

PENDAMPINGAN PERHITUNGAN HARGA JUAL MELALUI METODE *SERVICE LEARNING* BAGI KEDAI KOPI DI KOTA BEKASI

ASSISTANCY OF SELLING PRICE CALCULATION THROUGH THE SERVICE LEARNING METHOD FOR COFFEE SHOP IN BEKASI

Chita Oktapriana^{1)*}, Dade Nurdiniah²⁾, Kadek Wisnu Bhuana³⁾, Nunuk Novianti⁴⁾

¹⁾Fakultas Bisnis, Universitas Bina Insani. email: chitaoktapriana@binainsani.ac.id

²⁾Fakultas Bisnis, Universitas Bina Insani. email: dade@binainsani.ac.id

³⁾Fakultas Bisnis, Universitas Bina Insani. email: bhuanawisnu@gmail.com

⁴⁾Fakultas Bisnis, Universitas Bina Insani. email: novianti747@gmail.com

ABSTRAK

Kemampuan bertahan bagi pelaku usaha UMKM di era pandemic COVID-19 menjadi sebuah tantangan tersendiri. Turunnya daya beli konsumen menjadi salah satu isu yang menjadi perhatian khusus bagi salah satu kedai kopi di pusat kota Bekasi. Penurunan omzet penjualan teridentifikasi pada menu dengan bahan baku premium yang relative dijual dengan harga tinggi. Adanya kondisi ini berdampak pada kerugian terkait penyimpanan stok bahan baku premium yang memiliki masa simpan singkat namun harga beli tinggi. Tujuan utama pelatihan ini adalah untuk membantu mitra dalam menentukan metode pengelolaan bahan baku premium yang tepat sehingga dapat meminimalisir risiko kerugian akibat kerusakan bahan baku. Dengan adanya metode yang tepat maka akan dapat melakukan perhitungan harga jual yang tepat pula. Metode yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah melalui pelatihan dan pendampingan intensif dengan pendekatan *service learning*. Adapun bentuk pelatihan yang dilakukan adalah sebanyak 10 kali pertemuan daring oleh tim dosen sarjana Akuntansi di Universitas Bina Insani. Selama melakukan pelatihan dan pendampingan didapati adanya kekeliruan alokasi modal dalam perhitungan harga jual sehingga menjadi terlalu tinggi dibandingkan harga jual pasaran. Selain itu didapati pula masalah terkait manajemen persediaan biji kopi yang menjadi salah satu akar masalah kerugian. Setelah melakukan pelatihan dan pendampingan ini terjadi peningkatan penjualan dan berdampak pada peningkatan keuntungan mitra sebesar 76%. Peningkatan ini terjadi setelah adanya perhitungan HPP dengan metode full costing dan penerapan pricing-strategies yang tepat.

Kata kunci: *service learning, pengelolaan bahan baku, harga jual, full costing, pricing strategies*

ABSTRACT

The ability to survive for MSME business in the era of the COVID-19 pandemic is a challenge in itself. The decline in consumer purchasing power is an issue that is of particular concern to one of the coffee shops in downtown Bekasi. The decline in sales turnover was identified on the menu with premium raw materials which were relatively sold at high prices. The existence of this condition has an impact on losses related to the storage of premium raw material stocks which have a short shelf life but high purchase prices. The main objective of this training is to assist partners in determining the right method of managing premium raw materials so as to minimize the risk of loss due to damage to raw materials. With the right method, it will be able to calculate the right selling price as well. The method used in this activity is through intensive training and assistance with a service learning approach. The form of training carried out was 10 online meetings by a team of Accounting lecturers at Bina Insani University. During the training and mentoring, it was found that there was an error in the allocation of capital in the calculation of the selling price so that it was too high compared to the market selling price. In addition, there were also problems related to coffee bean inventory management which became one of the root causes of losses. After conducting this training and mentoring, there was an increase in sales and an impact on increasing partner profits by 76%. This increase occurred after the calculation of COGS using the full costing method and the application of appropriate pricing strategies.

