

## **PENINGKATAN POTENSI WIRAUUSAHA BIDANG PETERNAKAN AYAM PEDAGING *BROILER* DI DESA DERMO KECAMATAN BENJENG**

Faridatul Ulla, Aisi Farakhila, Kezzia Audy Affiary, Nur Lailatul Rizqiyah, Rafi Exa Fahrudi, Devi Nandalia, Zefan Ahmad Ardana, Arfaul Auni Al Ubaidiyah, Annisa Nur Safitri, Jafar, Devi Ellynovia, Syahrul Febrian Rizki, Sukaris, Aries Kurniawan

**Prodi Manajemen, Prodi Kewirausahaan  
Universitas Muhammadiyah Gresik**

### **ABSTRAK**

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Dermo Kecamatan Benjeng Kabupaten Gresik. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sebuah usaha produksi dari peternakan ayam pedaging *broiler*. Tujuan dari kegiatan ini adalah : (1). Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peternak dalam pengelolaan usaha ternak ayam, (2). Memberikan implementasi atau penerapan pencatatan laporan keuangan (pembukuan) pada usaha peternakan, (3). Membantu dalam membuat strategi pemasaran bisnis di bidang peternakan. Pendekatan artikel ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan subjek pengamatan yaitu pengusaha peternak ayam yang merupakan salah satu pelaku UKM peternakan ayam di Desa Dermo. Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara secara mendalam terhadap para informan untuk melihat praktik penerapan pencatatan keuangan dan melakukan penyusunan strategi pemasaran. Hasil penelitian terdapat satu praktik dari akuntansi dan satu susunan konsep dari manajemen yang menunjukkan pencatatan laporan keuangan yang dilakukan oleh pelaku usaha ternak ayam dibuat sesuai dengan pemahaman dan kebutuhan masing-masing pengelola usaha ternak ayam tersebut, serta melakukan sebuah penyusunan strategi pemasaran untuk mengembangkan usaha ternak ayam tersebut.

Kata kunci: wirausaha, peternakan ayam

### **ABSTRACT**

This community service activity was carried out in Dermo Village, Benjeng District, Gresik Regency. This research was conducted to analyze a production business from a broiler chicken farm. The objectives of this activity are: (1). Increasing the knowledge and skills of farmers in managing chicken farming businesses, (2). Providing implementation or application of recording financial reports (bookkeeping) in livestock businesses, (3). Assist in creating business marketing strategies in the livestock sector. This article's approach uses a qualitative descriptive approach with the subject of observation being a chicken farmer entrepreneur who is one of the chicken farming SMEs in Dermo Village. The analytical method used is a qualitative descriptive method, data was collected through in-depth interviews with informants to see the practice of implementing financial records and preparing marketing strategies. The results of the research show that there is one practice of accounting and one concept of management which shows that the recording of financial reports carried out by chicken farming business actors is made in accordance with the understanding and needs of each chicken farming business manager, as well as preparing a marketing strategy to develop the livestock business. the chicken.

**Key words: entrepreneurship, chicken farming**

## PENDAHULUAN

UKM menjadi salah satu pendorong penting dalam membangun kekuatan ekonomi negara hal ini dapat dicermati dari keunggulan UKM, yakni : Menciptakan lapangan kerja yang lebih cepat dibandingkan dengan sektor bisnis lainnya. Cukup fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat. Memiliki diversifikasi yang luas sehingga mampu berkontribusi signifikan dalam ekspor dan perdagangan. (Narsa, 2012). Selain itu, UKM juga mampu dalam mengurangi tingkat pengangguran. Keberhasilan UKM mampu meningkatkan perekonomian Indonesia karena kegiatan operasional UKM dapat mandiri dan tidak menanggung beban besar akibat krisis tersebut (Kurniawati et al., 2015).

