



SOSIALISASI DAN PENDAMPINGAN PENENTUAN HARGA JUAL, PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN DAN PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL PADA UMKM JASA LAUNDRY DI BANYU URIP.

Lutfia Khairani, Haikal Ardinata Baharuddin, Manda Destara Prameswari, Dwi Putri Agustin, Kiki Erlita Noviantika, Angger Tri Pujasari, Risdiana Puspita, Muhammad Benito Awaludin Robani, Ade Irma Suryani Lating*, Mohammad Dliyaul Muflih

Program Studi Akuntansi, UIN Sunan Ampel, Kota Surabaya, Indonesia.

*Email: ade.irma@uinsa.ac.id

Informasi Artikel

Kata kunci:

UMKM, *laundry*, sistem penganggaran, strategi pemasaran, teknologi.

Diterima: 2024-06-24

Disetujui: 2024-07-16

Dipublikasikan: 2024-07-18

Abstrak

UMKM merupakan usaha mikro kecil menengah, saat ini UMKM mengalami perkembangan pesat di setiap daerah, khususnya daerah surabaya barat. Dimana pada objek sosialisasi dan pendampingan kami yaitu UMKM *laundry* yang menyediakan jasa laundry dengan harga terjangkau dan berkualitas bagi masyarakat. UMKM *laundry* memiliki peran penting dalam perekonomian lokal dikarenakan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan jasa *laundry* seiring dengan gaya hidup yang sibuk dan praktis. Hal ini menunjukkan semakin besar pendapatan yang diterima maka semakin meningkat juga biaya operasional yang dikeluarkan. Akan tetapi, pada objek yang kami observasi masih menerapkan sistem penganggaran yang sederhana (manual) serta kurangnya strategi pemasaran dan penggunaan teknologi secara efektif. Hal ini menyebabkan keterbatasan dalam efisiensi operasional dan daya saing usaha.

Melalui pendekatan kualitatif, data dikumpulkan dari wawancara dengan pemilik UMKM *laundry*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM *laundry* sangat dipengaruhi oleh kemampuan manajerial dalam mengelola anggaran dan penerapan strategi pemasaran digital. Adopsi teknologi seperti aplikasi *mobile* untuk pemesanan dan pembayaran terbukti dapat meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing usaha, namun belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh UMKM yang diamati.

Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi pelaku UMKM *laundry* untuk meningkatkan kualitas sistem penganggaran, mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, dan memanfaatkan teknologi secara optimal guna mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar.

Abstract

MSMEs are micro, small and medium enterprises, currently MSMEs are experiencing rapid development in every region, especially the West Surabaya area. Where the object of our socialization and assistance is laundry MSMEs which provide laundry services at affordable prices and quality for the community. Laundry MSMEs have an important role in the local economy due to the increasing public need for laundry services along

with busy and practical lifestyles. This shows that the greater the income received, the greater the operational costs incurred. However, the objects we observed still implemented a simple (manual) budgeting system and lacked marketing strategies and effective use of technology. This causes limitations in operational efficiency and business competitiveness.

Through a qualitative approach, data was collected from interviews with MSME laundry owners. The research results show that the success of laundry MSMEs is greatly influenced by managerial abilities in managing budgets and implementing digital marketing strategies. The adoption of technology such as mobile applications for ordering and payment has been proven to increase operational efficiency and business competitiveness, but has not been fully utilized by the MSMEs observed.

This research provides recommendations for laundry MSME players to improve the quality of the budgeting system, develop effective marketing strategies, and make optimal use of technology to maintain and increase market share.

PENDAHULUAN

Bisnis *laundry* merupakan salah satu jenis UMKM dalam industri rumahan bidang jasa yang sedang berkembang saat ini. *Laundry* menyediakan jasa pencucian pakaian mulai proses pencucian hingga pengeringan dan hingga tahap penyelesaian dimana pakaian diberikan kepada konsumen sesuai dengan yang di harapkan. Permintaan terhadap bisnis *laundry* ini semakin meningkat terutama bagi para pekerja atau pegawai hingga mahasiswa yang memiliki kesibukan setiap harinya. Sehingga jasa *laundry* menjadi salah satu alternatif untuk menghemat waktu dalam melakukan pekerjaan. Tingginya tingkat permintaan terhadap jasa pelayanan *laundry* menjadi salah satu pendorong para masyarakat untuk berbisnis *laundry*. Di samping itu bisnis *laundry* merupakan suatu bisnis yang tergolong mudah karena resiko yang dihadapi minim di bandingkan bisnis lainnya. Bisnis *laundry* juga dapat dilakukan di rumah sendiri sehingga tidak perlu mengeluarkan biaya yang banyak untuk menyewa tempat untuk melakukan bisnis ini.

Laundry adalah salah satu bagian dalam pengelolaan jasa cuci-mencuci atas semua pakaian yang telah di titipkan untuk di bersihkan. Jasa *laundry* menjadi alternatif bagi sebagian orang yang memiliki aktivitas padat namun tidak sempat untuk mencuci pakaiannya sendiri. Di samping berbagai kesibukan yang padat serta waktu yang semakin sempit dalam beraktivitas, mencuci pakaian menjadi permasalahan sendiri bagi setiap orang. Banyak usaha *laundry* yang telah di dirikan di berbagai tempat, tidak hanya di perkotaan namun juga di pedesaan (Priyono & Rahmadanik, 2022).

