

Peningkatan Kualitas Kemasan, Pengelolaan Keuangan dan Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pendapatan Pengusaha Kue Tradisional Khas Bima Di Wilayah Salama Kota Bima

¹⁾Nafisah Nurulrahmatiah*, ²⁾Firmansyah Kusumayadi, ³⁾Moh. Syahrul Ramadhan

^{1,2)}Manajemen, STIE Bima, Kota Bima, Nusa Tenggara Barat, Indonesia

³⁾STIE Yapis Dompus, Kota Dompus, Nusa Tenggara Barat, Indonesia

Email Corresponding: nafisahrahmatia@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Kata Kunci:

Kualitas Kemasan
Pengelolaan Keuangan
Pemasaran Digital

UMKM menjadi aktor penting dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi terutama dalam melestarikan kue khas tradisional. Pengabdian masyarakat ini dilakukan karena permasalahan mitra terkait kualitas kemasan yang masih minim, tidak pernah membuat catatan keuangan sederhana untuk pengelolaan keuangan serta kurangnya pemanfaatan digital marketing sebagai wadah pemasaran yang lebih luas. Kegiatan PKM dilakukan di wilayah Salama Kelurahan Na'e Kecamatan Rasanae Barat, Kota Bima. Dengan metode kegiatan mulai dari tahap perencanaan untuk mengetahui masalah dan pemilihan solusi, tahap pelaksanaan dengan melaksanakan solusi yang dipilih dan tahap evaluasi untuk mengetahui sejauhmana solusi yang dipilih sudah diterapkan. Dengan hasil kegiatan bahwa mitra memiliki label atau merek serta pengemasan yang lebih baik, pencatatan sederhana yang sudah mulai berjalan dan pembuatan media sosial bagi mitra.

ABSTRACT

Keywords:

Packing Quality
Financial Management
Digital Marketing

MSMEs are important actors in increasing economic growth, especially in preserving traditional cakes. This community service was carried out due to partner problems related to poor packaging quality, never making simple financial records for financial management and the lack of use of digital marketing as a wider marketing platform. PKM activities were carried out in the Salama area, Na'e sub-district, West Rasanae District, Bima City. With an activity method starting from the planning stage to find out the problem and selecting a solution, the implementation stage by implementing the chosen solution and the evaluation stage to find out to what extent the chosen solution has been implemented. With the results of the activity, partners have better labels or brands and packaging, simple recording has started to run and the creation of social media for partners.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



I. PENDAHULUAN

Kue tradisional merupakan salah satu bentuk budaya Indonesia yang harus dijaga dan dilestarikan. Kue tradisional adalah wujud kue nusantara sebagai warisan para leluhur yang diajarkan secara turun-temurun (Lestari & Syarif, 2019). Sehingga kue tradisional harus tetap dilestarikan agar budaya Indonesia tetap terjaga, dengan cara menciptakan inovasi baik dari sisi bentuk, penyajian bahkan pemasaran agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Karena selama beberapa tahun terakhir perkembangan makanan

tradisional mengalami perubahan yang sangat drastis. Dimana makanan tradisional negara-negara lain seperti Korea, Jepang dan Italia menjadi lebih populer dan diminati oleh masyarakat dibandingkan dengan makanan tradisional Indonesia itu sendiri. Jika hal ini terus berlanjut maka kue tradisional daerah akan hilang dan dilupakan karena perkembangan kue tradisional negara lain.

UMKM merupakan salah satu jenis perusahaan yang peranan besar dalam pelestarian, pengembangan, dan pemasaran produk-produk kue tradisional. Meski menghadapi berbagai tantangan, peluang bagi UMKM di sektor ini sangat besar, terutama dengan adanya dukungan teknologi dan pasar yang semakin terbuka. Faktor penentu keberhasilan usaha industri kecil ditandai oleh beberapa hal, antara lain terkait pengemasan dan label produk, pemasaran dan pencatatan keuangan. Kualitas keseluruhan produk dan umur simpannya sangat dipengaruhi oleh pilihan pengemasan yang dipilih. Kualitas produk, keamanan, dan umur simpan produk ditingkatkan dengan kemasan yang tepat (Meliza, 2022). Selain itu, label yang informatif dan desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan daya tarik produk dan meningkatkan jangkauan pasar (Permatasari et al., 2023). Selain itu pengembangan pemasaran penting dilakukan oleh UMKM untuk memperluas pasar, terutama dengan memanfaatkan media sosial dalam pemasaran agar dapat mendorong pemasaran produk yang lebih luas dan lebih menekan marketing cost (Handika & Darma, 2018). Dan faktor lain yang tidak kalah penting yaitu terkait pencatatan keuangan, karena tidak adanya pencatatan yang dilakukan terhadap pengeluaran dan pemasukan uang maupun persediaan sehingga pemilik usaha tidak mengetahui secara pasti laba yang didapatkan dan tidak dapat memonitor perkembangan usahanya. Padahal, faktor kunci keberhasilan dan kesuksesan UMKM bergantung pada manajemen keuangan usaha (Savitri & Saifudin, 2018).

