

PENINGKATAN SKILL DAN DIGITAL MARKETING INDUSTRI MAKANAN PADA USAHA MIKRO “CAHAYA” PASURUAN

*Improving Cooking Skills and Digital Marketing In The Food Industry
“Cahaya” Micro Business Pasuruan*

**Sri Utami Ady^{1*}, Alvy Mulyaningtyas², Litafira Syahadiyanti², Fany Meyranda Putri¹,
Mar'atus Sholikhah¹, Duvan Hermansyah Yudi Astono²**

¹Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dr. Soetomo, ²Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dr. Soetomo, ³Prodi Teknik Informatika Fakultas Teknik Universitas Dr. Soetomo

Universitas Dr. Soetomo, Jl. Semolowaru 84 Surabaya (67118)

*Alamat korespondensi: sri.utami@unitomo.ac.id

(Tanggal Submission: 23 Agustus 2023, Tanggal Accepted : 13 September 2023)



Kata Kunci :

Industri makanan, pelatihan dan pendampingan, tata kelola Usaha, pengajuan KUR, manajemen keuangan, penggunaan sosial media

Abstrak :

Industri rumah tangga adalah usaha kerajinan rumah tangga yang mempunyai pekerja antara 1-4 orang. Industri rumah tangga yang menjadi mitra dalam PKM ini, yaitu Usaha Mikro “CAHAYA”. Adapun permasalahan mitra yaitu : 1. Pengelolaan usaha yang masih konvensional 2. Keuangan, 3. Pemasaran yang masih sangat terbatas. Adapun target yang ingin dicapai adalah Mitra dapat meningkatkan pengetahuan, skill, dan kualitas SDM, dapat membuat laporan keuangan, serta sarana promosi melalui social media. Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan skill mitra, membantu meningkatkan pendapatan Usaha Mikro “CAHAYA” dalam rangka meningkatkan kontribusinya dalam perekonomian keluarga melalui Pelatihan tata kelola usaha, Keuangan dan Digital Marketing. Kegiatan PKM yang dilakukan yaitu meliputi: pelatihan, praktek dan pendampingan tata kelola usaha kuliner, pelatihan penyusunan laporan keuangan sesuai prinsip akuntansi, Pelatihan dan pendampingan penggunaan sosial media istagram, WA bisnis dan tiktok serta FGD (Focus Group Discussion) dengan pengusaha kuliner. Hasil dari pengabdian ini adalah peningkatan pengetahuan dan skill mitra dalam tata kelola usaha, Manajemen Keuangan, dan penggunaan social media untuk promosi, serta peningkatan penjualan. Kegiatan PKM ini telah dapat meningkatkan pengetahuan dan skill Mitra dalam rangka meningkatkan kontribusinya dalam ekonomi keluarga, menjadi UMKM yang lebih mandiri, kreatif dan berdaya guna.



Key word :

Food industry, training and mentoring, business governance, KUR submission, financial management, use of social media

Abstract :

The home industry is a household craft business with 1-4 workers. The home industry that was a partner in this PKM was the "CAHAYA" Micro Enterprise. The partner problems were: 1. Business management, which was still conventional, 2: finance, 3. Marketing was still minimal. The target to be achieved was that Partners could improve knowledge, skills, and quality of human resources, make financial reports, and use promotional tools through social media. to increase the knowledge and skills of partners to help improve the income of the "CAHAYA" Micro Business to increase its contribution to the family economy through training in business governance, finance, and digital marketing. PKM activities carried out include training, practice, and assistance in culinary business management, training in preparing financial reports according to accounting principles, training and assistance in using social media Instagram, WA business, and TikTok as well as FGD (Focus Group Discussion) with culinary entrepreneurs. The results of this service were increased knowledge and skills of partners in business governance, financial management, and the use of social media for promotions, as well as increased sales. **Conclusion:** This PKM activity has been able to improve Partners' knowledge and skills to increase their contribution to the family economy, becoming more independent, creative, and efficient MSMEs.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Ady, S. U., Mulyaningtyas, A., Syahadiyanti, L., Putri, F. M., Sholikhah, M., & Astono, D. H. Y. (2023). Peningkatan Skill Dan Digital Marketing Industri Makanan Pada Usaha Mikro "CAHAYA" Pasuruan. *Jurnal Abdi Insani*, 10(3), 1950-1961. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v10i3.1105>

PENDAHULUAN

Industri rumah tangga atau biasa disebut industri rumahan adalah jenis kegiatan usaha berskala kecil yang pada umumnya sering ditemukan pada daerah perkampungan dan sekitar rumah di dalam wilayah kota maupun pedesaan. Industri ini skalanya kecil karena memiliki tenaga kerja 1-4 orang saja. Meskipun kecil, industri rumah tangga adalah penggerak utama dalam pembangunan ekonomi dengan nilai pendapatan bersih mencapai Rp200 juta - Rp1 miliar per tahun. Tidak berlebihan jika industri rumahan memiliki peranan yang sangat penting dan strategis dalam perekonomian suatu negara. Selain itu, kehadiran industri rumah tangga dapat memberikan corak dan warna terhadap sektor-sektor industri lainnya, seperti pertanian dan pariwisata. Industri rumah tangga juga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat pedesaan (Rudiantoro & Siregar, 2012).