Pada zaman yang *modern* ini, penggunaan teknologi semakin canggih dan hampir semua kalangan masyarakat menggunakan teknologi yang tidak asing pada *digital marketing* yang dapat membantu mereka untuk menawarkan produk dan jasa yang diberikan (Lady et al., 2023). Hal ini tentu saja menjadikan peluang yang besar bagi semua kalangan bisnis untuk berkembang dan bersaing untuk meraih posisi paling atas pada suatu pangsa bisnis.

Berdasarkan objek sosialisasi dan pendampingan yang kami amati yaitu 2 UMKM *laundry* yang berlokasi di Banyu Urip Surabaya, UMKM DM *laundry* yang sudah berdiri sejak tahun 2021 dan Rio *Laundry* yang berdiri sejak 2005. Akan tetapi, UMKM *laundry* hanya cukup dikenal oleh masyarakat setempat, dan tidak untuk daerah selain Banyu Urip. Hal disebabkan kurangnya strategi pemasaran yang dilakukan dan penggunaan teknologi yang belum cukup maksimal. Dan pada objek sosialisasi dan pendampingan kami mengalami kesulitan lainnya seperti kesulitan dalam penentuan harga jual hal ini terjadi karena umkm *laundry* tersebut mengikuti harga umum pasaran daerah banyu urip dan setiap kali bahan masuk ke mesin, harga yang ditentukan tidak dipertimbangkan dari biaya dan jasa yang dikeluarkan

Kegiatan pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan para peserta pentingnya anggaran penjualan sebagai alat perencanaan dan pengendalian dalam menjalankan usaha serta meningkatkan kemampuan peserta dalam menyusun anggaran yang benar dan untuk menerapkan digital marketing pada UMKM *laundry* dalam rangka membantu mempromosikan dan memperkenalkan 2 UMKM *laundry* kepada masyarakat luas.

METODE

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian pada UMKM DM *Laundry* dan Rio *Laundry* yang dilakukan, peneliti menggunakan metode berupa wawancara, pemberian sosialisasi, pelatihan, serta pendampingan pada pelaku UMKM. Yang mana dalam kegiatan ini berisi tentang wawancara untuk mendapat informasi mengenai usaha *laundry* tersebut, apakah terdapat kendala bagi pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya. Kemudian dilakukan sosialisasi *digital marketing* serta pajak untuk UMKM, pelatihan dan pendampingan dalam menggunakan sosial media sebagai alat promosi usaha, serta pelatihan dan pendampingan cara pencatatan laporan keuangan. Namun, untuk kegiatan pelatihan serta pendampingan hanya dapat dilakukan pada UMKM DM *Laundry*.

Pengabdian di UMKM DM *Laundry* dilakukan 2 bulan, yakni dari bulan Mei-Juni 2024. Kegiatan yang dilakukan dalam pengabdian ini dilakukan secara bertahap, mulai dari wawancara, sosialisasi, dan pelatihan serta pendampingan. Setelah semua tahapan kegiatan terlaksana, maka akan dilakukan evaluasi, yang akan menilai apakah dalam seluruh tahapan tersebut telah berjalan dengan efektif sehingga dapat bermanfaat bagi objek atau pelaku usaha DM *Laundry*. Karena tujuan dari diadakannya kegiatan ini adalah untuk membantu pelaku usaha dalam memahami serta menerapkan *digital marketing* untuk mengembangkan usahanya, dan membantu pelaku usaha dalam memahami bagaimana pencatatan laporan keuangan yang baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dilakukan pada 2 UMKM yaitu, DM *Laundry* dan Rio *Laundry* yang berada di Desa Banyu Urip . Kegiatan ini dilaksanakan dalam 3 tahapan yaitu, tahap survei dan

wawancara, tahap sosialisasi, tahap pendampingan, dan yang terakhir tahap evaluasi. Pada tahap survei dan wawancara, penyelenggara mendatangi lokasi dan mewawancarai peserta perihal profil dari UMKM yang akan diberikan pelatihan. Tahap sosialisasi, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya penentuan harga jual pada UMKM. Tahap berikutnya adalah tahap pendampingan, peserta diberikan bimbingan tentang bagaimana cara dalam menentukan harga jual berdasarkan biaya yang dikeluarkan.

1. Tahap Survei dan Wawancaracara

Tahap Survei dan Wawancara adalah tahapan yang paling penting dan utama sebelum dilakukannya pengabdian, Tujuan survei untuk mengetahui bagaimana kondisi tempat, penjualan, promosi, keuangan dan hal-hal lainnya yang perlu diketahui secara detail dan langsung ditempat. (Nur, Hukma, Andriani, S, & Insani, 2019) mengemukakan bahwa wawancara merupakan komunikasi yang dilakukan dua orang yang bertujuan untuk memperoleh informasi. Wawancara yang digunakan dalam pengabdian ini yaitu wawancara semi terstruktur. Wawancara bertujuan mencatat opini, perasaan, emosi, dan hal lain berkaitan dengan individu yang ada dalam suatu organisasi.

Di tahap ini, wawancara digunakan untuk menggali informasi sebanyak-banyaknya mengenai fenomena yang terjadi pada Usaha Laundry, sehingga adapun pertanyaan pertanyaan yang perlu disinggung untuk mengumpulkan segala data dari informan, misalnya terkait:

1. Bagaimana sejarah terbentuknya UMKM Laundry di Banyu urip?
2. Mengapa memilih Banyu urip sebagai tempat usaha?
3. Berapa modal awal yang dikeluarkan untuk membangun usaha Laundry?
4. Bagaimana cara untuk promosi agar dikenal oleh masyarakat?
5. Apa saja yang diperlukan untuk usaha laundry?

