PENGABDIAN

PENINGKATAN MANAJEMEN KEUANGAN DAN PEMASARAN PADA UMKM TARA CAKES BERBASIS SORGUM DI KOTA SINGARAJA

Syafri Wahyu Pratama[1], NI Made Sri Ayuni[2], I Ketut Suardika[3], Ni Wayan Novi Budiasni[4]

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Singaraja1,2,3,4

Kata kunci:
UMKM memiliki peran penting bagi Masyarakat

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan di UMKM Tara Cakes yang berlokasi di Kota Singaraja, Kabupaten Buleleng. Tujuan utama kegiatan ini adalah untuk membantu meningkatkan kemampuan manajemen keuangan serta strategi promosi digital bagi pelaku UMKM agar dapat mengelola usaha secara lebih profesional dan berkelanjutan. Metode pelaksanaan meliputi observasi, wawancara, pelatihan, pendampingan, serta evaluasi hasil. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan dalam pencatatan keuangan, pengelolaan arus kas, dan perhitungan laba rugi yang lebih terstruktur. Selain itu, pelatihan digital marketingdan pembuatan brosur promosi berhasil meningkatkan visibilitas produk Tara Cakes dimasyarakat. Dengan adanya pendampingan ini, Tara Cakes mampu menerapkan sistemkeuangan sederhana yang rapi dan strategi promosi yang efektif, sehingga berpotensi meningkatkan pendapatan dan memperkuat daya saing UMKM di era digital

Keywords:
MSME shave an importan trole for society.

ABSTRACT

This community service program was conducted at the Tara Cakes MSME, located in Singaraja City, Buleleng Regency. The main objective of this activity was to help MSMEs improve their financial management skills and digital promotion strategies so they can manage their businesses more professionally and sustainably. Implementation methods included observation, interviews, training, mentoring, and evaluation of results. The results showed improvements in financial record-keeping, cash flow management, and more structured profit and loss calculations. Furthermore, digital marketing training and the creation of promotional brochures successfully increased Tara Cakes' product visibility in the community. With this mentoring, Tara Cakes was able to implement a simple, streamlined financial system and effective promotional strategies, potentially increasing revenue and strengthening the MSME's competitiveness in the digital era.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional. UMKM tidak hanya berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga menjadi penyerap tenaga kerja yang signifikan serta penggerak utama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), kontribusi UMKM terhadap PDB nasional mencapai lebih dari 60%, dengan penyerapan tenaga kerja hingga 97% dari total angkatan kerja di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan sektor UMKM menjadi prioritas penting dalam menjaga stabilitas dan pertumbuhan ekonomi, khususnya pada masa pemulihan pasca pandemi.

Salah satu bentuk UMKM yang tumbuh pesat di Kabupaten Buleleng, Bali, adalah Tara Cakes, sebuah usaha kuliner berbasis bahan pangan lokal, yaitu sorgum. Tanaman sorgum sejak lama dikenal sebagai simbol Kota Singaraja dan memiliki nilai gizi yang tinggi, rendah gluten, serta kaya serat. Melihat potensi tersebut, Tara Cakes berkomitmen menghadirkan produk olahan sehat seperti cake dan cookies berbahan dasar sorgum yang tidak hanya lezat, tetapi juga menyehatkan dan ramah lingkungan. Usaha ini berdiri pada tahun 2021 atas inisiatif Ibu Liman Dewi, S.E., yang berawal dari hobi membuat kue hingga berkembang menjadi bisnis yang berdaya saing tinggi.

Dalam perkembangannya, Tara Cakes telah menerima berbagai bentuk dukungan dari pemerintah daerah, seperti pelatihan pengemasan, sertifikasi halal, serta partisipasi dalam berbagai festival daerah. Namun, seiring dengan meningkatnya aktivitas usaha, ditemukan beberapa kendala yang masih perlu mendapatkan perhatian, terutama dalam hal manajemen keuangan, strategi pemasaran, dan efisiensi produksi. Pencatatan keuangan yang belum sistematis serta strategi promosi yang belum optimal menjadi tantangan utama bagi usaha ini untuk dapat tumbuh secara berkelanjutan di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

Melalui kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini, penulis berupaya memberikan kontribusi nyata dengan melakukan pendampingan dan pembinaan terhadap pengelolaan keuangan serta strategi promosi Tara Cakes. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu pemilik usaha dalam menyusun sistem pencatatan keuangan yang terstruktur, mengoptimalkan promosi melalui media digital, serta meningkatkan efektivitas produksi berbasis data penjualan. Dengan demikian, kegiatan PKL ini tidak hanya memberikan manfaat bagi mitra usaha, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran praktis bagi mahasiswa dalam menerapkan ilmu manajemen di dunia kerja nyata.