Usaha Mikro Cahaya, Mitra yang menjadi objek dalam pengabdian ini adalah industry rumah tangga yang bergerak di bidang makanan di kota pasuruan. Produk makanan yang diproduksi oleh industri rumahan ini memproduksi makanan secara konvensional sesuai dengan pesanan dan juga memproduksi makanan untuk dititipkan di beberapa toko atau penjual yang lain (Wijayanti & Meimaharani, 2022). Awalnya industry makanan ini bergerak di bidang usaha toko alat-alat tulis dan baju bayi dan Accesories. Namun karena kondisi ekonomi yang terus mengalami ketidakpastian, dan membuat penjualan semakin menurun, maka ibu pemilik toko ini berupaya melebarkan sayap usahanya dengan menjual produk makanan untuk dijual sesuai pesanan dan dititipkan kepada toko atau penjual makanan yang lain dengan menambah 4 orang karyawan untuk membantunya dalam memproduksi dan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan seperti perusahaan pada umumnya .

Masalah yang dihadapi oleh industry makanan ini adalah peralatan yang digunakan untuk memproduksi makanan atau kue yang masih belum memadai, seperti Mixer atau pengocok telur untuk



adonan kue yang masih berukuran kecil, sehingga diperlukan berkali-kali untuk menghasilkan adonan dalam jumlah besar. Oven yang masih belum memadai karena oven yang digunakan masih khusus untuk kue kering, sehingga ketika mendapatkan pesanan untuk kue-kue seperti cake yang membutuhkan panas yang lebih tinggi, akan merasa kesulitan. Di sisi lain masalah keuangan dan permodalan juga menjadi modal utama sulit berkembangnya usaha tersebut. Permasalahan di bidang keuangan dan permodalan dipicu oleh kurangnya pengetahuan dan literasi tentang manajemen keuangan dari pengelola industry ini. Belum terbiasa untuk membuat laporan keuangan untuk pengelolaan usaha tersebut, sehingga tidak dapat melakukan rekapitulasi berapa sebenarnya omzet penjualan dari usaha tersebut secara terorganisir. Manajemen masih konvensional, belum profesional, termasuk juga dalam hal pemasaran kue tersebut masih bersifat tradisional, dengan dititipkan pada toko-toko atau penjual kue terdekat. Belum menggunakan media sosial seperti instagram, facebook atau yang lain untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat, sehingga industry ini menjadi sulit berkembang. Padahal jika dilihat dari kreatifitas kue hasil buatannya sangat kreatif dan menarik. Berikut adalah contoh produk yang dihasilkan oleh industry makanan tersebut, sehingga penting untuk dilakukan pengenalan produk pada masyarakat dengan digital marketing. Digital marketing merupakan elaborasi antara teknik pemasaran tradisional dengan alat, platform, media, data, dan teknologi digital untuk memperluas cakupan pasar dan berinteraksi secara lebih intim dengan konsumen (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019)



Gambar 1. Contoh Kue-kue Basah dan Pudding Hasil Produksi Usaha Mikro Cahaya

Kondisi Eksiting Produksi

Produksi kue basah dan kue kering dilakukan berdasarkan pesanan, sehingga jumlah produksi sesuai dengan jumlah pesanan. Kue juga dibuat untuk dititipkan pada beberapa penjual kue dan toko, kelontong. Produksi kue kering sangat banyak pada saat menjelang hari raya. Namun karena peralatan yang dimiliki (Mixer) masih terbatas dengan kapasitas 1 kg, sehingga harus dikerjakan berkali-kali, dan sering menolak pesanan.



Gambar 2. Pengelolaan usaha masih konvensional, belum dilakukan secara profesional

Badan usaha yang dimiliki sudah berbentuk UD. Tetapi belum memiliki PIRT, sehingga tidak bisa produksinya masuk ke toko-toko besar atau swalayan atau supermarket, yang mensyaratkan produk yang dititipkan harus memiliki PIRT dan juga sertifikat halal. Produk dikemas dengan sederhana. Untuk kue kering, diberi label “Cahaya”, tetapi merk belum dipatenkan. Sedangkan untuk kue-kue basah dan pudding hanya dikemas dengan Plastik Mika.



Gambar 3. Kue kering sudah memiliki label

Permasalahan dari sisi keuangan, Kurangnya modal menyebabkan usaha tidak berkembang dengan baik, karena kurangnya jumlah produksi yang dihasilkan. Pengelola kurang memahami manajemen keuangan dan tidak pernah membuat laporan keuangan sederhana untuk melihat jumlah laba yang diperoleh selama ini. Berdasarkan masalah dari sisi pemasaran, kurangnya diperkenalkan kepada masyarakat. Pemasaran hanya dilakukan dari mulut ke mulut pelanggan yang melakukan pesanan, sehingga kurang dikenal masyarakat. Belum menggunakan system pemasaran yang lebih modern menggunakan social media, sehingga susah menjangkau pelanggan baru. Demikian juga

dengan pengelolaan usaha produksi makanan ini masih sangat konvensional, belum dikelola secara profesional. Urutan pekerjaan masih belum teratur. Belum diupayakan untuk memenuhi standar untuk mendapatkan sertifikat halal. Layout dari pekerjaan masih belum terkoordinasi dengan baik.