Keywords: *service learning, raw material management, selling price, full costing, pricing strategies*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi nasional di Indonesia tidak lepas dari peran UMKM. Dengan adanya sektor UMKM yang terus bertumbuh mampu menyerap tenaga kerja yang semakin banyak, secara otomatis mampu mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan. Dengan demikian, UMKM mampu menjadi pilar pertumbuhan ekonomi bangsa yang cukup diperhitungkan[7]. Sektor UMKM yang paling menjamur saat ini didominasi dari sektor *food and beverage*, salah satunya adalah usaha kedai kopi. Bisnis kedai kopi merupakan salah satu jenis bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat perkotaan saat ini. Dengan gaya hidup baru yang melekat pada usia muda dan produktif, bisnis ini dinilai cukup menjanjikan. Selain itu, meningkatnya jumlah konsumsi kopi nasional yang terus meningkat juga membuat peluang bisnis kedai kopi semakin dianggap menjanjikan keuntungan yang meningkat setiap tahunnya.

Gerakan pertumbuhan ini didukung oleh riset yang dilakukan oleh salah satu kedai kopi nasional terbesar, [11] Dalam situs resminya disebutkan bahwa nilai pasar dari bisnis kedai kopi ini cukup menggiurkan, mencapai Rp 4,8 triliun per tahun. Data tersebut didukung oleh peningkatan konsumsi kopi domestik tahun 2019/2020 yang mencapai 294.000 ton atau meningkat 13,9% dari total konsumsi kopi domestik tahun 2018/2019 sebesar 258.000 ton. Meski dalam kondisi pandemi COVID-19 di awal tahun 2020, tidak serta merta mengurangi

jumlah konsumsi kopi nasional pada tahun 2021. Peningkatan tersebut justru terjadi dimana penelitian menunjukkan sebanyak 370.000 ton konsumsi kopi diharapkan dapat tercapai.

Data di atas menjadi salah satu penyebab semakin banyaknya kedai kopi baru yang bermunculan di Kota Bekasi. Sebagai salah satu kota yang berbatasan langsung dengan ibu kota Indonesia, Kota Bekasi menyediakan pasar yang signifikan bagi kedai kopi. Menurut data yang diperoleh dari [2], jumlah penduduk usia produktif di Kota Bekasi pada tahun 2019 sebanyak 1.817.007 orang, yang tentunya merupakan calon konsumen bagi para pelaku usaha kedai kopi.

Sejalan dengan peluang pasar berdasarkan data di atas, seorang pekerja wanita yang berdomisili di Kota Bekasi bernama Dwi Ismiyana Putri memberanikan diri membuka kedai kopi bernama MUSI COFFEE. Wanita berdarah Palembang ini adalah seorang pekerja aktif di sebuah perusahaan swasta di kota Bekasi yang memiliki ketertarikan di dunia bisnis kuliner. Ia memilih bisnis kedai kopi dengan menonjolkan ciri khas kopi yang sering dinikmati masyarakat Palembang untuk disajikan sebagai suguhan baru bagi warga Bekasi. Ia berharap hal ini bisa menjadi daya tarik tersendiri yang membedakan kedai MUSI COFFEE dengan kedai lainnya. Berdiri sejak Oktober 2018, kedai KOPI MUSI telah berhasil menarik hati anak muda dan pekerja. Desain ruko minimalis di ujung

kota Bekasi menjadi nilai tambah bagi penikmat kopi yang berlangganan.

Kedai MUSI COFFEE memiliki konsep produksi real time. Setiap pesanan kopi akan diproses sesuai pesanan langsung dari masing-masing pelanggan. Kopi yang dibuat berasal dari berbagai biji kopi asli dari berbagai daerah di Indonesia dengan jenis robusta dan arabika. Beberapa biji kopi memiliki kualitas premium, yang mengakibatkan harga produksi tinggi dan harga jual tinggi. Di sisi lain, minat terhadap biji kopi premium jauh lebih rendah bagi konsumen kelas menengah di kedai KOPI MUSI. Kondisi ini otomatis menjadi kendala serius bagi kedai kopi dalam hal pengelolaan stok. Biji kopi premium harus disimpan dengan perlakuan ekstra, mulai dari jenis wadah penyimpanan, suhu penyimpanan dan umur simpan yang relatif singkat. Tentunya semua ini menambah beban biaya penyimpanan yang akan berdampak pada modal dan harga jual.

