

**LAPORAN PENINGKATAN LEVEL KEMITRAAN  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



**Inovasi Variasi Produk Bakpia Sek'Eco, Pelatihan Sistem  
Manajemen Keuangan dan Pemasaan Upaya  
Peningkatan Daya Saing**

**Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun**

**Anggota Tim**

**(Manendha Maganitri Kundala, SE, MM NIDN. 0530118501)  
(Dr. Dwi Novitasari, SE, MM NIDN. 0504118202)  
(Khoirunnisa Cahya Firdarini, S.E.,M.Si. NIDN 0513128802)**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI WIDYA WIWAHA  
YOGYAKARTA  
OKTOBER 2024**



Bakpia Sek'Eco  
Bakpia Original Kualitas Prima  
Alamat : Ngampilan NG 1/83, RT.04, RW.01, Kelurahan Ngampilan,  
Kemantren Ngampilan, Kota Yogyakarta – 55261  
Hp 089617549025

**SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN KERJA SAMA**

Surat Nomor: 12/SEK'ECO/III/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Individu : Yohanes Ardika Sendy  
Nama Kelompok/Usaha : Bakpia Sek'Eco  
Jabatan dalam Kelompok : Pemilik  
Alamat : Ngampilan NG 1/83, RT 04, RW 01, Ngampilan, Yogyakarta  
Nomor HP : 089617549025

Dengan ini menyatakan bahwa **Bakpia Sek'Eco** bersedia berkolaborasi menjadi Mitra Sasaran dengan:

Judul Pengabdian : Inovasi Variasi Produk Bakpia Sek'Eco, Pelatihan Sistem Manajemen Keuangan dan Pemasaran Upaya Peningkatan Daya Saing  
Nama Ketua : Manendha Maganitri Kundala, SE, MM  
NIDN/NIDK : 0530118501  
Instansi : STIE Widya Wiwaha  
Jabatan : Tenaga Pengajar  
Alamat : Karangjajen MG III/899 A Yogyakarta  
Nomor HP : 085643926612  
Sumber dana : Dikti

Dan dengan ini menyatakan bahwa di antara kedua belah pihak tidak memiliki afiliasi dan hubungan kekeluargaan. Bersama ini dilampirkan :

1. Bukti Jumlah keanggotan kelompok/karyawan, yang berjumlah 7 orang
2. Bukti pembentukan/pendirian kelompok/Unit Usaha

Surat pernyataan ini dapat diterima apabila telah dilengkapi dengan lampiran bukti bukti yang sesuai dan sah. Demikian surat pernyataan kesediaan kerja sama ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 22 Maret 2024

Yang membuat pernyataan



Yohanes Ardika Sendy  
NIK 3471061711910001

## RINGKASAN

Bakpia merupakan makanan khas Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan menjadi produk yang mampu bersaing tidak hanya di tingkat lokal melainkan di tingkat nasional. Potensi tersebut perlu diraih antara lain dengan menciptakan varian rasa yang berbeda sehingga menjadi ciri khas yang unik serta meningkatkan manajemen keuangan dan pemasaran.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada mitra Bakpia Sek'eco dengan melakukan inovasi bakpia ebi yang memiliki citarasa gurih yang belum pernah ada sebelumnya, meningkatkan kemampuan manajemen keuangan dengan melakukan konversi pencatatan keuangan manual ke software Accurate online serta memaksimalkan penggunaan media sosial untuk memperluas jaringan pemasaran.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dimulai dengan melakukan Observasi, sosialisasi serta pendampingan dan pelatihan kepada mitra Bakpia Sek'eco dengan tujuan mitra dapat meningkatkan daya saing yang berkelanjutan ditengah ketatnya persaingan industri bakpia khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta.

**Kata kunci: Bakpia Sek'eco, Inovasi, Ebi, Accurate, Pemasaran**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga kami dapat menyelesaikan kegiatan pengabdian kepada masyarakat program DRTPM Kemdikbudristek tahun 2024, skema Pemberdayaan Masyarakat Pemula (PMP) yang berjudul Inovasi Variasi Produk Bakpia Sek'Eco, Pelatihan Sistem Manajemen Keuangan dan Pemasaan Upaya Peningkatan Daya Saing.

Kegiatan ini merupakan salah satu implementasi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yang bertujuan untuk membantu meningkatkan softskill dan hardskill terkait peningkatan pengetahuan produksi bakpia dengan citarasa baru, peningkatan manajemen keuangan dan peningkatan manajemen pemasaran.

Akhirnya kami ucapkan terima kasih kepada semua yang telah ikut membantu mulai dari pelaksanaan kegiatan sampai penyelesaian laporan kemajuan ini. kami menyadari bahwa dalam penyusunan laporan ini masih jauh dari kesempurnaan serta kekurangan, baik dari segi isi maupun bahasa penyusunan karena keterbatasan ilmu yang diperoleh. Saran dan kritik sangat diharapkan sehingga dapat meningkatkan kemampuan penyusunan pada masa yang akan datang.

Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Surat Pernyataan Kerjasama Mitra.....	ii
Ringkasan.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel.....	vi
Daftar Gambar.....	vii
Bab 1 Pendahuluan.....	viii
1.1 Analisis Situasi.....	1
1.2 Permasalahan Mitra.....	3
Bab 2 Target dan Luaran.....	5
2.1. Solusi Permasalahan.....	5
Bab 3 Metode Pelaksanaan.....	6
Bab 4 Hasil dan Luaran yang dicapai.....	8
4.1. Hasil Kegiatan.....	8
4.1.1. Observasi.....	8
4.1.2 Sosialisasi dan Pendampingan.....	9
4.1.3 Pelatihan.....	9
4.1.3.1 Pelatihan Produksi Bakpia Rasa Ebi.....	10
4.1.3.2 Pelatihan Manajemen Keuangan.....	10
4.1.3.3 Pelatihan Manajemen Pemasaran.....	11
4.1.4 Evaluasi.....	11
4.2 Peningkatan Level Keberdayaan Mitra.....	11
4.2.1 Peningkatan Level Keberdayaan Mitra Aspek Produksi (diversitas produk).....	11
4.2.2 Peningkatan Level Keberdayaan Mitra Aspek Manajemen Keuangan.....	14
4.2.3 Peningkatan Level Keberdayaan Mitra Aspek Manajemen Pemasaran.....	19
Bab 5 Kesimpulan dan Saran.....	23
5.1 Kesimpulan.....	23
5.2 Saran.....	23
Daftar Pustaka.....	24