Solusi Permasalahan

Solusi permasalahan Usaha Mikro “CAHAYA” meliputi: 1) Tata Kelola : Pengelolaan usaha makanan masih tradisional, maka dilakukan solusi dengan memberikan Pelatihan dan pendampingan tentang tata kelola usaha produk makanan. 2) Keuangan : a. Modal terbatas, maka solusi dilakukan dengan mengedukasi cara pengajuan Kredit Usaha Rakyat (KUR) bagi pelaku usaha, b. Belum ada laporan keuangan secara periodik dengan prinsip akuntansi, maka diberikan solusi dengan memberikan pelatihan dan pendampingan manajemen keuangan dan laporan keuangan dengan sistem akuntansi (Rudiantoro & Siregar, 2012). 3) Pemasaran : a. Kurang promosi, maka dilakukan pelatihan dan pendampingan e-brosur, pamflet dan memberi petunjuk arah. b. Kurang memaksimalkan penggunaan sosial media sebagai alat promosi, maka solusi dilakukan dengan memberikan pelatihan dan pendampingan penggunaan sosial media secara maksimal (Augustinah & Widayati, 2019).

Target Luaran yang dihasilkan dari masing-masing solusi: 1) Target tata kelola adalah dapat meningkatkan pengetahuan dan kualitas SDM pelaku usaha dalam tata kelola. 2) Target pengajuan KUR mendapatkan tambahan modal baru untuk pengembangan usaha, 3) Target laporan keuangan secara periodik dengan prinsip akuntansi dapat mengukur kinerja dan mengamankan keuangan perusahaan, 4) Target promosi untuk meningkatkan volume penjualan.

Indikator capaian solusi: Dengan meningkatkan tata kelola usaha produk makanan, menerapkan sistem akuntansi dalam laporan keuangan, pengajuan KUR, memaksimalkan penggunaan sosial media dapat meningkatkan tata kelola Usaha Mikro “CAHAYA” yang profesional, menambah modal untuk pengembangan usaha, serta dapat meningkatkan volume pengunjung dan segmentasi pasar, sehingga meningkatkan volume penjualan.

Pentingnya pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh akademisi dapat meningkatkan produktivitas UMKM. Hasil riset Winedar (Winedar et al., 2022) membuktikan bahwa pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat pada Bisnis Kuliner Depot Ceria Gresik dapat meningkatkan pendapatan UMKM. Tim abdimas menilai telah terjadi peningkatan tata kelola dan manajemen keuangan pada usaha UMKM Bisnis Kuliner Depot Ceria Gresik. Hal ini dapat terlihat dari; 1) munculnya efektifitas dan efisiensi dalam usaha, 2) pelaku usaha telah membuat sistem penjamin mutu atas usaha yang dimilikinya, 3) pelaku usaha telah mampu melakukan analisis swot dalam menyusun rencana jangka pendek dan panjang, 4) pelaku usaha telah mampu mengatur keuangan (*Cash Flow*) yang dimiliki dengan baik, 5) penerapan akuntabilitas yang dilakukan sudah sangat baik, meskipun masih terdapat beberapa pelaku usaha yang hanya melakukan akuntabilitas pada hari Sabtu dan Minggu saja, 6) meningkatnya motivasi, militansi dan konsistensi yang dimiliki pelaku usaha UMKM dalam menjalankan usahanya. peningkatan varian produk kuliner yang ditawarkan melalui interaksi pelaku usaha dengan pelanggan di media sosial dan integrasi aplikasi penjualan online menjadi pengungkit peningkatan penjualan, peningkatan akuntabilitas keuangan, dan profesionalitas sehingga tercipta kemandirian ekonomi dan peningkatan keberdayaan bagi pengusaha perempuan. Saran yang dapat diberikan antara lain keberlanjutan kegiatan diperlukan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan masyarakat dalam mengelola sebuah usaha sesuai dengan perkembangan zaman, sehingga usaha yang dilakukan dapat tumbuh dan berkembang. Hasil riset ini diimplementasikan dalam kegiatan program PKM Pengembangan usaha industri makanan dalam rangka meningkatkan ekonomi rumah tangga di Pasuruan, khususnya tentang tata kelola usaha produk makanan secara profesional, pelaporan keuangan yang akurat, dan digital marketing.

Herawati et al., (2020) menunjukkan bahwa pengabdian yang dilakukan oleh perguruan tinggi dapat meningkatkan ketrampilan dan pendapatan UMKM, kegiatan ini berguna sekali bagi pengembangan Mitra. Mitra mendapatkan pengetahuan baru tentang mengelola usaha kuliner,



khususnya pengelolaan manajemen keuangan. Mitra dapat meningkatkan kapasitas produksi dan penghasilannya. Di bidang marketing, penting bagi UMKM untuk dapat memperkenalkan produknya secara offline maupun online. Fauziah et al., (2023) menunjukkan bahwa Hasil dari pendampingan menunjukkan kemajuan dan peningkatan perluasan pasar serta peningkatan penghasilan dari UMKM kue kering karena branding dan digital marketing yang sudah dilakukan. Demikian juga untuk kue basah, Husainah et al., (2022) Pengelolaan kue basah yang pada umumnya dikelola secara konvensional, perlu dilakukan secara profesional, sehingga diperlukan pendampingan melalui pemberian konsultasi dan pelatihan manajemen khususnya operasional/produksi, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia dan manajemen risiko untuk meningkatkan pendapatan UMKM.

