

Assistance with Simple Bookkeeping Concepts and Marketing Strategy Innovation as Steps for Sustainability of UMKM "Gelora" Dumpling Skin Noodle Factory, Sidorahayu Village

Pendampingan Konsep Pembukuan Sederhana Dan Inovasi Strategi Marketing Sebagai Langkah Keberlanjutan UMKM Pabrik Mie Kulit Pangsit "Gelora" Desa Sidorahayu

Khafid Nurcahyadi^{1*}, Rifky Zahrul Aprilian², Ahamad Hamman Almaas³, Aliyuddin Alhuda⁴

¹Akuntansi, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

²Perbankan Syariah, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

³Sastra Inggris, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

⁴Arsitektur, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Jl. Gajayana No. 50, Diyono, Lowokwaru, Malang 65144, Indonesia

**email: hafidnccahyadi11@gmail.com*

Article History

Received: 25/01/2024

Reviewed: 28/11/2024

Accepted: 25/12/2024

Published: 31/12/2024

Key Words

Micro Business,
Bookkeeping, Marketing
Strategy

Abstract: This research was conducted at the UMKM noodle and dumpling skin factory "Gelora" Sidorahayu Village, Wagir District. The purpose of writing this article is to find out the impact that thUMKM noodle and dumpling skin factory "Gelora" had after receiving socialization on simple bookkeeping including cash in and out reports, profit and loss reports, and marketing strategy assistance including product photos, product price list designs and business logo designs. initiated by the 213 KKM UIN Maulana Malik Ibrahim Malang group, Sidorahayu Village. The author found that the owner only carried out rough and unsystematic calculations regarding cash inflow and outflow and calculated product selling prices. The same thing also happened with the marketing strategy carried out by the owner which was less than optimal in implementing an effective marketing strategy to increase sales volume. The author hopes that after this socialization process, the owner will be able to implement a better and more systematic bookkeeping system and a marketing strategy suitable for the business base and the sustainability of this UMKM business.

PENDAHULUAN

Perkembangan dan Pembangunan suatu negara bisa ditinjau dari banyak hal, salah satunya adalah sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). UMKM adalah salah satu jenis usaha kecil yang sangat berperan dalam peningkatan dan

pertumbuhan perekonomian masyarakat karena mereka memiliki kemampuan untuk bertahan dalam situasi apa pun untuk mencapai kesejahteraan masyarakat. Saat krisis moneter tahun 1998 terjadi, UMKM terbukti menunjukkan respon positif dan cenderung kuat. Banyak usaha besar

berjatuhan, tetapi UMKM tetap bertahan dan bahkan dapat pertumbuh lebih banyak. Karena peran besar UMKM dalam menopang perekonomian suatu negara, keberadaan UMKM sangat diharapkan oleh suatu negara. Ini karena perannya yang penting dalam perkembangan dan kemajuan ekonomi untuk mencapai kesejahteraan masyarakat. Usaha di sektor UMKM dapat mengurangi pengangguran dengan menyerap pekerja yang siap bekerja tetapi belum memiliki pekerjaan. (Salman Al Farisi, 2022).

Untuk itu, pemberdayaan UMKM perlu ditetapkan sebagai suatu sinergi pengembangan yang progresif mengingat peran umkm yang mendominasi secara garis besar perekonomian negara, langkah kongkrit yang dapat diambil adalah dengan melalui pengembangan pranata kelembagaan UMKM, pengembangan dan pembangunan berkelanjutan lembaga keuangan mikro dan mendorong pengembangan industry lokal pedesaan. (Husada Putra, 2016). Di desa Sidorahayu tepatnya di dusun Niwen terdapat UMKM yang bergerak pada industri manufaktur dengan memproduksi mie dan juga kulit pangsit dengan nama "Gelora" industri rumahan ini di dirikan oleh sepasang suami istri. Bu ima adalah pemilik usaha mie pangsit cap "Gelora", pada awalnya ayah bu ima adalah perintis mie pangsit cap "Gelora". Pada awalnya ayah bu Ima bekerja di Depot Gang Jangkrik milik saudara ayah bu Ima, dari Depot tersebut Ayah bu Ima belajar membuat mie bersama saudara-saudara yang lain. Dalam usaha mie tersebut mereka bekerjasama sampai akhirnya bisa membuat usaha mie masing-masing. Setelah berjalanya waktu, ayah bu Ima Akhirnya menurunkan ke kakak dan suami bu Ima. Sampai usaha

mie ini berkembang hingga sampai sekranag menjadi mie pangsit cap "Gelora".