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Identitas Mitra.....	2
Tabel 4.1 Peningkatan level keberdayaan mitra aspek produksi (diversitas produk).....	13
Tabel 4.2 Perhitungan harga pokok penjualan sebelum pelatihan.....	16
Tabel 4.3 Perhitungan harga pokok penjualan setelah pelatihan.....	17
Tabel 4.4 Perhitungan biaya depresiasi aktiva tetap.....	17
Tabel 4.5 Perhitungan biaya tenaga kerja langsung dan tidak langsung.....	18
Tabel 4.6 Perbandingan laba bersih sebelum dan sesudah pelatihan.....	18
Tabel 4.7 Peningkatan level keberdayaan mitra aspek manajemen keuangan.....	19
Tabel 4.8 Peningkatan level keberdayaan mitra aspek manajemen pemasaran.....	21

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Produk Bakpia Sek'Eco.....	2
Gambar 2 Peralatan Produksi Bakpia Sek'Eco Sebelum dilakukan Pengabdian Kepada Masyarakat .....	8
Gambar 3 Oven gas dan Mesin Pemipih Kulit Bakpia.....	8
Gambar 4 Vacuum Sealer.....	9
Gambar 5 Sosialisasi di rumah produksi Bakpia Sek'eco.....	9
Gambar 6 Pelatihan dan Pendampingan Mitra Bakpia Sek'eco.....	10
Gambar 7 Bahan dan Alat Produksi Bakpia Ebi.....	12
Gambar 8 Bakpia Ebi yang dihasilkan menggunakan Alat Produksi Baru.....	12
Gambar 9 Varian rasa Bakpia Sek'eco sebelum Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat....	13
Gambar 10 Varian baru Bakpia Sek'eco rasa Ebi.....	13
Gambar 11 Pencatatan Transaksi Penjualan Mitra Bakpia Sek'eco menggunakan Ms. Excel.....	14
Gambar 12 Pelatihan Software Accurate kepada Mitra Bakpia Sek'eco.....	15
Gambar 13 Hasil Input Transaksi Penjualan Bakpia Tunai dan Cashless.....	15
Gambar 14 Laporan Laba Rugi Bakpia Sek'eco.....	16
Gambar 15 Bukti Pengiriman Luar Kota.....	20
Gambar 16 Bukti Pengiriman Luar Pulau.....	20
Gambar 17 Desain kemasan produk bakpia rasa Ebi.....	21
Gambar 18 Akun Instagram dan Shopee Bakpia Sek'eco.....	21





# **BAB 1. PENDAHULUAN**

## **1.1 Analisis Situasi**

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. 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 (Rato dan Hadi, 2024), 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 (Novitasari, dkk. 2024). Resep bakpia awalnya diperkenalkan oleh seorang Tionghoa bernama Kwik Sun Kwok dari Wonogiri pada tahun 1940-an.

Bakpia identik sebagai makanan yang terdiri dari adonan tepung terigu yang dipanggang, diisi dengan campuran kacang hijau dan gula (Ahmad, dkk., 2023). 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 (Rozasa, dkk, 2018). Terkadang, di antara para produsen bakpia, saling membantu untuk memenuhi pesanan satu sama lain, terutama dalam industr rumah tangga. Maraknya merek bakpia dan bertambahnya UMKM baru, persaingan dalam industri ini semakin ketat. Hal ini mendorong pengembang bakpia

untuk menciptakan ide-ide baru (Nihayati, 2020). 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 bakpiannya dan memahami strategi pemasaran agar konsumen merasa puas dengan produk dibeli (Sari, dkk, 2023).

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 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).



**Gambar 1. Produk Bakpia Sek'Eco**

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 bakpia dengan variasi berbeda dari segi rasa dan tampilan, manajemen usaha dan pemasaran padahal tingkat persaingan usaha bakpia semakin tinggi. Berikut adalah data yang berhasil dihimpun oleh tim pengusul dari hasil observasi awal bersama mitra.

**Tabel 1. 1 Identitas Mitra**

	<b>Nama</b>	<b>Keterangan</b>
1	Mitra	Bakpia Sek'eco
2	Nama Pemilik	Yohanes Ardika Sendy
3	Jumlah Karyawan	7 Orang
4	Peralatan Produksi	Kompor gas dan papan penggiling

Tujuan kegiatan PkM di Bakpia Sek'Eco adalah agar produsen 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 yaitu bakpia rasa ebi, meningkatkan kemampuan manajemen keuangannya dengan menghitung harga pokok penjualan produk baru dan tingkat keuntungan produk baru sertamemperluas jaringan pemasaran varian produk baru dengan pengemasan menarik dan pemanfaatan media sosial sehingga dapat menghadapi persaingan usaha. Fokus kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pemberdayaan dan peningkatan kemampuan daya saing melalui diversitas produk baru berupa rasa gurih dan tampilan berbeda serta meningkatkan kemampuan manajemen usaha dan pemasaran produk baru.

## **1.2 Permasalahan Mitra**

Berdasarkan analisis situasi hasil observasi yang dilakukan di rumah produksi Bakpia Sek'eco maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan utama mitra seperti;

1. Belum adanya pelatihan dan pendampingan tentang *brainstorming* inovasi produk baru untuk pengrajin bakpia Sek'Eco.
2. 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.

3. 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 yang sesuai untuk jenis dan skala usaha mitra.
4. Belum adanya pelatihan dan pendampingan tentang pemasaran varian produk baru berupa pengemasan menarik dan pemasaran online dengan media sosial

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk membantu mitra Bakpia Sek'eco dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan inovasi bakpia bercitarasa gurih yaitu rasa ebi, manajemen keuangan dan manajemen pemasaran.