Dan masih banyak topik yang dipertanyakan pada tahap survei dan wawancara ini, namun tidak bisa kami jelaskan satu per satu, maka dengan survei dan wawancara, kami jadi lebih mengerti masalah apa yang perlu dibantu dan diselesaikan untuk membantu UMKM Laundry.



Gambar 1. Wawancara bersama Pemilik *Rio Laundry*



Gambar 2. Wawancara bersama Pemilik DM Laundry

2. Tahap Sosialisasi

Pada tahap ini kegiatan sosialisasi terlaksana pada tanggal 06 april 2024, dengan pelaku usaha UMKM DM Laundry dan Rio Laundry sebagai peserta sosialisasi, materi yang dipaparkan mencakup beberapa topik yang relevan bagi pelaku usaha mikro kecil, dan menengah (UMKM). Adapun beberapa topik pembahasan yang diberikan meliputi; 1.) Bagaimana cara menentukan harga jual jasa yang sesuai berdasarkan pertimbangan biaya dan jasa yang dikeluarkan, topik ini menjadi fokus utama penyelenggara untuk membantu pelaku UMKM menetapkan harga yang kompetitif namun tetap menguntungkan, hal ini bertujuan sebagai bentuk *problem solving* keluhan dari pemilik usaha jasa laundry yakni DM Laundry dan Rio Laundry yang menetapkan harga jual hanya berdasarkan harga umum selayaknya harga pasaran daerah Banyu Urip dan berdasar pada perkiraan tiap sekali bahan masuk mesin, 2.) Penyusunan laporan keuangan berdasarkan SAK-EMKM, penjelasan ini diperlukan karena owner UMKM ini meyakini bahwasanya bisnis ini memiliki potensi untuk terus berkembang dikemudian hari 3.) Strategi promosi melalui media sosial, dengan bahasan mencakup bagaimana cara membuat konten menarik, memilih platform yang tepat sebagai media promosi dan cara mengukur *engagement rate social media* terutama pada platform Instagram, dan yang terakhir adalah 4.) Literasi pajak untuk UMKM berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022, peserta diperkenalkan dengan kewajiban perpajakan yang harus dipenuhi oleh UMKM serta cara-cara untuk mengelola pajak dengan efisien sebagai bentuk himbauan agar menghindari masalah hukum dan meningkatkan kepatuhan pajak.



Gambar 3. Sosialisasi

a. Penentuan harga jual

Adapun topik pertama yang diangkat selama ini ialah tentang penentuan harga jual, hal ini cukup krusial karena berpengaruh secara langsung terhadap kegiatan operasional UMKM, topik ini diangkat karena penentuan harga jual DM *Laundry* dan Rio *Laundry* bersifat dinamis, tidak ada harga pasti yang menentukan apakah harga jual yang ditetapkan akan menghasilkan keuntungan atau bahkan kerugian, penentuan harga jual pada UMKM ini mengacu pada kondisi harga umum pasar yang ditetapkan oleh kompetitor setempat Desa Banyu Urip dan perkiraan setiap kali bahan masuk mesin, oleh karena ketidakpastian ini, maka dari itu sebagai pelaku usaha *owner* UMKM ini perlu melakukan perhitungan harga jual yang sesuai dengan jasa dan biaya-biaya yang dikeluarkan, sehingga dikemudian hari tidak menyebabkan kerugian dan penghasilan yang diterima tetap dapat mendukung kelangsungan usaha jasa ini.



Gambar 4. Pembahasan Sosialisasi

b. Penyusunan Laporan Keuangan Berdasarkan SAK-EMKM

Berdasarkan undang-undang No.20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), DM *laundry* sebagai pelaku UMKM termasuk dalam kriteria mikro dengan *range* penghasilan selama setahun sebesar Rp.92.000.000-Rp.108.000.000, dengan demikian perlu adanya penyusunan laporan keuangan agar dapat mengelola keuangannya dengan baik (Laraswati, 2020), UMKM ini dapat menggunakan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM) yang lebih sederhana dan sesuai dengan kapasitas usaha mikro, yang mana pencatatan yang perlu dilakukan dalam SAK-EMKM berupa Laporan laba rugi, Laporan Posisi Keuangan, dan CALK (Maulana, Apriliawati, & Ishak, 2022), topik ini diangkat dengan harapan agar kedua *owner* dari UMKM ini dapat menerapkan pada usahanya, sehingga laporan keuangan yang disusun menjadi lebih terstruktur dan mudah dipahami.

c. Mengelola Media Sosial dengan Melakukan Promosi

Topik selanjutnya yang dibahas selama sosialisasi yaitu mengenai manfaat melakukan promosi bagi pelaku UMKM serta cara mengetahui pelanggan apakah suka dengan promosi tersebut. Promosi sendiri tentunya sangat penting, karena dengan adanya promosi dapat membuat para konsumen mengetahui produk/jasa yang ditawarkan. Dalam melakukan promosi, haruslah diketahui apakah promosi yang dilakukan dapat diterima dengan baik oleh pelanggan. Karena semakin majunya teknologi, para pelaku UMKM didorong untuk mempunyai sosial media untuk memasarkan produk/ jasanya (Almaidah, 2022). Cara yang bisa dilakukan untuk menilai promosi di media sosial berjalan dengan bagus dengan melakukan *engagement rate* untuk menilai seberapa baik tanggapan masyarakat kepada promosi yang telah dilakukan. Pada sosialisasi ini, kami memaparkan materi secara tatap muka kepada pihak laundry mengenai beberapa hal, yaitu 1.) pengertian promosi, 2.) manfaat promosi, 3.) jenis-jenis promosi seperti *digital marketing*, *sales promotion* dan periklanan, 4.) *engagement rate*, 5.) manfaat *engagement rate*, 6.) cara meningkatkan *engagement rate*, 7.) macam-macam *engagement rate*.



