

PENERAPAN SISTEM PEMASARAN TERPADU DAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PADA SENTRA INDUSTRI PENGOLAHAN BERBASIS KEDELAI

Sri Wahjuni Latifah

Ringkasan

Home industri kerajinan olahan berbasis kedelai Di Desa Beji Batu Jawa Timur sangat potensial untuk dikembangkan. Terdapat kurang lebih 600 pengusaha di seluruh Desa Beji. Kapasitas produksi tiap pengusaha berkisar 10 kg kedelai perhari, dengan daerah pemasaran yang cukup luas, maka sebaiknya dikelola dengan manajemen yang baik. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan pengetahuan pengusaha dalam bidang pemasaran, membantu penyusunan Harga Pokok Penjualan dan laporan Laba Rugi. Melalui penyuluhan dan pelatihan kepada pengurus Kelompok Pengrajin maka hasil kegiatan ini dapat diketahui bahwa alternatif produk olahan berupa kripik tempe lebih menguntungkan dari sisi keuangan.

Berkaitan dengan penerapan sistem informasi akuntansinya, kelompok pengrajin sudah dapat dikatakan siap melaksanakan meskipun masih sederhana yaitu sebatas Buku Kas Masuk dan Kas Keluar, serta Laporan Laba Rugi. Hal ini dapat dilihat dari sumber daya manusia yang cukup dan seperangkat dokumen sebagai dasar penyusunan informasi keuangan.

Kata Kunci: Pemasaran Terpadu, Sistem Akuntansi, Harga Pokok Penjualan

A. PENDAHULUAN

Pengusaha kecil umumnya tidak mengetahui secara pasti kondisi perusahaan yang di kelolanya. Umumnya mereka tidak memiliki catatan-catatan lengkap yang diperlukan untuk mengetahui kondisi perusahaannya. Kinerja perusahaan dapat dilihat dari kinerja pemasaran) dan kinerja keuangan perusahaan. Pada dasarnya informasi keuangan digunakan sebagai dasar menentukan dan menilai posisi keuangan serta hasil-hasil yang dicapai. Selain itu, informasi keuangan bertujuan memberikan informasi yang diperlukan oleh pihak yang membutuhkan, baik pihak intern maupun pihak ekstern. Sedangkan aspek pemasaran merupakan kegiatan yang terkait dengan bagaimana suatu produk itu diterima oleh konsumen, yang pada umumnya meliputi kegiatan tentang kebijakan penetapan harga, yang terkait

¹ Staf FE Universitas Muhammadiyah Malang

dengan bidang-bidang spesifik seperti pengenalan produk baru atau kegiatan distribusi lainnya.

Salah satu strategi pemerintah untuk meningkatkan pendapatan Negara adalah diberlakukannya peraturan tentang keharusan semua warga Negara mempunyai WP (Nomor Pokok Wajib Pajak) mulai tahun 2005. Konsekuensinya, semua gusaha harus mempunyai laporan keuangan sebagai dasar untuk menentukan sarnya pajak yang harus dibayar. Peraturan ini akan menjadi persoalan tersendiri bagi usaha kecil, dimana mereka tidak mempunyai catatan akuntansi sebagai dasar untuk nentuan laporan keuangan.

Hal-hal tersebut diatas menjadi sebuah permasalahan pada industri kecil olahan basis kedelai yang ada di Beji Kota Batu. Pada umumnya pengusaha belum empunyai catatan akuntansi yang baik sehingga pengusaha tidak dapat menyusun ormasi keuangan (laporan keuangan) sebagai dasar penentuan harga pokok produk, penentuan besarnya pajak, mengetahui perkembangan usaha serta tidak dapat engembangkan modal usaha melalui dana pinjaman bank (kreditur). Demikian pula pemasaran sebagai pendukung kelangsungan hidup usahanya belumlah efektif bagaimana tujuan yang diinginkan. Pemasaran yang selama ini hanya bersifat tradisional, dijual dipasar tradisional, kemasan yang tidak menarik dan harga yang tidak bersaing, mengakibatkan pengusaha sulit untuk mengembangkan usahanya.

