

**DIREKTORAT RISET, TEKNOLOGI, DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN TINGGI, RISET, DAN TEKNOLOGI
KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI**

**SKEMA Pemberdayaan Berbasis Masyarakat
RUANG LINGKUP PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PEMULA**

**LAPORAN AKHIR
REKOGNISI MAHASISWA**



**INOVASI VARIASI PRODUK BAKPIA SEK'ECO, PELATIHAN SISTEM
MANAJEMEN KEUANGAN DAN PEMASARAN UPAYA PENINGKATAN DAYA
SAING**

Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun

Kartika Sugiarti NIM 221118527

Dhea Az-Zahra NIM 221218464

STIE WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA

2024

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
KTM DAN TRANSKIP NILAI KARTIKA SUGIARTI.....	1
KTM DAN TRANSKIP NILAI DHEA AZ-ZAHRA.....	3
REKOGNISI KARTIKA SUGIARTI.....	5
REKOGNISI DHEA AZ-ZAHRA.....	7
LOG BOOK KARTIKA SUGIARTI.....	9
LAPORAN KARTIKA SUGIARTI.....	13
LOG BOOK DHEA AZ-ZAHRA.....	26
LAPORAN DHEA AZ-ZAHRA.....	31

KTM DAN TRANSKRIP NILAI KARTIKA SUGIARTI



NO	PS/KUR	KODE MK	NAMA MATA KULIAH	JENIS	SEM	SESI	SKS	NILAI	NILAI MUTU	SKS X NILAI
2	11/2021	MKU301	PENDIDIKAN AGAMA	W	1	2022/1	3	A	4.00	12.00
4	11/2021	MKU302	PENDIDIKAN PANCASILA	W	1	2022/1	2	A-	3.75	7.50
6	11/2021	MKU305	BAHASA INGGRIS	W	1	2022/1	2	A	4.00	8.00
8	11/2021	MKU307	EKONOMI PENGANTAR	W	1	2022/1	3	A-	3.75	11.25
10	11/2021	MKU308	BISNIS PENGANTAR	W	1	2022/1	3	A-	3.75	11.25
12	11/2021	MKU309	AKUNTANSI PENGANTAR 1	W	1	2022/1	3	A	4.00	12.00
14	11/2021	MKU312	APLIKASI KOMPUTER PENGANTAR	W	1	2022/1	3	A	4.00	12.00
16	11/2021	MKU313	MATEMATIKA BISNIS	W	1	2022/1	2	A	4.00	8.00
18	11/2021	MKU303	PENDIDIKAN KEWARGANEGARAAN	W	2	2022/2	2	AB	3.50	7.00
20	11/2021	MKU304	BAHASA INDONESIA	W	2	2022/2	2	A-	3.75	7.50
22	11/2021	MKU306	BAHASA INGGRIS BISNIS	W	6	2022/2	3	A	4.00	12.00
24	11/2021	MKU310	AKUNTANSI PENGANTAR 2	W	2	2022/2	3	A	4.00	12.00

24	11/2021	MKU310	AKUNTANSI PENGANTAR 2	W	2	2022/2	3	A	4.00	12.00
26	11/2021	MKU311	MANAJEMEN PENGANTAR	W	2	2022/2	3	B+	3.25	9.75
28	11/2021	MKU314	HUKUM DAN ETIKA BISNIS	W	2	2022/2	2	A	4.00	8.00
30	11/2021	MKU315	EKONOMI SYARIAH	W	2	2022/2	3	A	4.00	12.00
32	11/2021	MKU316	STATISTIK	W	2	2022/2	3	A	4.00	12.00
34	11/2021	MLP401	MATA KULIAH LINTAS PRODI/AKUNTANSI BIAYA	P	2	2022/2	3	A	4.00	12.00
36	11/2021	MKU317	PENGOLAHAN DATA STATISTIK	W	3	2023/1	3	A	4.00	12.00
38	11/2021	MKJ101	MANAJEMEN PEMASARAN	W	3	2023/1	3	A	4.00	12.00
40	11/2021	MKJ102	MANAJEMEN KEUANGAN	W	3	2023/1	3	A-	3.75	11.25
42	11/2021	MKJ103	MANAJEMEN SDM	W	3	2023/1	3	A	4.00	12.00
44	11/2021	MKJ104	MANAJEMEN OPERASI	W	3	2023/1	3	A	4.00	12.00
46	11/2021	MKJ105	KOMUNIKASI BISNIS DAN NEGOSIASI	W	3	2023/1	3	A	4.00	12.00
48	11/2021	MKU322	PEREKONOMIAN INDONESIA	W	6	2023/1	3	A	4.00	12.00

50	11/2021	MLP402	MATA KULIAH LINTAS PRODI/AKUNTANSI MANAJEMEN	P	3	2023/1	3	B+	3.25	9.75
52	11/2021	MKJ107	RISET OPERASI	W	4	2023/2	3	A	4.00	12.00
54	11/2021	MKJ106	PERILAKU KEORGANISASIAN	W	4	2023/2	3	A	4.00	12.00
56	11/2021	MKU319	PENGANGGARAN BISNIS	W	4	2023/2	3	BC	2.50	7.50
58	11/2021	MKJ108	MANAJEMEN MUTU TERPADU	W	4	2023/2	3	A	4.00	12.00
60	11/2021	MKU318	KEWIRAUSAHAAN	W	4	2023/2	3	AB	3.50	10.50
62	11/2021	MKJ109	MANAJEMEN STRATEGI	W	4	2023/2	3	A	4.00	12.00
64	11/2021	MKU320	SISTEM INFORMASI MANAJEMEN	W	4	2023/2	3	A	4.00	12.00
66	11/2021	MKU321	KEPEMIMPINAN MANAJERIAL	W	6	2023/2	3	A	4.00	12.00
67	11/2021	MKJ110	DIGITAL ENTREPRENEURSHIP	W	5	2024/1	3		0.00	Tdk di Hitung
68	11/2021	MKJ114	STUDI KELAYAKAN BISNIS	W	7	2024/1	3		0.00	Tdk di Hitung
69	11/2021	MKJ115	PASAR MODAL	W	5	2024/1	3		0.00	Tdk di

										Hitung
68	11/2021	MKJ114	STUDI KELAYAKAN BISNIS	W	7	2024/1	3		0.00	Tdk di Hitung
69	11/2021	MKJ115	PASAR MODAL	W	5	2024/1	3		0.00	Tdk di Hitung
70	11/2021	MKK107	MSDM STRATEGIK	P	5	2024/1	3		0.00	Tdk di Hitung
71	11/2021	MKK108	MANAJEMEN BEBAN KERJA	P	5	2024/1	3		0.00	Tdk di Hitung
72	11/2021	MKK109	MANAJEMEN PERUBAHAN	P	5	2024/1	3		0.00	Tdk di Hitung
73	11/2021	MKK110	MANAJEMEN KINERJA SDM	P	5	2024/1	3		0.00	Tdk di Hitung
74	11/2021	MLP403	MATA KULIAH LINTAS PRODI/PERPAJAKAN	P	5	2024/1	3		0.00	Tdk di Hitung
Jumlah							93		357.25	

**KTM DAN TRANSKRIP NILAI
DHEA AZ-ZAHRA**



NO	PS/KUR	KODE MK	NAMA MATA KULIAH	JENIS	SEM	SESI	SKS	NILAI	NILAI MUTU	SKS X NILAI
2	12/2021	MKU301	PENDIDIKAN AGAMA	W	1	2022/1	3	A-	3.75	11.25
4	12/2021	MKU302	PENDIDIKAN PANCASILA	W	1	2022/1	2	A	4.00	8.00
6	12/2021	MKU305	BAHASA INGGRIS	W	1	2022/1	2	B-	2.75	5.50
8	12/2021	MKU307	EKONOMI PENGANTAR	W	1	2022/1	3	A-	3.75	11.25
10	12/2021	MKU308	BISNIS PENGANTAR	W	1	2022/1	3	B+	3.25	9.75
12	12/2021	MKU309	AKUNTANSI PENGANTAR 1	W	1	2022/1	3	A	4.00	12.00
14	12/2021	MKU312	APLIKASI KOMPUTER PENGANTAR	W	1	2022/1	3	A	4.00	12.00
16	12/2021	MKU313	MATEMATIKA BISNIS	W	1	2022/1	2	A	4.00	8.00
18	12/2021	MKU303	PENDIDIKAN KEWARGANEGARAAN	W	2	2022/2	2	A	4.00	8.00
20	12/2021	MKU304	BAHASA INDONESIA	W	2	2022/2	2	A	4.00	8.00
22	12/2021	MKU306	BAHASA INGGRIS BISNIS	W	6	2022/2	3	A-	3.75	11.25
24	12/2021	MKU310	AKUNTANSI PENGANTAR 2	W	2	2022/2	3	A-	3.75	11.25
26	12/2021	MKU311	MANAJEMEN PENGANTAR	W	2	2022/2	3	AB	3.50	10.50
28	12/2021	MKU314	HUKUM DAN ETIKA BISNIS	W	2	2022/2	2	B+	3.25	6.50
30	12/2021	MKU315	EKONOMI SYARIAH	W	2	2022/2	3	A	4.00	12.00
32	12/2021	MKU316	STATISTIK	W	2	2022/2	3	A	4.00	12.00
34	12/2021	MKJ201	AKUNTANSI BIAYA	W	2	2022/2	3	A	4.00	12.00
36	12/2021	MKU317	PENGOLAHAN DATA STATISTIK	W	3	2023/1	3	A	4.00	12.00
38	12/2021	MKJ202	MANAJEMEN KEUANGAN	W	3	2023/1	3	A	4.00	12.00
40	12/2021	MKJ203	AKUNTANSI MANAJEMEN	W	3	2023/1	3	A	4.00	12.00
42	12/2021	MKJ204	PERPAJAKAN	W	3	2023/1	3	A	4.00	12.00
44	12/2021	MKJ205	AKUNTANSI KEUANGAN MENENGAH 1	W	3	2023/1	3	AB	3.50	10.50
46	12/2021	MKJ207	SISTEM INFORMASI AKUNTANSI	W	3	2023/1	3	AB	3.50	10.50
48	12/2021	MKJ208	PENGAUDITAN 1	W	3	2023/1	3	A	4.00	12.00
50	12/2021	MKU322	PEREKONOMIAN INDONESIA	W	6	2023/1	3	AB	3.50	10.50
52	12/2021	MKJ206	AKUNTANSI KEUANGAN MENENGAH 2	W	4	2023/2	3	A	4.00	12.00
54	12/2021	MKU319	PENGANGGARAN BISNIS	W	4	2023/2	3	B+	3.25	9.75
56	12/2021	MKJ210	KOMPUTER AKUNTANSI	W	4	2023/2	3	A	4.00	12.00
58	12/2021	MKU318	KEWIRAUSAHAAN	W	4	2023/2	3	A-	3.75	11.25
60	12/2021	MKJ211	TEORI AKUNTANSI	W	4	2023/2	3	A-	3.75	11.25
62	12/2021	MKU320	SISTEM INFORMASI MANAJEMEN	W	4	2023/2	3	A-	3.75	11.25
64	12/2021	MKJ209	PENGAUDITAN 2	W	4	2023/2	3	A	4.00	12.00
66	12/2021	MKU321	KEPEMIMPINAN MANAJERIAL	W	6	2023/2	3	A	4.00	12.00