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan factual kondisi nyata di UMKM Tara Cakes, khususnya dalam aspek manajemen keuangan, strategipemasaran, dan pengelolaan produksi. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Panji, Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng, Bali, pada periode 26 Agustus hingga 11 September 2025. Subjek penelitian meliputi pemilik dan karyawan UMKM Tara Cakes, sedangkan objek penelitian berfokus pada sistem pengelolaan usaha. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung di lokasi untuk mengamati kegiatan operasional, wawancara mendalam dengan pemilik usaha guna menggali informasi terkait kendala dan strategi bisnis, serta dokumentasi berupa foto, catatan keuangan, dan hasil pelatihan. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman, yang terdiri atas tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses penelitian dilakukan melalui tiga tahap, yaitu persiapan (koordinasi dan perencanaan kegiatan), pelaksanaan (observasi, wawancara, serta pelatihan dan pendampingan pengelolaan keuangan serta promosi), dan evaluasi (monitoring hasil kegiatan untuk menilai efektivitas program yang telah diterapkan). Pendekatan ini dipilih karena mampu

memberikan pemahaman yang mendalam mengenai proses peningkatan kapasitas manajerial UMKM dan dampak kegiatan pendampingan terhadap pengembangan usaha Tara Cakes secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pelaksanaan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di UMKM Tara Cakes memberikan hasil yang signifikan terhadap peningkatan kualitas pengelolaan usaha, terutama dalam aspek manajemen keuangan, strategi promosi, dan pengembangan kapasitas sumber daya manusia. Kegiatan ini berlangsung selama kurang lebih dua minggu, dimulai dari tanggal 26 Agustus hingga 11 September 2025, dengan melibatkan pemilik dan karyawan sebagai mitra utama dalam proses pelaksanaan dan pendampingan.

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa Tara Cakes memiliki potensi besar sebagai produsen camilan sehat berbasis sorgum, namun menghadapi beberapa kendala seperti pencatatan keuangan yang belum terstruktur, perencanaan produksi yang belum berbasis data penjualan, serta promosi yang masih terbatas pada metode konvensional. Berdasarkan temuan tersebut, kegiatan PKL diarahkan pada tiga fokus utama, yaitupelatihan manajemen keuangan, pendampingan perencanaan produksi, dan pelatihan promosi digital.

Hasil pertama terlihat pada aspek manajemen keuangan, di mana pemilik usaha berhasil menerapkan sistem pencatatan transaksi harian dan laporan laba rugi sederhana secara konsisten. Sebelumnya, pencatatan keuangan hanya dilakukan secara manual tanpa format yang jelas, sehingga sulit untuk menilai kinerja keuangan. Setelah dilakukan pelatihan, Tara Cakes mampu mengelola data keuangan dengan lebih rapi dan mulai menganalisis hasil penjualan dari setiap event atau lomba. Pemilik usaha juga dapat mengidentifikasi pengeluaran yang tidak efisien, mengontrol biaya produksi, serta memperkirakan laba yang dihasilkan dari kegiatan penjualan. Hal ini menunjukkan peningkatan kemampuan literasi keuangan yang signifikan, yang menjadi dasar penting dalam pengambilan keputusan bisnis.

Hasil kedua tampak pada perencanaan produksi berbasis data penjualan, di mana pemilik usaha mulai memanfaatkan data historis penjualan untuk menentukan jumlah dan jenis produk yang akan diproduksi dalam setiap kegiatan atau event. Langkah ini membantu mengurangi risiko kelebihan stok serta meminimalkan kerugian akibat produk tidak terjual. Melalui pendampingan ini, Tara Cakes mampu mengatur produksi dengan lebih efisien, menyesuaikan dengan tren permintaan konsumen, dan menjaga keseimbangan antara kapasitas produksi dan potensi penjualan.