Desa Beji salah satu desa yang terletak di Kecamatan Dau Kota Batu. Luas ahnya 283.902 hektar, dengan lokasi 700 meter di atas laut, curah hujan berkisar 0 m, suhu

udara rata-rata 27 derajat celcius merupakan daerah potensial untuk embangkan industri olahan berbasis kedelai. Bahan baku yang mudah diperoleh, tenaga kerja yang murah dan jumlah permintaan yang tinggi menjadikan Desa Beji sangat tensial untuk dikembangkan lebih lanjut sebagai penopang perekonomian Bangsa onesia. Di Desa Beji terdapat sekitar 176 pengusaha yang terdiri dari 90 orang (51.13%) pengusaha tempe, 86 pengusaha tahu (48.87%). Modal usaha berkisar Rp. .000 sampai Rp. 1.250.000, tenaga kerja berkisar 4 sampai 6 orang. Dari 176 gusaha tersebut sekitar 60% sebenarnya telah mempunyai dokumen sumber sebagai transaksi penjualan atau pembelian bahan baku (Didik & Latifah, 2004). Meskipun demikian sekitar 70% dari pengusaha tersebut mereka tidak melakukan proses pencatatan dan penyusunan informasi keuangan. Hal ini sebagai bukti bahwa pengusaha tersebut sebenarnya sudah siap untuk menyusun informasi keuangan. Demikian juga faktor pemasaran produk yang cukup luas karena hampir semua produk tempe, tahu telah pasarkan di Kota Malang (sekitar 30%), Kabupaten Malang (kurang lebih 20%) samping di Kota Batu sendiri (sekitar 50% dari produksi).

1. Perumusan Masalah

Uraian di atas dapat dirumuskan persoalan-persoalan yang terjadi pada industri lahan berbasis kedelai yang ada di Beji Kota Batu meliputi:

- a. Kurangnya keahlian atau pengetahuan manajemen dalam bidang pemasaran, karena usaha kecil tersebut merupakan pengusaha yang maju atas usaha sendiri dan tida menerapkan teknik

pemasaran modern dan cenderung dengan cara pemasaran tradisional.

- b. Tidak ada informasi keuangan sehingga pengusaha tidak dapat menilai kinerja usahanya dan tidak dapat mengembangkan usaha dari faktor permodalan asing (pinjaman Bank)
- c. Tidak ada catatan keuangan sehingga pengusaha tidak dapat menilai apakah harga pokok produksinya telah ditetapkan dengan tepat tidak terlalu tinggi atau rendah.

2. Tujuan Kegiatan Dan Manfaat Kegiatan

2.1 Tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini adalah:

- a. Meningkatkan pengetahuan pengusaha dalam bidang pemasaran, membuat usulan diversifikasi produk serta membuat model saluran distribusi bagi sentra industri pengolahan berbasis kedelai di Beji Kota Batu sehingga dapat meningkatkan pemasaran produk.
- b. Membantu penyusunan laporan keuangan sentra industri kecil pengolahan berbasis kedelai di Beji Kota Batu yang pada akhirnya sebagai bahan untuk melakukan penilaian usahanya, memudahkan mendapatkan pengajuan kredit bank, dan sebagai bahan informasi untuk menghitung besarnya pajak penghasilan
- c. Menentukan besarnya harga pokok produksi dan harga jual produk selamaperiode akuntansi tertentu.

2.2 Sedangkan manfaat kegiatan ini adalah:

- a. Dari sisi ekonomi, maka kegiatan ini akan bermanfaat bagi sentra industri kecil olahan berbasis kedelai di Beji Kota Batu untuk mengembangkan usahanya dari sisi pemasaran dan akuntansi. Memudahkan industri kecil untuk menyusun laporan keuangan sehingga dapat menentukan harga pokok produk dan menentukan besarnya pajak penghasilan.
- b. Sedangkan bagi pengembangan ilmu pengetahuan, maka kegiatan ini dapat digunakan sebagai informasi untuk pengembangan lebih lanjut model suatu sistem pemasaran dan sistem informasi akuntansi yang sesuai untuk industri kecil.