Pertimbangan lain yang menjadi dilema bagi pengelola kedai MUSI COFFEE adalah daya beli konsumen yang relatif menengah ke bawah. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh [6] harga jual produk atau jasa merupakan salah satu kunci untuk mencapai profit yang diinginkan oleh entitas bisnis, sekaligus menjadi kunci penentu apakah entitas bisnis dapat menguasai target pasar atau tidak. Harga jual yang ditetapkan terlalu tinggi tentunya akan berdampak pada menurunnya minat beli konsumen. Di sisi lain, harga jual yang ditetapkan relatif rendah

tentunya akan menjadi penghambat biaya modal dan memungkinkan terjadinya kerugian yang cukup besar. Apalagi di masa pandemi COVID-19, sumber pendapatan yang turun drastis dari konsumen tentu menurunkan daya beli masyarakat. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh [5] bahwa harga sangat mempengaruhi permintaan atau daya beli masyarakat. Jika harga terlalu tinggi, maka permintaan cenderung akan menurun namun sebaliknya jika harga terlalu rendah, maka permintaan cenderung akan meningkat. Oleh sebab itu, perlu dilakukan pricing-strategies yang tepat dan sesuai dengan kondisi perekonomian konsumen agar kedai MUSI COFFEE mampu terus bertahan. Beban biaya pengelolaan stok biji kopi yang sangat besar membuat modal usaha kedai KOPI MUSI menjadi terkendala dan mengharuskan kedai ini untuk sementara berhenti beroperasi. Adanya permasalahan tersebut membuat mitra mengajukan pelatihan terkait penentuan harga jual dengan pengelolaan stok yang baik kepada tim dosen Program Studi Akuntansi Universitas Bina Insani.

Masalah utama kedai MUSI COFFEE terkait dengan pengelolaan stok biji kopi yang membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Biaya yang timbul antara lain harga beli biji kopi premium yang relatif tinggi, tingginya biaya penyimpanan biji kopi dan umur simpan biji kopi yang relatif singkat. Biji kopi arabika premium memiliki tingkat keasaman yang tinggi, sehingga harus segera diproses setelah melalui proses penyangraian.

Namun rendahnya daya beli konsumen membuat biji kopi premium ini lama habisnya dan tidak jarang biji kopi rusak dalam jumlah banyak sebelum habis terjual. Kondisi ini tentunya menjadi potensi kerugian yang besar bagi operasional kedai MUSI COFFEE. Untuk menghindari kerugian yang terus terjadi, maka perlu untuk dilakukan manajemen persediaan bahan baku. Dikutip dari website [1] manajemen persediaan bahan baku berguna untuk menghindari kerugian yang disebabkan oleh beragam ketidakpastian mulai dari ketidakpastian permintaan, waktu pemesanan, hingga pasokan dari supplier.

Selain permasalahan terkait pengelolaan stok biji kopi di atas, tingginya harga modal biji kopi premium tentunya berdampak pada penentuan harga jual yang tinggi. Kondisi sumber pendapatan dan daya beli konsumen yang menurun di masa pandemi COVID-19 membuat kedai KOPI MUSI tidak mungkin mematok harga jual yang tinggi. Oleh karena itu, perlu juga dirumuskan harga jual yang tepat untuk jenis kopi yang menggunakan bahan baku biji kopi premium ini.

Universitas Bina Insani melalui Program Studi Akuntansi memiliki komitmen untuk menjalankan tridharma perguruan tinggi yaitu pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Salah satu poin tridharma yaitu pengabdian kepada masyarakat diwujudkan oleh tim dosen akuntansi dengan menjalin kemitraan dengan salah satu UMKM yang terdampak pandemi COVID-19.