Adapun dalam kaitannya dengan IKU kegiatan ini Mahasiswa dapat belajar dan praktik langsung berkaitan dengan matakuliah yang ada dikampus. Mahasiswa program Studi manajemen mengaplikasikan digital entrepreneurship dan studi kelayakan bisnis yang berkaitan dengan peningkatan pemberdayaan mitra dari sisi bidang produksi dan pemasaran. Mahasiswa program studi akuntansi mengaplikasikan manajemen biaya dan analisis laporan keuangan yang berkaitan dengan peningkatan pemberdayaan mitra untuk bidang manajemen keuangan.

Hasil kerja dosen dari kegiatan pengabdian ini juga nantinya mengaplikasikan ilmunya dengan meningkatkan pemberdayaan masyarakat di bidang produksi, manajemen dan pemasaran. Hasil kerja dosen dipublikasikan di jurnal nasional yang dapat menjadi rujukan atau referensi karya lain berikutnya.

## BAB 2. TARGET DAN LUARAN

### 2.1 Solusi Permasalahan

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan dalam analisi situasi maka tim pengurus merancang solusi penyelesaian permasalahan yang dihadapi mitra melalui Program Pemberdayaan Masyarakat Pemula (PMP) ini diantaranya adalah:

1. Solusi pertama dengan memberikan ide inovasi tentang varian rasa baru yaitu rasa gurih karena selama ini belum banyak produsen bakpia dengan varian rasa gurih. Varian rasa baru tersebut misalnya dengan menambah ebi dalam isian bakpia yang selama ini berupa kacang hijau. 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. Target luaran solusi pertama ini adalah ide inovasi varian produk baru dan tersedianya bahan baku untuk varian rasa baru misalnya ebi atau rasa gurih lainnya, tersedianya alat produksi untuk varian tampilan produk baru dan ketahanan konsumsi produk misalnya alat pencetak makanan, oven dan mesin *vacuum*.
2. Solusi kedua berkaitan dengan kegiatan 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 yaitu dengan software Accurate online. Kegiatan ini dilakukan dengan pelatihan/praktik dan pendampingan perhitungan dan penyusunan HPP, penentuan harga jual, dan keuntungan yang mungkin didapatkan jika menjual produk baru.
3. Solusi ketiga berkaitan dengan manajemen pemasaran. Salah satu kegiatan pemasaran adalah branding yang dapat dilakukan dengan membuat desain kemasan produk yang menarik aplikasi/software yang diakses gratis misalnya Canva. 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. Target luaran solusi keempat yakni adanya desain kemasan misalnya berupa nama merek untuk produk baru atau kemasan yang menarik dan pemasaran online yang lebih agresif dengan media sosial misal instagram shop.

### **BAB 3. METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini terdiri dari tiga kegiatan yaitu inovasi bakpia rasa baru (produksi), peningkatan manajemen keuangan dan peningkatan kemampuan pemasaran dengan tahapan:

1. Sosialisasi
2. Pelatihan dan Penerapan Teknologi
3. Pendampingan dan Evaluasi
4. Keberlanjutan Program

Kegiatan produksi varian baru dengan citarasa gurih merupakan sebuah inovasi karena sebagian besar produsen bakpia masih memproduksi varian rasa bakpia dengan citarasa manis. Pemilihan varian rasa baru ini 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.

Kegiatan manajemen keuangan memiliki sejumlah manfaat diantaranya adalah mengatur aliran kas masuk dan kas keluar, menghindari pengeluaran yang berlebihan, mengoptimalkan penggunaan sumber daya keuangan, mendukung kelangsungan usaha, dan memfasilitasi pengambilan keputusan keuangan yang lebih baik (Soviatun dan Rudianto, 2024). 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 Pemasaran adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mempromosikan produk, layanan, atau jasa yang mereka tawarkan (Ariyanto, dkk., 2023). 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.

## BAB 4. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

### 4.1 Hasil Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terdiri dari kegiatan yaitu inovasi bakpia rasa baru (produksi), peningkatan manajemen keuangan dan peningkatan kemampuan pemasaran dengan masing-masing tahapan sebagai berikut:

#### 4.1.1. Sosialisasi

Peningkatan produksi dengan inovasi bakpia rasa evi dilaksanakan dengan tahapan melakukan observasi ke rumah produksi bakpia Sek'eco untuk mengetahui kondisi mitra, menganalisis peluang dan tantangan dalam membuat varian ebi. Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa selama ini mitra masih menggunakan kompor gas untuk memproses pembuatan bakpia dan belum memiliki vacuum sealer yang menyebabkan produk tidak awet.



**Gambar 2. Peralatan Produksi Bakpia Sek'Eco Sebelum dilakukan Pengabdian Kepada Masyarakat**

Berdasarkan observasi, dilakukan koordinasi dengan mitra untuk menganalisis kebutuhan alat dan bahan yang diperlukan untuk membuat bakpia rasa baru. Peralatan baru yang diperlukan untuk membuat varian bakpia ebi antara lain adalah oven gas, vacuum sealer dan mesin pemipih kulit bakpia yang ditunjukkan pada gambar berikut:



**Gambar 3 Oven gas dan Mesin Pemipih Kulit Bakpia**





**Gambar 4 Vacuum Sealer**

Berdasarkan hasil kegiatan observasi juga diperoleh informasi bahwa mitra masih menggunakan pencatatan keuangan secara manual sehingga pada kegiatan pelatihan akan difokuskan pada pengenalan penggunaan software Accurate Online untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam melakukan pencatatan keuangan. Berdasarkan wawancara dengan mitra juga diketahui bahwa mereka masih memasarkan produknya dengan mengikuti event-event yang diselenggarakan oleh Pemerintah kota DIY, menitipkan di pusat oleh-oleh dan menggunakan jaringan relasi untuk menjual produknya secara online. Kegiatan dilanjutkan dengan mengadakan sosialisasi dan pendampingan untuk proses dan teknis produksi bakpia dengan varian rasa dan bentuk baru di rumah produksi bakpia Sek'eco. Kegiatan ini meliputi evaluasi komposisi produk yang terdiri dari penggunaan bahan baku, bahan tambahan, rasa yang dihasilkan, tingkat kematangan, warna dan aroma. Selain itu kegiatan pendampingan juga dilakukan dengan membantu mitra membuat design kemasan bakpia rasa ebi yang menarik unntuk meningkatkan pemasarannya. Dokumentasi kegiatan sosialisasi ditunjukkan dalam gambar berikut:



**Gambar 5 Sosialisasi di rumah produksi Bakpia Sek'eco**

#### **4.1.2 Pelatihan dan Penerapan Teknologi**

Tahap pelatihan difokuskan pada mengoperasikan peralatan produksi baru untuk membuat bakpia dengan varian rasa ebi, peningkatan kemampuan manajemen keuangan dengan menggunakan software Accurate online serta meningkatkan kemampuan pemasaran dengan membuat desain kemasan yang menarik dan mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk memasarkan produk. Kegiatan pelatihan dilakukan selama empat hari dengan fokus sebagai

berikut:

#### 4.1.2.1 Pelatihan Produksi bakpia rasa ebi

Pelatihan ini dilakukan dengan menoperasikan alat-alat produksi baru untuk menghasilkan bakpia dengan citarasa gurih yaitu bakpia ebi dan lebih tahan lama. Bakpia Sek'Eco sebagai mitra memiliki peran dan partisipasi dalam kegiatan ini antara lain adalah bersama-sama melakukan brainstorming inovasi produk, pencarian dan pemilihan bahan baku serta alat produksi untuk ketahanan konsumsi produk, menyediakan waktu, tempat dan peralatan yang sudah ada untuk praktik produksi. Kegiatan pelatihan dilakukan di Gedung Widoro Laut, Ngampilan Yogyakarta. Berikut adalah dokumentasi kegiatan pelatihan produksi bakpia rasa ebi:



**Gambar 6 Pelatihan dan Pendampingan Mitra Bakpia Sek'eco**

#### 4.1.2.2 Pelatihan Manajemen Keuangan

Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa mitra masih menggunakan pencatatan manual untuk menghitung pendapatan dan biaya serta belum mengetahui cara menghitung laba atau rugi usahanya sehingga kegiatan pelatihan difokuskan pada praktik mengoperasikan software Accurate online, perhitungan harga jual dan proyeksi keuntungan produk baru serta membaca laporan laba rugi dan neraca.

Luaran kegiatan pelatihan ini adalah mitra dapat melakukan input persediaan barang dan menginput transaksi penjualan, menentukan harga jual produknya serta mampu membaca laporan laba rugi dan neraca yang dihasilkan oleh software Accurate Online. Kegiatan pelatihan dilakukan dengan hasil evaluasi digunakan untuk keberlanjutan penyusunan dan perhitungan produk berikutnya atau jika menambah varian produk lain.

#### 4.1.2.3 Pelatihan Manajemen Pemasaran

Peningkatan kemampuan pemasaran dilakukan difokuskan pada upaya peningkatan kemampuan mitra dalam memaksimalkan berbagai platform digital dan media sosial untuk memasarkan produknya. Kegiatan dimulai dengan melakukan wawancara untuk mengetahui

pemasaran produk yang selama ini dilakukan oleh mitra dan untuk menggali sejauh mana mitra menggunakan media sosialnya untuk memasarkan produk. Tahapan selanjutnya adalah dengan mengadakan pelatihan dan praktik pengemasan produk baru dan pemasaran online. Terapan teknologi yang digunakan di bidang pemasaran adalah penggunaan software Canva untuk desain kemasan dan instagram shop untuk pemasaran produk.

#### **4.1.3 Pendampingan dan Evaluasi**

Mengevaluasi keberhasilan mitra dengan pengukuran tingkat keberhasilan melalui penilaian hasil praktek melalui post test dan dilakukan pendampingan kembali sesuai dengan kekurangan dari hasil evaluasi masing-masing peserta. Evaluasi dilakukan sebanyak dua kali yaitu dengan melakukan pre test dan post tes dengan memberikan serangkaian pertanyaan kepada mitra untuk mengetahui efektivitas peatihan serta untuk menguji seberapa besar peningkatan level pemberdayaan mitra atas kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan. Pengujian peningkatan level keberdayaan mitra pada aspek produksi dilakukan dengan melakukan uji pre test dan post test menggunakan tiga indikator dengan skala 0 - 100 dengan menggunakan kriteria tingkat pengetahuan Menurut Nursalam (2016) bahwa pengetahuan seseorang dapat diinterpretasikan dengan skala yang bersifat kualitatif, yaitu :

1. Pengetahuan Baik : 76 % - 100 %
2. Pengetahuan Cukup : 56 % - 75 %
3. Pengetahuan Kurang : < 56 %

#### **4.1.4 Keberlanjutan Program**

Keberlanjutan program program pengabdian kepada masyarakat dapat dilakukan dengan memantau keberlanjutan program saat ini antara lain dengan melakukan menciptakan bakpia dng citarasa pedas untuk menambahkan jenis inovasi produk dan penggunaan peralatan modern seperti mesin cetak bakpia otomatis untuk mengganti peralatan semi manual yg digunakan saat ini, pelatihan menyusun laporan keuangan sesuai dengan SAK ETAP, serta analisis ketepatan penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran digital.

### **4.2. Peningkatan Level Keberdayaan Mitra**

#### **4.2.1 Peningkatan Level Keberdayaan Mitra Aspek produksi (diversitas produk)**

Mitra bakpia Sek'eco selama ini telah memproduksi 5 (lima) varian rasa bakpia yaitu kacang hijau/original, kumbu hitam, pandan, coklat, keju. Semua varian tersebut bercitarasa manis dan telah banyak produsen bakpia lain yang memproduksi varian rasa yang sama

sehingga peningkatan level mitra pada aspek produksi (diversitas produk) ini dimulai dengan melakukan *brainstorming* dengan memberikan wawasan pada mitra untuk berani melakukan inovasi dengan membuat varian rasa bakpia dengan citarasa gurih dengan bahan baku ebi. Kegiatan pengabdian ini dimulai dengan diskusi dengan mitra untuk menentukan alat dan bahan yang diperlukan untuk pembuatan bakpia, pembuatan resep bakpia dan pembelian alat produksi dan bahan-bahan yang diperlukan. Bahan dan alat yang diperlukan untuk pembuatan bakpia rasa ebi serta hasil produksi bakpia ebi dengan menggunakan alat produksi baru ditunjukkan oleh gambar berikut:

**BAHAN DAN ALAT**

<b>Bahan isi :</b>	<b>Bahan kulit:</b>	<b>Alat:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 kg adonan kacang hijau</li> <li>• 1 kg terigu</li> <li>• 500 gr mentega</li> <li>• 200 gr ebi</li> <li>• 100 gr bawang goreng</li> <li>• 10 ml kecap manis</li> <li>• 5 gr bubuk cabai</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 kg terigu</li> <li>• 150 gr margarin</li> <li>• 140 ml minyak</li> <li>• 350 ml air</li> <li>• 200 gr gula pasir</li> <li>• 50 gr garam</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oven</li> <li>• Alat Pemipih Kulit Bakpia</li> <li>• Mesin Vacuum</li> <li>• Baskom</li> <li>• Loyang</li> <li>• Box plastik</li> <li>• Spatula</li> <li>• Pemasak kumbu</li> <li>• Panci kukus</li> </ul>

**Gambar 7 Bahan dan Alat Produksi Bakpia Ebi**



**Gambar 8 Bakpia Ebi yang dihasilkan menggunakan Alat Produksi Baru**

Bakpia ebi merupakan sebuah inovasi rasa bakpia yang belum pernah ada sebelumnya sehingga diharapkan dapat menjadi pembeda, ciri khas bakpia Sek'eco yang unik sehingga dapat meningkatkan daya saing mitra di tengah ketatnya industri bakpia di Yogyakarta. Berikut adalah perbandingan varian rasa bakpia yang ada sebelum dan setelah dilakukan kegiatan

pengabdian kepada masyarakat:



**Gambar 9** Varian rasa Bakpia Sek'eco sebelum Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat



**Gambar 10** Varian baru Bakpia Sek'eco rasa Ebi

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil meningkatkan diversitas produk bakpia Sek'eco dengan menambah satu varian rasa yang bercitarasa gurih sehingga total varian rasa bakpia Sek'eco setelah dilakukan pengabdian kepada masyarakat menjadi sebanyak 6 varian.

Hasil pengujian tersebut ditunjukkan pada tabel berikut :

**Tabel 4. 1** Peningkatan level keberdayaan mitra aspek produksi (diversitas produk)

Keterangan	Indikator			Rata-rata
	1	2	3	
Sebelum Pelaksanaan PKM	20	30	50	33.33
Setelah Pelaksanaan PKM	90	95	85	90.00
Persentase peningkatan pengetahuan dan keterampilan produksi	350%	217%	70%	

Hasil pre test yang dilakukan sebelum dilaksanakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan mitra terutama yang berkaitan dengan uji coba produksi bakpia dengan rasa ebi masih berada pada skor yang rendah yaitu rata-rata sebesar 33,33%. Indikator yang digunakan dalam menilai tingkat pengetahuan dan keterampilan produksi antara lain adalah pembuatan resep bakpia rasa ebi, aplikasi (uji coba) pembuatan bakpia rasa ebi dengan resep baru serta kemampuan dalam mengoperasikan alat-alat produksi. Setelah dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu berupa pendampingan pembuatan bakpia rasa ebi dan pelatihan mengoperasikan peralatan produksi baru, tim PKM melakukan post test. Hasilnya secara umum terjadi peningkatan skor pengetahuan dan keterampilan produksi pada mitra sebanyak rata-rata 90%. Berdasarkan kriteria tingkat pengetahuan Menurut Nursalam (2016), skor tersebut tergolong dalam kriteria baik. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan telah berhasil meningkatkan kemampuan produksi dan diversitas produk mitra.

#### 4.2.2 Peningkatan Level Keberdayaan Mitra Aspek Manajemen Keuangan

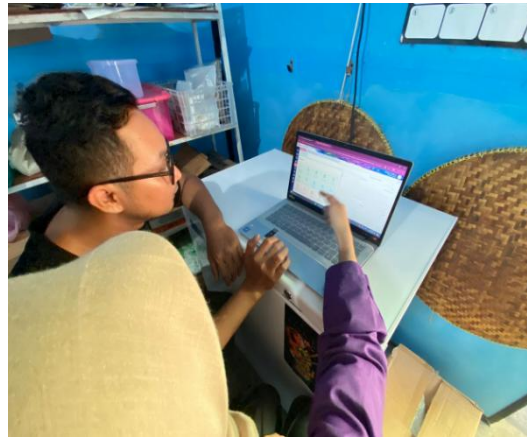
Pada tahap awal dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, tim melakukan observasi dan wawancara dengan mitra Bakpia Sek'eco mengenai manajemen keuangan yang dilakukan selama ini. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa mitra masih melakukan pencatatan transaksi penjualan dengan menggunakan Ms. Excel. Mitra juga belum mendapatkan pengetahuan komponen biaya produksi sehingga perhitungan harga pokok penjualan menjadi tidak tepat sehingga jumlah laba bersih tidak dapat dihitung secara tepat selama ini. Berikut adalah hasil pencatatan transaksi penjualan yang dilakukan oleh mitra sebelum dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat:

(2 Oktober 2024)

Waktu	Varians	Jumlah	Harga jual	Total	HPP	Pembayaran
10.25	Kacang ijo	1	22.000		13.000	Tunai
	Ebi	1	25.000		15.000	
11.01	Kacang ijo	2	22.000		13.000	Debit
	Kumbu hitam	1	22.000		13.000	
11.05	Ebi	2	25.000		15.000	Tunai
11.20	Kacang ijo	1	22.000		13.000	Tunai
	Keju	2	27.000		15.000	
14.00	Coklat	1	22.000		15.000	Debit
	Ebi	1	27.000		15.000	
15.00	Coklat	2	22.000		15.000	Tunai

Gambar 11 Pencatatan Transaksi Penjualan Mitra Bakpia Sek'eco menggunakan Ms. Excel

Berdasarkan hasil pencatatan tersebut, tim kemudian melakukan kegiatan pelatihan kepada mitra dengan memperkenalkan software Accurate online dan membantu mitra melakukan input persediaan, melakukan pencatatan transaksi penjualan serta mampu membaca laporan keuangan yang dihasilkan oleh software Accurate sehingga diharapkan mitra pengetahuan dan keterampilan mitra berkaitan dengan manajemen keuangan meningkat sehingga dapat meningkatkan daya saingnya.