3. Tinjauan Pustaka

3.1 Strategi Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan bagaimana sebuah produk diterima di pasar (konsumen). Marketing mix merupakan sebuah strategi yang dilakukan untuk tujuan pemasaran. Unsur-unsur yang ada dalam marketing mix dikenal dengan product, price, place and promotion. Keunggulan pemasaran dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti, ciri- ciri jenis perusahaan (ukuran perusahaan), diferensiasi kebutuhan pembeli, dan spesifik dalam merancang strategi pemasaran (Cra-vens,1999).

3.2 Desain Strategi Pemasaran

a. Strategi Pasar Sasaran

yaitu memilih konsumen yang akan dilayani manajemen dalam pasar-produk. Jika kebutuhan dan keinginan pembeli

bervariasi, pasar sasaran biasanya terdiri atas satu atau lebih segmen pasar.

b. Strategi Penentuan Posisi

Strategi ini merupakan kombinasi antara strategi produk, saluran distribusi, harga dan promosi yang digunakan oleh perusahaan untuk menentukan posisinya terhadap pesaing utama. Strategi ini disebut Marketing Mix atau bauran pemasaran.

c. Strategi Produk Baru

Proses perencanaan produk baru dimulai dengan mengidentifikasi kesenjangan kepuasan konsumen. Perbedaan antara atribut produk yang ada dan keinginan konsumen merupakan peluang untuk memperbaharui dan meningkatkan produk.

3.3 Pengembangan Program Pemasaran

a. Strategi Produk/Jasa

Untuk memilih strategi produk, perusahaan memerlukan informasi terbaru dan mengantisipasi kinerja produk/jasa dalam perusahaan, yang meliputi:

- penilaian konsumen terhadap produk perusahaan. Khususnya kekuatan dan kelemahan di banding pesaing.
- Informasi yang obyektif terhadap kinerja produk yang nyata dan terantisipasi berdasarkan kriteria seperti penjualan, profil dan pangsa pasar.

Strategi produk meliputi: (a) pengembangan rencana produk baru, (b) pengelolaan program untuk keberhasilan produk, dan (c) pemilihan strategi untuk mengatasi produk bermasalah (seperti pengurangan Maya atau meningkatkan mutu produk).

b. Strategi Distribusi, Harga dan Promosi

Salah satu tantangan utama dalam mengelola bauran pemasaran adalah mengkombinasikan komponen bauran pemasaran secara efektif. Strategi distribusi meliputi pemilihan tentang jenis organisasi saluran distribusi yang akan digunakan, dan intensitas distribusi sesuai dengan produk atau jasa. Strategi penetapan harga, ditentukan oleh faktor-faktor seperti: reaksi konsumen terhadap alternatif harga, biaya produksi, harga pesaing serta faktor hukum dan etika lainnya. Sedangkan Strategi Promosi dapat dilakukan melalui strategi iklan, promosi penjualan, penjualan personal dan hubungan masyarakat (Public relation).

3.4 Sistem Akuntansi

Bodnar dan Hopwood (1995:181) menyatakan bahwa system akuntansi suatu organisasi terdiri dari metode dan catatan-catatan yang dibuat untuk mengidentifikasi, mengumpulkan, menganalisis, mencatat dan melaporkan transaksi-transaksi organisasi. Sistem informasi akuntansi adalah kumpulan sumber daya yang diatur untuk mengubah data menjadi informasi yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan.

Sistem akuntansi meliputi unsur-unsur sebagai berikut:

- Formulir

Sekalipun jenis kegiatan perusahaan sate dengan yang lain berbeda-beda, namun demikian sebagian besar dalam pencatatan dibutuhkan formulir atau blangko yang dicetak seperti faktur penjualan, bukti penerimaan kas, bukti pengeluaran kas dan lain sebagainya.

- **Buku Catatan**
Buku catatan ini biasanya terdiri dari buku catatan pertama dalam bentuk buku harian atau jurnal, buku besar, buku pembantu dan laporan.