Sesuai dengan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UKM, maka pengertian UKM adalah sebagai berikut : Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria Usaha Mikro sebagai mana diatur dalam Undang-undang ini. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang- undang ini. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini. Keterpurukan perekonomian Indonesia akibat krisis moneter, menjadikan usaha kecil sebagai sektor andalan yang paling diminati oleh berbagai kalangan. Sektor UKM telah terbukti tangguh, ketika terjadi Krisis Ekonomi 1998, hanya sektor UKM yang bertahan dari kolapsnya ekonomi, sementara sektor yang lebih besar justru tumbang oleh krisis (Andarsari & Dura, 2018).

Pentingnya peranan UKM dalam pembangunan di Indonesia saat ini menyebabkan pemerintah menaruh perhatian yang cukup besar terhadap berkembangnya sektor UKM untuk menjadilebih baik dan lebih tertata. Peran UKM yang besar ditunjukkan melalui kontribusinya terhadap produksi nasional, penyerapan tenaga kerja serta kontribusinya terhadap perekonomian nasional. Kebanyakan dari pemilik usaha tidak mampu membedakan antara aktivitas bisnis dan aktivitas pribadi, sehingga aset perusahaan diakui sebagai harta pribadi begitu pula sebaliknya, sehingga sulit mengidentifikasi dengan jelas entitas ekonominya (Subrata et al., 2016). Untuk itu perencanaan bisnis perlu dilakukan karena merupakan sebuah langkah awal dalam menjalankan bisnis, biasanya terdiri dari apa yang akan kita lakukan, kapan, dan bagaimana cara lebih jelas mengenai tipe bisnis yang akan dijalankan, siapa saja yang akan menjadi pelanggan dan produk atau jasa apa yang akan ditawarkan. Rencana bisnis dikembangkan dengan fokus kepada pemegang kepentingan. Rencana bisnis yang lengkap biasanya termasuk suatu pemahaman lingkungan bisnis, rencana manajemen, rencana pemasaran, dan

rencana keuangan. Pemahaman lingkungan bisnis meliputi lingkungan ekonomi, lingkungan industri, dan lingkungan global. Rencana manajemen termasuk di dalamnya yang terdapat rencana operasional mengenai struktur organisasi dan sumber daya manusia dalam perusahaan. Perencanaan pemasaran meliputi 5 langkah yaitu : target pasar, karakteristik pasar, penentuan harga, distribusi, dan promosi. Selanjutnya rencana keuangan terdiri dari 2 yaitu kelayakan bisnis dan pendanaan bisnis.

## **METODE PELAKSANAAN**

Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan dipeternakan ayam pedaging *broiler* di Desa Dermo Kecamatan Benjeng Kabupaten Gresik. Penentuan lokasi ini dipilih karena kelompok kami menjalankan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa tersebut dan kebetulan sekali di daerah itu masyarakat banyak melakukan usaha ternak ayam pedaging *broiler*. Pengumpulan data di lapangan dilakukan selama 1 minggu. Pendekatan artikel ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara secara mendalam terhadap para informan untuk melihat praktik penerapan pencatatan keuangan dan praktik penyusunan strategi pemasaran. Berdasarkan wawancara bersama Ibu Isnani selaku pelaku usaha UKM ternak ayam menyatakan bahwa mengandalkan ingatan untuk memperkirakan berapa pendapatan yang akan dikeluarkan berdasarkan kualitas bahan baku yang diperoleh, sedangkan cara pemasaran yang dilakukan oleh Ibu Isnani juga masih kurang tepat sehingga membuat hasil penjualan kurang maksimal. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara mewawancarai langsung kepada pelaku usaha peternak ayam pedaging *broiler*. Sedangkan data sekunder diperoleh dari data yang sudah dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada seperti penelitian tentang peternakan ayam.