Tujuan kegiatan PKM ini adalah pengembangan Usaha Industri Makanan dalam Rangka Meningkatkan Ekonomi Rumah Tangga di Pasuruan, untuk membantu meningkatkan pendapatan Usaha Mikro "CAHAYA" dan meningkatkan kontribusinya dalam perekonomian keluarga. Adapun manfaat dari pengabdian ini adalah sebagai berikut : 1) Mengembangkan program *link and match* Universitas Dr. Soetomo, UKM unit Pengembangan Usaha Industri Makanan melalui pencapaian indikator kinerja utama yang terdapat dalam MBKM butir 2, 3 dan 7 dan lebih lanjut dapat menjadi UKM Binaan bagi Universitas Dr. Soetomo. 2) Menerapkan IKU butir 2 dalam MBKM artinya dalam PKM ini melibatkan 5 orang mahasiswa untuk mengimplementasikan ilmu, teori yang didapatkan selama perkuliahan untuk diimplementasikan ke masyarakat guna menyelesaikan masalah- masalah sosial kemasyarakatan, sehingga ketika lulus, siap bekerja di masyarakat; 3) Menerapkan IKU butir 3 dilakukan tim pengusul sebagai dosen untuk melakukan kegiatan di luar kampus melalui pemberdayaan masyarakat dengan memberikan pendampingan dan pelatihan kepada masyarakat, agar dapat memiliki pengetahuan mengenai pengelolaan usaha; serta hasil PKM yang dilakukan oleh dosen dapat digunakan masyarakat dan dipublikasikan dalam jurnal untuk mendapatkan rekognisi nasional; 4) Mengaplikasikan IKU butir 7 melalui PKM tim pengusul dapat melakukan pembelajaran kolaboratif, partisipatif melalui pelatihan dan pendampingan dalam Program PKM. Fokus PKM ini pada unit usaha Usaha Mikro "CAHAYA" , untuk dapat meningkatkan pengelolaan usaha, keuangan, dan pemasaran.

METODE KEGIATAN

Waktu pelaksanaan PKM ini dimulai bulan Juli sampai dengan September 2023. Lokasi PKM adalah Usaha Mikro "CAHAYA" di RT.1, RW.5 Kelurahan Tembok Rejo, kecamatan Purworejo, Kotamadya Pasuruan, dengan jumlah anggota mitra yang terlibat sebanyak 7 orang, dengan 3 orang anggota keluarga dan 4 orang karyawan mitra.

Metode yang dilakukan dalam PKM ini memiliki beberapa tahapan, yaitu:

1. Survey pendahuluan, dan pelaksanaan kegiatan PKM. Pada saat survey pendahuluan, tim pengusul melakukan wawancara pendahuluan dengan pelaku usaha untuk memetakan potensi-potensi dan permasalahan yang dihadapi oleh Usaha Mikro "CAHAYA". Berdasarkan hasil wawancara, tim pengusul membuat perencanaan program PKM untuk dapat menyelesaikan permasalahan yang ada. Survey pendahuluan dilakukan oleh tim PKM dengan observasi langsung ke lokasi mitra untuk melihat langsung kondisi di lapangan
2. Perencanaan kegiatan. Tim pengusul merencanakan kegiatan PKM: 1) Meningkatkan pengetahuan dan kualitas SDM pelaku usaha tentang tata kelola secara profesional melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan. Pelatihan diikuti oleh mitra beserta keluarga dan karyawan, metode diberikan melalui pemaparan materi dan contoh-contoh kasus. 2) Memberikan pelatihan, pendampingan, dan praktek pencatatan keuangan hingga membuat laporan keuangan dengan dibantu oleh para mahasiswa untuk mengaplikasikan ilmu yang mereka terima pada saat perkuliahan, 3) Memaksimalkan fungsi sosial media sebagai alat promosi dan pemasaran melalui pembuatan WA bisnis, Pengenalan aplikasi tiktok, video dan memotivasi pengelola untuk mengaktifkan *instagram* dan meng-*update* profil Usaha Mikro "CAHAYA".

3. Pelaksanaan kegiatan PKM dengan metode ceramah dan diskusi untuk memberikan pemahaman tentang tata kelola usaha makanan, dilanjutkan dengan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan selama tiga bulan, dari bulan Juli hingga September 2023 sambil memantau perkembangan dari mitra serta melengkapi peralatan yang belum ada, atau teknologi dan inovasi yang diperlukan oleh mitra. Memberikan contoh-contoh foto-foto yang menarik untuk ditampilkan di media social seperti istagram dan tiktok, maupun WA bisnis. Melakukan pendampingan mengupload foto, video dan pentingnya berkomunikasi serta mengelola pelanggan. Dilanjutkan dengan Fokus Grup dan Cooking class untuk meningkatkan ketrampilan memasak dan kreatifitas mitra dalam produksi, dengan mengikuti *cooking class* oleh pakar-pakar di bidang kuliner dan industry makanan. Focus Group Discussion dapat juga digunakan untuk mendapatkan masukan dari para peserta tentang berbagai permasalahan yang dialami oleh UMKM di sector kuliner dan kemudian mencari berbagai alternative yang mungkin dapat digunakan untuk memecahkan masalah tersebut, baik dari sisi produksi termasuk kesulitan dalam hal berkreasi dengan produk dan juga dalam hal pemasaran.
4. Evaluasi program dan keberlanjutan. Akhir dari kegiatan PKM adalah mengevaluasi kinerja PKM sebelum dan sesudah kegiatan PKM. Dari hasil evaluasi bila kegiatan PKM dinilai berhasil maka akan dilanjutkan dengan Universitas DR. Soetomo (UNITOMO)dibawah unit pusat studi kewirausahaan UNITOMO. Usaha Mikro "CAHAYA" akan menjadi salah satu inkubator bisnis pusat studi kewirausahaan. Pendampingan ini dilakukan selama Usaha Mikro "CAHAYA" membutuhkan pendampingan dari pusat studi kewirausahaan UNITOMO. Kegiatan pengabdian ini juga memberikan potensi rekognisi SKS bagi mahasiswa yang dilibatkan yaitu sebesar 5 SKS. Evaluasi juga perlu dilakukan untuk mempertahankan keberlanjutan dari mitra sasaran, agar terus berkembang tidak hanya sampai kegiatan PKM ini selesai, namun juga memberikan kontribusi pada peningkatan usaha masyarakat yang berkesinambungan, agar para UMKM terus memiliki semangat untuk berkembang, tangguh dan ulet mengatasi segala kesulitan dan tantangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan PKM dilakukan oleh tim pengusul dan mahasiswa bersama-sama pelaku usaha. Dalam kegiatan PKM juga mengundang pakar Pelaku usaha makanan. Tempat pelatihan di lokasi Usaha Mikro "CAHAYA", peserta pelatihan sebanyak 10 orang yang terdiri dari Pelaku usaha Usaha Mikro "CAHAYA" beserta para keluarga dan karyawan. Materi pelatihan dan pendampingan yang diberikan :