Gambar 5. Pembahasan Promosi dan *Media social*

Pada sosialisasi ini, kami memberikan beberapa saran kepada pihak *laundry* mengenai promosi seperti apa yang bisa dilakukan untuk memasarkan jasanya. Seperti melakukan promosi di media sosial untuk pihak *Rio Laundry* sendiri tidak memiliki media sosial untuk mempromosikan produknya, jadi kami merekomendasikan untuk membuat akun media sosial seperti *instagram*. Sementara untuk pihak *DM Laundry* sudah memiliki akun *instagram* tetapi akun tersebut tidak aktif digunakan untuk promosi, terlebih lagi *DM Laundry* juga telah memiliki logo usahanya sendiri yang bisa bermanfaat bagi usahanya untuk bisa lebih mudah diingat oleh pelanggan.

Kami juga memberikan saran kepada pihak *laundry* untuk melakukan promosi dengan menyebarkan brosur. Walaupun sekarang sedang berada di zaman digital yang dimana

segala informasi didapatkan dari internet, tetapi cara promosi tradisional seperti menyebarkan brosur terbukti masih efektif di zaman sekarang. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil penelitian Anggun Hita Wilasari yang berjudul “Strategi Promosi Brosur Pada Produk *Handphone* Di Konter Sinar *Cell* dan SMS Selluler Tlogosari Semarang” (Wilasari, 2023), serta dari penelitian Aritya Saputri yang berjudul “Pengaturan Mini Baner, Brosur, Dan Spanduk Sebagai Media Promosi” (Saputri & Wijaya, 2023), dari kedua penelitian tersebut menyebutkan bahwa promosi dengan memakai brosur masih efektif digunakan untuk menarik para pelanggan.

d. Literasi pajak untuk UMKM

Setelah 2 topik di atas, terdapat satu topik yang disampaikan oleh kami kepada pihak *laundry* selama sosialisasi yaitu mengenai pemahaman pajak untuk UMKM. Pemerintah memberlakukan penerapan pajak kepada pelaku UMKM memiliki tujuan agar masyarakat khususnya pihak pelaku UMKM dapat berkontribusi dalam pembangunan negara. Peraturan yang mengatur mengenai penerapan pajak bagi UMKM ialah Peraturan Pemerintah Nomor 55 tahun 2022 yang berisi tentang penyesuaian ketentuan pada Undang-Undang Pajak Penghasilan. Pada (Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022) mengatur bahwa wajib pajak orang pribadi yang memiliki pendapatan bruto di bawah 500 juta dalam satu tahun tidak akan dikenai tarif PPh final sebesar 0,5%. Diketahui pendapatan bruto DM *Laundry* sekitar Rp.9.000.000 per bulan atau Rp.108.000.000 per tahun, sementara untuk Rio *Laundry* diketahui pendapatan brutonya sekitar Rp.2.000.000 per bulan atau Rp.24.000.000 per tahun. Dilihat dari pendapatan bruto kedua *laundry* tersebut, maka pihak *laundry* akan bebas dari membayar pajak final.

Walaupun pihak *laundry* tidak membayar pajak final, tetapi kami tetap memberikan literasi mengenai pajak kepada mereka yang bertujuan untuk menambah wawasan atau pengetahuan mengenai pajak. Pihak *owner* juga meyakini bisnisnya memiliki potensi dan mempunyai keinginan membuka cabang di tempat lain, tentu ketika bisnis semakin berkembang diperlukan pemahaman mengenai pajak. Oleh sebab itu, kami memberikan beberapa pengetahuan dasar mengenai pajak, yaitu (1) definisi pajak, (2) efisiensi pajak, (3) subjek pajak, (4) *tax avoidance & tax evasion* serta sewaktu sosialisasi kami juga memberi informasi mengenai Peraturan Pemerintah Nomor 55 tahun 2022.



Gambar 6. Literasi Pajak untuk UMKM

3. Tahap Pendampingan

Kegiatan pendampingan DM *Laundry* terlaksana secara bertahap, dimulai pada Bulan Mei hingga Bulan Juni, Adapun kegiatan pendampingan meliputi klasifikasi biaya, penentuan harga jual, penyusunan laporan keuangan berdasarkan SAK-EMKM, dan pengelolaan *media social* sebagai berikut:



Gambar 7. Pendampingan *Rio Laundry*

a. Klasifikasi biaya

Pendampingan yang kami lakukan kepada pihak *laundry* yaitu dengan meakukan klasifikasi biaya. Klasifikasi yang dilakukan dengan memisahkan biaya tetap dan biaya variabelnya. Biaya tetap ialah biaya yang jumlahnya akan tetap sama walaupun terjadi perubahan volume atau produksi. Biaya tetap yang dikeluarkan ada beraneka ragam, seperti gaji karyawan, penyusutan mesin cuci, penyusutan mesin pengering, penyusutan mesin setrika uap, penyusutan setrika, penyusutan *furniture*, penyusutan kendaraan dan biaya perawatan mesin.

Biaya penyusutan pada mesin dan alat yang dipakai bisa menggunakan metode garis lurus ataupun metode saldo menurun tanpa memperhitungkan nilai sisa, metode tersebut

berdasarkan pada SAK-EMKM (Sandi & Burhany, 2020). Peneliti akan menggunakan metode garis lurus dalam menentukan penyusutan pada aset tersebut.