- **Prosedur**
Sistem dan prosedur perusahaan umumnya meliputi:

- a. Sistem produksi dan Maya yang terdiri dari:
 - a.1 prosedur pengawasan produk
 - a.2 prosedur perhitungan dan kalkulasi Maya
 - a.3 prosedur pengawasan persediaan
- b. Sistem pembelian bahan baku dan pengeluaran terdiri dari:
 - b.1 Prosedur pemilihan bahan
 - b.2 Prosedur penerimaan barang
 - b.3 Prosedur pencatatan hutang
- c. Sistem kepegawaian dan penggajian terdiri dari:
 - c.1 Prosedur pencatatan waktu kerja dan prosedur penggajian

- **Alat-alat**
Alat adalah peralatan atau mesin yang digunakan untuk menghasilkan laporan yang memberikan kemudahan dalam menyelesaikannya, kegunaan system dan prosedur dalam sistem akuntansi agar cara menciptakan dan menyusun dengan baik adalah:

- a. Sistem akuntansi harus dapat memberikan informasi yang sistematis dengan memenuhi prinsip cepat dan tepat waktu serta dapat memenuhi kebutuhan

- b. Sistem akuntansi harus memenuhi prinsip aman dan mempunyai internal kontrol sehingga dapat menjamin kekayaan perusahaan
- c. Sistem akuntansi harus memenuhi prinsip efisiensi biaya dimana dapat memegang timbulnya biaya yang sudah dibuatkan sistem.

3.5 Tugas - tugas Sistem Akuntansi

Kegiatan dari sistem informasi akuntansi agar dapat berguna yaitu:

- a. pengumpulan data
- b. pengklasifikasian data
- c. pemrosesan pengolahan data
- d. pengelolaan data
- e. Output dalam bentuk dokumen dan laporan

Sistem informasi berkembang mengikuti pertumbuhan organisasi dari perusahaan itu sendiri. Artinya bahwa suatu system informasi yang baru akan menggantikan system yang lain bila sudah tidak memadai untuk memenuhi kebutuhan informasi organisasi perusahaan saat ini.

3.6 Pemrosesan Transaksi Akuntansi

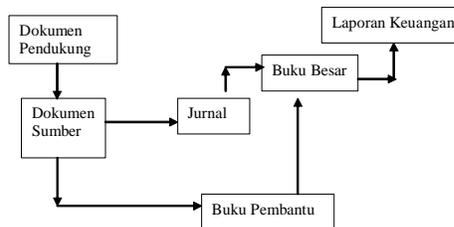
Nurchamid dan Pujiastuti(1988: 31) menyatakan pemrosesan transaksi mempunyai siklus tersendiri. Setiap jenis transaksi akuntansi menempuh proses tertentu yang meliputi urutan tertentu. Dari fungsinya di dalam proses pengumpulan dan pengolahan data akuntansi, dokumen dan alat yang digunakan antar lain adalah:

- a. Dokumen dasar atau bukti transaksi berupa formulir.

- b. Jurnal merupakan buku catatan pertama terhadap transaksi-transaksi yang terjadi dan sebagai alat untuk menggolong-golongkan transaksi menurut sifat atau jenisnya misalnya: transaksi penjualan, pembelian, penerimaan kas dan pengeluaran kas.
- c. Buku besar merupakan kumpulan dari rekening-rekening pembukuan yang akan disajikan ke dalam laporan keuangan.
- d.. Buku pembantu merupakan kumpulan dari rekening pembukuan yang diselenggarakan untuk mencatat data perincian dari setiap rekening buku besar yang dianggap perlu diketahui perinciannya.
- e. Neraca saldo merupakan daftar saldo darin setiap pembukuan yang digunakan sebagai alat penguji kebenaran dan ketelitian mekanisme pencatatan transaksi dan sebagai penyusunan laporan keuangan.

