



Pengembangan UMKM Pia “Kue Cipta Rasa”

Luh Desi Utami¹, Gusti Putu Eka Kusuma², Anak Agung Ngurah Restu Gautama³
Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Singaraja^{1,2,3}

| | |
|--|--|
| Kata kunci: Pengembangan, UMKM, pemasaran, laporan keuangan | ABSTRAK Pia adalah lini usaha bidang industri makanan. UMKM kue cipta rasa ini memproduksi Pia yang diwariskan turun-temurun dan berdiri sejak 1990. Kue cipta rasa ini menjual pia dengan berbagai varian mulai dari rasa kacang ijo, durian dan susu. Kegiatan pengabdian masyarakat ini mengarah pada pengembangan pembuatan Pia cipta rasa. Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan pembinaan dalam aspek pemasaran yaitu memberikan penjelasan pentingnya promosi dalam suatu usaha serta memberikan pembinaan tentang penyusunan laporan keuangan. Adapun kesimpulan yang dapat diuraikan bahwa pembinaan ini menghasilkan benefit berupa pengetahuan bagi pemilik Kue Cipta Rasa yang berorientasi pada pemahaman konsep pemasaran serta keuangan melalui penyusunan laporan keuangan. Adanya program pembinaan UMKM ini melalui aspek pemasaran dan keuangan pemilik usaha kue ipa rasa mulai memisahkan keuangan pribadinya dengan uang usahanya, selain itu sudah mulai mempromosikan produknya melalui media social guna menarik minat konsumen yang mana di harapkan dapat meningkatkan penjualan dari produk pia yang di jual oleh kue cipta rasa. |
| Keywords: Development, UMKM, marketing, financial reports | ABSTRACT <i>Pia is a business line in the food industry. This flavored cake UMKM produces Pia which has been passed down from generation to generation and was founded in 1990. This flavored cake creates pia in various variants ranging from green bean, durian and milk flavors. This community service activity led to the development of making Pia Cipta Rasa. The aim of this activity is to provide guidance in the marketing aspect, namely providing an explanation of the importance of promotion in a business and providing guidance regarding the preparation of financial reports. The conclusion that can be outlined is that this coaching produces benefits in the form of knowledge for the owner of Cipta Rasa Cake which is oriented towards understanding marketing and financial concepts through preparing financial reports. The existence of this UMKM development program through the marketing and financial aspects of the Ipta Rasa cake business owner has begun to separate his personal finances from his business money, apart from that he has started promoting his products through social media to attract consumer interest which is expected to increase sales of the pia products sold by Cipta Rasa Cake.</i> |

PENDAHULUAN

Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak ekonomi. Pengembangan usaha dapat dicapai dengan menerapkan manajemen marketing, sumber daya manusia dan keuangan. Berbicara tentang UMKM terdapat banyak lini usaha di dalamnya salah satunya adalah usaha kuliner. Usaha kuliner tidak terlepas dari upaya pemenuhan keutuhan masyarakat baik dari pemuatan dan penyajian makanan dengan tujuan meningkatkan taraf ekonomi. Untuk meningkatkan taraf ekonomi tidak terlepas dari peran usaha mikro karena secara praktiknya dapat menyuplai tenaga kerja dengan pendidikan minim (Silfiana, 2020). Di era saat ini pelaku usaha di dorong untuk menciptakan serta mengembangkan produk yang dibuat melalui inovasi untuk menarik minat konsumen untuk mengkonsumsi atau membeli apa yang disediakan oleh penjual sehingga kegiatan usaha dapat berjalan sebagai mana mestinya. Layaknya sebuah usaha tidaklah selalu berjalan mulus, yang mana dalam perjalannya terkadang menemui hambatan akibat persaingan pasar. Situasi ini erat kaitannya dengan liberalisasi perdagangan yang praktiknya memberikan akses mudah untuk import dan eksport produk. Sehingga sektor UMKM harus mampu membaca peluang guna mengurangi dampak negatif dari perdagangan dunia. Pihak UMKM mengkonfirmasi bahwa terbatasnya lingkup pemasaran yang dijangkau membuat produk kurang dikenal oleh masyarakat. Saat ini UMKM mengalami siklus penurunan akibat pandemi.