Salama merupakan salah satu kampung atau wilayah yang ada di Kota Bima, kampung ini terkenal dengan wilayah yang memproduksi dan menjual kue tradisional khas Bima sejak dulu. Dimana sepanjang jalan kampung Salama banyak masyarakat menjajakan kue tradisional di depan rumah masing-masing, mulai dari kue yang dibuat sendiri hingga kue yang dititipkan oleh pengusaha lainnya. Namun yang tidak berubah dari usaha ini adalah pengemasan yang masih menggunakan mika polos tanpa merek dan pemasaran yang dilakukan secara tradisional hanya di jual didepan rumah. Hal inilah yang menyebabkan jangkauan pasar produk terbatas, sulit bersaing dipasaran apalagi pasar modern. Kemasan yang unik dan tertera merek akan mencuri perhatian konsumen untuk memperhatikan produk dan kemudian akan mempertimbangkannya untuk membelinya. Bisa saja terjadi, seorang konsumen pada awalnya tidak mengetahui suatu produk, namun karena produk memiliki kemasan yang menarik maka menjadi tertarik dan membelinya. Atau konsumen yang lokasinya jauh dengan adanya penjualan secara online dapat membeli produk dengan mudah (Mulyani, Agustinus & Santoso, 2023). Karena hampir semua pengusaha UMKM banyak yang belum memisahkan keuangan rumah tangga dengan keuangan usaha yang dimiliki.

Pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat Pemula bermitra dengan Usaha Kue Tradisional kelompok Usaha Mekar oleh ibu Intan yang beralamatkan di Lingkungan Salama Kelurahan Nae Kecamatan Rasanae Barat Kota Bima Memulai usaha pada bulan juni tahun 2022 beranggotakan tujuh orang ibu rumah tangga memutuskan untuk bergabung karena ingin mambantu keuangan keluarga dan membantu suami. Pelaksanaan PKM dilakukan dengan memberikan Sosialisasi dan pelatihan terkait kemasan (packaging), pengelolaan keuangan serta pemanfaatan digital marketing untuk meningkatkan pemasaran kue tradisional pada wilayah salama Kota Bima.

II. MASALAH

Berdasarkan hasil kunjungan lapangan, wawancara dan pengamatan terhadap Mitra yaitu kelompok usaha kue tradisional Mekar kerap mengalami pasang surut bisnis. Permasalahan utama yang dihadapi adalah kemasan produk yang kurang menarik dan higienis sehingga menurunkan kualitas produk. Hampir semua kue tradisional yang di produksi hanya di jual didepan rumah masing-masing dengan pengemasan sederhana menggunakan plastik mika sehingga menyebabkan kue yang telah di bungkus lebih dari satu hari menjadi kurang renyah dan pada pengemasan tidak ditampilkan merek maupun informasi tambahan terkait produk yang di jual. Selain itu pengelolaan keuangan usaha juga menjadi salah satu masalah untuk keberlangsungan usaha, karena selama ini banyak usaha yang gulung tikar karena mengabaikan pengelolaan dan pelaporan keuangan usaha, begitu juga dengan usaha ini yang dari awal didirikan hingga sekarang belum pernah membuat laporan keuangan sederhana, bahkan belum memahami apa itu pembukuan sederhana. Dimana pengelolaan keuangan merupakan aspek yang sangat penting bagi

kemajuan perusahaan. Pengelolaan keuangan dapat dilakukan melalui akuntansi. Akuntansi merupakan proses sistematis untuk menghasilkan informasi keuangan yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan bagi penggunaannya (Abdallah, Z., Yunita, Sari, & Maryanto, 2021).