3.7 Sistem Pelaporan Keuangan

Siklus-siklus transaksi memberikan kerangka sistematis untuk menganalisis system dan merancang sistem informasi akuntansi yang di dalamnya terdapat tujuan.(Mulyadi, 2001). Tujuan ini merupakan bagian integral dari struktur pengendalian intern perusahaan yang menyarankan tindakan-tindakan yang harus diambil dalam perusahaan untuk mengatur dan mengarahkan aktivitas perusahaan. Unsur-unsur pemrosesan dan pengolahan data akuntansi dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber: Mulyadi (2001:15)

B. METODE PENERAPAN IPTEKS

Untuk memecahkan masalah tersebut di atas maka untuk bidang pemasaran pendekatan marketing mix yang meliputi: pengembangan produk melalui diversifikasi produk harga yang tepat. Sedangkan untuk menghitung harga pokok dan harga jual produk tempe maupun kripik tempe ditentukan dengan katan Full Costing.

1. Penentuan saluran /model distribusi (promotion) yang tepat, yakni dibentuknya outlet usus produk olahan berbasis kedelai sebagai ciri khas oleh-oleh Malang. Sedangkan untuk memecahkan masalah bidang sistem informasi akuntansi gunakan pendekatan:

1.1 Input

Pengumpulan dan pencatatan dalam dokumen sumber untuk setiap transaksi seperti bukti pembelian bahan baku, pembayaran upah dan bukti transaksi penjualan.

1.2 Proses

Pengklasifikasian serta pencatatan dalam jurnal, buku besar serta penyusunan kertas

1.3 Out Put

Penyusunan informasi keuangan yaitu Laporan Laba Rugi sebagai dasar untuk

menilai keberhasilan usahanya sampai pada penentuan besarnya pajak penghasilan yang harus bayar dan untuk kepentingan pengajuan kredit pada Bank.

1.4 Penentuan saluran/model distribusi (Promotion) yang tepat.

Untuk menunjang keberhasilan pelaksanaan kegiatan ini khalayak sasaran tegisnya adalah pengurus kelompok usaha dan pengrajin potensial sehingga dapat dan mudah menyerap informasi dan dapat mendesiminasikan pengetahuan kepada anggota kelompok atau pengrajin lain. Dalam kegiatan ini diikuti oleh dua puluh dua ketua beserta pengurusnya.

Sedangkan Metode kegiatan yang digunakan meliputi:

1. Konsultasi
2. Kursus singkat (pelatihan)
3. Pemantauan dan pendampingan

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Manajemen Pemasaran

Setelah dilakukan pengamatan dan wawancara terhadap model pemasaran pada kelompok pengrajin tempe dan tahu di Desa Beji, maka dapat diketahui bahwa sebenarnya market share produk tersebut cukup tinggi. Namun volume penjualannya masih rendah, karena kapasitas produksi tiap pengrajin tidak merata. Ada yang memproduksi dengan 10 kg kedelai, tetapi ada yang memproduksi dengan 500 kg per-hari. Dikerjakan oleh 3 sampai 4 orang tenaga kerja, yang mana tenaga kerja tersebut adalah pemiliknya sendiri.

Dengan kapasitas yang cukup kecil tersebut, kegiatan ini memberikan alternatif untuk meningkatkan pendapatan pengrajin

tempe dan tahu, dengan cara sebagian besar produksi tempe sebaiknya diolah lagi menjadi kripik tempe. Berikut nilai perbandingan Laba kotor (kontribusi margin) dari produk tempe dengan produk olahannya:

	Tempe (per satuan alir)	Kripik Tempe (per 20 kg)
Harga jual	Rp. 6.000,00	Rp.400.000,00
Total Biaya	(Rp. 4.300,00)	(Rp.154.100,00)
Laba Kotor	Rp. 1.700,00	Rp.245.900,00
Prosentase Laba Kotor dari penjualan	28.33%	61.47%

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa produk olahan tempe yang berupa kripik tempe tersebut ternyata jauh lebih menguntungkan dibanding produk tempe saja. Hal ini menunjukkan pengolahan hasil produksi lebih lanjut, lebih menguntungkan dibanding produk yang dijual langsung. Namun hal ini harus sesuai dengan prinsip "relevan cost", di mana hanya biaya yang relevan untuk pengambilan keputusan menjual langsung suatu produk atau memproses lebih lanjut suatu produk sajalah yang dimasukkan dalam perhitungan ini.