1. Tata kelola: Manajemen pengelolaan usaha makanan, *leadership*, perencanaan organisasi dan Sumber Daya Manusia.

Dalam hal ini tim pengabdian melakukan penyuluhan dan pendampingan dalam mengelola usaha makanan, terutama tentang kebersihan, bahan yang digunakan halal termasuk juga pentingnya mendapatkan sertifikat PIRT dan halal agar produk makanan yang dihasilkan dapat didistribusikan lebih luas, terutama untuk kue-kue kering agar bisa masuk ke dalam supermarket atau mall- mall besar sehingga perlu bagi usaha mikro "CAHAYA" untuk meningkatkan profesionalitas usahanya.

Untuk memperlancar proses produksi, tim pengabdian memberikan Mixer pengaduk adonan kue ukuran 7 liter dan oven untuk memanggang Roti, etalase untuk memajang kue-kue yang dijual, juga memberikan papan nama kepada mitra, karena papan nama yang ada sudah lama rusak, meja lipat untuk tempat mengolah adonan kue serta bahan baku kue. Gambar 3 menunjukkan kegiatan ceramah dan pelatihan tata kelola usaha makanan yang dilakukan oleh tim pengabdian yang diikuti oleh mitra, keluarga dan karyawan.



Gambar 3. Pelaksanaan penyuluhan dan pendampingan pengelolaan usaha makanan

2. Keuangan dengan pelatihan penyusunan laporan Keuangan

Laporan keuangan diperlukan bagi UMKM untuk mencatat dan mengetahui kondisi kesehatan usahanya. Utiahrman et al., (2022) Menunjukkan pentingnya laporan keuangan bagi UMKM yang dapat digunakan untuk menilai kondisi usaha dan dasar dalam pengambilan keputusan. Laporan Keuangan juga dapat digunakan oleh perusahaan dan UMKM sebagai dasar dalam merencanakan strategi bisnis di masa depan (Alinsari, 2020). Pelatihan penyusunan laporan keuangan dilakukan berdasarkan prinsip akuntansi yang benar, termasuk cara pengajuan KUR. Usaha mikro "CAHAYA" memang mengakui bahwa kendala modal adalah kendala utama bagi pengembangan usahanya. Untuk pengajuan KUR, pemilik usaha mengatakan sudah pernah mendapatkan KUR untuk usaha sebelumnya, yaitu toko alat-alat tulis, sehingga jika akan mengajukan KUR saat ini dirasakan belum memungkinkan. Adapun pelatihan penyusunan laporan keuangan yang diberikan oleh tim pengabdian adalah dengan menggunakan aplikasi kleido untuk memudahkan melihat kondisi keuangan dan juga dengan excel. Aplikasi kleido dapat diunduh di <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.kleido.app>. Gambar 4 menunjukkan saat penyerahan barang dari tim pengabdian kepada Mitra untuk memperlancar produksi mitra setelah pelatihan keuangan dilaksanakan. Sedangkan gambar 6 adalah kegiatan FGD untuk tema keuangan dan peningkatan ketrampilan memasak dari mitra serta dengan menghadirkan narasumber professional di bidang kuliner



Gambar 4. Tim Penyerahan alat Teknologi Tepat Guna dan Inovasi



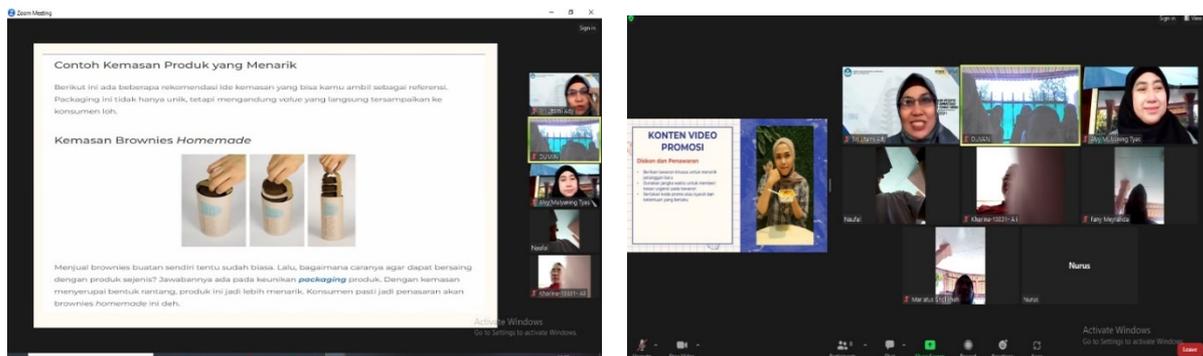
Gambar 6. Menambah ketrampilan memasak cake dan roti dengan narasumber Chef Jefri

