Kota Surabaya. Selain itu, penyusunan laporan itu penting untuk menyampaikan informasi perkembangan usaha terkait posisi keuangan (aset, liabilitas dan ekuitas) serta kinerja keuangan (laba dan rugi) sekaligus sebagai bahan evaluasi atas kinerja usaha yang telah dijalankan. Menurut Dewi et al (2022) dengan adanya pengelolaan keuangan yang baik meliputi perencanaan keuangan, pencatatan keuangan, pemisahan keuangan pribadi dan keuangan usaha memiliki dampak terhadap kinerja UMKM.

Mitra UMKM di Kecamatan Genteng mengalami beberapa permasalahan dan dapat diatasi dengan melalui pelatihan dan pendampingan yang bertujuan untuk menarik minat konsumen dengan tampilan foto produk dan pemasaran digital bagi UMKM di Kecamatan Genteng Kota Surabaya, serta meningkatkan upaya pelaporan usaha dengan penyusunan laporan keuangan berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Menengah bagi para pelaku UMKM di Kecamatan Genteng Kota Surabaya.

Solusi atas permasalahan ini adalah memberikan pelatihan dan pendampingan bagaimana cara menampilkan visual produk melalui sebuah foto serta bagaimana memasarkan produk secara online agar dapat memperluas cakupan penjualan dan bagaimana berkomunikasi dengan pelanggan agar tertarik pada produk yang dihasilkan secara menarik. Selain itu, kegiatan pendampingan bertujuan untuk meningkatkan motivasi dan semangat untuk pengembangan dan kesinambungan dan meningkatkan daya inovasi dan kreativitas para pelaku UMKM Kecamatan Genteng Kota Surabaya. Diberikan juga sosialisasi tentang Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro kecil dan Menengah sebagai salah satu standar akuntansi dalam membuat laporan keuangan usaha sebagai upaya pemisahan keuangan usaha dengan keuangan rumah tangga.

II. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan bagi UMKM Kecamatan Genteng Kota Surabaya pada tahun 2023. Sasaran kegiatan ini pelaku UMKM di bidang kuliner (makanan minuman) dan handycraft. Jumlah peserta adalah 32 UMKM. Kegiatan dilakukan secara berkesinambungan melalui tahapan sebagai berikut:

- a) Identifikasi masalah (mapping) secara online; mengidentifikasi masalah dari masing-masing UMKM menggunakan indikator yang telah ditetapkan oleh STIESIA Surabaya. Dari daftar pertanyaan tersebut

bisa dipetakan untuk masing-masing indikator Strength-Weakness-Opportunity-Threat (S.W.O.T) dari tiap UMKM. Selain itu, hasil diskusi dengan pihak kecamatan bahwa permasalahan utama di bidang pemasaran.

- b) Pelatihan dan pendampingan secara offline dan online melalui tatap muka secara langsung dan whatsapp group. Pelatihan dan pendampingan dilakukan pada 25 mitra UMKM yang terdapat di Kecamatan Genteng. Hal ini bertujuan untuk memudahkan penyampaian materi. Pendalaman materi disampaikan melalui forum tanya jawab selama pelatihan dan pendampingan online dan offline.
- c) Monitoring evaluasi (monev) secara online mengenai materi melalui pengisian kuesioner maupun output yang diminta setelah tahapan pendampingan seperti profil media platform digital UMKM melalui media sosial. Hasil dari tahapan ini berguna untuk bahan evaluasi yang bisa digunakan sebagai landasan di pengabdian selanjutnya.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kecamatan Genteng merupakan salah satu kecamatan di wilayah Kota Surabaya dengan potensi sumber daya yang sangat memadai. Banyak sekali UMKM yang terdapat di Kecamatan Genteng dengan berbagai hasil produk UMKM. Produk berupa makanan dan minuman serta handicraft masih menjadi andalan ciri khas Kecamatan Genteng yakni UMKM di wilayah Peneleh. Peneleh sebagai salah satu ikon wisata kota Surabaya didukung dengan sumber daya yang terus berinovasi menghasilkan produk-produk yang berkualitas antara lain berupa handicraft batik Surabaya, beragam hasil karya dari kanvas dan seni lukis, serta makanan dan minuman yang menarik untuk menjadi ide usaha para pelaku UMKM di Kecamatan Genteng Kota Surabaya. Langkah pertama melakukan survey pendahuluan untuk identifikasi masalah UMKM dan cara mengatasinya, disajikan pada gambar sebagai berikut:



Gambar 1. Survey pendahuluan dengan Camat Genteng

Adapun UMKM yang terdapat di Kecamatan Genteng sebagai peserta pelatihan dan pendampingan sebagai berikut:

Tabel 1. UMKM di Kecamatan Genteng Kota Surabaya

No	Nama UMKM
1	Batik Peneleh
2	Batik Shibory Cak Markeso Ketandan
3	Batik Ecoprint Srikandi Handy Craft
4	Batik Ecoprint Oase Ondomohen
5	Tiga Srikandi Roemah Batik Ketandan
6	Padat Karya Bagong Bang
7	Sulistiana (Noru Cookies)
8	Nur Umamah (Noru Cookies)
9	Kaos Peneleh (Kampoeng Soekarno)
10	Jajagih
11	D'Zaciko
12	Sinom Surabaya UMKM Peneleh
13	Mandiri Sejahtera UMKM Peneleh
14	Waroeng Cak Hery UMKM Peneleh
15	Zumas UMKM Peneleh
16	V-One UMKM Peneleh
17	Verrinza Design & Art/Food UMKM Peneleh
18	Kusuma UMKM Peneleh
19	Erins Kitchen UMKM Peneleh
20	Warung Lumintu UMKM Peneleh
21	Flamboyan UMKM Peneleh
22	Griya Azzahra UMKM Peneleh
23	Golden Kitchen UMKM Peneleh
24	Fafira UMKM Peneleh
25	Ondomohen
26	D'Arum Markotop
27	Dapoer Asgal
28	Dapur Bunda
29	Lily Cake and Cookies
30	Pawon Nyai Dasima
31	Denil Puding
32	Mie Bonek

UMKM di Kecamatan Genteng diberikan pelatihan tentang foto produk untuk meningkatkan penjualan dan penyusunan laporan keuangan berdasarkan SAK EMKM.