Tim dosen Akuntansi memiliki kompetensi di berbagai bidang terkait seperti penyusunan laporan keuangan, perhitungan dan pelaporan pajak, perhitungan akuntansi biaya, serta kemampuan teknis terkait yang dapat dibagikan dan diterapkan kepada para pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya. Dengan mengacu pada SAK tertentu, tim dosen akuntansi siap memberikan pelatihan dan pendampingan yang intensif dan berkelanjutan sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat melalui pelaku UMKM binaan. Oleh karena itu, bentuk kemitraan ini dapat menjadi solusi dari permasalahan dan kebutuhan para pelaku UMKM mengenai perhitungan harga jual yang tepat sebagai strategi untuk bertahan di masa pandemi ini.

Lokasi warung MUSI COFFEE yang dekat dengan Universitas Bina Insani dan pengalaman pemilik warung pernah mengikuti kegiatan PkM yang sebelumnya dilakukan oleh tim dosen Program Studi Akuntansi Universitas Bina Insani menjadi alasan mitra meminta pelatihan ini kepada dilakukan. Tim dosen yang memiliki kompetensi sesuai dengan permasalahan yang dihadapi mitra dibentuk untuk melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan PkM ini dilaksanakan dengan metode service learning. Penggunaan metode ini dimaksudkan untuk dapat melihat dan mengevaluasi hasil dari pelaksanaan

pelatihan yang berdampak langsung bagi operasional mitra. Menurut [8] penerapan metode service learning dapat dilakukan dengan tiga tahapan yaitu tahap persiapan, tahap melayani dan tahap refleksi. Subjek dari pelatihan ini adalah Kedai MUSI COFFEE yang diwakili oleh salah seorang karyawan saat sesi pelatihan dan pendampingan.



Gambar 1. Tahapan metode service learning

Pada tahapan pertama dilakukan survey terlebih dahulu untuk lokasi mitra dan kondisi terkini mitra terkait dengan operasional di masa pandemic COVID-19. Setelah dilakukan survey maka dilanjutkan dengan diskusi secara langsung dengan mitra terkait permasalahan yang dihadapi terkait dengan penentuan harga jual produk dan metode persediaan bahan baku yang dipakai. Setelah mendapatkan semua informasi yang dibutuhkan, maka tim dosen melakukan persiapan materi dengan menyusun modul pembelajaran yang mudah dipahami.

Tahap selanjutnya adalah tahap pelayanan. Tahapan ini dimulai dengan pelaksanaan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan secara daring baik melalui zoom meeting dan melalui media WhatsApp. Total pelatihan dan pendampingan ini dilakukan sebanyak 10 kali dengan durasi mulai dari tanggal 03 Juli 2021 sampai dengan 13 Agustus 2021. Selama pendampingan intensif ini dilakukan, maka

mitra dapat secara aktif berdiskusi dengan tim dosen terkait setiap implementasi materi dengan praktik operasional mitra.

Pada tahapan akhir dilakukan bentuk refleksi berupa penyampaian angket kepuasan kepada mitra. Angket ini dimaksudkan untuk mengukur tingkat kepuasan mitra terkait pelaksanaan keseluruhan kegiatan pelatihan. Tim dosen juga melakukan evaluasi laporan keuangan yang dibuat oleh mitra sesuai dengan arahan dan hasil pendampingan. Di akhir evaluasi juga tim dosen melakukan Analisa keuntungan setelah adanya perhitungan harga jual produk yang baru.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kesulitan dalam mengatur stok persediaan adalah akar masalah utama dari mitra dalam melakukan operasionalnya. Beberapa bahan baku biji kopi dengan *grade* premium membutuhkan metode penyimpanan khusus yang jelas membutuhkan biaya ekstra. Kondisi ini tidak diimbangi dengan angka penjualan yang tinggi akibat adanya penurunan daya beli masyarakat di masa pandemi. Setelah melakukan serangkaian diskusi dengan pihak mitra, maka tim pelaksana PkM menyarankan untuk menggunakan metode *Economic Order Quantity* [EOQ] dalam penyimpanan bahan baku biji kopi di kedai MUSI COFFEE ini. Menurut [9] metode EOQ merupakan salah satu model matematik yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah pengendalian persediaan untuk

menentukan jumlah biaya pembelian persediaan bahan baku dan menentukan kuantitas pembelian bahan baku persediaan yang meminimalisirkan biaya penyimpanan bahan baku.