Setidaknya terdapat 10 alasan mengapa penting bagi UMKM untuk membuat laporan keuangan, yaitu : 1) Sebagai perencana, 2) Sebagai alat penilaian kesehatan usaha, 3) alat untuk mengetahui jumlah transaksi, 4) alat untuk pengambilan keputusan, 5) Alat untuk mengetahui jumlah keuntungan dan kerugian, 6) Mudah dalam penghitungan pajak, 7) Alat untuk mengetahui jumlah asset, hutang dan

modal, 8) Mudah dalam mengontrol biaya, 9) Informasi untuk anajemen, 10) Mudah untuk dapat pinjaman bank (Senastri, 2020).

3) Pemasaran: Penggunaan aplikasi *e-commerce*, pembuatan video profil Usaha Mikro “CAHAYA”.

Pemasaran dengan menggunakan *e-commerce* sudah menjadi keniscayaan bagi UMKM saat ini. Pemasaran digital sangat diperlukan bagi UKMK untuk meraih pasar yang lebih besar. Gunawan et al., (2023) menunjukkan pentingnya digital marketing untuk meningkatkan cakupan pemasaran dan peningkatan penjualan. Usaha mikro “CAHAYA” mendapatkan pelatihan untuk menggunakan aplikasi *e-commerce* dalam rangka untuk mempromosikan produknya, baik melalui istagram maupun WA bisnis, dan pembuatan video profil usaha, serta mendapatkan pelatihan tentang pentingnya kemasan produk dalam menarik perhatian calon konsumen. Media social melalui istagram membantu menyediakan profil bisnis pengguna dengan menyediakan fitur wawasan yang memiliki tiga fungsi, yaitu aktivitas, pemirsa dan konten yang diberikan dalam bentuk visualisasi data sehingga dapat meningkatkan efektivitas pemasaran (Alfajri et al., 2019). Semakin berkembangnya zaman, Instagram semakin mengembangkan fitur-fitur baru yang menarik contoh fitur Reels, Share stories, Messenger, Video, Shopping; dan Share & explore sehingga dapat menarik minat konsumen (Armayani et al., 2021). Pelatihan dilakukan dengan memberikan contoh-contoh membuat foto-foto dan video yang menarik minat untuk membeli, serta berbagai contoh cara pengemasan barang agar kelihatan unik dan menarik. Gambar 7 menunjukkan kegiatan pelatihan digital marketing bagi mitra dalam rangka untuk meningkatkan penjualan online.

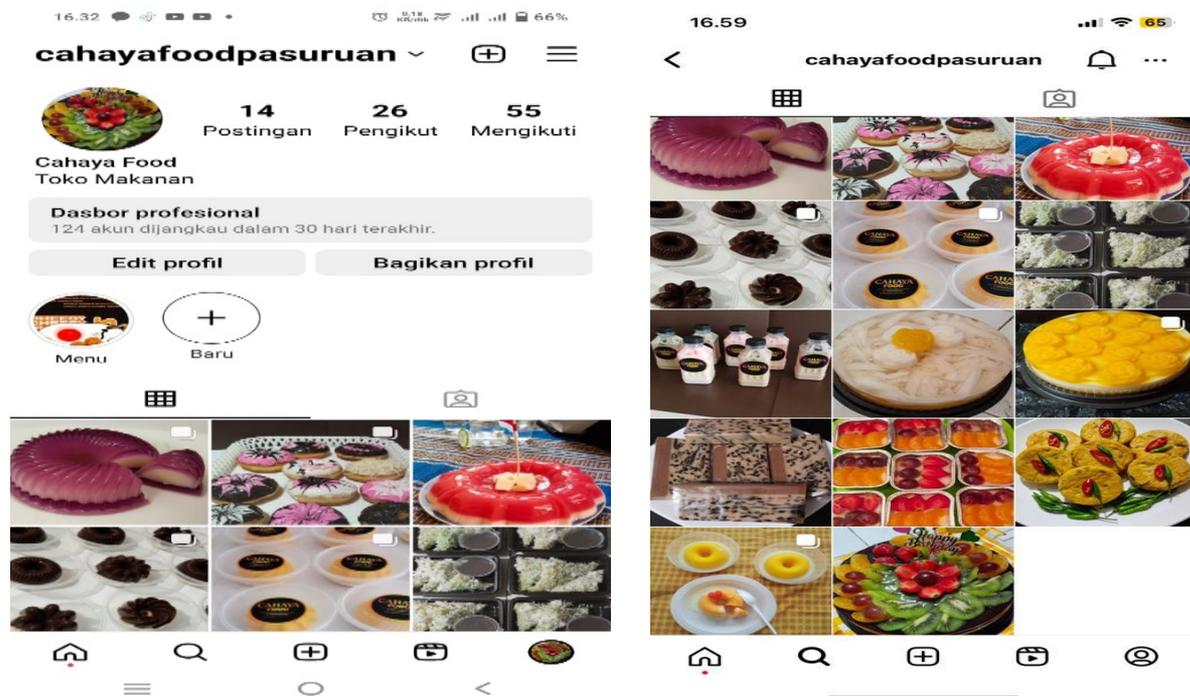


Gambar 7. Pelatihan tentang digital marketing untuk meningkatkan penjualan online