**Gambar 12 Pelatihan Software Accurate kepada Mitra Bakpia Sek'eco**

Setelah dilakukan kegiatan pelatihan selama tiga hari menggunakan software Accurate online, mitra mampu melakukan input transaksi penjualan secara mandiri dengan menggunakan software tersebut, menghitung harga pokok penjualan serta menentukan kembali harga jual produknya. Pada hari ke tiga pelatihan, tim PKM memberikan pelatihan cara membaca laporan keuangan yang dihasilkan oleh software tersebut sehingga mitra dapat mengetahui secara tepat keuntungan yang diperoleh dari hasil usahanya dan pada akhirnya dapat meningkatkan daya saingnya. Berikut output transaksi penjualan dan laporan laba rugi yang dihasilkan dari software Accurate online:



No	Nomor #	Tanggal	Polonggen	Retrogragan	Status	Uang Jml	Total
1	SI.2024.10.00004	14/10/2024	Penjualan Non Tunai		Lunas	0	44.000
2	SI.2024.10.00003	14/10/2024	Penjualan Tunai		Lunas	0	242.000
3	SI.2024.10.00002	13/10/2024	Penjualan Non Tunai		Lunas	0	113.000
4	SI.2024.10.00001	13/10/2024	Penjualan Tunai		Lunas	0	195.000

**Gambar 13 Hasil Input Transaksi Penjualan Bakpia Tunai dan Cashless**

Laba/Rugi Stand...	
<b>Jumlah</b>	<b>1.21.000.000</b>
<b>PENDAPATAN</b>	
Pendapatan	89.000.000
Jumlah Pendapatan	89.000.000
<b>BIAYA POKOK PENJUALAN</b>	
Biaya Pokok Penjualan	60.000.000
Jumlah Biaya Pokok Penjualan	60.000.000
<b>LABA KOTOR</b>	<b>29.000.000</b>
<b>BIAYA OPERASIONAL</b>	
Biaya Operasional	0
Jumlah Biaya Operasional	0
<b>PENDAPATAN OPERASIONAL</b>	<b>29.000.000</b>
<b>PENYUSUTAN LABA SEBELUM BIAYA OPERASIONAL</b>	
Penyusutan Non Operasional	0
Jumlah Penyusutan Non Operasional	0
Biaya Non Operasional	0
Jumlah Biaya Non Operasional	0
Jumlah Penyusutan dan Biaya Non Operasional	0
<b>LABA BERSIH</b>	<b>29.000.000</b>

**Gambar 14 Laporan Laba Rugi Bakpia Sek'eco**

Pelatihan manajemen keuangan juga meliputi peningkatan akurasi perhitungan harga pokok penjualan. Sebelum dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, mitra hanya memperhitungkan biaya bahan baku untuk menghitung harga pokok penjualan dan belum memperhitungkan biaya tenaga kerja serta biaya depresiasi peralatan produksi, sehingga pada kegiatan pelatihan ini mitra diberikan edukasi dan pelatihan untuk menghitung harga pokok penjualannya secara tepat. Berikut adalah perbandingan antara perhitungan harga pokok penjualan yang dilakukan oleh mitra sebelum dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat dan setelah dilakukan pelatihan:

**Tabel 4.2 Perhitungan Harga Pokok Penjualan Sebelum Pelatihan**

<b>Biaya Produksi</b>	
• 1 kg adonan kacang hijau	Rp 20,000.00
• 1 kg terigu	Rp 13,000.00
• 500 gr mentega	Rp 10,000.00
• 200 gr ebi	Rp 30,000.00
• 100 gr bawang goreng	Rp 5,000.00
• 10 ml kecap manis	Rp 1,000.00
• 5 gr bubuk cabai	Rp 1,000.00
Bahan kulit:	
• 140 ml minyak	Rp 4,000.00
• 350 ml air	-
• 200 gr gula pasir	Rp 4,000.00
• 50 gr garam	Rp 1,500.00
<b>HPP</b>	<b>Rp 89,500.00</b>
<b>HPP per box (11 box)</b>	<b>Rp 8,136.36</b>



**Tabel 4.3 Perhitungan Harga Pokok Penjualan Setelah Pelatihan**

<b>Perhitungan HPP Bakpia SekEco</b>		
<b>Biaya Bahan Baku:</b>		
• 1 kg adonan kacang hijau	Rp 20,000.00	
• 1 kg terigu	Rp 13,000.00	
• 500 gr mentega	Rp 10,000.00	
• 200 gr ebi	Rp 30,000.00	
<b>Total</b>		<b>Rp 73,000.00</b>
<b>Biaya Overhead Pabrik:</b>		
• 100 gr bawang goreng	Rp 5,000.00	
• 10 ml kecap manis	Rp 1,000.00	
• 5 gr bubuk cabai	Rp 1,000.00	
• 140 ml minyak	Rp 4,000.00	
• 350 ml air	Rp -	
• 200 gr gula pasir	Rp 4,000.00	
• 50 gr garam	Rp 1,500.00	
Biaya depresiasi oven	Rp 640.00	
Biaya depresiasi mesin vacum	Rp 39.00	
Biaya depresiasi loyang	Rp 6.00	
Biaya depresiasi panci pengukus	Rp 22.00	
Biaya tenaga kerja tidak langsung	Rp 10,000.00	
Biaya Pengemasan	Rp 15,400.00	
<b>Total</b>		<b>Rp 42,607.00</b>
<b>Biaya Tenaga Kerja Langsung</b>	<b>Rp 52,500.00</b>	
		<b>Rp 52,500.00</b>
		<b>Rp 168,107.00</b>
<b>HPP per box (11 box)</b>	<b>Rp 15,282.45</b>	

**Tabel 4.4 Perhitungan Biaya Depresiasi Aktiva Tetap**

<b>Perhitungan biaya depresiasi</b>				
Depresiasi oven	Rp 2,997,000.00	2.997.000 : 5 tahun	Rp 599,400.00	per tahun
			Rp 49,950.00	per bulan
			Rp 1,921.15	per hari
			Rp 640.38	
Depresiasi mesin vacuum	Rp 1,300,000.00	1.300.000 : 5 tahun	Rp 260,000.00	per tahun
			Rp 21,666.67	per bulan
			Rp 773.81	per hari
			Rp 38.69	
Depresiasi loyang	2 loyang @ 15.000	30000: 5 tahun	Rp 6,000.00	per tahun
			Rp 500.00	per bulan
			Rp 17.86	per hari
			Rp 5.95	
Depresiasi panci pengukus	Rp 110,000.00	110.000:5 tahun	Rp 22,000.00	per tahun
			Rp 1,833.33	per bulan
			Rp 65.48	per hari
			Rp 21.83	