											Hitung
68	11/2021	MKJ114	STUDI KELAYAKAN BISNIS	W	7	2024/1	3		0.00		Tdk di Hitung
69	11/2021	MKJ115	PASAR MODAL	W	5	2024/1	3		0.00		Tdk di Hitung
70	11/2021	MKK107	MSDM STRATEGIK	P	5	2024/1	3		0.00		Tdk di Hitung
71	11/2021	MKK108	MANAJEMEN BEBAN KERJA	P	5	2024/1	3		0.00		Tdk di Hitung
72	11/2021	MKK109	MANAJEMEN PERUBAHAN	P	5	2024/1	3		0.00		Tdk di Hitung
73	11/2021	MKK110	MANAJEMEN KINERJA SDM	P	5	2024/1	3		0.00		Tdk di Hitung
74	11/2021	MLP403	MATA KULIAH LINTAS PRODI/PERPAJAKAN	P	5	2024/1	3		0.00		Tdk di Hitung
Jumlah							93				357.25

REKOGNISI KARTIKA SUGIARTI



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYA WIWAHA
Y O G Y A K A R T A**

FORMULIR PENGAJUAN KONVERSI NILAI PROGRAM PKM TA. 2024 / 2025

Nama Mahasiswa : Kartika Sugiarti
 NIM : 221118527
 Program Studi : S1 Manajemen
 Semester Pengambilan : Ganjil
 Penyelenggara Program : Kemendikbudristek / Mandiri (~~Prodi~~)
 Jenis Kegiatan PKM : Pengabdian Masyarakat Pemula
 Judul Kegiatan : Inovasi Variasi Produk Bakpia Sek'Eco, Pelatihan Sistem
 Manajemen Keuangan dan Pemasaran Upaya Peningkatan Daya Saing
 Ketua Tim/Dosen Pembina : Manendha Maganitri Kundala, S.E.,M.M.
 Deskripsi Pekerjaan :

1. Mengatur dan menyediakan berbagai dokumen pendukung kegiatan pengabdian yang diperlukan seperti presensi kegiatan, notulen kegiatan, foto dan video kegiatan.
2. Mengumpulkan dan merekap dokumen tentang kegiatan pengabdian baik yang bentuknya fisik atau non-fisik.
3. Ikut serta dalam setiap kegiatan pendampingan dan pelatihan

DAFTAR KONVERSI NILAI						
No	Nama Mata Kuliah	SKS	Angka Mutu	Huruf Mutu	Checklist	
					Transkrip	SKPI
1	Digital Entrepreneurship	3	4	A	√	√
2	Studi Kelayakan Bisnis	3	4	A	√	√
3						
4						
5						
Total SKS yang dikonversi		6				

Nilai Konversi PKM:

Nilai	Bobot	Range Nilai
A	4,00	80,00 - 100,00
A-	3,75	77,50 - 79,99
AB	3,50	75,00 - 77,49
B+	3,25	72,50 - 74,49
B	3,00	70,00 - 72,49

Wakil Ketua Bidang Akademik

Dr. Uswatun Chasanah, S.E., M.Si.

Yogyakarta, 15 Oktober 2024

Ketua TIM PKM



(Manendha Maganitri Kundala, S.E.,M.M.)

Kaprodi Manajemen

Dr. Muhammad Athori, S.E., M.Si.

FORM PENILAIAN LAPORAN AKHIR PEGABDIAN

Nama Mahasiswa : Kartika Sugiarti
 No Mahasiswa : 221118527
 Judul laporan Akhir : Inovasi Variasi Produk Bakpia Sek'Eco, Pelatihan Sistem Manajemen Keuangan dan Pemasaran Upaya Peningkatan Daya Saing

No	Aspek yang dinilai	Butir-butir Penilaian	Jumlah +		
			3	2	1
1.	Oral Communication (Komunikasi Lisan)	1. Kualitas penggunaan media presentasi	✓		
		2. Kejelasan dan Sistematika presentasi	✓		
		3. Kemampuan menyampaikan presentasi	✓		
		4. Kemampuan menjawab pertanyaan	✓		
2.	Written Communication (Komunikasi Tertulis)	5. Kejelasan dan sistematika penulisan	✓		
		6. Kualitas tata-tulis	✓		
		7. Ketetapan penggunaan tata-bahasa	✓		
3.	Analytical Skills (Ketrampilan Analistis)	8. Kualitas analisis dan pembahasan hasil pengabdian	✓		
		9. Kesesuaian simpulan dan saran-saran	✓		
JUMLAH					

Keterangan :
 Centang pada kolom penilaian jumlah nilai minimal 9 jumlah nilai maksimal 27

Yogyakarta, 15 Oktober 2024
 Dosen PKM


 (Manertha Maganliri Kundala, S.E.,M.M.)

Catatan : *) Coret yang tidak perlu.
 Lampiran : Dokumen/Bukti dari Mitra

REKOGNISI DHEA AZ-ZAHRA



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYA WIWAHA
YOGYAKARTA**

FORMULIR PENGAJUAN KONVERSI NILAI PROGRAM PKM TA. 2024 / 2025

Nama Mahasiswa : Dhea Az-Zahra
 NIM : 221218464
 Program Studi : SI Akuntansi
 Semester Pengambilan : Ganjil
 Penyelenggara Program : Kemendikbudristek / Mandiri (Prodi)*
 Jenis Kegiatan PKM : Pengabdian Masyarakat Pemula
 Judul Kegiatan : Inovasi Variasi Plduk Bakpia Sek'Eco, Pelatihan Sistem Manajemen Keuangan dan Pemasafan Upaya Peningkatan Daya Saing
 Ketua Tim/Dosen Pembina : Manendha Maganitri Kundala, S.E.,M.M.
 Deskripsi Pekerjaan :
 4. Mengatur dan menyediakan berbagai dokumen pendukung kegiatan pengabdian yang diperlukan seperti presensi kegiatan, notulen kegiatan, foto dan video kegiatan.
 5. Mengumpuik an dan merekap dokumen tentang kegiatan pengabdian baik yang bentuknya fisik atau non-fisik.
 6. Ikut serta dalam setiap kegiatan pendampingan dan pelatihan

DAFTAR KONVERSI NILAI						
No	Nama Mata Kuliah	SKS	Angka Mutu	Huruf Mutu	Checklist	
					Transkrip	SKPI
1	Manajemen Biaya	3	4	A	√	√
2	Analisis Laporan Keuangan	3	4	A	√	√
3						
4						
5						
Total SKS yang dikonversi		6				

Nilai Konversi PKM:

Nilai	Bobot	Range Nilai
A	4,00	80,00 - 100,00
A-	3,75	77,50 - 79,99
AB	3,50	75,00 - 77,49
B+	3,25	72,50 - 74,49
B	3,00	70,00 - 72,49

Yogyakarta, 15 Oktober 2024
Ketua TIM PKM

Wakil Ketua / Bidang Akademik

Dr. Uswatun Chasanah, S.E., M.S.



Manendha Maganitri Kundala, S.E.,M.M.)

Kaproti Manajemen

Chasanah Selyowati, S.E., M.B.A., Ak.,CA

FORM PENILAIAN LAPORAN AKHIR PEGABDIAN

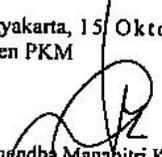
Nama Mahasiswa : Dhea Az-Zahra
 No Mahasiswa : 221218464
 Judul laporan Akhir : Inovasi Variasi Produk Bakpia Sek'Eco, Pelatihan Sistem Manajemen Keuangan dan Pemasaran Upaya Peningkatan Daya Saing

No	Aspek yang dinilai	Butir-butir Penilaian	Jumlah +		
			3	2	1
4.	Oral Communication (Komunikasi Lisan)	10. Kualitas penggunaan media presentasi	✓		
		11. Kejelasan dan Sistematika presentasi	✓		
		12. Kemampuan menyampaikan presentasi	✓		
		13. Kemampuan menjawab pertanyaan	✓		
5.	Written Communication (Komunikasi Tertulis)	14. Kejelasan dan sistematika penulisan	✓		
		15. Kualitas tata-tulis	✓		
		16. Ketetapan penggunaan tata-bahasa	✓		
6.	Analytical Skills (Ketrampilan Analistis)	17. Kualitas analisis dan pembahasan hasil pengabdian	✓		
		18. Kesesuaian simpulan dan saran-saran	✓		
JUMLAH					

Keterangan :

Centang pada kolom penilaian jumlah nilai minimal 9 jumlah nilai maksimal 27

Yogyakarta, 15 Oktober 2024
 Dosen PKM


 (Manendha Magahitri Kundala, S.E.,M.M.)