Data yang diperoleh di lapangan dilakukan secara manual karena jumlah data yang kami inginkan tidak banyak dan hanya membutuhkan satu orang untuk dilakukan observasi. Di dalam metode pengolahan data juga dijelaskan prosedur pengolahan dan analisis data sesuai dengan pendekatan yang dilakukan. Pendekatan yang kami lakukan pada penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna (perspektif subjek) lebih difokuskan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Metode dalam penelitian kualitatif ini tidak menggunakan pertanyaan yang rinci, tetapi dimulai dengan yang umum kemudian terfokus secara mendetail.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sektor perdagangan merupakan salah satu sektor yang penting dalam kegiatan perekonomian dan pengaruhnya sangat kuat terhadap perkembangan dan pertumbuhan perekonomian suatu wilayah. Peran UKM yang besar ditunjukkan

melalui kontribusinya terhadap produksi nasional, penyerapan tenaga kerja serta kontribusinyaterhadap perekonomian nasional. Terkaitdengan masalah permodalan, pemerintahberupaya memberikan dukungan melalui program Kredit Usaha Rakyat (KUR), namun program ini juga tidak menunjukkan hasil yang signifikan. Terlebih lagi kebanyakan UKM belum menerapkan dan menggunakan informasi akuntansi serta manajemen secara maksimal dalam mengelola usahanya, terdapat bentuk praktik akuntansi dan manajemen pada UKM ini, yaitu akuntansi yang hanya dipraktikkan dalam pikiran atau ingatan dandibuatnya beberapa catatan akuntansi hingga tersusunnya laporan keuangan neraca dan Laba Rugi.

Kemudian pada manajemen UKM masih sangat terbatas dalam melakukan pemasarannya. Dalam hal ini, UKM masih belum memiliki kemampuan untuk menyajikan informasi keuangan secara lengkap dan tepat serta masih kurang pengalaman dalam menyusun suatu strategi pemasaran sebuah produk atau jasa. Selain itu, informasi keuangan dan pemasaran yang dihasilkan ataupun dilakukan belum sepenuhnya dijadikan dasar pengambilan keputusan, terutama dalam kegiatan produksi dan kegiatan penjualan.

Pencatatan dan penyusunan laporan keuangan yang dilakukan oleh UKM ternak ayam hanya sebatas laporan keuangan yang dibuat sesuai dengan pemahaman dan kebutuhan masing-masing pengelola UKM ternak tersebut, belum adanya penyusunan laporan keuangan yang sesuai dengan standar akuntansi. Sedangkan untuk pemasaran usaha yang dilakukan oleh UKM ternak ayam masih dibidang kurang tersusun rapi karena metode atau prosedur yang dibentuk belum menghasilkan penjualan yang optimal.

Para pelaku UKM ternak ayam pada umumnya juga belum memiliki pengetahuan dan kemampuan mengelola usahanya seperti membuat catatan keuangan secara disiplin dengan pembukuan yang teratur dan juga penyusunan strategi bisnis dalam menjalani pemasaran masih kurang tersusun rapi. Sehingga banyak diantara pelaku UKM yang belum sepenuhnya menyadari pentingnya melakukan pencatatan atau pembukuan dan penyusunan strategi pemasaran guna berjalannya suatu kelangsungan usaha. Wawancara langsung secara mendalam dilakukan kepada satu orang pelaku UKM dikhususkan pada UKM ternak ayam pedaging *broiler* dengan pertimbangan usaha sudah berjalan selama 20 tahun dan memiliki kesediaan waktu untuk menjawab beberapa pertanyaan dari peneliti mengenai topik yang diangkat dalam penelitian ini.

Hasil pengamatan dilakukan secara langsung, keterbatasan yang terlihat adalah bahwa mereka tidak pernah membuat catatan atas keuangan penjualan hasil usaha mereka dan juga kurang maksimal dalam mengatur strategi pemasaran usaha yang dijalankannya. Catatan umum yang mereka buat hanya sebatas pendapatan dan biaya, serta hasil laba kotor. Terkadang mereka hanya mengandalkan ingatan untuk memperkirakan berapa pendapatan yang akan mereka dapat dan berapa biaya yang akan mereka keluarkan berdasarkan kualitas bahan baku yang mereka peroleh. Kemudian penyusunan pemasaran yang dilakukan belum konsisten sehingga menyebabkan bisnis usaha yang dijalankan menjadi tidak berkembang.