Rumus:

$$\frac{\text{Biaya Perolehan} - \text{Nilai Sisa}}{\text{Umur Ekonomis}}$$

Dengan menggunakan rumus tersebut diketahui biaya penyusutan yang dikeluarkan setiap bulan oleh pihak *laundry* untuk setiap mesin dan alat yang dipakai. Mesin cuci sebesar Rp.125.000, mesin pengering sebesar Rp.333.333, mesin setrika uap sebesar Rp.40.000, setrika sebesar Rp.9.500, *furniture* sebesar Rp.108.333, kendaraan sebesar Rp.316.666.

Dari perhitungan di atas bisa diperoleh biaya tetap yang akan dikeluarkan untuk usaha *laundry*, dapat diketahui dari tabel berikut:

Tabel 1. Biaya Tetap (Periode Bulanan)

No	Keterangan	Harga
1	Penyusutan Mesin Cuci	Rp. 125.000
2	Penyusutan Setrika	Rp. 9.500
3	Penyusutan Mesin Pengering	Rp. 333.333
4	Penyusutan Mesin Setrika Uap	Rp. 40.000
5	Gaji Karyawan	Rp. 1.850.000
6	Biaya Perawatan Mesin	Rp. 83.000
7	Penyusutan Sepeda Motor	Rp. 316.666
8	Penyusutan <i>Furniture</i>	Rp. 108.333
Total		Rp. 2.865.832

Biaya variabel ialah biaya yang jumlahnya akan terus berubah yang dipengaruhi oleh perubahan pada produksi. Biaya variabel yang dikeluarkan ada beraneka ragam, seperti gas, listrik, air, bon, plastik, deterjen, pewangi. Biaya variabel yang akan dikeluarkan untuk usaha *laundry* dapat diketahui dari tabel berikut:

Tabel 2. Biaya Variabel (Periode Bulanan)

No	Keterangan	Harga
1	Gas LPG	Rp. 144.000
2	Listrik	Rp. 350.000
3	Air	Rp. 150.000
4	Kertas Bon	Rp. 7.500

5	Plastik	Rp. 42.000
6	Deterjen	Rp. 400.000
7	Pewangi	Rp. 368.000
Total		Rp. 1.461.500

b. Menetapkan harga jual

Setelah melakukan pendampingan berupa memisahkan biaya tetap dan biaya variabel, pendampingan selanjutnya yang kami lakukan yaitu menghitung harga pokok penjualan. Menghitung harga pokok penjualan itu sesuatu yang penting, karena hasil yang akan didapatkan bisa digunakan untuk menentukan harga jual beserta keuntungan (Karsam, Solihin, Kusumawardhani, & Zulmita, 2024). Kami di sini menghitung harga pokok penjualan dengan menggunakan metode *Full Costing*. HPP bisa dihitung dengan mengetahui biaya bahan baku, gaji karyawan dan biaya overhead. Berdasarkan hasil wawancara diketahui beberapa informasi yang dapat membantu menghitung HPP, yaitu diketahui bahwa untuk orderan perhari laundry mencapai kurang lebih 32kg/hari selama 30 hari bekerja. Berikut merupakan perhitungan HPP:

1) Biaya Bahan Baku

– Deterjen	Rp. 400.000
– Pewangi	Rp. 368.000
Total biaya bahan baku per bulan	Rp. 768.000

2) Gaji Karyawan

- Biaya gaji karyawan dalam kurun waktu sebulan yang terdiri dari 1 orang, memiliki gaji sebesar Rp. 1.850.000.

3) Biaya Overhead

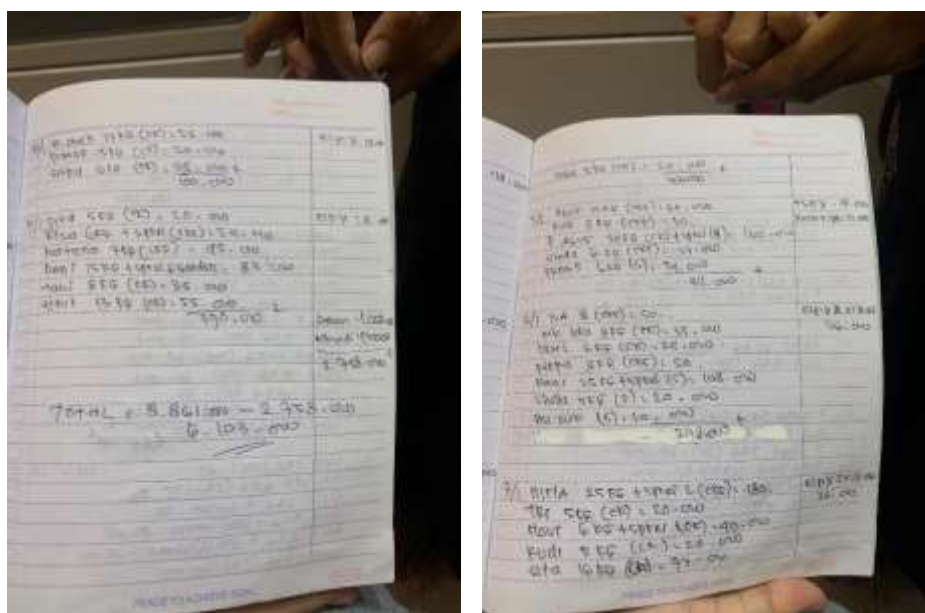
– Gas LPG	Rp. 144.000
– Listrik	Rp. 350.000
– Air	Rp. 150.000
– Kertas Bon	Rp. 7.500
– Plastik	Rp. 42.000
– Biaya Perawatan Mesin	Rp. 83.000
– Penyusutan Mesin Cuci	Rp. 125.000
– Penyusutan Setrika	Rp. 9.500
– Penyusutan Mesin Pengering	Rp. 333.333
– Penyusutan Mesin Setrika Uap	Rp. 40.000
– Penyusutan Sepeda Motor	Rp. 316.666
– Penyusutan <i>Furniture</i>	Rp. 108.333