Catatan : *) Coret yang tidak perlu.
 Lampiran : Dokumen/Bukti dari Mitra

LOG BOOK KARTIKA SUGIARTI

LOG BOOK KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PENGABDIAN MASYARAKAT PEMULA (PMP)

Nama Mahasiswa : Kartika Sugiarti
NIM : 221118527
Judul PKM : Inovasi Variasi Produk Bakpia Sek'Eco, Pelatihan Sistem Manajemen Keuangan dan Pemasaran Upaya Peningkatan Daya Saing
Mitra PKM : Bakpia Sek'eco
Lokasi Kegiatan : Ngampilan NG 1/83, RT 04, RW 01 Kelurahan Ngampilan, Kemantren Ngampilan, Yogyakarta

5-16 ag

No	Tanggal	Uraian kegiatan	Hasil	Paraf
1	5 Agustus 2024	Koordinasi pertama mahasiswa dengan dosen, membahas jobdesk apa saja yang akan dikerjakan selama program PKM berlangsung dan berbagi tugas	Lampiran 1	
2	7 Agustus 2024	Membuat design untuk packaging baru Bakpia Ebi	Lampiran 2	
3	11 Agustus 2024	Mencari referensi hasil luaran PKM	Lampiran 3	
4	13 Agustus 2024	Koordinasi detail tentang pembuatan poster PKM	Lampiran 4	
5	15 Agustus 2024	Membuat google form soal Pre-Test dan Post Test untuk peningkatan level mitra	Lampiran 5	

Dosen Pendamping


(Khoirunnisa Cahya Firdarini, S.E.,M.Si)

Owner Bakpia Sek'eco


Yohanes Ardika Sendy

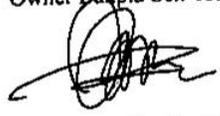
Kegiatan PKM tanggal 19 – 30 Agustus 2024

No	Tanggal	Uraian kegiatan	Hasil	Paraf
1	19 Agustus 2024	Pembuatan kerangka poster luaran PKM	Lampiran 6	
2	20 Agustus 2024	Kunjungan pertama ke mitra, yaitu Bakpia Sek'Eco. Survei dan mendokumentasi tempat produksi.	Lampiran 7	
3	20 Agustus 2024	Mengumpulkan dokumentasi dan upload ke Google Drive	Lampiran 8	
4	25 Agustus 2024	Meng-cover packaging baru Bakpia Ebi	Lampiran 9	
5	26 Agustus 2024	Sosialisasi kegiatan ke mitra Bakpia Ebi Sek'Eco	Lampiran 10	
6	29 Agustus 2024	Koordinasi dengan dosen pendamping untuk event bakpia di Teras Malioboro	Lampiran 11	
7	30 Agustus 2024	Membuat design banner untuk persiapan event Teras Malioboro	Lampiran 12	

Dosen Pendamping


(Khoirunnisa Cahya Firdarini, S.E.,M.Si)

Owner Bakpia Sek'eco


Yohanes Ardika Sendy

Kegiatan PKM tanggal 5 – 13 September 2024

No	Tanggal	Uraian Kegiatan	Hasil	Paraf
1	5 September 2024	Melakukan pendampingan yang dilaksanakan di Teras Malioboro, turut serta menjual dan memperkenalkan produk Bakpia inovasi baru kepada pengunjung serta membuat konten.	Lampiran 13	
2	6 September 2024	Mengumpulkan hasil dokumentasi dan mengupload di google Drive	Lampiran 14	
3	9 September 2024	Koordinasi untuk evaluasi log book mahasiswa beserta melanjutkan progress selanjutnya	Lampiran 15	
4	11 September 2024	Mempersiapkan PPT untuk pelatihan, yaitu tahap-tahap menjual produk di TikTok Shop.	Lampiran 16	
5	13 September 2024	Membuat Banner untuk pelatihan mitra	Lampiran 17	

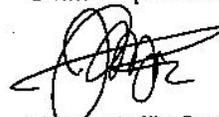
Dosen Pendamping

(Khoirunnisa Cahya Firdarini, S.E.,M.Si)



Owner Bakpia Sek'eco

Yohanes Ardika Sendy



Kegiatan PKM tanggal 16 – 27 September 2024

No	Tanggal	Uraian Kegiatan	Hasil	Paraf
1	17 September 2024	Koordinasi dengan dosen pendamping via online untuk persiapan pelatihan	Lampiran 18	
2	19 September 2024	Koordinasi mengenai revisi dari design Banner yang sebelumnya sudah dibuat	Lampiran 19	
3	20 September 2024	Melakukan print Banner	Lampiran 20	
4	27 September 2024	Koordinasi dengan dosen pendamping via online untuk pelatihan PKM Bakpia SekEco dan Menyusun Rundown kegiatan Pelatihan yang direncanakan selama 3 hari	Lampiran 21	

Dosen Pendamping

(Khoirunnisa Cahya Firdarini, S.E.,M.Si)



Owner Bakpia Sek'eco

Yohanes Ardika Sedy



LAPORAN KARTIKA SUGIARTI

**LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT “INOVASI VARIASI PRODUK
BAKPIA SEK’ECO, PELATIHAN SISTEM MANAJEMEN KEUANGAN DAN
PEMASARAN UPAYA PENINGKATAN DAYA SAING”**

Disusun dengan tujuan untuk memenuhi syarat rekognisi SKS



Disusun Oleh:

Kartika Sugiarti

NIM 221118527

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI WIDYA WIWAHA

YOGYAKARTA

2024

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) diakui memiliki status istimewa atau kewenangan otonomi khusus. Terdiri dari empat kabupaten dan satu kota, yakni Kabupaten Kulon Progo di bagian barat, Kabupaten Bantul di selatan, Kabupaten Gunungkidul di barat, Kabupaten Sleman di utara, dan Kota Yogyakarta di tengahnya. Angka harapan hidup mencapai 74,99 dan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) mencapai 79,97 pada tahun 2020. Keberagaman budaya di DIY mencakup berbagai warisan budaya (1). Salah satu keragaman budaya tersebut terlihat pada jenis kuliner atau kudapan yaitu bakpia. Bakpia telah menjadi salah satu makanan khas Yogyakarta karena prosesnya yang melibatkan berbagai langkah.

Makanan ini merupakan gabungan dari cita rasa Tionghoa dan lokal, awalnya menggunakan minyak babi, namun kemudian diubah menjadi kue bulat tanpa minyak babi sehingga dapat dinikmati oleh semua orang. Kehadirannya pertama kali di Yogyakarta untuk memberikan variasi pada jenis makanan kecil yang pada waktu itu terbatas, yang sebagian besar terdiri dari makanan tradisional daerah atau roti yang dipengaruhi oleh Belanda. Perpaduan ini menciptakan ruang bagi akulturasi dan toleransi antara orang Tionghoa dan Jawa, yang tercermin tidak hanya dalam kehidupan sehari-hari, tetapi juga dalam bentuk makanan. Resep bakpia awalnya diperkenalkan oleh seorang Tionghoa bernama Kwik Sun Kwok dari Wonogiri pada tahun 1940-an (2).

Bakpia identik sebagai makanan yang terdiri dari adonan tepung terigu yang dipanggang, diisi dengan campuran kacang hijau dan gula. Sebagai makanan tradisional khas, bakpia telah menarik banyak minat dari wisatawan, termasuk wisatawan mancanegara. Setiap kali musim liburan, seperti liburan sekolah, libur panjang akhir pekan, serta perayaan seperti Lebaran, Natal, dan tahun baru, jumlah wisatawan dan pengunjung dari luar daerah yang datang ke Yogyakarta semakin meningkat. Hal ini mengakibatkan para produsen bakpia mendapatkan pesanan dalam jumlah besar.

Maraknya merek bakpia dan bertambahnya UMKM baru, persaingan dalam industri ini semakin ketat. Hal ini mendorong pengembang bakpia untuk menciptakan ide-ide baru. Dahulu, bakpia hanya memiliki varian rasa kacang hijau, namun sekarang

telah berkembang menjadi beragam varian rasa. Selain itu, inovasi juga terjadi dalam bentuk variasi tekstur, dengan munculnya bakpia kukus dan *crispy*, yang sebelumnya hanya tersedia dalam bentuk kering. Di masa depan, kemungkinan besar bakpia akan terus berkembang dan menghasilkan ide-ide kreatif baru untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pelaku UMKM bakpia tidak hanya terfokus pada jenis dan varian rasa bakpia.

Di era yang semakin modern ini, di mana teknologi terus berkembang, mereka juga bersaing dan memanfaatkan media digital untuk memasarkan produk. Hal ini dapat membuat produk bakpia menjadi lebih dikenal oleh banyak orang, dan konsumen tidak perlu datang langsung untuk membeli bakpia. Kemampuan memanfaatkan dan pemahaman media digital yang baik, membuat pelaku UMKM dapat menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan omzet. Untuk mengatasi persaingan pelaku UMKM juga harus terus meningkatkan kualitas bakpianya dan memahami strategi pemasaran agar konsumen merasa puas dengan produk dibeli (4).

Salah satu usaha bakpia di Yogyakarta adalah bakpia Sek'Eco yang baru didirikan di tahun 2023 oleh Yohanes Ardika Sedy. Produk bakpia yang diproduksi memiliki varian rasa kacanghijau/original, kumbu hitam, pandan, coklat, keju dengan tambahan varian rasa *seasonal* berupa kurma dan nastar untuk hari raya. Produk bakpia Sek'Eco telah dikemas dengan dus dan memiliki ijin usaha (P-IRT). Namun, produksi bakpia Sek'Eco selama ini hanya berdasarkan pesanan masuk dan masih menggunakan peralatan standar sederhana, belum menggunakan oven dan mesin vacuum sehingga untuk keawetan produknya masih kurang. Bakpia Sek'Eco selama ini belum mengikuti pendampingan dan pelatihan usaha khususnya untuk produksi bakpiadengan variasi berbeda dari segi rasa dan tampilan, manajemen usaha dan pemasaran padahal tingkat persaingan usaha bakpia semakin tinggi.

1.2 Permasalahan

Berdasarkan kondisi eksisting dan profil mitra maka permasalahan prioritas di bakpia Sek'Eco antara lain:

- a. Belum adanya pelatihan dan pendampingan tentang *brainstorming* inovasi produk baru untuk pengrajin bakpia Sek'Eco.
- b. Belum adanya pelatihan dan pendampingan produksi varian produk baru berupa rasa berbeda yaitu rasa gurih dan tampilan produk yang unik serta produk yang lebih tahan

lama untuk konsumsi.

- c. Belum adanya pelatihan dan pendampingan manajemen berupa pengelolaan keuangan untuk varian produk baru seperti perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) produk baru, harga jual dan keuntungan yang didapat dari varian produk baru yang dijual. Serta, mengenalkan *software*/aplikasi keuangan gratis
- d. d. Belum adanya pelatihan dan pendampingan tentang pemasaran varian produk baru berupapengemasan menarik dan pemasaran online dengan media sosial.