Pada praktiknya, pelaku usaha dalam UKM ternak ayam pedaging *broiler* hanya menyusun laporan keuangan dalam bentuk yang sangat sederhana, sebagaimana disampaikan oleh Ibu Isnani selaku pelaku usaha. Pernyataan tersebut merupakan

deskripsi yang menggambarkan bahwa penyusunan laporan keuangan masih dilakukan secara apa adanya, dimana lebih cenderung untuk tidak melakukan pencatatan transaksi dengan baik. Ibu Isnani sendiri mempunyai pendapat bahwa kelemahan UKM ternak ayam pedaging *broiler* terletak pada penyusunan laporan keuangan yang disebabkan rendahnya pendidikan, kurangnya pemahaman terhadap Standar Akuntansi Keuangan (SAK), dan pelatihan yang masih kurang dalam penyusunan laporan keuangan, serta tidak adanya peraturan yang mewajibkan penyusunan laporan keuangan bagi UKM. Standar Akuntansi Keuangan yang dijadikan pedoman dalam penyusunan laporan keuangan harus diterapkan secara konsisten.

Pelaksanaan pembukuan akuntansi untuk menghasilkan laporan keuangan merupakan hal yang masih sulit bagi pelaku usaha UKM. Keterbatasan pengetahuan pembukuan akuntansi, rumitnya proses akuntansi, dan anggapan bahwa laporan keuangan bukanlah hal yang penting bagi UKM (Jati et al., 2009). Berbagai macam kendala lain yang dihadapi oleh UKM ternak ayam pedaging *broiler* adalah mulai dari latar belakang pendidikan yang tidak mengenal mengenai akuntansi, kurang disiplin dan rajinnya dalam pelaksanaan pembukuan akuntansi, terbatasnya sebuah panduan proses akuntansi yang mudah dipahami, minimnya pelatihan yang diperoleh, dan tidak adanya kecukupan dana untuk mempekerjakan seorang akuntan dalam membuat suatu pembukuan akuntansi.

Secara umum Ibu Isnani selaku pelaku usaha UKM ternak ayam pedaging *broiler* di Desa Dermo belum menyelenggarakan proses akuntansi sesuai standar baku dan menggunakan informasi akuntansi secara maksimal dalam pengelolaan usahanya. Rendahnya penyelenggaraan dan penggunaan informasi akuntansi dalam pengelolaan.

UKM ternak ayam pedaging *broiler* terletak pada penyusunan laporan keuangan yang disebabkan rendahnya pendidikan, kurangnya pemahaman terhadap Standar Akuntansi Keuangan (SAK), dan pelatihan yang masih kurang dalam penyusunan laporan keuangan, serta tidak adanya peraturan yang mewajibkan penyusunan laporan keuangan bagi UKM. Standar Akuntansi Keuangan yang dijadikan pedoman dalam penyusunan laporan keuangan harus diterapkan secara konsisten.

Pelaksanaan pembukuan akuntansi untuk menghasilkan laporan keuangan merupakan hal yang masih sulit bagi pelaku usaha UKM. Keterbatasan pengetahuan pembukuan akuntansi, rumitnya proses akuntansi, dan anggapan bahwa laporan keuangan bukanlah hal yang penting bagi UKM (Jati et al., 2009). Berbagai macam kendala lain yang dihadapi oleh UKM ternak ayam pedaging *broiler* adalah mulai dari latar belakang pendidikan yang tidak mengenal mengenai akuntansi, kurang disiplin dan rajinnya dalam pelaksanaan pembukuan akuntansi, terbatasnya sebuah panduan proses akuntansi yang mudah dipahami, minimnya pelatihan yang diperoleh, dan tidak adanya kecukupan dana untuk mempekerjakan seorang akuntan dalam membuat suatu pembukuan akuntansi.