Selain masalah penyimpanan bahan baku, mitra juga mengalami kesulitan bersaing terkait dengan penentuan harga jual produk yang kurang tepat. Menurut [4] dari hasil kegiatan edukasi para pelaku UMKM Kampung Lontong, perhitungan harga pokok produksi yang tepat akan menghasilkan margin yang ditetapkan tidak terlalu rendah dengan harga jual. Perhitungan harga pokok produksi ini adalah dasar penentuan harga jual yang sangat penting. Berdasarkan 10 sesi pelatihan dan pendampingan, ditemukan bahwa mitra mampu memisahkan alokasi modal dengan benar, sehingga perhitungan harga jual baru juga dapat diterapkan. Sebelum mengikuti pelatihan, ditemukan harga jual beberapa jenis minuman kopi yang terlalu tinggi sehingga mengurangi minat pelanggan untuk membeli menu tersebut. Setelah pelatihan, perhitungan harga jual baru terbentuk. Dalam 2 minggu pertama setelah menggunakan harga jual baru, ternyata omzet penjualan menu-menu berbahan dasar kopi premium mengalami peningkatan. Dengan demikian, pesanan biji kopi juga meningkat. Namun, mitra tidak lagi khawatir memesan biji kopi premium yang harganya relatif mahal. Hal ini karena metode pencatatan persediaan yang tepat telah ditentukan.

Hal ini tentunya berdampak positif bagi

operasional warung Kopi Mussi. Berikut tabel perbandingan sebelum dan sesudah pelatihan terkait harga jual, penjualan dan keuntungan.

Tabel 1. Perbandingan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelatihan

Item	Apr-21		Mei 2021		Juni 2021		Juli 2021		Aug-21	
	Amt*	%	Amt	%	Amt	%	Amt	%	Amt	%
Beli bahan baku premium	250		220		180.0		200		289	
Pesanan menu kopi premium	32		-		-		128		415	
Penjualan	1,810		163.2		867.3		2,671		4,423	
GOGS	993		101.9		1,523.0		653		1,873.4	
Profit Margin	817	45%	61.3	38%	(655.7)	-76%	2,018	76%	2,549.6	58%

*Amt (amount) dinyatakan dalam ribuan

Kegiatan pelatihan telah dilaksanakan mulai tanggal 3 Juli 2021 dan berakhir pada tanggal 14 Agustus 2021. Berdasarkan informasi pada tabel 1, periode April sampai Juni 2021 adalah kondisi operasional warung Kopi Musi sebelum pelatihan. Terlihat bahwa pembelian biji kopi premium terus terjadi namun tidak diikuti dengan peningkatan penjualan menu kopi premium. Pada bulan Mei dan Juni 2021 ditemukan tidak adanya penjualan untuk menu kopi premium sehingga terjadi kerugian sebesar 76% pada bulan Juni 2021. Selama masa pelatihan dari bulan Juli hingga minggu kedua Agustus 2021 terlihat adanya peningkatan pesanan untuk menu kopi premium, sehingga meningkatkan penjualan secara keseluruhan. Hal-hal positif mulai terlihat adanya peningkatan laba sebesar 76% pada akhir Juli 2021 dan 58% pada akhir minggu kedua Agustus 2021.

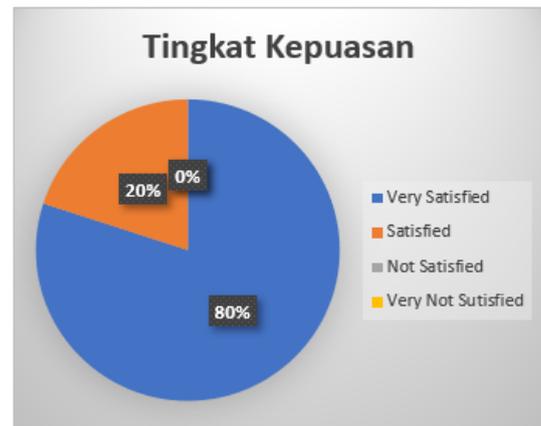
Setelah diberikan pendampingan intensif untuk melakukan perhitungan alokasi modal yang tepat dan harga pokok produksi yang benar, mitra sudah dapat menentukan harga

jual yang lebih bersaing. Tim dosen memilih untuk mengajarkan metode perhitungan harga pokok produksi *full costing* agar lebih mudah dipahami oleh mitra. Menurut [10] perhitungan dengan metode *full costing* merupakan pendekatan tradisional yang tidak rumit dan tepat, sehingga dapat menarik minat masyarakat luas dalam mempelajari tentang perhitungan harga pokok produksi.