1.3 Tujuan Kegiatan

Tujuan kegiatan kegiatan PkM di Bakpia Sek'Eco adalah:

- a. Pengrajin bakpia Sek'Eco mendapatkan *brainstorming* untuk inovasi produk baru serta pelatihan dan pendampingan tentang produksi, manajemen usaha dan pemasaran.
- b. Pengrajin bakpia Sek'Eco mampu memproses dan memproduksi varian produk baru bakpia dengan varian rasa yang berbeda yaitu rasa gurih, tampilan unik serta produk yang lebih tahan lama untuk dikonsumsi.
- c. Pengrajin bakpia Sek'Eco memiliki kemampuan manajemen usaha untuk varian produk baru agar dapat menghitung HPP, harga produk dan tingkat keuntungan.
- d. Pengrajin bakpia Sek'Eco mampu melakukan kegiatan pemasaran untuk varian produk baru dengan pengemasan menarik dan pemanfaatan media sosial sehingga dapat menghadapi persaingan usaha.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian oleh Enfrada, Gesty, dan Sigit pada tahun 2023 [1] “Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan dan Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bakpia Krezmera” yang dilakukan karena adanya permasalahan dalam inovasi produk. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, kualitas pelayanan, dan social media terhadap keputusan pembelian bakpia krezmera. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap variabel inovasi produk, kualitas layanan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian produk Bakpia Krezmera. Dengan adanya penelitian ini diharapkan Bakpia Kresmera dapat meningkatkan inovasi produk agar pembelian dapat meningkat.

Penelitian selanjutnya tentang inovasi produk yaitu Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Sentra Industri Kecil Pembuatan Bakpia di Kabupaten Bantul yang diteliti oleh Sarjita [2]. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran pada sentra industri kecil pembuatan bakpia di Kabupaten Bantul. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada Sentra Industri Pembuatan Bakpia di Kabupaten Bantul.

2.1 Inovasi Produk

Menurut Kotler dan Armstrong 2019 dalam [1] inovasi produk adalah barang, jasa atau ide yang dianggap baru oleh sejumlah pelanggan potensial. Konsumen memiliki beberapa tahap dalam mengadopsi produk baru, yaitu:

1. Kesadaran : konsumen lebih disadarkan akan adanya inovasi tetapi kekurangan informasi.
2. Minat : rangsangan konsumen untuk mengetahui inovasi produk.
3. Evaluasi : mempertimbangkan untuk mencoba produk baru itu merupakan tindakan yang masuk akal.
4. Percobaan : tahap konsumen dimana mencoba produk baru dalam skala kecil untuk meningkatkan estimasi tentang inovasi produk tersebut.
5. Adopsi : tahap pemutusan konsumen untuk menggunakan produk secara penuh dan teratur.

Menurut Kottler dan Keller (2012) dalam [1] perekonomian berubah dengan sangat cepat, yang mengharuskan perubahan dan pembaharuan produk pada perusahaan agar bisa berinovasi dan melihat peluang bagi pasar baru sesuai perkembangan zaman. Inovasi Produk pada perusahaan menciptakan sikap positif terhadap inovasi yang dimulai dari segi proses, SDM maupun operasional. Hubungan Inovasi produk terhadap keputusan pembelian menurut Nadya pada usaha kuliner makanan pedas masih tergolong baru, konsumen terus berjamur dan penjualan produk semakin meningkat hal ini dikarenakan selera masyarakat untuk menikmati makanan pedas.

2.2 Pemasaran

Pemasaran digital adalah upaya untuk memajukan merek yang melibatkan media canggih yang dapat sampai pada pembeli dengan cara yang nyaman, individual, dan penting. Pemasaran *online* telah berubah menjadi tindakan wajib yang harus dilakukan oleh semua pengelola uang. Pengaturan pemasaran digital menggabungkan penggunaan berbagai saluran pengangkutan yang menggabungkan strategi bolak-balik. Organisasi harus fleksibel dan responsif dalam mempengaruhi pembeli [3].

Media sosial merupakan kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau “bermain”. Media sosial memberikan sebuah kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen, termasuk publikasi sebuah konten komunikasi yang lebih individual. Hal ini mendukung *personal branding* ketika peranan audiens sebagai sarana komunikasi dan diskusi serta memberikan sebuah popularitas. Chris Brogan mengatakan bahwa bentuk media sosial merupakan perangkat komunikasi yang memungkinkan terjadinya interaksi jenis baru [4]. Dave Kerpen mengutarakan bahwa media sosial merupakan tempat sekumpulan gambar, video, dan teks serta interaksi dengan jaringan, baik antar individu maupun kelompok [5].

2.3 Manajemen Keuangan

Laporan Keuangan merupakan suatu informasi yang menggambarkan kondisi perusahaan, dimana selanjutnya itu akan menjadi suatu informasi yang menggambarkan tentang kinerja perusahaan. Disisi lain Munawir, (2010: 2) dalam [6] mengatakan laporan keuangan pada dasarnya adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai

alat untuk berkomunikasi antara data keuangan atau aktivitas suatu perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan data atau aktivitas suatu perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan data atau aktivitas perusahaan tersebut.

Halim (2009:31) dalam [6] menegaskan tujuan dari pelaporan keuangan adalah memberi informasi yang bermanfaat bagi investor, kreditur, dan pemakai lainnya, sekarang atau masa yang akan datang (potensial) untuk membuat keputusan investasi, pemberian kredit, dan keputusan investasi yang serupa yang rasional, memberi informasi yang bermanfaat bagi investor, kreditur, dan pemakai lainnya, sekarang atau masa yang akan datang (potensial) untuk memperkirakan jumlah, waktu (*timing*) dan ketidakpastian dari penerimaan kas dari deviden atau bunga, dari penjualan, pelunasan surat-surat berharga atau hutang pinjaman. Memberi informasi untuk menolong investor, kreditur dan pemakai lainnya untuk memperkirakan jumlah, waktu (*timing*) dan ketidakpastian aliran kas masuk bersih ke perusahaan.

Accurate accounting software dikembangkan sejak 1999 oleh PT. Cipta Piranti Sejahtera (*CPSSoft Developer of Accurate software*) dan telah diaplikasikan oleh lebih dari 50.000 pengguna dan bekerja sama dengan lebih dari 30 universitas terkemuka di Indonesia sebagai mitra Accurate. Software accurate ini dapat mengaplikasikan *general ledger, cash/bank, inventory, purchase, sales, fixed asset* dan tersedia untuk varian *project* dan manufaktur yang diaplikasikan di berbagai jenis dan skala usaha kecil menengah dibidang *trading, distribusi, service* atau manufaktur dan lain sebagainya. Fungsi utamanya yaitu sebagai *software accounting* yang cocok diaplikasikan di hampir semua jenis usaha baik *trading, service*, kontraktor, ataupun manufaktur [6]. Dalam pelatihan pengabdian kepada masyarakat ini tim menggunakan aplikasi *Accurate* karena aplikasi ini cocok untuk UMKM dan cukup mudah untuk dipahami.

2.4 Mitra Bakpia Sek'Eco

Salah satu usaha bakpia di Yogyakarta adalah bakpia Sek'Eco yang baru didirikan di tahun 2023 oleh Yohanes Ardika Sendy. Produk bakpia yang diproduksi memiliki varian rasa kacang hijau/original, kumbu hitam, pandan, coklat, keju dengan tambahan varian rasa *seasonal* berupa kurma dan nastar untuk hari raya. Produk bakpia Sek'Eco telah dikemas dengan dus dan memiliki ijin usaha (P-IRT). Namun, produksi bakpia

Sek'Eco selama ini hanya berdasarkan pesanan masuk dan masih menggunakan peralatan standar sederhana, belum menggunakan oven dan mesin *vacuum* sehingga untuk keawetan produknya masih kurang. Bakpia Sek'Eco selama ini belum mengikuti pendampingan dan pelatihan usaha khususnya untuk produksi bakpiadengan variasi berbeda dari segi rasa dan tampilan, manajemen usaha dan pemasaran padahal tingkat persaingan usaha bakpia semakin tinggi.

BAB III PELAKSANAAN DAN HASIL KEGIATAN

3.1 Pelaksanaan Kegiatan

3.1.1 Waktu dan Tempat Kegiatan

Waktu Kegiatan : Agustus – September 2024

Tempat Kegiatan : Rumah Produksi Sek'Eco



Gambar 3. 1 Pendampingan dan Pelatihan PKM Bakpia Sek'Eco

3.1.2 Peran Mahasiswa

Selama kegiatan pengabdian saya Kartika Sugiarti NIM 221118527 berperan aktif dalam pembuatan desain banner, mendokumentasikan seluruh kegiatan yang kemudian diproses dan dijadikan konten, juga ikut serta dalam setiap kegiatan pendampingan dan pelatihan.

Secara rinci, saya banyak membantu di bagian dokumentasi dan pemasaran produk secara online. Selama pengabdian saya ikut berperan dalam pembuatan *google form pre-test* untuk mitra, pembuatan banner pelatihan, pembuatan infografis, pembuatan video testimoni serta konten, mengumpulkan dan mengelola hasil dokumentasi, pembuatan *PowerPoint* presentasi untuk Tutorial TikTok Shop, membantu mitra untuk menggunakan aplikasi TikTok Shop, serta membantu dosen untuk pendampingan dan pelatihan pengabdian kepada masyarakat.

3.2 Hasil Kegiatan

Bakpia Sek'Eco merupakan usaha yang memiliki beberapa permasalahan untuk menghadapi persaingan, sementara potensinya cukup tinggi untuk dikembangkan karena sudah memiliki izin usaha dan jumlah karyawan yang cukup banyak.

Solusi yang dapat ditawarkan yang dimulai dengan tahap persiapan untuk diskusi, pencarian ide bersama untuk inovasi produk baru. Ide dapat dicari menggunakan referensi *online* atau cetak maupun atau *benchmark* dengan produk dari produsen yang sudah ada [7]. Pada tahap persiapan ini dapat juga ditawarkan ide inovasi tentang varian rasa baru yaitu rasa gurih karena selama ini belum banyak produsen bakpia dengan varian rasa gurih. Pemilihan varian rasa baru juga mempertimbangkan komposisi bahan-bahan yang digunakan, gizi dan nilai bahan baku agar produk yang dihasilkan nantinya layak jual. Varian rasa baru tersebut misalnya dengan menambah ebi dalam isian bakpia yang selama ini berupa kacang hijau [8]. Selain varian rasa, inovasi juga dapat berupa bentuk atau tampilan baru yang berbeda dari yang sudah ada sehingga menjadi lebih unik dan menjadi ciri khas. Selama ini, bakpia cenderung diproduksi dengan tampilan bulat kecil. Inovasi tampilan bakpia misalnya spiral atau bentuk lainnya seperti segitiga, persegi panjang atau lainnya [9]. Kemudian, membantu mencari penyedia bahan baku dan memilih bahan baku yang berkualitas serta peralatan produksi yang dapat meningkatkan ketahanan produk namun dengan harga yang terjangkau untuk produk baru.