Total Biaya Overhead	Rp. 1.709.332
4) Total Harga Pokok Penjualan	
– Biaya Bahan Baku	Rp. 768.000
– Gaji Karyawan	Rp. 1.850.000
– Biaya Overhead	Rp. 1.709.332
Total HPP per bulan	Rp. 4.327.332
HPP per kg	Rp. 4.327.332/30 hari/32 kg
Total HPP per kg	Rp. 4.507

Dari perhitungan harga pokok penjualan ditemukan harga per kg sebesar Rp. 4.507. Pihak laundry bisa menjual kisaran harga 6.000-6.500 per kg, tergantung dengan besaran keuntungan yang diinginkan oleh pihak laundry dari tiap kg.

c. Penyusunan laporan keuangan berdasarkan SAK-EMKM

Sebelum terlaksananya kegiatan pendampingan, pencatatan keuangan DM *Laundry* masih terbilang cukup sederhana, karena hanya mencakup pemasukan dari penjualan dan pengeluaran dari biaya variable yg dikeluarkan, berikut contoh pencatatan keuangan DM *Laundry* yg diperoleh pada periode Bulan Januari 2024:



Gambar 8. Pencatatan DM Laundry Bulan Januari 2024

Berdasarkan hasil survei dan wawancara, maka diperoleh informasi yang akan diolah menjadi laporan keuangan berdasarkan SAK-EMKM yakni meliputi Laporan Laba Rugi, Laporan Posisi Keuangan, dan Catatan atas Laporan Posisi Keuangan (CALK), berikut informasi yang diperoleh sebagai dasar pembuatan laporan keuangan DM *Laundry*:

- Daftar Aset Tetap

Tabel 3. Daftar Aset Tetap

UMKM "DM LAUNDRY" DAFTAR ASET TETAP									
NAMA ASET TETAP	TAHUN PEROLEHAN	UNIT	UMUR EKONOMIS	HARGA PEROLEHAN	TOTAL	PENYUSUTAN PER TAHUN	AKM. PENYUSUTAN PER/BULAN	AKM. PENYUSUTAN BULAN MEI 2024	NILAI BUKU
Furniture	2021	1*	5	Rp 6.500.000,00	Rp 6.500.000,00	Rp 1.300.000,00	Rp 108.333,33	Rp 4.441.666,67	Rp 2.058.333,33
Kendaraan	2021	1	5	Rp 19.000.000,00	Rp 19.000.000,00	Rp 3.800.000,00	Rp 316.666,67	Rp 12.983.333,33	Rp 6.016.666,67
Mesin Cuci	2021	3	5	Rp 2.500.000,00	Rp 7.500.000,00	Rp 1.500.000,00	Rp 125.000,00	Rp 5.125.000,00	Rp 2.375.000,00
Mesin Pengering	2021	3	5	Rp 20.000.000,00	Rp 20.000.000,00	Rp 4.000.000,00	Rp 333.333,33	Rp 13.666.666,67	Rp 6.333.333,33
Mesin Setrika Uap	2021	2	5	Rp 1.200.000,00	Rp 2.400.000,00	Rp 480.000,00	Rp 40.000,00	Rp 1.640.000,00	Rp 760.000,00
Setrika	2021	2	5	Rp 285.000,00	Rp 570.000,00	Rp 114.000,00	Rp 9.500,00	Rp 389.500,00	Rp 180.500,00

Aset tetap yang dimiliki oleh Dm *Laundry* keseluruhan diperoleh pada tahun 2021, dimana tepat dengan dibangunnya usaha *Laundry* ini, Adapun Aset tetap yang dimiliki meliputi; Kendaraan, Mesin cuci, Mesing Pengering, Mesin setrika uap, Setrika. Dengan catatan *furniture* yang dihitung termasuk estimasi dari Rak *Laundry*, Kursi, Meja Admin, Meja Setrika dan Keranjang.

- Daftar Beban

Berikut daftar beban DM *Laundry* per bulan Mei 2024, sebagai berikut:

Tabel 4. Daftar Beban

UMKM "DM Laundry" DAFTAR BEBAN		
No	Nama Beban	Total
1	Biaya Listrik	Rp 350.000,00
2	Biaya PDAM	Rp 150.000,00
3	Biaya Gas	Rp 144.000,00
4	Biaya Gaji	Rp 1.850.000,00
5	Biaya Perlengkapan*	Rp 817.500,00

Biaya-biaya yang tercatat pada bulan mei meliputi; biaya listrik, biaya PDAM, biaya gas, biaya gaji, biaya perlengkapan. Dengan catatan biaya perlengkapan termasuk Kertas bon, Plastik, Deterjen dan Pewangi.