Sedangkan jika dilihat dari pemasaran yang selama ini diterapkan, yakni pemasaran produk hanya pada pasar tradisional saja, maka kelompok pengrajin tempe dan tahu sebenarnya bisa memasarkan produknya ke supermarket terdekat. Penjualan produk melalui supermarket tentu saja lebih menguntungkan karena harga jualnya lebih besar, dengan syarat kualitas produknya juga lebih baik. Namun syarat tentang kualitas ini sepertinya belum dapat dipenuhi oleh kelompok pengrajin tempe dan tahu di desa Beji tersebut. Kurangnya pemahaman

mereka terhadap alternatif pemasaran, tidak ada diversifikasi produk dan harga yang tidak kompetitif nampaknya menjadi faktor penghambat pemasaran produksinya.

Berdasarkan hasil kegiatan ini maka alternatif pengolahan produk tempe menjadi kripik tempe, memungkinkan meminimalisasi rendahnya pemasaran produk dan meningkatkan pendapatan. Hanya yang perlu dipertimbangkan adalah model saluran distribusi yang mana yang menguntungkan. Alternatif pertama, dari kelompok pengrajin kripik langsung ke pasar (konsumen), dan atau membentuk out let khusus untuk produksi kripik tersebut. Alternatif pertama, sepertinya tidak ada permasalahan namun jangkauan daerah pemasarannya tentu saja terbatas. Alternatif kedua, dengan membentuk out let khusus akan membawa dampak pemasaran yang sangat luas dan dapat meningkatkan citra produksinya. Tetapi out let khusus yang akan dibentuk ini tentulah memerlukan biaya yang besar seperti biaya sewa gedung maupun biaya tenaga penjualan. Hal ini belum bisa dipenuhi oleh kelompok pengrajin tersebut, mengingat modal usaha mereka sangat terbatas.

2. Analisis Informasi Keuangan

Pelatihan keuangan dengan topik menghitung harga pokok penjualan secara akurat, tidak terlalu tinggi atau terlalu rendah, sekaligus menyusun laporan Laba Rugi UKM ini, telah dilakukan pada kelompok pengrajin tempe dan tahu di Desa Beji. Diikuti oleh ketua kelompok dan pengurusnya yang tergabung dalam Kelompok Pemberdayaan dan Pembinaan Keluarga sekitar dua puluh dua (22) orang. Tahap pertama dilakukan diskusi tentang

permasalahan keuangan maupun permodalan yang ada. Selanjutnya dilakukan analisis terhadap dokumen transaksi yang dimiliki. Ternyata untuk kelompok pengrajin tempe dan tahu di RW 01 dan RW 02 Desa Beji ini belum memiliki satupun dokumen transaksi, meskipun bukti pembelian bahan sudah ada, namun tidak disimpan dan menjadi dasar pencatatan.

Pemahaman pentingnya informasi keuangan bagi pihak pemilik, maupun pihak lain (seperti Bank atau Pajak) telah ditekankan pada kelompok pengrajin ini. Manajemen dalam hal ini sekaligus pemilik dapat menilai perkembangan usahanya, dari periode satu ke periode berikutnya. Sedangkan pihak bank dapat menjadi informasi yang digunakan pertimbangan pemberian kredit pada UKM. Demikian juga informasi ini berguna pihak Kantor Pajak untuk menentukan apakah kelompok pengrajin ini sudah enuhi Batas penghasilan kena pajak, dan untuk menentukan berapa besar pajak penghasilannya.

Penyusunan laporan keuangan yang terpenting adalah mengetahui hasil operation yang di informasikan melalui Laporan Laba Rugi. Untuk itu kelompok pengrajin tempe dan tahu di Desa Beji ini, dilatih untuk menyusun laporan keuangan sesuai dengan siklus akuntansi yang lazim digunakan. Dimulai dari dokumen transaksi dicatat dalam jurnal kemudian diposting ke Buku Besar sampai perhitungan harga pokok produksi dan penyusunan Laporan Laba Rugi. Jurnal yang ditawarkan oleh pelaksana kegiatan ini jurnal khusus. Jurnal khusus dibuat dengan tujuan mengklasifikasikan transaksi lama sehingga catatan akuntansi

akan dapat dilakukan secara efektif dan efisien. Besar yang dimaksud dalam kegiatan ini adalah buku besar Kas. Buku Besar Kas penting untuk UKM karena biasanya UKM atau kelompok pengrajin melakukan secara tunai. Tahap terakhir, menyusun Laporan Laba Rugi. Laporan Laba Rugi diatur amok informasi penjualan produk setengah jadi dan produk jadi. Informasi biaya termasuk harga pokok produksi akan menginformasikan bagaimana kinerja tersebut selama satu periode.