Solusi berikutnya adalah setelah melakukan diskusi dan pencarian ide tentang rasa dan tampilan baru, maka berikutnya adalah melakukan kegiatan produksi atau mengolah produk varian rasa baru dan tampilan yang unik. Produksi adalah proses di mana nilai guna dari barang atau jasa meningkat melalui penambahan manfaat, bentuk, waktu, dan tempat dengan menggunakan faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, mesin, bahan baku dan dana. Hasil produksi nantinya memiliki kemampuan yang lebih besar untuk memenuhi kebutuhan konsumen [10]. Kegiatan produksi dilakukan dengan pelatihan/praktik dan pendampingan pembuatan produk baru dan penggunaan bahan baku, tenaga kerja dan alat produksi untuk ketahanan konsumsi produk.

Solusi selanjutnya adalah melakukan kegiatan manajemen salah satunya adalah tentang manajemen keuangan. Penerapan manajemen keuangan dapat memiliki sejumlah

manfaat, termasuk mencegah pengeluaran yang berlebihan, mencapai tujuan keuangan, mengurangi risiko keuangan, mengoptimalkan penggunaan sumber daya keuangan, mendukung kelangsungan usaha, dan memfasilitasi pengambilan keputusan keuangan yang lebih baik. Kegiatan manajemen keuangan dapat dimulai dengan mengubah perhitungan harga pokok tradisional yang selama ini diterapkan oleh mitra dengan metode konvensional. Perubahan metode ini perlu diterapkan mengingat adanya varian baru yang menggunakan bahan baku yang berbeda sehingga menghasilkan harga pokok yang berbeda. Perhitungan harga pokok yang akurat dapat meningkatkan ketepatan penentuan harga jual varian produk baru sehingga akan meningkatkan daya saing mitra di industri bakpia yang semakin ketat. Kegiatan selanjutnya dilakukan dengan pelatihan/praktik dan pendampingan perhitungan dan penyusunan HPP, penentuan harga jual, dan keuntungan yang mungkin didapatkan jika menjual produk baru. Selain itu juga mengenalkan *software/aplikasi* keuangan yang dapat diakses gratis.

Solusi selanjutnya adalah pemasaran. Pemasaran adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mempromosikan produk, layanan, atau jasa yang mereka tawarkan. Saat ini, pemasaran tidak hanya berkaitan dengan memastikan produk atau jasa sampai ke tangan konsumen dalam kondisi baik, tetapi juga memikirkan bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen secara berkelanjutan. Salah satu kegiatan pemasaran adalah *branding*. *Branding*, merupakan salah satu faktor penting dalam membuat sebuah produk lebih dikenal dan beberapa elemen yang sering digunakan, seperti nama, logo atau slogan. Elemen tersebut dapat didesain menggunakan aplikasi/*software* yang diakses gratis misalnya Canva. Media online atau internet menjadi salah satu media pemasaran yang sangat diminati karena hampir semua orang menggunakan internet. Hal ini membuat pasar yang bisa dijangkau menjadi sangat luas. Pemasaran melalui media *online* dapat dilakukan melalui berbagai cara, misalnya dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, Whatsapp dll, *website*, email, serta melalui iklan *online*. Kegiatan pemasaran yang dapat dilakukan di bakpia Sek'Eco dapat berupa pelatihan dan pendampingan desain kemasan yang menarik, pemanfaatan media pemasaran *online* atau media sosial.

3.3 Pelatihan Inovasi Produk

Pelatihan ini dipimpin oleh ketua PKM Ibu Manenda dan pemilik mitra Bakpia Sek'Eco saudara Yohanes Sendy serta dibantu oleh dosen dan mahasiswa yang terlibat. Pelatihan dilakukan pada Rabu, 2 Oktober 2024 di Gedung Widoro Laut, Ngampilan. Pelatihan ini melibatkan seluruh pegawai Bakpia Sek'Eco yang berjumlah 7 orang. Pelatihan dilaksanakan dengan tujuan untuk memandu para pegawai membuat Bakpia variasi baru yaitu Bakpia Ebi. Dalam pelatihan ini menghasilkan karyawan Bakpia Sek'Eco sudah dapat memproduksi bakpia varian baru yaitu Bakpia Ebi dan juga penggunaan mesin vacuum supaya produk lebih awet untuk dikirim ke luar kota.



Gambar 3. 2 Pelatihan pembuatan bakpia ebi



Gambar 3. 3 Pelatihan penggunaan mesin *vacum sealer*

3.4 Pelatihan Aplikasi Keuangan

Pelatihan ini dipimpin oleh ketua PKM Ibu Manenda dan pemilik mitra Bakpia Sek'Eco saudara Yohanes Sendy serta dibantu oleh dosen dan mahasiswa yang terlibat. Pelatihan dilakukan pada Rabu, 2 Oktober 2024 di Gedung Widoro Laut, Ngampilan. Pelatihan ini melibatkan seluruh pegawai Bakpia Sek'Eco yang berjumlah 7 orang. Tujuan pelatihan ini untuk memberikan pandangan kepada pegawai bahwa sekecil apapun

transaksi akan tetap mempengaruhi keuangan perusahaan. Oleh sebab itu, laporan keuangan UMKM pada Bakpia Sek'Eco sangatlah penting, pelatihan penggunaan *Accurate* ini diharapkan mempermudah pengelolaan keuangan pada mitra. Dalam pelatihan manajemen ini, pemilik Bakpia Sek'Eco sudah dapat mengoperasikan web/aplikasi *Accurate* dan akan mengaplikasikannya dalam laporan keuangan perusahaan.

3.5 Pelatihan Media Sosial

Pelatihan ini dipimpin oleh ketua PKM Ibu Manenda dan pemilik mitra Bakpia Sek'Eco saudara Yohanes Sendy serta dibantu oleh dosen dan mahasiswa yang terlibat. Pelatihan dilakukan pada Rabu, 2 Oktober 2024 di Gedung Widoro Laut, Ngampilan. Pelatihan ini melibatkan seluruh pegawai Bakpia Sek'Eco yang berjumlah 7 orang. Pelatihan dilakukan dengan tujuan agar Bakpia Sek'Eco lebih luas lagi dikenal oleh masyarakat umum, pemilik dapat memanfaatkan teknologi sekarang untuk memasarkan produknya, dan itu dapat meningkatkan penjualan Bakpia Sek'Eco. Dalam pelatihan ini, pemilik sudah dapat mengoperasikan aplikasi *digital marketing* seperti TikTok Shop.

BAB IV PENUTUP

4.1 Simpulan

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Inovasi Variasi Produk Bakpia Sek'Eco, Pelatihan Sistem Manajemen Keuangan dan Pemasaran Upaya Peningkatan Daya Saing“ menghasilkan pelatihan pembuatan varian bakpia baru yaitu bakpia isi ebi, pelatihan penggunaan aplikasi accurate untuk pencatatan transaksi agar keuangan perusahaan dapat terlihat transparan, dan pelatihan penggunaan aplikasi digital untuk pemasaran produk seperti TikTok Shop. Dengan demikian pelatihan ini sangat bermanfaat untuk mitra dalam meningkatkan daya saing di era digital ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. A. P. Sonata, G. Ernestivita, and S. Wi. S. Bhirawa, “PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN SOCIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BAKPIA KREZMERA,” *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri (SENMEA)*, pp. 690–699, 2023.
- [2] Sarjita, “PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA SENTRA INDUSTRI KECIL PEMBUATAN BAKPIA DI KABUPATEN BANTUL,” *JBMA*, vol. Vol. 4 No. 2, pp. 27–37, 2017.
- [3] N. S. Sihombing, E. Pardede, A. Sihombing, and N. Dewantara, “PEMASARAN DIGITAL,” M. R. Naim, Ed., Banyumas: CV. Pena Persada.
- [4] T. Liedfray, Waani F. J, and J. J. Lasut, “Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara,” *Jurnal Ilmiah Society*, vol. Vol.2 No 1, pp. 1–13, 2022.
- [5] D. Gunawan, “Pengaruh Social Media Campaign dan OnlineE Promotion Terhadap Purchase Intention pada GOJEK Indonesia Di Surabaya,” *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2020.
- [6] H. Khotmi and R. Amrul, “PENERAPAN APLIKASI ACCURATE DALAM PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN UKM (Studi pada UKM PT Tri Utami Jaya Mataram),” *Jurnal Valid*, vol. Vol. 14 No. 1, pp. 61–70, 2017.
- [7] A. M, H. M, A. N, S. H, and Fatmawati, “PKM Kewirausahaan Informal Pembuatan Bakpia ‘Bakples,’” *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, pp. 67–74, 2023.
- [8] Mumpuni RT and Rinawati W, “Pemanfaatan Ebi Sebagai Isian Bakpia Untuk Meningkatkan Konsumsi Produk Perikanan”.
- [9] Medan Satu, “Bakpia Spiral ‘Medan’, Inovasi Kuliner untuk Warga yang Ingin Berbisnis dari Chef Juna.” Accessed: Oct. 11, 2024. [Online]. Available: <https://medan.pikiran-rakyat.com/ragam/pr-3107277127/bakpia-spiral-medan-inovasi-kuliner-untuk-warga-yang-ingin-berbisnis-dari-chef-juna?page=all>
- [10] Rosyda, “Pengertian Produksi: Fungsi, Tujuan, Jenis, Tahapan dan Faktornya,” Gramedia Literasi. Accessed: Oct. 11, 2024. [Online]. Available: <https://gramedia.com/literasi/pengertian-produksi/>

LOG BOOK DHEA AZ-ZAHRA

LOG BOOK KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PENGABDIAN MASYARAKAT PEMULA (PMP)

Nama Mahasiswa : Dhea Az-zahra
NIM : 221218464
Judul PKM : Inovasi Variasi Produk Bakpia Sek'Eco, Pelatihan Sistem Manajemen Keuangan dan Pemasaran Upaya Peningkatan Daya Saing
Mitra PKM : Bakpia Sek'Eco
Lokasi Kegiatan : Ngampilan NG 1/83, RT 04, RW 01 Kelurahan Ngampilan, Kemantren Ngampilan, Yogyakarta

Kegiatan PKM tanggal 5 – 16 Agustus 2024

No	Tanggal	Uraian kegiatan	Dokumentasi	Paraf
1	5 Agustus 2024	Koordinasi pertama kali dengan dosen pendamping via online	Lampiran 1	
2	7 Agustus 2024	Mengikuti konsultasi PKM pertama kali dengan dosen di kampus dan membagi tugas masing-masing	Lampiran 1	
3	7 Agustus 2024	Sharing session tentang Panduan Pengabdian	Lampiran 1	
4	11 Agustus 2024	Membuat undangan untuk karyawan dan formulir presensi Bakpia Sek'Eco dalam rangka Sosialisasi	Lampiran 1	
5	15 Agustus 2024	Pembuatan gform dan formulir presensi dikirimkan ke dosen pendamping	Lampiran 1	

Dosen Pendamping



Manendha Kumala M.