Gambar 1. Produk kue tradisional

Selain itu proses penjualan menjadi salah satu permasalahan yang dihadapi, karena penjualan dilakukan hanya di depan rumah dan kue tradisional identik dengan selera orang tua sehingga peminat kue ini tergolong sedikit dan proses penjualanpun menjadi sulit. Dengan demikian dapat diidentifikasi beberapa permasalahan terkait kelompok usaha kue tradisional antara lain pertama bidang penjualan karena pengemasan yang kurang bagus mengakibatkan kualitas produk menurun sehingga di butuhkan pemanfaatan teknologi untuk proses pengemasan, bidang keuangan dengan memberikan pelatihan dan pendampingan dalam membuat laporan keuangan berbasis sistem akuntansi UMKM, sedangkan bidang pemasaran memberikan pelatihan terkait pemasaran dengan memanfaatkan media *online* atau *Digital Marketing* dengan media sosial *facebook*, *Instagram* dan *Shopee*. Hal ini merupakan hilirisasi riset yang dilakukan oleh Ketua Pengusul dengan Memperkuat Pembelajaran Eksplorasi lewat pelatihan akan meningkatkan pengetahuan pembelajaran Tim sedangkan dengan memperluas jejaring Wirausaha salah satunya menggunakan Jejaring pemasaran dengan Pemasaran Digital di harapkan dapat meningkatkan kinerja UMKM di Kota Bima (Huda & Samsinirwani, 2019). Selain itu memanfaatkan inkubator bisnis yang disediakan oleh pemerintah maupun Lembaga lain akan mendukung pemasaran dan keberlangsungan usaha UMKM. Dimana proses dalam inkubator adalah inkubasi bisnis yaitu mekanisme untuk membantu mendukung perusahaan startup atau usaha baru untuk kelangsungan hidupnya dan pertumbuhan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif (Nurulrahmatiah & Munandar, 2023). Disamping itu ketua pengusul juga melakukan penelitian Literasi Keuangan dan Literasi Digital, hal ini sangat penting untuk di terapkan pada Pelaku UMKM sehingga dapat menunjang kinerja UMKM di Kota Bima (Huda, Pratiwi & Munandar, 2023).

III. METODE

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan di wilayah Salama Kota Bima dengan mitra kelompok usaha Mekar yang terdiri dari 8 ibu-ibu rumah tangga dengan memproduksi dua jenis kue tradisional khas Bima yaitu Tarakeli dan Birua. Berdasarkan permasalahan yang ada maka metode yang antara lain:

1. Tahap Perencanaan

Pada tahap ini solusi yang diusulkan adalah memberikan pengetahuan terkait pentingnya kualitas kemasan yang baik agar menghasilkan produk yang berkualitas dan pemberian label atau merek produk, pemanfaatan media sosial dalam mendukung pemasaran serta pentingnya pengelolaan keuangan dengan membuat catatan keuangan sederhana

2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan ini akan dilakukan sosialisasi, pelatihan dan dukungan terkait pengemasan dan pelabelan produk, penjualan secara digital serta membuat laporan keuangan sederhana.

3. Tahap Evaluasi

Pada tahap ini, evaluasi hasil mendukung pembuatan kemasan dan pelabelan, pemanfaatan media sosial serta pembukuan sederhana.

Metode pelaksanaan kegiatan ini menggunakan metode partisipasi, dimana masyarakat ikut serta dalam pengambilan keputusan mengenai perencanaan dan pelaksanaan program serta mampu berbagi manfaat dan mengevaluasi program (Sudiatmika et al., 2020).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program yang telah dilaksanakan sesuai dengan tahapan sebagaimana diuraikan pada bagian metodologi, telah menghasilkan beberapa hasil sebagai berikut:

1. Tahapan Perencanaan

Pada tahapan perencanaan Tim Pengabdian melakukan diskusi dengan mitra terkait permasalahan yang dihadapi dalam mengembangkan usaha kue tradisional, dimana mitra belum memahami bagaimana pengemasan yang baik beserta label, pemanfaatan media sosial dan pembukuan sederhana. Sehingga disepakati bahwa akan dilakukan kegiatan sosialisasi dan pelatihan untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat, yang akan dilakukan di kantor lurah Na'e dengan mengundang mitra dan pengusaha kue tradisional lainnya, dan pakar ekonomi dalam pengemasan, pemasaran serta pembukuan yang akan memberi materi serta berkoordinasi dengan pihak terkait.