Kue pia adalah salah satu produk olahan yang di jual oleh kue cipta rasa, dimana usaha ini bergerak pada lini industri makanan yang berlokasi di Jalan Pulai Obi Gang Mangga. kue cipta rasa

memproduksi pia, yang diwariskan turun-temurun dan berdiri sejak 1990. Kue cipta rasa ini menjual pia dengan berbagai varian mulai dari rasa kacang ijo, durian dan susu. Disana sebagian besar penduduknya membuka usaha yang bergerak di bidang industri makanan. Maka dari itu strategi bisnis merupakan hal yang penting guna dapat bertahan dalam persaingan pasar serta menjaga eksistensi usaha. beberapa permasalahan yang dihadapi mitra, antara lain adalah a. Aspek Pemasaran, perusahaan kue cipta rasa ini kurangnya menerapkan strategi promosi dengan demikian masih sedikit yang mengetahui mengenai produk yang di jual oleh usaha kue cipta rasa., b. Aspek Keuangan, pencatatan keuangan kue cipta rasa masih dilakukan secara manual serta belum mengetahui cara menghitung pengeluaran dan pemasukan serta membuat neraca atau laporan laba rugi, seringkali keuntungan atau pemasukan yang didapat tidak dicatat hal ini di karenakan uang usaha dan pribadi masih di jadikan satu. Untuk memaksimalkan pembinaan UMKM Kue Cipta Rasa ini ada beberapa solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan yang ditemukan dalam usaha pia yaitu: a. Aspek pemasaran, memberikan pembinaan dalam aspek pemasaran yaitu memberikan penjelasan pentingnya promosi dimana aspek ini merupakan hal yang wajib dilakukan semua perusahaan untuk memperkenalkan produk yang kita jual di kalangan masyarakat luas. Pemasaran menurut Kotler dalam (Hariyanti & Wirapraja, 2018) merupakan cara komunikasi antara penjual dan pembeli yang berorientasi pada nilai dalam meningkatkan keuntungan dan feedback konsumen.

Promosi adalah langkah penting dalam meningkatkan visibilitas dan kesadaran merek UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) seperti pia. Cara promosi yang dilakukan yaitu dengan media sosial seperti facebook, instagram, dan tiktok untuk melakukan kegiatan promosi. Membuat konten yang menarik terkait produk yang di jual, dengan menambahkan testimoni pelanggan guna meningkatkan minat konsumen.. Dengan adanya informasi akan memudahkan calon konsumen untuk mengetahui secara detail produk yang ditawarkan sehingga diharapkan dapat menunjang penjualan. b.

Aspek keuangan, memberikan pembinaan tentang penyusunan laporan keuangan sehingga pelaku UMKM harus menerapkan manajemen keuangan guna mengetahui posisi laporan laba rugi usahanya serta membedakan uang pribadi dengan uang usaha. Menurut Munawir (2014) Laporan keuangan adalah pencatatan yang dilakukan dalam sebuah usaha guna mengetahui arus pemasukan dan pengeluaran laporan keuangan dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan dalam pengelolaan usaha.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode pelaksanaan kegiatan menjelaskan tahapan atau langkah-langkah dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi UMKM. Berikut tahapan yang akan dilakukan untuk melaksanakan solusi yang ditawarkan, yaitu :

1. Melakukan wawancara kepada pemilik usaha terkait dengan proses produksi pia dan permasalahan apa saja yang dihadapi oleh pemilik usaha dalam menjalankan usaha tersebut.
2. Memberikan informasi mengenai pentingnya pemasaran yaitu dengan melakukan pelatihan promosi pada social media dan penyusunan laporan keuangan.
3. Memberikan informasi tentang pelaksanaan pelatihan-pelatihan bagi pengembangan UMKM.
4. Memberikan informasi terkait bagaimana proses dalam melaksanakan sebuah usaha

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan pembinaan UMKM di Singaraja, difokuskan pada UMKM yang bergerak di bidang industri makanan yang terletak di Jalan Pulau Obi Gang Mangga. UMKM kue cipta rasa ini memproduksi Pia yang diwariskan turun-temurun dan berdiri sejak 1990. Kue cipta rasa ini menjual pia dengan berbagai varian mulai dari rasa kacang ijo, durian dan susu. Terkait dengan usaha banyak konsumen yang mendatangi rumah produksi, sering mendapatkan pesanan dalam jumlah yang banyak. Tahapan kegiatan yang dilaksanakan dalam pembinaan UMKM ini terdiri dari tahap persiapan dan pelaksanaan. Berikut penjelasannya: Tahap ini berfokus pada tahap koordinasi guna memperoleh ijin untuk melaksanakan kegiatan PKL. Adapun mekanismenya dimulai dari mengutarakan maksud dan tujuan dari PKL kemudian berkoordinasi dengan pemilik umkm untuk melakukan kegiatan PKL. Apabila tahapan tersebut sudah selesai dilaksanakn maka selanjutnya penulis akan melaksanakan pembinaan UMKM di Kue cipta rasa dengan melakukan observasi ke tempat praktik kerja lapangan