Akhir dari kegiatan PKM adalah mengevaluasi kinerja PKM sebelum dan sesudah kegiatan PKM. Dari hasil evaluasi bila kegiatan PKM dinilai berhasil maka akan dilanjutkan dengan Universitas DR. Soetomo (UNITOMO)dibawah unit pusat studi kewirausahaan UNITOMO. Usaha Mikro “CAHAYA” akan menjadi salah satu inkubator bisnis pusat studi kewirausahaan. Pendampingan ini dilakukan selama Usaha Mikro “CAHAYA” membutuhkan pendampingan dari pusat studi kewirausahaan UNITOMO. Kegiatan pengabdian ini juga memberikan potensi rekognisi SKS bagi mahasiswa yang dilibatkan yaitu sebesar 5 SKS.

Hasil dari PKM ini banyak memberikan perkembangan yang signifikan bagi Usaha mikro “CAHAYA”. Pemilik usaha ini awalnya yang memiliki usaha toko alat tulis yang semakin lama semakin kurang berkembang karena adanya Pandemi-Covid-19, sehingga banyak barang-barang yang berupa alat tulis menjadi tidak laku karena karena penyelenggaraan pendidikan dan Work From Home membuat anak sekolah dan para pekerja sudah hampir tidak membutuhkan peralatan fisik seperti alat-alat tulis, sehingga bagi pemilik usaha ini, modal menjadi tidak berputar dan berhenti pada barang. Pemilik usaha mulai memutar arah usaha menjadi usaha makanan, namun masih belum memiliki pelanggan tetap dan hanya menitipkan kue kepada pelaku usaha makanan dan pedagang kue yang lain selain membuat kue berdasarkan pesanan. Namun dengan adanya PKM ini, mulai terbuka bagi pemilik usaha untuk mengembangkan usaha produk makanan.

Pemiliki usaha mulai melakukan perencanaan usaha dan mengembangkan koneksi dan promosi. Sampai saat ini pemilik usaha mikro “CAHAYA” sudah memiliki instagram untuk mempromosikan kue dan makanan lainnya, selain instagram, media promosi yang lain adalah WA Bisnis dan Tiktok, Meskipun tidak langsung mendapatkan follower dalam jumlah yang sangat besar, karena butuh waktu untuk memperkenalkan sebuah usaha baru, namun sudah mendapatkan follower. Jumlah follower instagram sampai saat ini adalah sebanyak 24 pengikut dengan 14 postingan dan yang mengikuti sebanyak 55 serta sudah menjangkau 130 akun dalam 30 hari terakhir. Gambar 8 berikut adalah foto instagram dari “CAHAYA FOOD” setelah dilakukan pelatihan promosi dan mengupload gambar di instagram. Keuntungan dengan teknologi internet dalam hal ini dengan menggunakan instagram, WA bisnis dan lain-lain, UMKM dapat melakukan proses pemasaran tanpa didampingi oleh pakar IT (Jhonsen, 2004)



Gambar 8. Instagram “Cahaya Food”

Di Bidang tata kelola perusahaan, Pelaku usaha sudah membuat Perencanaan dan SOP dalam produksi yang harus dilaksanakan oleh karyawan agar lebih terstandar dalam produksi. Demikian juga sertifikat PIRT sudah dimiliki oleh usaha mikro “CAHAYA” yang segera mengurus sertifikat PIRT setelah mengetahui berdasarkan hasil pendampingan dari tim pengabdian tentang pentingnya sertifikat tersebut untuk pengembangan usahanya. Sedangkan untuk sertifikat “Halal” masih dalam progress. Untuk menambah keahlian pemilik usaha mendapatkan pelatihan dalam pembuatan kue dan pudding. Dari hasil pelatihan dan pendampingan ini, dapat dihasilkan sebuah produk khas usaha mikro “CAHAYA” yaitu “Lumpur Surga” yang merupakan perpaduan antara kue lumpur, Kue lapis dan Kue Talam. Sedangkan untuk pudding, usaha mikro cahaya sudah memiliki berbagai kreasi pudding yang sangat memikat mata dan semakin bervariasi. Dalam hal Produksi, Kemendikbud ristekdikti melalui Tim pengabdian memberikan bantuan berupa Mixer untuk mengaduk adonan telur karena mixer yang dimiliki oleh pemilik usaha, sangat kecil sehingga perlu berkali-kali membuat adonan resep, dan Oven untuk memanggang Roti, karena selama ini Oven yang ada tidak dapat digunakan untuk membuat roti, tetapi hanya untuk roti kering.

Pengembangan di bidang keuangan dapat dilihat pada hasil pelatihan ini dapat membuat pemilik usaha memahami pentingnya laporan keuangan untuk melihat perkembangan hasil usahanya.