- Kas pada Bulan Mei 2024 sebesar Rp.565.600,00
- Modal Pemilik pada Bulan Mei 2024 sebesar Rp.3.782.222,00
- Penjualan pada Bulan Mei 2024 sebesar Rp.9.825.000,00

Setelah terkumpulnya berbagai informasi dari DM *Laundry*, berikut adalah laporan keuangan UMKM “DM *Laundry*” yang telah disusun berdasarkan SAK-EMKM dengan periode per bulan Mei 2024:

- Laporan Laba Rugi

Tabel 5. Laporan Laba Rugi

UMKM "DM LAUNDRY" LAPORAN LABA RUGI BULAN MEI 2024		
PENDAPATAN		
Pendapatan Jasa		Rp 9.825.000,00
BEBAN-BEBAN		
HPP	Rp 4.277.332,00	
Beban PDAM	Rp 150.000,00	
Beban Listrik	Rp 350.000,00	
Beban Gaji	Rp 1.850.000,00	
Beban Reparasi	Rp 83.000,00	
Beban Penyusutan Kendaraan	Rp 316.666,67	
Beban Penyusutan Furniture	Rp 108.333,33	
Beban Penyusutan Peralatan dan Mesin	Rp 507.833,33	
Beban Lain-lain*	Rp 50.000,00	
TOTAL BEBAN	Rp 7.693.165,33	
LABA BERSIH		Rp 2.131.834,67

Pada Tabel 5 Laporan Laba Rugi pada Bulan Mei UMKM DM Laundry memperoleh total pendapatan sejumlah Rp.9.825.000 dan total beban-beban sejumlah Rp.7.693.165,33 sehingga Labs Bersih yang diperoleh DM Laundry sebesar Rp.2.131.834,67, dengan catatan beban lain-lain merupakan biaya yang dikeluarkan untuk penanganan barang yang rusak ataupun hilang.

- Laporan Posisi Keuangan

Tabel 6. Laporan Posisi Keuangan

UMKM "DM LAUNDRY" LAPORAN POSISI KEUANGAN BULAN MEI 2024			
ASET		UTANG	
ASET LANCAR		UTANG LANCAR	
Kas	Rp 565.500,00	Utang PDAM	Rp 150.000,00
Bank	Rp 32.000.000,00	Utang Listrik	Rp 350.000,00
TOTAL ASET LANCAR	Rp 32.565.500,00	TOTAL UTANG LANCAR	Rp 500.000,00
ASET TETAP		EKUITAS	
Peralatan dan Mesin	Rp 30.470.000,00	Modal	Rp 49.789.347,00
(Akm. Penyusutan Peralatan dan mesin)	-Rp 20.821.166,67	Total Modal	Rp 49.789.347,00
Kendaraan	Rp 19.000.000,00		
(Akm. Penyusutan Kendaraan)	-Rp 12.983.333,33		
Furniture	Rp 6.500.000,00		
(Akm. Penyusutan Furniture)	-Rp 4.441.653,00		
TOTAL ASET TETAP	Rp 17.723.847,00		
TOTAL ASET	Rp 50.289.347,00	TOTAL LIABILITAS & EKUITAS	Rp 50.139.347,00

Tabel 6 menunjukkan bahwa total asset DM Laundry yang meliputi Aset lancar dan aset tetap sebesar Rp.50.289.347,00, serta total ekuitas & liabilitas sebesar Rp.50.289.347,00.

- Catatan Atas laporan Keuangan

Tabel 7. CALK

UMKM "DM LAUNDRY" CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN 30 MEI 2024

1. UMUM

UMKM DM Laundry didirikan di Surabaya pada tahun 2021, letaknya di Kelurahan Banyu urip, Kecamatan Sawahan, DM *Laundry* bergerak dibidang layanan jasa penatu. Berdasarkan UU No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, DM *Laundry* termasuk usaha mikro dengan hasil penjualan *per* tahun antara Rp.92.000.000 hingga Rp.108.000.000. DM *Laundry* berlokasi di Jl. Banyu urip Kidul II C Nomor 1 Surabaya.

2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI PENTING

a. Pernyataan Kepatuhan

Penyusunan Laporan Keuangan DM *Laundry* menggunakan Standard Akuntansi Entitas Mikro, Kecil, dan menengah (SAK-EMKM).

b. Dasar Penyusunan

Dasar penyusunan laporan keuangan DM *Laundry* adalah biaya historis dan menggunakan asumsi dasar akrual, mata uang penyajian yg digunakan dalam penyusunan adalah Rupiah.

c. Piutang Usaha

DM *Laundry* tidak memiliki piutang usaha karena transaksi penjualan jasa dilakukan secara tunai.

d. Aset Tetap

Aset tetap dicatat sebesar biaya perolehannya dan dilakukan penyusutan menggunakan metode garis lurus tanpa nilai residu, yang dilakukan pada setiap bulannya.

e. Pengakuan Pendapatan dan Beban

Pendapatan diakui ketika DM *laundry* sudah memberikan jasa, dan beban diakui pada saat terjadi.

3. KAS

Kas yang dimiliki DM *Laundry* sebesar Rp.565.600,00 pada Bulan Mei.

4. UTANG USAHA

DM *Laundry* tidak mempunyai pinjaman ataupun hutang bank.

5. SALDO LABA

Saldo laba merupakan akumulasi selisih pendapatan dari hasil penjualan dan beban.

6. PENDAPATAN PENJULAN

Total hasil penjualan yang diperoleh DM Laundry selama bulan Mei sebesar Rp.9.250.000,00

7. BEBAN PAJAK PENGHASILAN

Penghasilan DM laundry tidak dipotong pajak, karena memanfaatkan tarif pada Peraturan Pemerintah No.55 tahun 2022, yang mana penghasilan dibawah Rp.500.000.000 mendapatkan keringanan dengan tidak dikenakan pajak.

d. Pengelolaan *Media Social (Instagram)*

Selanjutnya tahap akhir kegiatan pendampingan adalah pengelolaan media sosial khususnya pada *platform instagram*, langkah pertama yang dilakukan adalah mengaktifkan kembali akun instagram yang sebelumnya terbengkalai semenjak tahun 2022, kemudian melakukan *update* dengan meng-*upload price list* serta *feed* informasi terkait DM Laundry. selain digunakan untuk promosi melalui *Instagram*, *Price list* yang dibuat juga disebarakan melalui *Whatsapp* agar capaian konsumen lebih signifikan dan terjangkau.