Pemanfaatan Laporan Keuangan oleh UKM juga diberikan dalam kegiatan ini. Dari menganalisis Laporan Laba Rugi periode berjalan dan membandingkan Laba Rugi tersebut dengan periode lalu. Dari informasi ini dapat diambil suatu kesimpulan apakah usaha tersebut meningkat, menurun atau tidak ada perubahan.

Dari kegiatan pelatihan penyusunan Laporan Keuangan yang diterapkan pada jin tempe dan tahu ini, maka banyak dampak positif yang dihasilkan diantaranya mereka lebih teliti dan hati-hati dalam mengelola keuangan usaha, serta memungkinkan informasi keuangan tersebut untuk kepentingan meningkatkan melalui kredit bank. Hanya sayangnya dari peserta pelatihan yang ada, masih ada satu dua orang yang masih agak awam dengan transaksi keuangan seperti ini.

3. Analisis Penentuan Harga Pokok Penjualan

Berikut contoh hasil perhitungan Harga Pokok penjualan Tempe untuk satu alir produk: Pendekatan yang digunakan dalam penentuan harga pokok penjualan ini adalah metode full costing. Metode full costing

memasukkan semua unsur biaya, baik yang bersifat tetap maupun variable. Metode ini dipakai sebagai dasar penentuan HPP dengan alasan erhana. Komponen harga pokok penjualan temped an satuannya meliputi: kedelai (.3 kg) sebesar Rp. 2.000,00 ragi Rp. 300,00 , bahan lain Rp. 200.00 dan upah Rp. .800.00 sehingga harga pokok penjualan untuk satu alir produk tempe sebesar Rp. 300,00.

Sedangkan Harga Pokok Penjualan produk kripik tempe untuk 20 kg barang jadi eliputi bahan 25 alir tempe @ 5.500, tepung beras 1 kg Rp. 4.000,00, Bumbu Rp. 100,00, minyak goreng 2 liter Rp. 12.000,00 dan upah Rp. 10.000,00. Sehingga total harga Pokok Penjualan Kripik Tempe untuk 20 kg adalah Rp. 154.000,00

Jika home industri ini telah berkembang, maka penentuan harga pokok penjualan degan pendekatan Direct Costing sebaiknya digunakan. Pendekatan direct costing hanya perhitungkan biaya produksi variable saja, sehingga harga jual akan menjadi lebih dapat bersaing.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan tentang penerapan Manajemen Terpadu dan Informasi Akuntansi ini dapat disimpulkan bahwa, hampir semua kelompok jin tempe dan tahu di desa Beji potensial untuk dikembangkan. Indikator potensi dapat diamati dari kualitas produk yang dihasilkan, daerah pemasaran, kontinuitas proses produksi maupun kemampuan memahami informasi keuangan. Kesadaran untuk meningkatkan usaha maupun penghasilan melatarbelakangi mereka untuk memperbaiki manajemen usahanya. Dimulai dari

peningkatkan pemasaran melalui perbaikan kualitas produk, memperbaiki kemasan, membuat alternatif diversifikasi produk yaitu tempe diolah menjadi kripik tempe, serta penentuan yang lebih akurat.

Pemahaman tentang informasi keuangan untuk pengambilan keputusan pada pok pengrajin di desa Beji, ternyata cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil Evaluasi pelaksana kegiatan ini dengan cara wawancara maupun pengujian. Pemanfaatan informasi keuangan belumbegitu dipahami, terutama untuk kepentingan eksternal.