2. Tahap Pelaksanaan

Pada Tahap pelaksanaan program ini terdapat 3 kegiatan sosialisasi dan pelatihan terkait peningkatan kualitas kemasan dan penggunaan alat penunjang pengemasan, yang kedua terkait Pembukuan dengan menggunakan sistim Akuntansi secara Offline, dan yang ketiga Digital Marketing. Pada saat pelaksanaan kegiatan ini di laksanakan secara tatap muka yang dilakukan di aula kantor lurah dan di lanjutkan di tempat usaha mitra.

a) Sosialisasi dan Pelatihan Peningkatan Kualitas Kemasan dan Alat Penunjang Pengemasan

Pentingnya mengetahui kemasan yang baik digunakan sesuai peroduk yang dihasilkan dan penggunaan alat penunjang sehingga dapat menghasilkan produk yang berkualitas. Dari yang pengemasan awal dalam bentuk mika menjadi kemasan standing pouch yang kedap udara sehingga produk bisa bertahan lebih lama dan kualitas produk tetap terjaga. Selain itu untuk menghasilkan produk yang mudah dikenali oleh konsumen maka kemasan harus diberi lebel atau merek serta informasi tambahan lainnya. Dari kegiatan ini dilakukan sosialisasi dan juga Tim PKM membantu mitra membuat label produk atau Brand Produk dengan harapan produk mitra bisa terkenal luas sehingga bisa menambah pendapatan. Dan agar produk dapat bertahan lama dan di pasarkan hingga keluar daerah maka dibutuhkan alat pengemasan penunjang berupa sealer maupun vacuum sealer.



Gambar 2. Sosialisasi dan Pelatihan Peningkatan Kualitas Kemasan dan Alat Penunjang Pengemasan



Gambar 3. Penyerahan Standing Pouch dan Sealer

b) Sosialisasi dan Pelatihan Pembukuan Menggunakan Aplikasi Akutansi

Selama ini mitra tidak pernah membuat pencatatan sederhana dimana setiap pendapatan yang di peroleh dari usaha akan digabung dengan keuangan pribadi. Sehingga hal ini menjadi salah satu penyebab usaha mitra tidak berkembang. Mitra juga belum memahami bagaimana cara membuat catatan keuangan sederhana yang baik, sehingga diperlukan pelatihan terkait pencatatan keuangan sederhana atau pembukuan sederhana. Kami dari tim pengabdian mempunyai inisiatif agar usaha mekar yang memproduksi kue khas tradisional Bima mampu membuat pencatatan keuangan sederhana mulai dari manual hingga menggunakan aplikasi. Diharapkan melalui pelatihan ini dapat memberikan pemahaman terkait dasar-dasar akuntansi yang kemudian mitra dapat membuat pencatatan keuangan sederhana secara mandiri.



Gambar 4. Sosialisasi dan Pelatihan Pembukuan

c) Sosialisasi dan Pelatihan *Digital Marketing*

Pada Pelatihan Digital Marketing memaparkan pentingnya pemasaran Digital dengan memberikan pelatihan terkait pemasaran Online menggunakan media facebook, IG, dan memberikan pelatihan dan pengetahuan bagaimana cara mengambil gambar, cara mengambil video, cara membuat konten yang baik agar bisa maksimal dalam hal promosi di samping itu kami membuat media sosial yang digunakan untuk menjual produk secara online dan bisa terkenal luas sehingga bisa menambah pendapatan mitra.



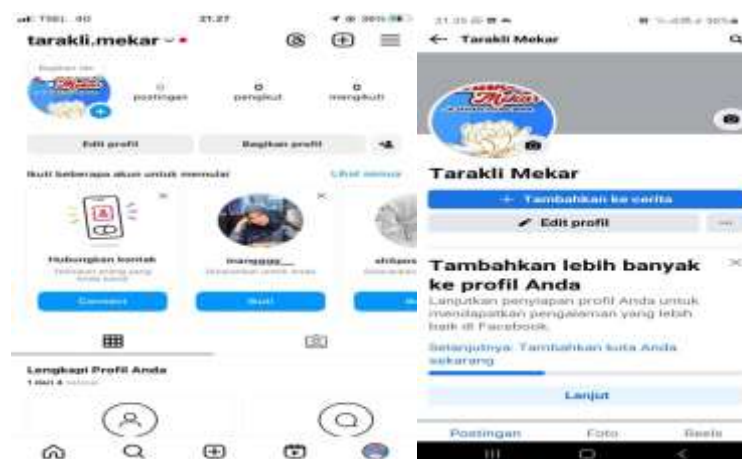
Gambar 5. Sosialisasi dan Pelatihan Digital Marketing

3. Tahap Evaluasi

Pada Tahap evaluasi dilakukan pendampingan terkait pembuatan kemasan dan lebel produk, pembuatan media sosial untuk mitra agar dapat memanfaatkan media sosial dalam melakukan pemasaran serta mendampingi dalam melakukan pencatatan sederhana dengan memanfaatkan sistem Akuntansi secara Offline.