Pemilik usaha sudah dapat mengoperasikan aplikasi laporan keuangan seperti yang sudah diberikan oleh tim pengabdian, sehingga dapat mengetahui posisi keuangan dan penentuan HPP pada produk yang dihasilkan, laba usaha, laporan kas dan sebagainya. Terdapat perkembangan omzet yang cukup signifikan sekitar 30 % setelah promosi dilakukan melalui berbagai cara, baik online maupun offline, dan mengaktifkan berbagai link yang dimiliki sehubungan dengan usaha makanan

KESIMPULAN DAN SARAN

Pengabdian pada masyarakat diperlukan oleh para akademisi sebagai hilirasi penelitian dan membantu masyarakat untuk memberikan solusi atas masalah mereka. Usaha mikro “CAHAYA” yang menjadi mitra dalam pengabdian masyarakat kali ini adalah UMKM di bidang makanan. Adanya PKM ini telah memberikan banyak peningkatan di dalam bidang Produksi, Pemasaran maupun di bidang Keuangan pada mitra. Di bidang Produksi, Usaha mikro “CAHAYA” telah dapat meningkatkan skill dalam hal memasak, memiliki sertifikat PIRT, dan peningkatan variasi Produk. Dalam hal pemasaran, usaha mikro “CAHAYA” sudah dapat melakukan pemasaran online dengan Instagram, WA bisnis dan Tiktok. Di Bidang Keuangan, usaha mikro “CAHAYA” telah dapat membuat laporan keuangan sederhana, laporan Laba/Rugi, neraca dan laporan arus kas.

Sebagai saran untuk pengabdian berikutnya adalah penting bagi usaha mikro “CAHAYA” untuk memiliki Website untuk memperluas jangkauan pemasaran digital, dan agar lebih dapat berkomunikasi lebih baik dengan konsumennya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Kemendikbudristekdikti yang telah berkenan membiayai PKM ini melalui kotrak no. 071/ES/PG.02.00.PM/2023, tanggal 19 Juni 2023, tentang penerima Hibah Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Tahun anggaran 2023, serta kepada mitra yang telah berkenan menjadi lokasi tempat pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfajri, M. F., Adhiazni, V., & Aini, Q. (2019). Pemanfaatan Social Media Analytics Pada Instagram Dalam Peningkatan Efektivitas Pemasaran. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 34. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.1.34-42>
- Alinsari, N. (2020). Peningkatan Literasi Keuangan pada UMKM melalui Pelatihan dan Pendampingan Pembukuan Sederhana. *Magistrorum et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 256–268. <https://doi.org/10.24246/jms.v1i22020p256-268>
- Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tembusai : Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pahlawan*, 5(3), 8920–8928. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/2400>
- Augustinah, F., & Widayati. (2019). Produk-Produk Yang Ditawarkan. *Jurnal Dialektika*, 4(2), 1–20.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson Education limited.
- Fauziah, N. A., Ala’aldin, J., Reihan, M., Hariyono, F. M., Hidayatullah, R. A., & Wahyudi, K. E. (2023). *Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM Kue Kering Melalui Branding Kemasan dan Pemanfaatan Digital Marketing*. 3(2), 60–64.
- Gunawan, A. F., Santoso, A. R., Fadillah, A. R., Sulistyani, A., & Zakira, T. S. (2023). *Jurnal Abdi Insani*. 10(3), 1397–1409. <https://abdiinsani.unram.ac.id/index.php/jurnal/article/view/691/596>
- Herawati, D. A., Wibawa, D. A. A., & Budianto, G. P. I. (2020). Pengembangan UKM Warung Makan “Ndelik” Pinang. *Kommas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Pamulang*, 1(2), 110–119.
- Husainah, N., Yuningsih, S., Sabila, H. S., & Aziz, A. (2022). Pendampingan ukm kue basah mpok sahilah



- melalui peningkatan manajemen bisnis dalam menghadapi persaingan. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 2–5.
- Jhonsen. (2004). *Panduan Lengkap Menjadi Web Designer untuk Pemula*. PT. Elex Media Komputindo.
- Rudiantoro, R., & Siregar, S. V. (2012). Kualitas Laporan Keuangan UMKM serta Prospek Implementasi SAK ETAP. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 9(1), 1–21. <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:Jurnal+Akuntansi+dan+Keuangan+Indonesia#2>
- Senastri, K. (2020). *10 Alasan Betapa Pentingnya Pembukuan Bagi UMKM Di Indonesia*. 21 April. <https://accurate.id/akuntansi/pentingnya-pembukuan-bagi-umkm-di-indonesia/>
- Utiahman, N., Novriansyah, M. A., Yakop, A., Maskun, F., & Popa, A. H. (2022). Sosialisasi Pengelolaan Keuangan Studi Kasus UMKM Pada Usaha Nasa Drink Dikelurahan Kayubulan. *Dikmas: Jurnal Pendidikan Masyarakat Dan Pengabdian*, 02(2), 559–564. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.37905/dikmas.2.2.559-564.2022>
- Wijayanti, E., & Meimaharani, R. (2022). Social Media Marketing pada UMKM Makanan “SAIQA” di Kabupaten Kudus. *Bakti Cendana, Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 05(2), 111–116. [file:///C:/Users/Sri Utami/Downloads/2956-Article Text-9753-1-10-20221010.pdf](file:///C:/Users/Sri%20Utami/Downloads/2956-Article%20Text-9753-1-10-20221010.pdf)
- Winedar, M., Agustini, M., Ady, S. U., & Widayati, W. (2022). Penguatan Pemasaran Online, Inovasi Produk, dan Penerapan Akuntansi Sederhana pada Bisnis Kuliner Depot Ceria Gresik. *Jurnal ABM Mengabdikan*, 9(2), 88–97. <https://doi.org/10.31966/jam.v9i2.1118>