Gambar 9. Price list & Flyer

KESIMPULAN

Hasil dari kegiatan yang telah dilaksanakan menunjukkan bahwa sosialisasi kepada DM Laundry dan Rio Laundry mencakup penentuan harga jual, penyusunan laporan keuangan berdasarkan SAK-EMKM, strategi promosi melalui media sosial, dan literasi pajak untuk UMKM. Pendampingan kepada DM Laundry juga mencakup klasifikasi biaya, penentuan harga jual, penyusunan laporan keuangan,

dan pengelolaan media sosial khususnya Instagram. Dari kegiatan ini, ditemukan bahwa *DM Laundry* dan *Rio Laundry* belum menentukan harga jual sesuai dengan biaya dan jasa yang dikeluarkan, sehingga berpotensi menimbulkan kerugian bagi konsumen dan usaha laundry.

Menurut UU No. 20 tahun 2008, *DM Laundry* terklasifikasi sebagai usaha mikro dengan pendapatan Rp 92.000.000 - Rp 108.000.000, sehingga dalam mencatat laporan keuangannya dapat mengacu pada SAK-EMKM. Dari *DM Laundry* tidak dipotong pajak berdasarkan PP No. 55 Tahun 2022 karena penghasilannya di bawah Rp 500.000.000. Selain itu, kegiatan ini juga menekankan bahwa UMKM laundry memiliki peran penting dalam perekonomian lokal karena meningkatnya kebutuhan masyarakat akan jasa laundry. Disarankan bagi UMKM laundry untuk meningkatkan kualitas sistem penganggaran, strategi pemasaran, dan pemanfaatan teknologi guna meningkatkan efisiensi dan daya saing.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pemilik UMKM *DM Laundry* dan pemilik UMKM *Rio Laundry* yang telah bersedia dan bekerja sama untuk dilakukan kegiatan mulai dari wawancara, sosialisasi serta pendampingan, dan kepada Dosen Pembimbing Ibu Ade Irma Suryani lating, yang telah memberikan arahan selama proses kegiatan berlangsung, sehingga dari bantuan dan arahan tersebut kegiatan pengabdian ini dapat berjalan dengan baik,

DAFTAR PUSTAKA

- Almaidah, S. (2022). Sosialisasi Peran Penting Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UKM Ken-Mi Konveksi Boyolali. *Bengawan : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 44–52. doi: 10.46808/jurnal_bengawan.v2i2.57
- Karsam, Solihin, Kusumawardhani, D., & Zulmita. (2024). Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Penjualan Usaha Laundri di Kelurahan Pondok Gede Kecamatan Jatiwaringin Kota Jakarta Timur. *JURNAL ABDIKARYASAKTI*, 4(01), 23–44. doi: <http://dx.doi.org/10.25105/ja.v4i1.18771>
- Lady, Sentoso, A., Aprillia, N., Kelly, Oktarianto, E., Andryanto, & Kwek, K. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran Digital Pada Toko New Pelita Motor di Kota Batam. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(2), 215–236. doi: <https://doi.org/10.53625/jabdi.v3i2.5766>
- Laraswati, D. (2020). *Penyusunan Laporan Keuangan UMKM X Sesuai SAK EMKM* (Laporan Magang, Universitas Islam Indonesia). Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. Retrieved from <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/28449/17212016%20Dyah%20Laraswati.pdf?sequence=1>
- Maulana, R. F., Aprilawati, Y., & Ishak, J. F. (2022). Penyusunan Laporan Keuangan Berdasarkan SAK EMKM Pada UMKM Toko Grosir Hasanah. *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 3(01), 36–48. doi: <https://doi.org/10.35313/ialj.v2i04.3312>
- Nur, H., Hukma, H., Andriani, F., S, F., & Insani, B. A. N. (2019). Penyusunan Job Profile Pada PT. Hadji Kalla di Makassar. *Bakar, R. M. (2019). Konsep dan Teknik Wawancara dalam Bidang Psikologi. Makassar: Nas Media Pustaka.*, 1(01), 20–24. doi: <https://doi.org/10.26858/iptek.v1i1.25630>

Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2022 Tentang Penyesuaian Pengaturan di Bidang Pajak Penghasilan.

Priyono, B. P. C., & Rahmadanik, D. (2022). Meningkatkan Omzet UMKM Jasa Laundry di Era New Normal Dengan Inovasi Layanan Self Laundry di Kampung Dharmawangsa. *Prosiding Patriot Mengabdi*, 1(01), 10–16.

Sandi, A. V., & Burhany, D. I. (2020). Penerapan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Menengah (SAK EMKM) Dalam Penyusunan Laporan Keuangan A.D.D Tour & Travel. *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 1(01), 198–229. doi: <https://doi.org/10.55606/srjyappi.v1i5.693>

Saputri, A., & Wijaya, A. (2023). Pengaturan Mini Baner, Brosur, Dan Spanduk Sebagai Media Promosi. *Switch: Jurnal Sainsdan Teknologi Informasi*, 1(04), 32–41.

Wilasari, A. H. (2023). *Strategi Promosi Brosur Pada Produk Handphone di Konter Sinar Cell dan Sms Selluler Tlogosari Semarang* (Skripsi, Universitas Islam Sunan Agung Semarang). Universitas Islam Sunan Agung Semarang, Semarang. Retrieved from https://repository.unissula.ac.id/28292/2/Ilmu%20Komunikasi_32801800019_fullpdf.pdf