**Tabel 4.5 Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung dan Tidak Langsung**

<b>Perhitungan tarif tenaga kerja (per hari)</b>			
Biaya Tenaga Kerja Langsung	tarif per jam x jam kerja x jumlah pekerja		
	1.500 x 5 x 5	Rp	37,500.00
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung (pengemas)	tarif per jam x jam kerja x jumlah pekerja		
	1.000 x 5 x 2	Rp	10,000.00

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara perhitungan HPP yang selama ini dilakukan oleh mitra dengan perhitungan harga pokok penjualan yang dilakukan setelah diberikan pelatihan. Sebelumnya mitra memperhitungkan harga pokok sebesar Rp 8.136,00 per box sedangkan hasil perhitungan harga pokok baru sebesar Rp 15.282,00 per box. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan ini mampu meningkatkan akurasi perhitungan harga pokok penjualan dan tentunya mempengaruhi jumlah laba yang diperoleh mitra. Berikut adalah perbandingan laba yang diperoleh mitra sebelum dan setelah dilakukan perhitungan harga pokok penjualan yang baru apabila harga rata-rata bakpia per box adalah Rp 25.000:

**Tabel 4.6 Perbandingan Laba Bersih Sebelum dan Sesudah Pelatihan**

	<b>Sebelum Pelatihan</b>	<b>Setelah Pelatihan</b>
Harga Jual	25.000	25.000
Harga Pokok Penjualan	8.136	15.282
<b>Laba bersih</b>	<b>16.864</b>	<b>9.718</b>

Berdasarkan hasil perhitungan laba bersih di atas diketahui bahwa jumlah laba bersih yang diperoleh mitra setelah dilakukan pelatihan adalah Rp 9.718 per box, yang berbeda dengan jumlah laba bersih yang dihitung mitra selama ini sebesar Rp 16.864 per box. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan perhitungan harga pokok penjualan terbukti mampu meningkatkan akurasi perhitungan HPP mitra.

Pengujian peningkatan level keberdayaan mitra pada aspek manajemen keuangan dilakukan dengan melakukan uji pre test dan post test menggunakan empat indikator dengan skala 0 - 100. Hasil pengujian tersebut ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4. 7 Peningkatan level keberdayaan mitra aspek manajemen keuangan**

Keterangan	Soal Nomor				Rata-rata
	1	2	3	4	
Sebelum Pelaksanaan PKM	25	50	50	35	<b>40.00</b>
Setelah Pelaksanaan PKM	80	85	70	75	<b>77.50</b>
Persentase peningkatan pengetahuan dan keterampilan manajemen keuangan	<b>220%</b>	<b>70%</b>	<b>40%</b>	<b>114%</b>	

Hasil pre test yang dilakukan sebelum dilaksanakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan mitra terutama yang berkaitan dengan penggunaan sistem pencatatan keuangan dengan menggunakan software masih sangat rendah. Hasil pre test yang dilakukan dengan indikator antara lain pengetahuan mitra mengenai software akuntansi, kemampuan menghitung harga jual dan proyeksi laba, kemampuan mengoperasikan software akuntansi sederhana dan kemampuan membaca laporan keuangan menunjukkan skor rata-rata sebesar 40%.

Setelah dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu berupa memperkenalkan software Accurate online serta pendampingan menginputan transaksi penjualan serta membaca hasil laporan keuangan yang dihasilkan oleh sistem menunjukkan terjadinya peningkatan pengetahuan. Hasil pre test secara umum mengalami peningkatan menjadi rata-rata 77,5%. Berdasarkan kriteria tingkat pengetahuan Menurut Nursalam (2016), skor tersebut tergolong dalam kriteria baik. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan telah berhasil meningkatkan kemampuan manajemen keuangan mitra.

#### **4.2.3 Aspek manajemen pemasaran**

Peningkatan kemampuan pemasaran dilakukan difokuskan pada upaya keberhasilan mitra dalam memasarkan produknya ke luar daerah serta memaksimalkan berbagai platform digital dan media sosial untuk memasarkan produknya. Kegiatan dimulai dengan melakukan wawancara untuk mengetahui area pemasaran dan strategi pemasaran produk yang selama ini dilakukan oleh mitra dan untuk menggali sejauh mana mitra menggunakan media sosialnya untuk memasarkan produk. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa selama ini mitra masih menjual produknya secara memasarkan produknya dengan mengikuti event-event yang diselenggarakan oleh Pemerintah kota DIY, menitipkan di pusat oleh-oleh dan menggunakan jaringan relasi untuk menjual produknya secara online. Mitra belum belum mampu memasarkan prdouk melalui media sosial dan belum bisa menggunakan aplikasi pendesain produk untuk mendesain kemasan yang menarik.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada pelatihan pemasaran online dan praktik pembuatan desain kemasan produk dengan menggunakan aplikasi canva. Terapan teknologi yang digunakan di bidang pemasaran antara lain:

a. Memperluas area pemasaran ke luar kota dan ke luar pulau dengan hasil sebagai berikut:



Gambar 15 Bukti Pengiriman Luar kota



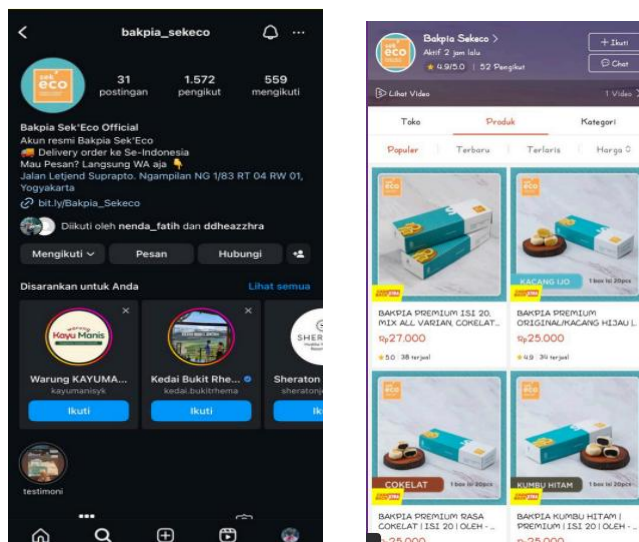
Gambar 16 Bukti Pengiriman Luar Pulau

b. Penggunaan aplikasi Canva untuk mendesain kemasan produk yang menarik dengan hasil sebagai berikut:



**Gambar 17 Desain kemasan produk bakpia rasa Ebi**

- Membuat akun Instagram dan shopee untuk pemasaran produk.