Gambar 2. Kegiatan pelatihan dan pendampingan

Afriandari (2023) menjelaskan tentang manfaat fotografi produk adalah 1) meningkatkan kepercayaan calon konsumen, 2) meningkatkan nilai jual, 3) membangun branding bisnis, dan 4) membantu upaya pemasaran. Menurut Febriyanti dan Farida (2023) adanya foto produk yang baik bisa meningkatkan keputusan konsumen dalam membeli produk. Adanya foto produk yang menarik bisa mempengaruhi minat seseorang untuk lebih dalam mengenali produk. Berikut beberapa hasil foto produk oleh UMKM:



Gambar 3. Hasil Foto Produk UMKM

Untuk pembukuan sederhana, banyak pedagang (mitra UMKM) yang tidak melakukan pencatatan keuangan dengan baik sehingga mereka kesulitan untuk mengetahui laba dan rugi usaha yang telah dijalankan. UMKM sebaiknya melakukan pemisahan keuangan pribadi dan keuangan usaha untuk mengetahui kinerja keuangan (Dewi et al. 2022). Selain itu, dalam penentuan harga pokok produk, mayoritas pedagang tidak bisa menetapkan harga yang pas, entah harga tersebut lebih mahal atau lebih murah dan berapa keuntungan yang diperoleh. Selanjutnya kegiatan monitoring dan evaluasi atas manajemen pemasaran dan pelaporan keuangan melalui online. Implementasi diwujudkan melalui pendampingan tentang pembukuan sederhana bagi UMKM. Dokumentasi Kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai berikut:



Gambar 4. Dokumentasi Kegiatan

IV. KESIMPULAN

Mitra UMKM memperoleh pengetahuan dan wawasan yang baru tentang foto produk dan pelaporan keuangan. Pada kegiatan selanjutnya mitra berencana akan diberikan pelatihan perpajakan dan perhitungan harga pokok penjualan agar pelaku UMKM dapat lebih tepat dalam menetapkan harga jual. Selain itu pelatihan dan pendampingan tentang penggunaan aplikasi e-commerce agar produk semakin dikenal oleh konsumen dan berdampak pada peningkatan penjualan dan kesinambungan usaha. Kerjasama STIESIA Surabaya dengan Kecamatan Genteng diharapkan dapat terus terjalin dengan baik. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diterapkan melalui pelatihan dan pendampingan foto produk dan pelaporan keuangan ini dapat memberi manfaat kepada khalayak luas, maka selanjutnya diberikan rekomendasi: 1) Perlu adanya kesinambungan kegiatan dan evaluasi setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan, sehingga para pelaku UMKM di Kecamatan Genteng Kota Surabaya dapat berkontribusi dalam pengembangan UMKM di Indonesia. 2. Materi edukasi hendaknya langsung dihadapkan pada permasalahan

yang dihadapi oleh pelaku UMKM sehingga dalam edukasi lebih banyak dilakukan dalam diskusi dan sharing pengetahuan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya, Camat dan perangkat kerja di lingkungan Kecamatan Genteng, serta seluruh UMKM Kecamatan Genteng Kota Surabaya yang telah mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriandari, R. (2023). Fotografi Produk Tingkatkan Penjualan Bisnis Daring. <https://disperindag.jatimprov.go.id/post/detail?content=fotografi-produk-tingkatkan-penjualan-bisnis-daring>.
- Bhinadi, A. (2017). *Penanggulangan Kemiskinan dan Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus Daerah Istimewa Yogyakarta)*. CV Budi Utama, Yogyakarta.
- Dewi, I. K., M. Y. R. Pandin, dan A. Daengs. (2022). Peningkatan Kinerja UMKM Melalui Pengelolaan Keuangan. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 7 (1), p.23-36.
- Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan Perdagangan Kota Surabaya. (2023). *Laporan Kinerja Nomenklatur Pohon Kinerja*. Surabaya.
- Febriyanti, T. dan S. N. Farida. (2023) Peran Foto Produk Sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Volume Penjualan Produk UMKM Desa Karang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), p.20-27. <https://doi.org/10.55606/jpkm.v2i3.168>.
- Hendrati, I. M. (2024). Tingkatkan Potensi UMKM Surabaya dengan Ekonomi Sirkular. *KIPRAH: Knowledge, Innovative, Productive, Resilient, Agile, Honest*. July.
- Indrasari, Y. (2024). UMKM Surabaya Terbukti Bangkitkan Perekonomian. <https://rri.co.id/index.php/umkm/694923/umkm-surabaya-terbukti-bangkitkan-perekonomian>
- Kementerian Keuangan RI. (2023). *Kontribusi UMKM dalam Perekonomian Indonesia*. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomianindonesia.html>.
- Muhajir, A. (2017). Pola Pemberdayaan ZIS Yayasan Lima Belas Juli (Yaliju) dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Dhuafa. *Jurnal Bimas Islam*, 10, p. 9-10.
- Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2 (3), <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>.