Owner Bakpia Sek'Eco



Yohanes Ardika Sendy

Kegiatan PKM tanggal 19 – 30 Agustus 2024

No	Tanggal	Uraian kegiatan	Dokumentasi	Paraf
1	20 Agustus 2024	Mengunjungi rumah produksi Bakpia Sek'Eco bersama dosen untuk riset dan dokumentasi	Lampiran 2	
2	24 Agustus 2024	Membuat packaging untuk pack Bakpia Ebi Sek'Eco	Lampiran 2	
3	26 Agustus 2024	Sosialisasi kegiatan ke mitra Bakpia Ebi Sek'Eco	Lampiran 2	
4	29 Agustus 2024	Koordinasi dengan dosen pendamping untuk event bakpia di Teras Malioboro	Lampiran 2	

Dosen Pendamping



Manendha Kumala M.

Owner Bakpia Sek'Eco



Yohanes Ardika Sendy

Kegiatan PKM tanggal 2 – 13 September 2024

No	Tanggal	Uraian kegiatan	Dokumentasi	Paraf
1	5 September 2024	Melakukan pendampingan yang dilaksanakan di Teras Malioboro yang bertujuan untuk memperkenalkan dan menjual Bakpia Ebi Sek'Eco	Lampiran 3	
2	7 September 2024	Koordinasi dengan dosen pendamping di kampus,	Lampiran 3	
3	9 September 2024	Koordinasi untuk evaluasi log book mahasiswa beserta melanjutkan progress selanjutnya	Lampiran 3	
4	11 September 2024	mendonlod dan mempelajari software Accurate online	Lampiran 3	
5	12 September 2024	Menginput <i>company profile</i> bisnis mitra ke aplikasi Accurate online	Lampiran 3	

Dosen Pendamping



Manendha Kumala M.

Owner Bakpia Sek'Eco



Yohanes Ardika Sendy

Kegiatan PKM tanggal 16 – 30 September

NO	Tanggal	Uraian kegiatan	Dokumentasi	Paraf
1	17 September 2024	Koordinasi dengan dosen pendamping via online untuk persiapan pelatihan	Lampiran 4	
2	19 September 2024	Membuat undangan untuk pelatihan PKM kepada karyawan Bakpia Sek'Eco	Lampiran 4	
3	23 September 2024	Menginput transaksi ke aplikasi Accurate	Lampiran 4	
4	24 September 2024	Membuat <i>powerpoint</i> materi pelatihan PKM Bakpia SekEco	Lampiran 4	
5	25 September 2024	Membuat <i>powerpoint</i> materi accurate	Lampiran 4	
6	27 September 2024	Koordinasi dengan dosen pendamping via online untuk pelatihan PKM Bakpia SekEco	Lampiran 4	

Dosen Pendamping



Manendha Kumala M.

Owner Bakpia Sek'Eco



Yohanes Ardika Sendy

Kegiatan PKM tanggal 1 - 14 Oktober 2024

No	Tanggal	Uraian Kegiatan	Dokumentasi	Paraf
1	2 Oktober 2024	Pelatihan pembuatan bakpia ebi di Gedung Widoro Laut	Lampiran 5	
2	3 Oktober 2024	Pelatihan penggunaan accurate	Lampiran 5	
3	4 Oktober 2024	Pelatihan penggunaan tiktok shop	Lampiran 5	
4	8 Oktober 2024	Membuat gform pre-test Pengabdian Kepada Masyarakat untuk mitra	Lampiran 5	
5	9 Oktober 2024	Membuat laporan PKM untuk rekognisi SKS	Lampiran 5	
6	10 Oktober 2024	Konsultasi laporan PKM dengan dosen pendamping	Lampiran 5	
7	12 Oktober 2024	Konsultasi logbook dengan dosen pendamping	Lampiran 5	

Dosen Pendamping


 (...Mawendhe M Kundala...)

Owner Bakpia Sek'eco


 Yohanes Ardika Sedy

LAPORAN DHEA AZ-ZAHRA

**LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT “INOVASI VARIASI PRODUK
BAKPIA SEK’ECO, PELATIHAN SISTEM MANAJEMEN KEUANGAN DAN
PEMASARAN UPAYA PENINGKATAN DAYA SAING”**

Disusun dengan tujuan untuk memenuhi syarat rekognisi SKS



Disusun Oleh:

Dhea Az-zahra

NIM 221218464

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI WIDYA WIWAHA

YOGYAKARTA

2024

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) diakui memiliki status istimewa atau kewenangan otonomi khusus. Terdiri dari empat kabupaten dan satu kota, yakni Kabupaten Kulon Progo di bagian barat, Kabupaten Bantul di selatan, Kabupaten Gunungkidul di barat, Kabupaten Sleman di utara, dan Kota Yogyakarta di tengahnya. Angka harapan hidup mencapai 74,99 dan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) mencapai 79,97 pada tahun 2020. Keberagaman budaya di DIY mencakup berbagai warisan budaya (1). Salah satu keragaman budaya tersebut terlihat pada jenis kuliner atau kudapan yaitu bakpia. Bakpia telah menjadi salah satu makanan khas Yogyakarta karena prosesnya yang melibatkan berbagai langkah.

Makanan ini merupakan gabungan dari cita rasa Tionghoa dan lokal, awalnya menggunakan minyak babi, namun kemudian diubah menjadi kue bulat tanpa minyak babi sehingga dapat dinikmati oleh semua orang. Kehadirannya pertama kali di Yogyakarta untuk memberikan variasi pada jenis makanan kecil yang pada waktu itu terbatas, yang sebagian besar terdiri dari makanan tradisional daerah atau roti yang dipengaruhi oleh Belanda. Perpaduan ini menciptakan ruang bagi akulturasi dan toleransi antara orang Tionghoa dan Jawa, yang tercermin tidak hanya dalam kehidupan sehari-hari, tetapi juga dalam bentuk makanan. Resep bakpia awalnya diperkenalkan oleh seorang Tionghoa bernama Kwik Sun Kwok dari Wonogiri pada tahun 1940-an (2).

Bakpia identik sebagai makanan yang terdiri dari adonan tepung terigu yang dipanggang, diisi dengan campuran kacang hijau dan gula. Sebagai makanan tradisional khas, bakpia telah menarik banyak minat dari wisatawan, termasuk wisatawan mancanegara. Setiap kali musim liburan, seperti liburan sekolah, libur panjang akhir pekan, serta perayaan seperti Lebaran, Natal, dan tahun baru, jumlah wisatawan dan pengunjung dari luar daerah yang datang ke Yogyakarta semakin meningkat. Hal ini mengakibatkan para produsen bakpia mendapatkan pesanan dalam jumlah besar.

Maraknya merek bakpia dan bertambahnya UMKM baru, persaingan dalam industri ini semakin ketat. Hal ini mendorong pengembang bakpia untuk menciptakan ide-ide baru. Dahulu, bakpia hanya memiliki varian rasa kacang hijau, namun sekarang

telah berkembang menjadi beragam varian rasa. Selain itu, inovasi juga terjadi dalam bentuk variasi tekstur, dengan munculnya bakpia kukus dan *crispy*, yang sebelumnya hanya tersedia dalam bentuk kering. Di masa depan, kemungkinan besar bakpia akan terus berkembang dan menghasilkan ide-ide kreatif baru untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pelaku UMKM bakpia tidak hanya terfokus pada jenis dan varian rasa bakpia.

Di era yang semakin modern ini, di mana teknologi terus berkembang, mereka juga bersaing dan memanfaatkan media digital untuk memasarkan produk. Hal ini dapat membuat produk bakpia menjadi lebih dikenal oleh banyak orang, dan konsumen tidak perlu datang langsung untuk membeli bakpia. Kemampuan memanfaatkan dan pemahaman media digital yang baik, membuat pelaku UMKM dapat menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan omzet. Untuk mengatasi persaingan pelaku UMKM juga harus terus meningkatkan kualitas bakpianya dan memahami strategi pemasaran agar konsumen merasa puas dengan produk dibeli (4).

Salah satu usaha bakpia di Yogyakarta adalah bakpia Sek'Eco yang baru didirikan di tahun 2023 oleh Yohanes Ardika Sedy. Produk bakpia yang diproduksi memiliki varian rasa kacanghijau/original, kumbu hitam, pandan, coklat, keju dengan tambahan varian rasa *seasonal* berupa kurma dan nastar untuk hari raya. Produk bakpia Sek'Eco telah dikemas dengan dus dan memiliki ijin usaha (P-IRT). Namun, produksi bakpia Sek'Eco selama ini hanya berdasarkan pesanan masuk dan masih menggunakan peralatan standar sederhana, belum menggunakan oven dan mesin vacuum sehingga untuk keawetan produknya masih kurang. Bakpia Sek'Eco selama ini belum mengikuti pendampingan dan pelatihan usaha khususnya untuk produksi bakpiadengan variasi berbeda dari segi rasa dan tampilan, manajemen usaha dan pemasaran padahal tingkat persaingan usaha bakpia semakin tinggi.

1.2 Permasalahan

Berdasarkan kondisi eksisting dan profil mitra maka permasalahan prioritas di bakpia Sek'Eco antara lain:

- e. Belum adanya pelatihan dan pendampingan tentang *brainstorming* inovasi produk baru untuk pengrajin bakpia Sek'Eco.
- f. Belum adanya pelatihan dan pendampingan produksi varian produk baru berupa rasa berbeda yaitu rasa gurih dan tampilan produk yang unik serta produk yang lebih tahan

lama untuk konsumsi.