Sebelumnya, mitra tidak memasukkan perhitungan biaya tenaga kerja langsung kedalam perhitungan harga pokok produksi dan langsung mengalokasikannya sebagai beban gaji pada beban administrasi lainnya. Hal ini menjadi faktor yang membuat perhitungan margin menjadi semakin rendah. Dengan demikian, saat penjualan menurun akibat adanya penurunan daya beli konsumen, kondisi operasional menunjukkan adanya kerugian yang cukup signifikan. Setelah diberikan pemahaman materi dan evaluasi perhitungan ini, mitra dapat menghitung kembali harga pokok produksi dengan tepat dan menentukan harga jual yang bersaing. Ini menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi konsumen yang berangsur-angsur menaikkan angka penjualan. Disamping itu, penerapan manajemen persediaan bahan baku dengan metode EOQ yang mulai konsisten dijalankan juga mampu menekan kerugian yang dihasilkan dari kadaluarsanya stok biji kopi. Kondisi inilah yang menjadi pendorong profit bagi kedai MUSI COFFEE sejak Juli 2021.

Berdasarkan hasil yang baik tersebut,

terlihat bahwa kegiatan pelatihan ini membawa hasil seperti yang diharapkan. Hasil implementasi juga dapat diukur melalui kuesioner kepuasan yang dibagikan pada setiap akhir pelatihan. Ada dua kondisi utama yang menjadi fokus penilaian angket, yaitu unsur pembicara dan unsur pelaksana kegiatan. Adapun hasil kuisisioner dapat dilihat pada diagram dan tabel berikut.



Gambar 1. Tingkat kepuasan mitra PkM

Bagan 1 menunjukkan hasil keseluruhan tingkat kepuasan mitra dari serangkaian pelatihan dan pendampingan yang dilaksanakan oleh tim dosen Akuntansi Universitas Bina Insani. Hasil kepuasan ini diukur dengan angket kepuasan yang menunjukkan hasil bahwa 80% dari jumlah pelatihan dan pendampingan dirasakan sangat memuaskan oleh mitra.

Selanjutnya, angket kepuasan juga diberikan terkait dengan pengukuran beberapa aspek yang menjadi indikator ketercapaian tujuan pelatihan dan pendampingan. Hasil ini kemudian dapat menjadi dasar evaluasi pelaksanaan kegiatan dan pencapaian tujuan pelatihan. Berikut data hasil angket kepuasan yang ditampilkan pada tabel 2.

Tabel 2. Indikator ketercapaian tujuan PkM

INDIKATOR KETERCAPAIAN KEGIATAN	Sangat	Baik	Tidak	Buruk	TOTAL
	Baik	Baik	Baik	Baik	
Kualitas materi yang disampaikan dosen	80%	20%			100%
Tanggapan mitra terkait materi yang disampaikan	50%	50%			100%
Hubungan antara materi yang disampaikan dengan kebutuhan mitra pelatihan	80%	20%			100%
Hubungan antara materi yang disampaikan dengan manfaat yang diserap oleh mitra pelatihan	70%	30%			100%
Relevansi materi dengan kebutuhan mitra	100%				100%
Teknik pelatihan dan pendampingan yang dilakukan tim dosen	100%				100%
Waktu penyajian materi dan pelaksanaan pendampingan	80%	20%			100%
Kejelasan materi	80%	20%			100%
Keterarikan mitra dengan topik pelatihan yang disampaikan	80%	20%			100%
Tingkat kepuasan secara keseluruhan	80%	20%			100%