Gambar 6. Produk Kengan Lebel dan Kemasan Baru



Gambar 7. Sosial Media Mitra

V. KESIMPULAN

Pelaksanaan Kegiatan pengabdian kepada masyarakat secara umum berjalan lancar. Dengan adanya program tersebut dapat memberikan wawasan tambahan bagi mitra dan peserta mengenai pemilihan dan penggunaan kemasan yang baik serta pelaku UMKM juga mendapatkan pengetahuan dasar tentang label sebagai informasi tentang produk yang dipasarkan. Selain itu dengan adanya pengabdian ini mitra dapat memanfaatkan media sosial untuk penjualan hingga memiliki akun media sosial untuk antara lain IG dan facebook untuk memasarkan produk secara online. Dan mendapatkan wawasan terkait pembukuan sederhana sehingga menjadi lebih efektif dan efisien dalam melakukan kegiatan usaha nya dalam bidang produksi dan tata kelola keuangan yang dilakukan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Riset dan Teknologi yang telah mendanai kegiatan ini sehingga apa yang menjadi keinginan kami dapat terlaksana dan Terimakasih juga kami ucapkan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima yang sudah memberikan dukungan Penuh terhadap Pelaksanaan Kegiatan Hibah Pengabdian Masyarakat Pemula, dan kami ucapkan terimakasih kepada Pihak Kelurahan Na'e yang sudah memberikan Ruang untuk pelaksanaan kegiatan dan Ucaph Terimakasih kepada Mitra hibah pengabdian masyarakat dan Masyarakat kelurahan Na'e Kota Bima sehingga dapat meningkatkan pendapatan mitra.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdallah, Z., Yunita, P., Sari, A. E., & Maryanto, M. 2021. "Peningkatan Kualitas Produk Melalui Implementasi Teknologi Kreatif Usaha Tauge". Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai Tahun 2021. Vol 2 No1 (Hal 49-56). Kota: Bandar Lampung.
- Handika, M. R., & Darma, G. S. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Undiknas*, 15(2), 192–203.
- Huda, Nurul, & Samsinirwani (2019) Pengembangan Jejaring Wirausaha Dalam Meningkatkan Kinerja Unit Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Bima. *Jurnal Distribusi Unram*, 251-260.
- Huda, Nurul, A. Pratiwi & A. Munandar (2023) Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital Terhadap Kinerja UMKM Kota Bima. *Jurnal Bisnit Net* 2722-3574.
- Lestari, H., & Syarif, W. (2019). Inventarisasi Jenis Dan Resep Kue Tradisional Di Kabupaten Empat Lawang Provinsi Sumatera Selatan. *Jurnal Kapita Selekta Geografi*, 2(2), 124–137.
- Meliza, M. (2022). Pelatihan Pengemasan Produk Sebagai Strategi Pemasaran Ikan Nila Desa Degayu Pekalongan Utara. *Jurnal Abdi Panca Marga*, 3(2), 51–54.
- Mulyani, N., Agustinus, E., & Santoso, B. T. (2023). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran dan Pengembangan Produk Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) di Kota Tangerang Selatan. *Dedikasi PKM*, 4(1), 564938.

- Nurulrahmatiah, N., & Munandar, A. (2023). Program Inkubasi Usaha Pemula Mahasiswa Melalui Inkubator Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ceria (JPkMC)*, 1(1), 44-48.
- Permatasari, I., Sartika, D., Saluza, I., & Roswaty, R. (2023). Strategi Produk Dengan Pelatihan Pengemasan Produk Pada Kelompok Usaha Keripik Singkong Rk. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 7(1), 1–6.
- Savitri, R. V., & Saifudin. (2018). Pencatatan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Pada Umkm Mr. Pelangi Semarang) Keywords: accounting records, UMKM Kata Kunci: Pencatatan Akuntansi, UMKM Corresponding author: *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 5(2), 117–125.
- Sudiatmika, I. B. K., Fredlina, K. Q., & Astawa, N. L. P. N. S. P. (2020). Pelatihan Keterampilan Dasar Komputer dan Teknologi Informasi Di Sekolah Dasar Negeri 3 Munduk. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(2), 270–275.