Secara umum Ibu Isnani selaku pelaku usaha UKM ternak ayam pedaging *broiler* di Desa Dermo belum menyelenggarakan proses akuntansi sesuai standar baku dan menggunakan informasi akuntansi secara maksimal dalam pengelolaan usahanya. Rendahnya penyelenggaraan dan penggunaan informasi akuntansi dalam pengelolaan UKM disebabkan oleh persepsi terhadap pentingnya keberadaan

informasi akuntansi, pengetahuan akuntansi pemilik atau karyawan, dan pertimbangan biaya bagi UKM.

Hasil penelitian ini sesuai hasil studi (Meutia, 2010) yang menyimpulkan bahwa kompetensi wirausaha sangat mempengaruhi tingkah dan perilaku wirausaha dalam bertindak, yang mana keseluruhan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kompetensi dan pengetahuan akuntansi pelaku UKM terhadap pemanfaatan informasi akuntansi. Untuk itu, dapat dinyatakan bahwa tidak diterapkannya praktik akuntansi secara optimal pada sebagian besar UKM selama ini dikarenakan pengetahuan akuntansi baik pemilik maupun karyawan UKM saat ini belum memadai.

Diperoleh data bahwa perbedaan penerapan akuntansi dilihat dari kategori omset perusahaan. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu (Junita, 2009) yang menyatakan bahwa omset perusahaan berpengaruh terhadap penerapan akuntansi. Penerapan akuntansi pada UKM dipengaruhi oleh omset perusahaan karena semakin tinggi omset perusahaan berarti semakin kompleks pengelolaan keuangan yang harus dilakukan oleh perusahaan tersebut. Selain itu, dengan omset perusahaan yang masih kecil perusahaan merasa harus menanggung beban yang lebih besar daripada pendapatannya apabila menerapkan akuntansi. Karena UKM dengan omset kecil menganggap akuntansi terlalu rumit dan membutuhkan banyak waktu untuk mempelajarinya.

Bauran pemasaran adalah sebuah konsep dalam dunia bisnis, khususnya di bidang pemasaran. Konsep ini biasanya digunakan sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan angka penjualan (pencapaian target) dan untuk mempengaruhi para pelanggan atau konsumen dalam melakukan pembelian barang atau jasa yang ditawarkan. Target penjualan yang dicapai dalam bisnis tentu tidak hanya dari jumlah keuntungan yang didapatkan saja, tetapi juga dalam hal kepuasan pelanggan, kesesuaian dan benefit produk yang kita jual, efisiensi promosi yang dilakukan dan yang lainnya. Diketahui ada 4 macam komponen utama yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha, yaitu : *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Promotion* (Promosi), *Place* (Tempat).

Selain keempat komponen utama di atas adapun beberapa komponen lain yang juga dapat dipertimbangkan untuk memastikan kesuksesan kegiatan pemasaran yang akan dilakukan, yaitu : *People* (Sumber Daya Manusia), *Process* (Proses), *Physical Evidence* (Tampilan Fisik)

Strategi pemasaran Pada prosedur pemasaran usaha ternak ayam yang dilakukan oleh pelaku usaha UKM ternak ayam ini masih tergolong kurang konsisten sehingga marketing tidak bisa berjalan secara maksimal. Kemudian untuk perencanaan *marketing* yang dilakukan masih kurang matang sehingga membuat nantinya banyak pelanggan yang hilang.

Jenis usaha kecil tidak perlu membuat rencana yang rumit untuk memulai usahanya. Seringkali rencana bisnis dibuat dengan bentuk catatan saat melakukan diskusi atau tanya jawab. Seringkali juga orang memulai bisnis tanpa rencana sama sekali, sehingga ide-ide menjadi hilang dan mereka tidak tahu apa yang selanjutnya harus mereka lakukan. Dengan menulis sebuah rencana, meskipun itu berupa catatan-catatan kecil, kita akan mendapatkan sebuah gambaran yang lebih jelas mengenai jenis bisnis yang diinginkan, serta bagaimana bisnis harus dikembangkan

sejalan dengan perkembangan zaman.