- g. Belum adanya pelatihan dan pendampingan manajemen berupa pengelolaan keuangan untuk varian produk baru seperti perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) produk baru, harga jual dan keuntungan yang didapat dari varian produk baru yang dijual. Serta, mengenalkan *software*/aplikasi keuangan gratis
- h. d. Belum adanya pelatihan dan pendampingan tentang pemasaran varian produk baru berupapengemasan menarik dan pemasaran online dengan media sosial.

1.3 Tujuan Kegiatan

Tujuan kegiatan kegiatan PkM di Bakpia Sek'Eco adalah:

- e. Pengrajin bakpia Sek'Eco mendapatkan *brainstorming* untuk inovasi produk baru serta pelatihan dan pendampingan tentang produksi, manajemen usaha dan pemasaran.
- f. Pengrajin bakpia Sek'Eco mampu memproses dan memproduksi varian produk baru bakpia dengan varian rasa yang berbeda yaitu rasa gurih, tampilan unik serta produk yang lebih tahan lama untuk dikonsumsi.
- g. Pengrajin bakpia Sek'Eco memiliki kemampuan manajemen usaha untuk varian produk baru agar dapat menghitung HPP, harga produk dan tingkat keuntungan.
- h. Pengrajin bakpia Sek'Eco mampu melakukan kegiatan pemasaran untuk varian produk baru dengan pengemasan menarik dan pemanfaatan media sosial sehingga dapat menghadapi persaingan usaha.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian oleh Enfrada, Gesty, dan Sigit pada tahun 2023 [1] “Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan dan Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bakpia Krezmera” yang dilakukan karena adanya permasalahan dalam inovasi produk. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, kualitas pelayanan, dan social media terhadap keputusan pembelian bakpia krezmera. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap variabel inovasi produk, kualitas layanan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian produk Bakpia Krezmera. Dengan adanya penelitian ini diharapkan Bakpia Kresmera dapat meningkatkan inovasi produk agar pembelian dapat meningkat.

Penelitian selanjutnya tentang inovasi produk yaitu Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Sentra Industri Kecil Pembuatan Bakpia di Kabupaten Bantul yang diteliti oleh Sarjita [2]. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran pada sentra industri kecil pembuatan bakpia di Kabupaten Bantul. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada Sentra Industri Pembuatan Bakpia di Kabupaten Bantul.

2.1 Inovasi Produk

Menurut Kotler dan Armstrong 2019 dalam [1] inovasi produk adalah barang, jasa atau ide yang dianggap baru oleh sejumlah pelanggan potensial. Konsumen memiliki beberapa tahap dalam mengadopsi produk baru, yaitu:

6. Kesadaran : konsumen lebih disadarkan akan adanya inovasi tetapi kekurangan informasi.
7. Minat : rangsangan konsumen untuk mengetahui inovasi produk.
8. Evaluasi : mempertimbangkan untuk mencoba produk baru itu merupakan tindakan yang masuk akal.
9. Percobaan : tahap konsumen dimana mencoba produk baru dalam skala kecil untuk meningkatkan estimasi tentang inovasi produk tersebut.
10. Adopsi : tahap pemutusan konsumen untuk menggunakan produk secara penuh dan teratur.

Menurut Kottler dan Keller (2012) dalam [1] perekonomian berubah dengan sangat cepat, yang mengharuskan perubahan dan pembaharuan produk pada perusahaan agar bisa berinovasi dan melihat peluang bagi pasar baru sesuai perkembangan zaman. Inovasi Produk pada perusahaan menciptakan sikap positif terhadap inovasi yang dimulai dari segi proses, SDM maupun operasional. Hubungan Inovasi produk terhadap keputusan pembelian menurut Nadya pada usaha kuliner makanan pedas masih tergolong baru, konsumen terus berjamur dan penjualan produk semakin meningkat hal ini dikarenakan selera masyarakat untuk menikmati makanan pedas.

2.2 Pemasaran

Pemasaran digital adalah upaya untuk memajukan merek yang melibatkan media canggih yang dapat sampai pada pembeli dengan cara yang nyaman, individual, dan penting. Pemasaran *online* telah berubah menjadi tindakan wajib yang harus dilakukan oleh semua pengelola uang. Pengaturan pemasaran digital menggabungkan penggunaan berbagai saluran pengangkutan yang menggabungkan strategi bolak-balik. Organisasi harus fleksibel dan responsif dalam mempengaruhi pembeli [3].

Media sosial merupakan kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau “bermain”. Media sosial memberikan sebuah kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen, termasuk publikasi sebuah konten komunikasi yang lebih individual. Hal ini mendukung *personal branding* ketika peranan audiens sebagai sarana komunikasi dan diskusi serta memberikan sebuah popularitas. Chris Brogan mengatakan bahwa bentuk media sosial merupakan perangkat komunikasi yang memungkinkan terjadinya interaksi jenis baru [4]. Dave Kerpen mengutarakan bahwa media sosial merupakan tempat sekumpulan gambar, video, dan teks serta interaksi dengan jaringan, baik antar individu maupun kelompok [5].

2.3 Manajemen Keuangan

Laporan Keuangan merupakan suatu informasi yang menggambarkan kondisi perusahaan, dimana selanjutnya itu akan menjadi suatu informasi yang menggambarkan tentang kinerja perusahaan. Disisi lain Munawir, (2010: 2) dalam [6] mengatakan laporan keuangan pada dasarnya adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai

alat untuk berkomunikasi antara data keuangan atau aktivitas suatu perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan data atau aktivitas suatu perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan data atau aktivitas perusahaan tersebut.

Halim (2009:31) dalam [6] menegaskan tujuan dari pelaporan keuangan adalah memberi informasi yang bermanfaat bagi investor, kreditur, dan pemakai lainnya, sekarang atau masa yang akan datang (potensial) untuk membuat keputusan investasi, pemberian kredit, dan keputusan investasi yang serupa yang rasional, memberi informasi yang bermanfaat bagi investor, kreditur, dan pemakai lainnya, sekarang atau masa yang akan datang (potensial) untuk memperkirakan jumlah, waktu (*timing*) dan ketidakpastian dari penerimaan kas dari deviden atau bunga, dari penjualan, pelunasan surat-surat berharga atau hutang pinjaman. Memberi informasi untuk menolong investor, kreditur dan pemakai lainnya untuk memperkirakan jumlah, waktu (*timing*) dan ketidakpastian aliran kas masuk bersih ke perusahaan.

Accurate accounting software dikembangkan sejak 1999 oleh PT. Cipta Piranti Sejahtera (*CPSSoft Developer of Accurate software*) dan telah diaplikasikan oleh lebih dari 50.000 pengguna dan bekerja sama dengan lebih dari 30 universitas terkemuka di Indonesia sebagai mitra Accurate. Software accurate ini dapat mengaplikasikan *general ledger, cash/bank, inventory, purchase, sales, fixed asset* dan tersedia untuk varian *project* dan manufaktur yang diaplikasikan di berbagai jenis dan skala usaha kecil menengah dibidang *trading, distribusi, service* atau manufaktur dan lain sebagainya. Fungsi utamanya yaitu sebagai *software accounting* yang cocok diaplikasikan di hampir semua jenis usaha baik *trading, service, kontraktor, ataupun manufaktur* [6]. Dalam pelatihan pengabdian kepada masyarakat ini tim menggunakan aplikasi *Accurate* karena aplikasi ini cocok untuk UMKM dan cukup mudah untuk dipahami.

2.4 Mitra Bakpia Sek'Eco

Salah satu usaha bakpia di Yogyakarta adalah bakpia Sek'Eco yang baru didirikan di tahun 2023 oleh Yohanes Ardika Sendy. Produk bakpia yang diproduksi memiliki varian rasa kacang hijau/original, kumbu hitam, pandan, coklat, keju dengan tambahan varian rasa *seasonal* berupa kurma dan nastar untuk hari raya. Produk bakpia Sek'Eco telah dikemas dengan dus dan memiliki ijin usaha (P-IRT). Namun, produksi bakpia

Sek'Eco selama ini hanya berdasarkan pesanan masuk dan masih menggunakan peralatan standar sederhana, belum menggunakan oven dan mesin *vacuum* sehingga untuk keawetan produknya masih kurang. Bakpia Sek'Eco selama ini belum mengikuti pendampingan dan pelatihan usaha khususnya untuk produksi bakpiadengan variasi berbeda dari segi rasa dan tampilan, manajemen usaha dan pemasaran padahal tingkat persaingan usaha bakpia semakin tinggi.

BAB III PELAKSANAAN DAN HASIL KEGIATAN

3.1 Pelaksanaan Kegiatan

3.1.1 Waktu dan Tempat Kegiatan

Waktu Kegiatan : Agustus – September 2024

Tempat Kegiatan : Rumah Produksi Sek'Eco



Gambar 3. 4 Pendampingan dan Pelatihan PKM Bakpia Sek'Eco

3.1.2 Peran Mahasiswa

Selama kegiatan pengabdian saya Dhea Az-zahra NIM 221218464 berperan untuk mengatur dan menyediakan berbagai dokumen pendukung kegiatan pengabdian yang diperlukan seperti presensi kegiatan, notulen kegiatan, foto dan video kegiatan, mengumpulkan dan merekap dokumen tentang kegiatan pengabdian baik yang bentuknya fisik atau non-fisik, dan ikut serta dalam setiap kegiatan pendampingan dan pelatihan.

Secara rinci saya juga membantu dalam pelatihan manajemen keuangan. selama pengabdian saya ikut berperan dalam pembuatan undangan untuk mitra, *google form pre-test* untuk mitra, pembuatan *PowerPoint* presentasi untuk aplikasi *Accurate*, pencatatan transaksi selama pelatihan di aplikasi *Accurate*, membantu mitra untuk menggunakan aplikasi *Accurate*, serta membantu dosen untuk pendampingan dan pelatihan pengabdian kepada masyarakat.

3.2 Hasil Kegiatan

Bakpia Sek'Eco merupakan usaha yang memiliki beberapa permasalahan untuk menghadapi persaingan, sementara potensinya cukup tinggi untuk dikembangkan karena sudah memiliki ijin usaha dan jumlah karyawan yang cukup banyak.