**Gambar 18 Akun Instagram dan Shopee Bakpia Sek'eco**

Pengujian peningkatan level keberdayaan mitra pada aspek manajemen keuangan dilakukan dengan melakukan uji pre test dan post test menggunakan lima indikator dengan skala 0 - 100. Hasil pengujian tersebut ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4. 8 Peningkatan level keberdayaan mitra aspek manajemen pemasaran**

Keterangan	Soal Nomor					Rata-rata
	1	2	3	4	5	
Sebelum Pelaksanaan PKM	60	70	65	70	60	<b>65.00</b>
Setelah Pelaksanaan PKM	88	85	85	80	80	<b>83.60</b>
Persentase peningkatan pengetahuan dan keterampilan manajemen pemasaran	<b>47%</b>	<b>21%</b>	<b>31%</b>	<b>14%</b>	<b>33%</b>	

Hasil pre test yang dilakukan sebelum dilaksanakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan mitra terutama yang berkaitan dengan manajemen pemasaran tergolong cukup baik. Pre test dilakukan dengan menggunakan indikator pengetahuan mengenai berbagai media sosial untuk memasarkan produk, pemanfaatan media sosial secara optimal, pembuatan desain kemasan yang menarik, jaminan ketersediaan produk di setiap outlet yang dimiliki, kecepatan dalam merespon permintaan pelanggan serta kemampuan mitra dalam membangun hubungan personal dengan pelanggan tergolong cukup. Hasil pre test menunjukkan skor rata-rata sebesar 65%. Setelah dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pendampingan penggunaan aplikasi canva untuk mendesain kemasan produk serta penggunaan media sosial antara lain instagram dan instagram, terjadi peningkatan manajemen pemasaran. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya hasil post test menjadi 83,6%.

Berdasarkan kriteria tingkat pengetahuan Menurut Nursalam (2016), skor tersebut tergolong dalam kriteria baik. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan telah berhasil meningkatkan kemampuan manajemen pemasaran mitra. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan telah berhasil meningkatkan kemampuan manajemen pemasaran mitra.

## **BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1 Kesimpulan**

Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan pada mitra Bakpia Sek'eco berfokus pada peningkatan aspek produksi (diversitas produk) yaitu inovasi varian bakpia rasa ebi, peningkatan kemampuan manajemen keuangan dan peningkatan kemampuan manajemen pemasaran. Tahapan yang dilakukan pada masing-masing kegiatan adalah sosialisasi, pelatihan dan penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi dan keberlanjutan program. Kegiatan ini menghasilkan beberapa luaran antara lain adalah terciptanya varian rasa baru yaitu bakpia rasa ebi, peningkatan keterampilan mitra dalam menentukan harga pokok penjualan, harga jual dan margin laba, kemampuan menginput transaksi penjualan yang sebelumnya masih dilakukan dengan menggunakan Ms Excel saat ini telah menggunakan software Accurate online, serta mitra telah mampu menggunakan aplikasi pembuat desain serta memanfaatkan media sosial secara agresif dalam memperluas pangsa pasarnya untuk meningkatkan daya saing.

### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil evaluasi di lapangan terdapat saran untuk kegiatan pengabdian ini yakni perlu adanya keberlanjutan pelaksanaan program dimasa yang akan datang. Program pengabdian selanjutnya diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam melakukan inovasi penciptaan varian-varian baru produk bakpia, mampu menyusun laporan keuangan sesuai dengan SAK ETAP agar dapat menambah sumber permodalannya dalam rangka melakukan ekspansi usaha serta mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk menjangkau pangsa pasar yang lebih luas tidak hanya di dalam negeri tetapi juga mancanegara

## DAFTAR PUSTAKA

1. Ariyanto,A., Bangun, R., Indillah, M.R.M. 2023. Manajemen Pemasaran. Bandung: Widina Bhakti Persada
2. Ahmad M, Hasan M, Arisah N, Subur H, Fatmawati. 2023. PKM Kewirausahaan Informal Pembuatan Bakpia “Bakples.” Intisari Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat. Vol 12 No 1 hal 67–74.
3. Rato, M.N.R. Dan Hadi, R.P. 2024. Bakpia: Perjalanan Akulturasi Cina-Indonesia dalam Makanan Khas Yogyakarta. Multikultura Jurnal Lintas Budaya Vol 3 No 3. ISSN: 2 9 6 3 - 4 1 9
4. Rozasa, W., Widodo, K Dan Djumeri. 2018. Analisis Dan Mitigasi Risiko Rantai Pasok pada Industri Bakpia (Studi Kasus di Bakpiapia). Skripsi. Universitas Gadjah Mada.
5. Nihayati, Luluk. 2020. Dampak Sosial Perkembangan Bakpia dalam Industri Pariwisata di Pathuk Yogyakarta. Jurnal Pringgitan, Volume 01 No. 01 Hal 40 - 47
6. Sari, F.P.,Liantifa, M.,Yuliasih,M.2023. Strategi Pengembangan Pemasaran UMKM Teori dan Studi Kasus. Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia
7. Novitasari D, Ambarwati L, Yulianto Pd, Prasetyo As. Mengolah Umbi Gembili Dan Gadung Sebagai Produk Penunjang Wisata Puncak Sosok. Community Dev J J Pengabd Masy. 2024 Feb 6;5(1):2154–9.
8. Nursalam. 2016. Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan: Pendekatan Praktis. Jakarta: Salemba Medika.