Pada aspek promosi dan pemasaran, pelatihan penggunaan aplikasi Canva dan CapCut memberikan dampak positif terhadap peningkatan kreativitas dan kualitas konten promosi. Pemilik dan karyawan mampu membuat desain brosur, video pendek, dan konten media sosial dengan tampilan visual yang lebih profesional. Produk Tara Cakes dipromosikan melalui platform digital seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, serta didukung oleh penyebaran brosur di area publik seperti Taman Kota Singaraja. Hasilnya, terjadi peningkatan perhatian masyarakat terhadap produk

berbasis sorgum yang ditawarkan oleh Tara Cakes, dan jumlah konsumen baru mulai bertambah secara bertahap.

Selain peningkatan di bidang keuangan dan promosi, kegiatan PKL juga memberikan hasil dalam penguatan aspek sumber daya manusia. Karyawan diberikan pemahaman mengenai pentingnya kebersihan dan higienitas dalam proses produksi agar kualitas produk tetap terjaga. Setelah dilakukan pembinaan, karyawan menunjukkan kedisiplinan yang lebih baik dalam menerapkan standar kebersihan, penggunaan alat pelindung diri saat bekerja, serta menjaga kualitas bahan baku yang digunakan.

Secara keseluruhan, kegiatan PKL di Tara Cakes berhasil meningkatkan profesionalisme, efisiensi, dan daya saing usaha. Penerapan sistem pencatatan keuangan yang teratur, strategi promosi digital yang kreatif, serta manajemen produksi yang lebih terencana menjadi bukti bahwa pembinaan berbasis praktik langsung dapat memberikan hasil nyata bagi pengembangan UMKM. Hasil ini juga menegaskan bahwa sinergi antara akademisi dan pelaku usaha lokal berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah melalui peningkatan kapasitas manajerial dan inovasi berkelanjutan di sektor UMKM.

Pembahasan

Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang dilaksanakan di UMKM Tara Cakes bertujuan untuk memberikan pendampingan dan pembinaan terhadap pengelolaan usaha, khususnya dalam aspek manajemen keuangan, strategi promosi, dan pengembangan kapasitas sumber daya manusia. Melalui pendekatan partisipatif, kegiatan ini dilaksanakan dengan melibatkan langsung pemilik dan karyawan agar hasilnya dapat diterapkan secara berkelanjutan dalam kegiatan operasional sehari-hari.

Tahapan pertama yang dilakukan adalah observasi dan wawancara dengan pemilik usaha untuk mengetahui kondisi riil, termasuk sejarah berdirinya usaha, sistem kerja, strategi pemasaran yang digunakan, serta kendala yang dihadapi. Dari hasil wawancara ditemukan bahwa pencatatan keuangan belum dilakukan secara sistematis, promosi masih terbatas pada pemasaran dari mulut ke mulut, dan inovasi produk belum terencana dengan baik. Berdasarkan temuan tersebut, dirancang program pembinaan yang berfokus pada peningkatan kemampuan manajerial dan pemasaran digital.

Tahap berikutnya adalah pelaksanaan kegiatan pembinaan dan pelatihan. Kegiatan pertama berupapelatihan pencatatan keuangan sederhana, di mana pemilik usaha diajarkan cara mencatat arus kas masuk dan keluar, menghitung laba rugi setiap periode, serta menyusun laporan keuangan secara manual maupun digital menggunakan spreadsheet. Pelatihan ini bertujuan agar pemilik dapat memahami kondisi keuangan usaha secara transparan dan menjadikannya dasar dalam pengambilan keputusan bisnis. Setelah pelatihan dilakukan, Tara Cakes mulai menerapkan sistem pencatatan yang lebih rapi dan teratur setiap minggu, sehingga memudahkan dalam melakukan evaluasi penjualan dan efisiensi biaya produksi.

Selain aspek keuangan, kegiatan PKL juga berfokus padapelatihan promosi digital dan desain media pemasaran. Melalui aplikasi Canvadan CapCut, pemilik usaha dilatih membuat konten

promosi berupa foto produk, video pendek, dan desain brosur yang menarik sesuai identitas merek. Hasil pelatihan kemudian diwujudkan dalam bentuk pembuatan dan penyebaran brosur promosi Tara Cakes di kawasan strategis seperti Taman Kota Singaraja, serta publikasi di media sosial (Instagram, Facebook, dan TikTok). Upaya ini memberikan dampak positif karena membantu meningkatkan visibilitas dan memperluas jangkauan pemasaran produk, terutama kepada masyarakat yang sebelumnya belum mengenal Tara Cakes.