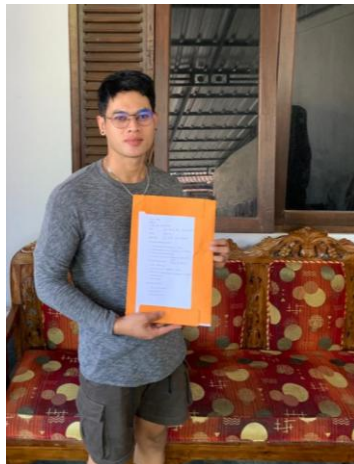
untuk melihat secara langsung bagaimana dan seperti apa kegiatan usaha. Tahap selanjutnya wawancara dengan pemilik UMKM, beberapa pertanyaan terkait sejarah usaha, tantangan yang dihadapi serta bagaimana strategi untuk dapat mengantisipasi terjadinya masalah dalam menjalankan usaha tersebut. Selanjutnya setelah sesi wawancara berakhir maka kegiatan dilanjutkan ke tahap pembinaan UMKM Pia Kue Cipta Rasa b. Tahap Pelaksanaan, setelah kami melakukan persiapan sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam pembinaan UMKM pia yaitu handphone, laptop dan buku. Kegiatan di mulai pada tanggal 11 Mei dan 18 Juni 2023 pada aspek pemasaran di bidang promosi, disini diberikan pelatihan cara mempromosikan produk melalui Facebook, Instagram dan TikTok. Beranjak dari kegiatan promosi selanjutnya pembinaan terkait aspek keuangan yang kami lakukan pada tanggal 17 Juni 2023 dengan memberikan pemahaman perbedaan uang pribadi dengan uang usaha serta beserta pembinaan praktek langsung pembuatan laporan keuangan. Sebelum kegiatan tersebut dilaksanakan terlebih dahulu menanyakan data keuangan yang ada untuk bahan praktek. Kemudian kegiatan praktik dapat dimulai secara bertahap.

Pembahasan

Tujuan program ini adalah untuk mengaktualisasikan pengabdian kepada masyarakat untuk membantu masyarakat dalam meningkatkan pendapatan UMKM. Pengabdian masyarakat yang dilakukan adalah memberikan pelatihan aspek promosi dan keuangan sehingga diharapkan dapat memberikan tambahan pendapatan bagi pelaku usaha. Selama kegiatan berlangsung pihak UMKM Kue Cipta Rasa terutama pemilik sangat antusias dengan kegiatan berjalan lancar yang hasilnya dapat diuraikan sebagai berikut: 1) Pembinaan Aspek Pemasaran Karyawan Kue Cipta Rasa belum mengetahui pentingnya pelatihan Pemasaran atau promosi melalui pembinaan ini karyawan mengetahui pentingnya promosi. 2) Pembuatan laporan keuangan (neraca dan laba rugi). Pihak Kue Cipta Rasa belum mengetahui pentingnya laporan keuangan. Masih menyamakan antara uang pribadi dengan uang usaha, belum mengetahui cara memasukkan data transaksi keuangan dalam komputer jika pendapatan belum diterima dan cara membuat laporan keuangan dalam bentuk neraca dan laporan laba rugi. Melalui pembinaan ini, pemilik mengetahui bagaimana membedakan uang pribadi dengan uang usaha, serta pentingnya laporan keuangan dalam suatu usaha, terkait pendapatan yang belum diterima dan cara pembuatan neraca dan laba rugi.

a. Tahap Persiapan

Tahap ini berfokus pada tahap koordinasi guna memperoleh ijin untuk melaksanakan kegiatan PKL. Adapun mekanismenya dimulai dari mengutarakan maksud dan tujuan dari PKL kemudian berkoordinasi dengan pemilik UMKM untuk melakukan kegiatan PKL. Apabila tahapan tersebut sudah selesai dilaksanakan maka selanjutnya penulis akan melaksanakan pembinaan UMKM di Kue Cipta Rasa dengan melakukan observasi ke tempat praktik kerja lapangan untuk melihat secara langsung bagaimana dan seperti apa kegiatan usaha.