Berdasarkan materi yang diberikan, 80% merasa sangat baik oleh mitra. Materi yang disampaikan juga dirasa sangat tersampaikan dengan baik. Selain itu, relevansi materi dengan kebutuhan solusi permasalahan mitra juga diberikan dengan sangat baik. Teknik penyampaian dari 10 sesi pelatihan juga dinilai 100% sangat baik dan dapat diterima mitra. Setiap alokasi waktu pelatihan dimanfaatkan dengan baik oleh pemateri dalam menyampaikan materi. Kejelasan materi dinilai 80% dapat diterima oleh mitra sehingga minat mitra untuk mengikuti pelatihan ini juga dinilai 80% sangat baik oleh mitra.

KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini dilakukan dalam kurun waktu satu bulan secara intensif. Adapun setelah dilakukan penyampaian materi dan evaluasi intensif, mitra kedai MUSI COFFEE dapat berangsur-angsur kembali meningkatkan penjualan dan menghasilkan profit. Beberapa permasalahan juga telah dapat terpecahkan dengan adanya solusi yang diberikan. Sejalan dengan hasil

kegiatan PkM yang dilakukan oleh [3] bahwa perlu dilakukan upaya untuk kembali membangkitkan usaha mikro pada masa kenormalan baru COVID-19, maka melalui kegiatan PkM ini setidaknya telah dilakukan upaya untuk mitra membenahi perhitungan harga jual dan mampu kembali menghasilkan profit.

Terkait dengan masalah penyimpanan dan masa kadaluarsa stok biji kopi premium dapat diatasi dengan implementasi metode manajemen persediaan bahan baku EOQ. Secara signifikan, metode ini mampu menekan angka kerugian yang diakibatkan dari biaya penyimpanan dan kerusakan kualitas biji kopi yang tidak diimbangi dengan jumlah penjualan sesuai target.

Selanjutnya untuk permasalahan terkait penurunan omset penjualan dapat diatasi dengan adanya pendampingan perhitungan harga pokok produksi melalui metode *full costing*, dimana metode ini mudah dipahami dan diterapkan oleh mitra. Setelah adanya perhitungan harga pokok produksi yang tepat dan diikuti dengan *pricing-strategis* yang tepat maka hal ini mampu menjadi daya Tarik bagi konsumen dan meningkatkan daya beli di masa pandemi COVID-19. Terlihat di akhir periode pendampingan bahwa mitra mampu menghasilkan profit.

Setelah melakukan pelatihan selama satu siklus akuntansi, ternyata mitra kedai MUSI COFFEE membutuhkan pendampingan di beberapa aspek lainnya. Adanya beberapa kesalahan dalam pengalokasian biaya dalam menentukan modal dan mengakui beban

administrasi lainnya tentunya mempengaruhi perhitungan keuntungan usaha. Belum lagi kurangnya pemahaman akuntansi yang spesifik merupakan salah satu faktor yang membuat laporan keuangan yang sesuai tidak tersedia dari operasional mitra.

SARAN

Melalui hasil peningkatan penjualan dan laporan keuangan yang sudah mulai dibenahi saat ini, tim dosen masih akan terus memantau dan memberikan pendampingan kepada mitra agar bisa konsisten mengamalkan ilmu yang didapat. Selain itu, tim dosen akan mempertimbangkan usulan topik pelatihan lanjutan yang telah disampaikan mitra untuk segera direalisasikan.

Adapun untuk keberlanjutan usaha mitra, diharapkan untuk selalu konsisten dalam menerapkan semua praktik baik terkait metode bahan baku, perhitungan dan pencatatan akuntansi serta secara berkala melakukan evaluasi terkait penentuan harga jual produk agar mampu bersaing.

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa sehingga Tim Pengabdian kepada Masyarakat dari tim dosen akuntansi Universitas Bina Insani dapat menyelesaikan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat sampai pada penyusunan Laporan Akhir Pengabdian kepada Masyarakat hingga menyelesaikan setiap tahapan evaluasi hasil akhir. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini merupakan kerjasama program studi diploma tiga dan sarjana

akuntansi Universitas Bina Insani dengan mitra Kedai MUSI COFFEE.