Di dalam usaha juga dibutuhkan sebuah peluang yang nantinya dapat menguntungkan untuk menawarkan atau menjual barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhan para konsumen. Menurut Lambing (Suryana, 2003 : 70), ada 2 pendekatan utama yang digunakan wirausahawan untuk menemukan peluang dengan mendirikan usaha baru. Pertama, melakukan pendekatan inside-out yang merupakan pendekatan berdasarkan gagasan sebagai kunci keberhasilan. Termasuk dalam kategori ini adalah mereka yang menentukan jenis usaha berdasarkan keterampilan, kemampuan, dan latar belakang sendiri. Kedua, melakukan pendekatan the out-side in yang merupakan pendekatan untuk menekankan pada basis ide bahwa suatu usaha akan berhasil apabila menanggapi atau menciptakan suatu kebutuhan di pasar. Sudah tentu hal ini didasari dengan pengamatan lingkungan yang cermat.

Bisnis berbasis peternakan merupakan salah satu fenomena yang tumbuh pesat saat basis lahan menjadi terbatas. Peternakan adalah salah satu subsektor di dalam sektor pertanian yang menyimpan potensi dan prospek yang menjanjikan pada masa yang akan datang. Usaha ternak ayam pedaging *broiler* menjadi salah satu alternatif dalam bisnis peternakan Indonesia. Selain mampu menyerap tenaga kerja yang banyak, usaha ini juga punya posisi strategis dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui penyediaan protein hewani (Abidin, 2004).

Industri perunggasan ayam pedaging telah memberikan kontribusi yang besar pada pembangunan petani Indonesia. Industri ini memiliki peranan penting dalam memenuhi kebutuhan hewani dalam negeri serta peluang kesempatan kerja. Secara nasional saat ini sumbangan produk domestik bruto (PDB) subsektor peternakan pada pertanian adalah sebesar 12%, sedangkan pada PDB nasional adalah 17%, pada tahun 2004 (Dinas peternakan, 2016). Berkaitan dengan hal ini, informasi akuntansi dan manajemen memiliki peranan yang penting untuk meraih keberhasilan usaha, termasuk bagi UKM.

Informasi akuntansi berupa pencatatan keuangan dapat menjadi modal awal bagi UKM untuk mengambil berbagai keputusan dalam pengelolaan usaha kecil dan menengah. Keputusan yang dimaksud adalah terkait dengan pengembangan pasar, penentuan harga, dan lain-lain. Proses pencatatan keuangan itu sendiri merupakan bagian dari proses dalam akuntansi. Pembukuan atau laporan keuangan merupakan suatu aktifitas mencatat segala macam transaksi keuangan. Transaksi keuangan ini bisa mencakup beberapa hal, seperti pembelian, penjualan, pendapatan dan pengeluaran oleh perseorangan maupun kelompok atau organisasi.

Informasi manajemen berupa strategi pemasaran yang mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usaha, oleh karena itu bidang pemasaran berperan besar dalam merealisasikan rencana usaha. Hal ini dilakukan, jika perusahaan ingin mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Dengan melakukan penerapan strategi pemasaran yang akurat melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan. Sehubungan dengan hal tersebut pelaksanaan pemasaran modern dewasa ini mempunyai peranan yang besar sebagai penunjang langsung terhadap peningkatan

laba perusahaan. Strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang kegiatan yang akan dilakukan perusahaan dalam memaksimalkan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran.

Permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha UKM adalah pemahaman dan jangkauan terhadap penyusunan laporan keuangan serta strategi pemasaran masih sangat terbatas, maka pencatatan keuangan atau pembukuan merupakan salah satu elemen yang tidak boleh diabaikan karena kegiatan bisnis tentunya memerlukan pencatatan keuangan/pembukuan agar setiap transaksi yang terjadi dapat diketahui secara jelas. Apabila tidak dilakukan pencatatan keuangan secara baik dan benar maka akan membuat pemilik usaha dalam menetapkan keputusan apapun tentang usahanya tidak memiliki dasar yang cukup. Kemudian untuk strategi pemasaran juga merupakan sebuah rencana dan taktik yang dilakukan perusahaan dalam mencapai tujuan sehingga bisnis bisa berjalan secara optimal.