Gambar 1 Koordinasi dengan pemilik UMKM

Tahap selanjutnya beralih pada wawancara dengan pemilik UMKM, adapun wawancara tersebut dilakukan dengan menanyakan pertanyaan-pertanyaan terkait usaha yang dijalankan baik dari sejarah usaha, tantangan yang dihadapi serta bagaimana strategi untuk dapat mengantisipasi terjadinya masalah

dalam menjalankan usaha tersebut. Selanjutnya setelah sesi wawancara berakhir maka kegiatan dilanjutkan ke tahap pembinaan UMKM Pia Kue Cipta Rasa.

b. Tahap Pelaksanaan

Setelah kami melakukan persiapan sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam pembinaan UMKM yaitu Handphone, Laptop dan buku kami langsung melakukan pembinaan pada tanggal 11 dan 18 Juni 2023 pada aspek pemasaran dan Keuangan dengan cara memberikan pemahaman terkait bagaimana melakukan kegiatan pemasaran. Pelatihan pemasaran yang dimaksud adalah segala sesuatu yang memiliki relevansi terhadap aspek keuangan. Sehingga dalam implementasinya untuk meningkatkan penjualan kegiatan promosi melalui facebook, Instagram tiktok serta *e-commerce* sebagai platform penjualan. Berikutnya dilanjutkan dengan pembinaan terkait aspek keuangan yang kami lakukan pada tanggal 17 Juni 2023 dengan memberikan pemahaman perbedaan uang pribadi dengan uang usaha serta beserta pembinaan praktek langsung pembuatan laporan keuangan. Sebelum kegiatan tersebut dilaksanakan terlebih dahulu menanyakan data keuangan yang ada untuk bahan praktek. Kemudian kegiatan praktik dapat dimulai secara bertahap.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari pelaksanaan kegiatan pembinaan UMKM pada perusahaan Kue Cipta Rasa ini dapat disimpulkan bahwa pembinaan ini menghasilkan benefit berupa pengetahuan bagi pemilik Kue Cipta Rasa yang berorientasi pada pemahaman konsep pemasaran serta keuangan melalui pembuatan laporan keuangan neraca dan laba rugi. Hal ini ditujukan guna mengetahui seperti apa kondisi usaha dan bagaimana keuntungannya. Selain itu pihak Kue Cipta Rasa juga mampu dan memahami cara pemasaran suatu produk agar dikenal di kalangan masyarakat secara luas.

Saran

Diharapkan kue cipta rasa dapat mengembangkan usahanya tidak hanya dari pelatihan yang sudah di berikan mungkin bisa menginovasikan produknya agar lebih bervariasi serta mampu bersaing

DAFTAR RUJUKAN

- Kotler Dalam (Hariyanti &; Wirapraja, 2018). Implementation of the Kampung Pia MSME Sharia Marketing Strategy to Increase Community Income. *Journal of Sharia Economics*. Volume 5 Number1
- Munawir (2014:2). Jieb : Scientific Journal of Business Economics Issn Online 2615-2134 Financial Statement Analysis To Assess Financial Performance At Pt. Kapuas Tata Steel Banjarbaru. [Http://Ejurnal.Stiepancasetia.Ac.Id/Index.Php/Jieb](http://Ejurnal.Stiepancasetia.Ac.Id/Index.Php/Jieb)
- Rifan, M., Aisyah, S., Fatma, F., &; Ferdiawan, F. (2019). Marketing strategy of regional typical products by the Department of Industry, Trade, Cooperatives and SMEs of Palu City in the perspective of Islamic economy. *Journal of Islamic Economics and Business*, 1(1),1–23. [Https://Doi.Org/10.24239/Jiebi.V1i1.6.85-107](https://Doi.Org/10.24239/Jiebi.V1i1.6.85-107)
- Silfiana, V. (2020). Marketing strategy in increasing sales volume of tilapia skin crackers at Krulila MSMEs, Gunungjaya Village, Belik District, Pemalang Regency. In repository. Uinjkt.ac.id. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/12>