Solusi yang dapat ditawarkan yang dimulai dengan tahap persiapan untuk diskusi, pencarian ide bersama untuk inovasi produk baru. Ide dapat dicari menggunakan referensi *online* atau cetak maupun atau *benchmark* dengan produk dari produsen yang sudah ada [7]. Pada tahap persiapan ini dapat juga ditawarkan ide inovasi tentang varian rasa baru yaitu rasa gurih karena selama ini belum banyak produsen bakpia dengan varian rasa gurih. Pemilihan varian rasa baru juga mempertimbangkan komposisi bahan-bahan yang digunakan, gizi dan nilai bahan baku agar produk yang dihasilkan nantinya layak jual. Varian rasa baru tersebut misalnya dengan menambah ebi dalam isian bakpia yang selama ini berupa kacang hijau [8]. Selain varian rasa, inovasi juga dapat berupa bentuk atau tampilan baru yang berbeda dari yang sudah ada sehingga menjadi lebih unik dan menjadi ciri khas. Selama ini, bakpia cenderung diproduksi dengan tampilan bulat kecil. Inovasi tampilan bakpia misalnya spiral atau bentuk lainnya seperti segitiga, persegi panjang atau lainnya [9]. Kemudian, membantu mencari penyedia bahan baku dan memilih bahan baku yang berkualitas serta peralatan produksi yang dapat meningkatkan ketahanan produk namun dengan harga yang terjangkau untuk produk baru.

Solusi berikutnya adalah setelah melakukan diskusi dan pencarian ide tentang rasa dan tampilan baru, maka berikutnya adalah melakukan kegiatan produksi atau mengolah produk varian rasa baru dan tampilan yang unik. Produksi adalah proses di mana nilai guna dari barang atau jasa meningkat melalui penambahan manfaat, bentuk, waktu, dan tempat dengan menggunakan faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, mesin, bahan baku dan dana. Hasil produksi nantinya memiliki kemampuan yang lebih besar untuk memenuhi kebutuhan konsumen [10]. Kegiatan produksi dilakukan dengan pelatihan/praktik dan pendampingan pembuatan produk baru dan penggunaan bahan baku, tenaga kerja dan alat produksi untuk ketahanan konsumsi produk.

Solusi selanjutnya adalah melakukan kegiatan manajemen salah satunya adalah tentang manajemen keuangan. Penerapan manajemen keuangan dapat memiliki sejumlah manfaat, termasuk mencegah pengeluaran yang berlebihan, mencapai tujuan keuangan,

mengurangi risiko keuangan, mengoptimalkan penggunaan sumber daya keuangan, mendukung kelangsungan usaha, dan memfasilitasi pengambilan keputusan keuangan yang lebih baik. Kegiatan manajemen keuangan dapat dimulai dengan mengubah perhitungan harga pokok tradisional yang selama ini diterapkan oleh mitra dengan metode konvensional. Perubahan metode ini perlu diterapkan mengingat adanya varian baru yang menggunakan bahan baku yang berbeda sehingga menghasilkan harga pokok yang berbeda. Perhitungan harga pokok yang akurat dapat meningkatkan ketepatan penentuan harga jual varian produk baru sehingga akan meningkatkan daya saing mitra di industri bakpia yang semakin ketat. Kegiatan selanjutnya dilakukan dengan pelatihan/praktik dan pendampingan perhitungan dan penyusunan HPP, penentuan harga jual, dan keuntungan yang mungkin didapatkan jika menjual produk baru. Selain itu juga mengenalkan *software/aplikasi* keuangan yang dapat diakses gratis.

Solusi selanjutnya adalah pemasaran. Pemasaran adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mempromosikan produk, layanan, atau jasa yang mereka tawarkan. Saat ini, pemasaran tidak hanya berkaitan dengan memastikan produk atau jasa sampai ke tangan konsumen dalam kondisi baik, tetapi juga memikirkan bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen secara berkelanjutan. Salah satu kegiatan pemasaran adalah *branding*. *Branding*, merupakan salah satu faktor penting dalam membuat sebuah produk lebih dikenal dan beberapa elemen yang sering digunakan, seperti nama, logo atau slogan. Elemen tersebut dapat didesain menggunakan aplikasi/*software* yang diakses gratis misalnya Canva. Media online atau internet menjadi salah satu media pemasaran yang sangat diminati karena hampir semua orang menggunakan internet. Hal ini membuat pasar yang bisa dijangkau menjadi sangat luas. Pemasaran melalui media *online* dapat dilakukan melalui berbagai cara, misalnya dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, Whatsapp dll, *website*, email, serta melalui iklan *online*. Kegiatan pemasaran yang dapat dilakukan di bakpia Sek'Eco dapat berupa pelatihan dan pendampingan desain kemasan yang menarik, pemanfaatan media pemasaran *online* atau media sosial.

3.3 Pelatihan Inovasi Produk

Pelatihan ini dipimpin oleh ketua PKM Ibu Manenda dan pemilik mitra Bakpia Sek'Eco saudara Yohanes Sedy serta dibantu oleh dosen dan mahasiswa yang terlibat.

Pelatihan dilakukan pada Rabu, 2 Oktober 2024 di Gedung Widoro Laut, Ngampilan. Pelatihan ini melibatkan seluruh pegawai Bakpia Sek'Eco yang berjumlah 7 orang. Pelatihan dilaksanakan dengan tujuan untuk memandu para pegawai membuat Bakpia variasi baru yaitu Bakpia Ebi. Dalam pelatihan ini menghasilkan karyawan Bakpia Sek'Eco sudah dapat memproduksi bakpia varian baru yaitu Bakpia Ebi dan juga penggunaan mesin vacum supaya produk lebih awet untuk dikirim ke luar kota.



Gambar 3. 5 Pelatihan pembuatan bakpia ebi



Gambar 3. 6 Pelatihan penggunaan mesin *vacum sealer*

3.4 Pelatihan Aplikasi Keuangan

Pelatihan ini dipimpin oleh ketua PKM Ibu Manenda dan pemilik mitra Bakpia Sek'Eco saudara Yohanes Sendy serta dibantu oleh dosen dan mahasiswa yang terlibat. Pelatihan dilakukan pada Rabu, 2 Oktober 2024 di Gedung Widoro Laut, Ngampilan. Pelatihan ini melibatkan seluruh pegawai Bakpia Sek'Eco yang berjumlah 7 orang. Tujuan pelatihan ini untuk memberikan pandangan kepada pegawai bahwa sekecil apapun transaksi akan tetap mempengaruhi keuangan perusahaan. Oleh sebab itu, laporan keuangan UMKM pada Bakpia Sek'Eco sangatlah penting, pelatihan penggunaan *Accurate*

ini diharapkan mempermudah pengelolaan keuangan pada mitra. Dalam pelatihan manajemen ini, pemilik Bakpia Sek'Eco sudah dapat mengoperasikan web/aplikasi *Accurate* dan akan mengaplikasikannya dalam laporan keuangan perusahaan.

3.5 Pelatihan Media Sosial

Pelatihan ini dipimpin oleh ketua PKM Ibu Manenda dan pemilik mitra Bakpia Sek'Eco saudara Yohanes Sendy serta dibantu oleh dosen dan mahasiswa yang terlibat. Pelatihan dilakukan pada Rabu, 2 Oktober 2024 di Gedung Widoro Laut, Ngampilan. Pelatihan ini melibatkan seluruh pegawai Bakpia Sek'Eco yang berjumlah 7 orang. Pelatihan dilakukan dengan tujuan agar Bakpia Sek'Eco lebih luas lagi dikenal oleh masyarakat umum, pemilik dapat memanfaatkan teknologi sekarang untuk memasarkan produknya, dan itu dapat meningkatkan penjualan Bakpia Sek'Eco. Dalam pelatihan ini, pemilik sudah dapat mengoperasikan aplikasi *digital marketing* seperti TikTok Shop.

BAB IV PENUTUP

4.1 Simpulan

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Inovasi Variasi Produk Bakpia Sek'Eco, Pelatihan Sistem Manajemen Keuangan dan Pemasaran Upaya Peningkatan Daya Saing“ menghasilkan pelatihan pembuatan varian bakpia baru yaitu bakpia isi ebi, pelatihan penggunaan aplikasi accurate untuk pencatatan transaksi agar keuangan perusahaan dapat terlihat transparan, dan pelatihan penggunaan aplikasi digital untuk pemasaran produk seperti TikTok Shop. Dengan demikian pelatihan ini sangat bermanfaat untuk mitra dalam meningkatkan daya saing di era digital ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. A. P. Sonata, G. Ernestivita, and S. Wi. S. Bhirawa, “PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN SOCIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BAKPIA KREZMERA,” *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri (SENMEA)*, pp. 690–699, 2023.
- [2] Sarjita, “PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA SENTRA INDUSTRI KECIL PEMBUATAN BAKPIA DI KABUPATEN BANTUL,” *JBMA*, vol. Vol. 4 No. 2, pp. 27–37, 2017.
- [3] N. S. Sihombing, E. Pardede, A. Sihombing, and N. Dewantara, “PEMASARAN DIGITAL,” M. R. Naim, Ed., Banyumas: CV. Pena Persada.
- [4] T. Liedfray, Waani F. J, and J. J. Lasut, “Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara,” *Jurnal Ilmiah Society*, vol. Vol.2 No 1, pp. 1–13, 2022.
- [5] D. Gunawan, “Pengaruh Social Media Campaign dan OnlineE Promotion Terhadap Purchase Intention pada GOJEK Indonesia Di Surabaya,” *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2020.
- [6] H. Khotmi and R. Amrul, “PENERAPAN APLIKASI ACCURATE DALAM PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN UKM (Studi pada UKM PT Tri Utami Jaya Mataram),” *Jurnal Valid*, vol. Vol. 14 No. 1, pp. 61–70, 2017.
- [7] A. M, H. M, A. N, S. H, and Fatmawati, “PKM Kewirausahaan Informal Pembuatan Bakpia ‘Bakples,’” *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, pp. 67–74, 2023.
- [8] Mumpuni RT and Rinawati W, “Pemanfaatan Ebi Sebagai Isian Bakpia Untuk Meningkatkan Konsumsi Produk Perikanan”.
- [9] Medan Satu, “Bakpia Spiral ‘Medan’, Inovasi Kuliner untuk Warga yang Ingin Berbisnis dari Chef Juna.” Accessed: Oct. 11, 2024. [Online]. Available: <https://medan.pikiran-rakyat.com/ragam/pr-3107277127/bakpia-spiral-medan-inovasi-kuliner-untuk-warga-yang-ingin-berbisnis-dari-chef-juna?page=all>
- [10] Rosyda, “Pengertian Produksi: Fungsi, Tujuan, Jenis, Tahapan dan Faktornya,” Gramedia Literasi. Accessed: Oct. 11, 2024. [Online]. Available: <https://gramedia.com/literasi/pengertian-produksi/>