Oleh karena itu, untuk mengatasi masalah tersebut peneliti memberikan penerapan bagaimana proses cara menyusun laporan keuangan atau pembukuan yang benar dan mudah untuk diimplementasikan oleh para pelaku usaha UKM. Kemudian peneliti juga membantu para pelaku usaha UKM dalam mengatur strategi pemasaran agar bisnis berjalan secara efektif, efisien, dan sesuai dengan target yang diinginkan.

## KESIMPULAN

1. Bentuk praktik akuntansi pada UKM telah diungkapkan pada penelitian ini. Para pelaku usaha masih memiliki bentuk praktik akuntansi sangat sederhana. Terdapat dua bentuk praktik akuntansi pada UKM ini, yaitu akuntansi yang hanya dipraktikkan dalam pikiran atau ingatan dan dibuatnya beberapa catatan akuntansi hingga tersusunnya laporan keuangan neraca dan L/R. Manfaat dua bentuk akuntansi ini hanya sebatas sebagai pengendalian beberapa kegiatan usaha.
2. Bauran pemasaran yang dilakukan oleh peternak ayam pedaging *broiler* ini meliputi produk yaitu daging. Penentuan harga pada usaha ayam pedaging *broiler* adalah berdasarkan kesepakatan kerja sama antara pengusaha dengan perusahaan dan pihak ketiga (agen) pada awal periode usaha. Strategi pemasaran sejauh ini hanya membina dan mempertahankan hubungan baik dengan para pelanggan (konsumen, agen dan perusahaan). Kegiatan proses produksi hingga penjualan seluruhnya dilakukan di tempat usaha yang terletak di Desa Dermo Kecamatan Benjeng Kabupaten Gresik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amani, T. (2018). Penerapan Sak- Emkm Sebagai Dasar Penyusunan Laporan Keuangan Umkm (Studi Kasus Di Ud Dua Putri Solehah Probolinggo). *Assets: Jurnal Ilmiah Akuntansi, Keuangan Dan Pajak*, 2(2). 12-20 Google Scholar.
- Andarsari, P. R., & Dura, J. (2018). Implementasi Pencatatan Keuangan Pada Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 12(1), 59-65 GoogleScholar.
- Andrianto, A., & Maharani, R. (2017). Pencatatan Akuntansi Pada Usaha Peternak



- Ayam Petelur (Studi Kasus Usaha Ayam Petelur Di Kecamatan Sugio Lamongan). *Majalah Ekonomi*, 22(1 Juli), 1-7 Google Scholar.
- Jati, H., Bala, B., & Nistoni, O. (2004). Menumbuhkan Kebiasaan Usaha Kecil Menyusun Laporan Keuangan. *Jurnal Bisnis Dan Usahawan*, 11 (8), 210- 218 Google Scholar
- Kurniawati, E. P., Nugroho, P . I. & Arifin, C. (2015). Penerapan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah.
- R.Heru Kristanto HC, 2009, Kewirausahaan Entrepreneurship: pendekatan Manajemen dan Praktek, Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Susanti, R. N., & Khabibah, N. A. (2021). Implementasi Pencatatan Laporan Keuangan pada Usaha Kecil dan Menengah (Studi Pada Sentra UKM Kopitas Di Kabupaten Temanggung). *Jurnal Syntax Transformation*, 2(4), 524-531.
- Sofjan Assauri, 2004. Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi Edisi 1, Cet. 7 , Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Umikalsum, RA, & Satriansyah, S. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Pada PT. Sukses Abadi Farm di Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin. *Jurnal TriAgo* , 3 (1)
- Firdaus, Q. Y., & Safitri, N. M. (2023). ANALISIS PERTUMBUHAN DAN KEPADATAN KERANG HIJAU ( *Perna viridis* ) PADA TALI GANTUNG KARAMBA APUNG KERANG HIJAU ( KAKH ) DI LAUT BANYUURIP. 6, 281-293.