Meski secara keseluruhan pelaksanaannya dinyatakan berhasil, beberapa kendala ditemui. Kendala terbesar terkait dengan komunikasi yang tidak efektif melalui media online. Terkadang, dalam beberapa kasus, sesi zoom tambahan diperlukan di luar jadwal yang ditetapkan untuk meminimalkan miskomunikasi dan mispersepsi. Melihat hasil akhir kegiatan PkM yang mampu menaikkan kembali omset penjualan dan profit mitra, ucapan terima kasih kami sampaikan atas kerjasama mitra terkait komitmen dan peran serta aktif dalam mengikuti setiap pelatihan dan pendampingan. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Universitas Bina Isani, khususnya Prodi Sarjana Akuntansi yang turut aktif memberikan dukungan moril dan semangat selama kegiatan ini berlangsung.

REFERENSI

- [1] Accurate (2019) *Pengertian Manajemen Persediaan, Fungsi dan Metode Yang Digunakan*. Available at: <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-manajemen-persediaan/>.
- [2] Badan Pusat Statistik (2020) *Bekasi Dalam Angka: Penduduk Kelompok Umur Hasil Proyeksi, Bekasi Dalam Angka*. Available at: <https://bekasikota.bps.go.id/indicator/12/58/1/penduduk-kelompok-umur-hasil-proyeksi-sp2010.html> (Accessed: 6 May 2021).
- [3] Mulasari, S. A. *et al.* (2021) 'UKM "BANGKIT": Strategi Penguatan Ekonomi dan Kebangkitan di Era Kenormalan Baru COVID-19', *LOGISTA - Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(1), pp. 140–146. doi: <https://doi.org/10.25077/logista.5.1.140->

- 146.2021.
- [4] Nathanael, A. and Gunawan, E. (2020) 'Edukasi Penentuan Harga Pokok Produksi dan Pembukuan Usaha di Kampung Lontong Banyu Urip Kelurahan Kupang Krajan, Surabaya', *Among: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), pp. 1–6.
- [5] Nawara, S., Fikri, A. and Rikardo, D. (2021) 'Strategi Bisnis dalam Menghadapi Daya Beli Masyarakat yang Rendah pada Masa Pandemi Covid-19', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), pp. 3526–3530. doi: 10.31004/jptam.v5i2.1433.
- [6] Pontoh, W. and Budiarmo, N. S. (2018) 'Ipteks Penerapan Metode Penentuan Harga Jual Normal Dalam Penentuan Harga Jual Jasa (Studi Kasus Pada Usaha Photocopy Gloria Manado)', *Jurnal Ipteks Akuntansi Bagi Masyarakat*, 2(1), pp. 21–30. doi: 10.32400/jiam.2.1.2018.23523.
- [7] Sarfiah, S., Atmaja, H. and Verawati, D. (2019) 'UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa', *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), pp. 1–189. doi: 10.31002/rep.v4i2.1952.
- [8] Sari, I. N. and Heriyawati, D. F. (2020) 'Pendampingan Penulisan Artikel Ilmiah bagi Komunitas Guru Sekolah Dasar Melalui Service Learning Approach di Kecamatan Sukun Kota Malang', *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 04(02), pp. 563–573.
- [9] Shofa, M., Marlyana, N. and Bernadhi, B. D. (2020) 'Analisis Dampak Pengendalian Persediaan Bahan Baku Daging Ayam pada UMKM Menggunakan Pendekatan Metode EOQ dengan Mempertimbangkan Masa Kadaluarsa dan Pemberian Diskon (Studi Kasus pada Gerai Ayam ZEE Chicken Cetar di Semarang)', *Prosiding Konferensi Ilmiah Ma Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Engineering*. Available at: <http://lppm-unissula.com/jurnal.unissula.ac.id/index.php/kimueng/article/view/8602>.
- [10] Sinaga, B. (2018) 'Penentuan Harga Jual Telur Ayam (Studi Kasus Pada Peternakan "Ana Farm" di Kabupaten Malang)', pp. 1–13.
- [11] Toffin (2020) *Riset Toffin*. Available at: <https://toffin.id/riset-toffin/> (Accessed: 12 July 2020).