Tahapan terakhir adalah monitoring dan evaluasi hasil kegiatan, yang dilakukan untuk menilai efektivitas program dan perubahan yang terjadi setelah pendampingan. Berdasarkan hasil evaluasi, terdapat peningkatan kemampuan pemilik usaha dalam memahami pentingnya pencatatan keuangan, serta kesadaran untuk melakukan promosi secara berkelanjutan. Karyawan juga menjadi lebih disiplin dalam menjaga kebersihan dan efisiensi kerja selama proses produksi. Secara keseluruhan, kegiatan PKL ini menunjukkan bahwa pendampingan berbasis praktik langsung dapat memberikan hasil yang signifikan dalam peningkatan kapasitas manajerial UMKM.

Kegiatan ini sejalan dengan teori manajemen modern yang menekankan pentingnya pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran adaptif sebagai faktor utama keberhasilan usaha kecil (Kotler&Keller, 2016; Handoko, 2017). Melalui penerapan prinsip tersebut, Tara Cakes kini memiliki pondasi bisnis yang lebih kuat dan sistematis. Pendampingan seperti ini juga membuktikan bahwa sinergi antara akademisi dan pelaku UMKM mampu mendorong tumbuhnya wirausaha mandiri yang berdaya saing, sekaligus memperkuat peran UMKM sebagai pilar utama ekonomi lokal di Kabupaten Buleleng.

Table 1. Aspek Kegiatan Tara Cakes

No	Aspek Kegiatan	KondisiAwal	Capaian
1	ManajemenKeuangan	Sebelumpendampingan, pencatatantransaksi di Tara Cakes belumteratur dan hanyadilakukansecarasederhanatanpalaporankeuangan yang jelas, sehinggapemilikusahasulitmemantauarus kas dan menentukanlabaataurugiusaha.	Setelahdiberikanpelatihan, pemilikmampumenyusunlaporankeuanganharian dan labarugisederhanasecarasistematis. Setiaptransaksikinidicatatdenganrapi, sehinggakondisikeuanganlebihmudahdievaluasi dan dijadikandasarperencanaan usaha.

2	Promosi dan Pemasaran Digital	Sebelumnya, promosihanyadilakukansecarakonvensionalmelaluipenjualanlangsung dan rekomendasimulutkemulut. Usaha belummemanfaatkan media sosial dan belummemilikidesainpromosi yang menarik.	Setelahpelatihanpenggunaan Canva dan CapCut, Tara Cakes mampumembuatkonten digital dan brosurpromosi yang menarik. Produkkiniaktifdipasarkan melalui media sosial dan penyebaranbrosur, sehinggajangkauankonsumen dan dayatarikprodukmeningka

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Praktik Kerja Lapangan di UMKM Tara Cakes menghasilkan dampak positif terhadap peningkatan kemampuan manajemen keuangan dan strategi promosi usaha. Setelah dilakukan pendampingan, pemilik usaha mampu melakukan pencatatan transaksi secara sistematis dan menyusun laporan laba rugi sederhana yang membantu dalam proses evaluasi kinerja keuangan. Selain itu, pelatihan promosi digital menggunakan media sosial dan pembuatan brosur berhasil meningkatkan daya tarik produk dan memperluas jangkauan pasar. Penerapan sistem manajemen yang lebih tertata dan promosi yang kreatif menjadikan Tara Cakes lebih adaptif terhadap perkembangan pasar serta mampu bersaing di industri kuliner lokal. Agar keberlanjutan usaha dapat terjaga, pemilik diharapkan terus menerapkan pencatatan keuangan secara konsisten, melakukan inovasi produk berbahan dasar sorgum, serta memperluas strategi pemasaran berbasis digital. Dukungan dari pemerintah dan perguruan tinggi juga sangat diperlukan dalam bentuk pelatihan manajemen, akses permodalan, dan pendampingan berkelanjutan agar Tara Cakes dapat berkembang menjadi UMKM unggulan daerah yang berdaya saing tinggi dan berkontribusi nyata terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat Buleleng.

DAFTAR RUJUKAN

Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) 2023. Jakarta: BPS.

Disperindag Kabupaten Buleleng. (2024). Laporan Perkembangan UMKM di Kabupaten Buleleng.

Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). Laporan Tahunan UMKM Indonesia 2023.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.

Handoko, T. H. (2017). Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia (Edisi 2). Yogyakarta: BPFE.

UMKM Tara Cakes. (2025). Profil Usaha dan Produk UMKM Tara Cakes. Singaraja.