Yang masih menjadi permasalahan adalah, peningkatan pemasaran dengan cara membentuk outlet khusus, belum ada pemecahan. Hal ini karena dana yang tersedia tidak cukup untuk menyewa bahkan untuk membeli outlet tersebut.

Berdasarkan dari uraian kesimpulan tersebut di atas maka beberapa hal yang diperlukan untuk perbaikan dalam kegiatan ini yaitu:

1. Perlu dilakukan kerjasama dengan Departemen Perindustrian dan Perdagangan untuk dilakukan pembinaan secara kuntu terhadap kelompok pengrajin tempe dan tahu di Desa Beji maupun sekitarnya, terutama dari aspek kualitas produksi maupun aspek manajemen.
2. Perlu dilakukan pembinaan secara terus menerus dalam hal membaca informasi keuangan untuk kepentingan manajemen maupun untuk kepentingan pihak eksternal.
3. Sebaiknya dilakukan kerjasama antara pihak Universitas dengan pihak

kelompok pengrajin dalam bidang pemasaran hasil produksinya, mnegingant Universitas Muhammadiyah Malang memiliki potensi sebagai daerah pemasaran yang cukup luas.

4. Perlu segera dibentuk outlet khusus "Oleh-Oleh Khas Malang" di Desa Beji, mengingat Desa Beji adalah desa yang selalu dilewati kendaraan untuk wisata Malang - Batu, atau luar kota lainnya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih yang sebesar-besarnya kami ucapkan kepada:

1. Direktorat Pembinaan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Dirjen Dikti yang telah memberikan dana, dukungan dan pembinaan lain untuk pelaksanaan kegiatan ini;
2. Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Malang;
3. Bapak Ketua LPM-UMM;
4. Bapak dan Ibu Kepala Desa Beji Kota Batu beserta Stafnya, yang telah membantu pelaksanaan kegiatan ini;
5. serta semua pengurus, anggota kelompok pengrajin tempe di Desa Beji.

Semoga kegiatan ini bermanfaat untuk kemajuan kita semua, terutama pengembangan industri Kecil di Kota Batu.

DAFTAR PUSTAKA

- Anthony, Robert dan Govindaarajan, 1993, Sistem Pengendalian Manajemen, Salemba Empat Jakarta.
- Bodnar, Gerge H dan William S Hopwood,1995, Sistem Informasi Akuntansi, Salemba Empat,Jakarta.

Sri Wahjuni Latifah, Penerapan Sistem Pemasaran Terpadu

- Cravens, David W, 1999, Pemasaran Strategis, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Didik & Latifah, Wahjuni Sri, 2004, Sistem Pengelolaan Keuangan Untuk Industri Kecil Di Beji Kota Batu Malang, Skripsi, Tidak Dipublikasikan.
- Jatmiko, R.D. 2004, Pengantar Bisnis, Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang.
- Marbun, Jeff, 2003, Pengantar Bisnis, Edisi Pertama, Penerbit Salemba. Empat Jakarta.
- Marbun, BN, 1993, Kekuatan dan Kelemahan Perusahaan Kecil, PT Saptodadi, Jakarta Pusat.
- McLeod, Raymond, 1998, Sistem Informasi Manajemen, Edisi Ketujuh PT Prenhalindo, Jakarta.
- Meridith, Geoffrey G, 1992, Kewirausahaan, Teori dan Praktek, PT Karya Unipress, Jakarta.
- Mulyadi, 2001, Sistem Akuntansi, Edisi Ketiga, Salemba Empat Jakarta.
- Nurhamid dan Pujiastuti (Dalam Didik & Latifah) 1998, Sistem Pengelolaan Keuangan Industri Kecil.
- Soetarno.R., 1990, Pengelolaan Usaha, Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Sumarmi dan Suprihanto, 1987, Mengelola Industri Rumah Tangga, UGM Yogyakarta.
- Sutamto, 1980, Pedoman Perencanaan Bagi Perusahaan Kecil, Penerbit Balai Aksara, Jakarta.
- Wee Thee Kian, 1996, Industrialisasi Di Indonesia, PT Pustaka LP3ES Indonesia, Jakarta.