METODE PENGABDIAN

Penelitian kualitatif deskriptif digunakan dalam artikel ini. Metode penelitian kualitatif lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam tentang suatu masalah atau masalah daripada melihat masalah untuk digeneralisasikan. Penulis memilih metode ini karena ingin menyajikan gambaran lengkap tentang suatu peristiwa atau ingin mengekspos dan mengklarifikasi fenomena yang terjadi dengan memberikan penjelasan tentang beberapa variabel yang berkaitan dengan masalah yang diteliti di lapangan. Penelitian deskriptif, di sisi lain, adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena saat ini, baik alamiah maupun buatan manusia. Bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan fenomena dapat termasuk dalam kategori ini. (Rusandi & Muhammad Rusli, 2021) Data yang kita dapatkan berupa data primer dengan metode wawancara dengan pemilik usaha dan juga data skunder berupa jurnal jurnal, referensi, dan artikel yang relevan dengan pembahasan dan mendukung fakta-fakta lapangan yang diuji untuk memperkuat fenomena yang terjadi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Telaah Permasalahan UMKM

Dalam peroses operasioanl suatu entitas bisnis baik bisnis dengan skala besar maupun kecil pasti akan menghadapi kendala yang merupakan konsekuensi dalam dunia bisnis, kendala yang terjadi harus dibarengi dengan penanganan yang memadai namun dalam beberapa kasus,

permasalahan tersebut malah membuat bisnis semakin menunjukkan trend penurunan dan berpotensi mengalami kebangkrutan apalagi pada bisnis berskala kecil atau biasa di sebut UMKM. Secara garis besar Permasalahan yang ada pada UMKM antara lain kurangnya kualitas sumber daya manusia , permasalahan berupa lingkungan investasi dan usaha yang kurang baik , kurangnya bimbingan dan pembinaan dari pemangku kepentingan; kurangnya teknologi, kurangnya sumber daya modal, masih mengalami kendala karena pengelolaannya yang masih tradisional, infrastruktur yang belum memadai, kesulitan mendapatkan bahan baku, kesulitan mendapatkan izin usaha atau badan hukum, dan kesulitan memasarkan produk manufaktur. Tantangan yang masih dihadapi UMKM nampaknya perlu segera diatasi melalui serangkaian strategi dan kebijakan yang tepat, komprehensif dan berkelanjutan.(Amri, 2015)

Faktor financial dan marketing menjadi fokus permasalahan pada pembahsan kali ini karena merupakan masalah fundamental yang dihadapi oleh berbagai unit entitas bisnis yang mana pencatatan keuangan sangat penting dan harus melakukan pencatatan keuangan sebagai laporan transaksi yang terjadi dalam periode harian, mingguan, dan bulanan. Hasil pencatatan transaksi akan menjadi laporan keuangan bagi UMKM, dan laporan keuangan dapat menjadi acuan untuk mengetahui kondisi UMKM yang sedang dijalankan. (Fuadi et al., 2021). Peran pencatatan keuangan adalah untuk mencatat transaksi-transaksi yang telah terjadi, menghindari aspek-aspek yang tidak diinginkan dalam menjalankan usaha, dan untuk mengajukan pinjaman ke bank seiring dengan kemajuan usaha dan diperlukan dana tambahan

diperlukan pihak eksternal dan bank melihat laporan keuangan perusahaan, Oleh karena itu, UMKM perlu mencatat dengan cermat laporan keuangan berkala sejak pertama kali memulai usahanya.(Febriyanto, 2019).

Strategi pemasaran juga sangat penting bagi suatu usaha untuk bisa diterapkan secara maksimal karena dampaknya adalah kenaikan volume penjualan yang signifikan apabila dapat terealisasi dengan baik Menentukan strategi pemasaran yang tepat merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu entitas bisnis. dimulai mulai dengan mengetahui target pasar. Target pasar adalah kelompok orang yang akan membeli produk. Umumnya, target pasar memiliki karakteristik yang sama dalam hal kebiasaan, demografi, dan lainnya. Memaksimalkan target pasar memungkinkan promosi Anda mencapai sasaran yang tepat, menciptakan peluang untuk mengurangi biaya promosi karena tidak perlu menjalankan promosi secara terus-menerus.

Setelah melakukan diskusi dengan Ibu Ima selaku pemilik dari UMKM produksi mie dan kulit pangsit di desa Sidorahayu kecamatan Wagir, ada beberapa kendala pengelolaan keuangan dan juga strategi pemasaran yang dihadapi oleh beliau selama proses berjalannya usaha tersebut, permasalahan-permasalahan tersebut timbul atas berbagai faktor baik internal maupun eksternal usaha berikut beberapa permasalahan yang dihadapi :

1. Manajemen Kas

Kas yang diterima oleh perusahaan baik dari pelunasan hutang, hasil penjualan dan juga pendapatan lain-lain masih belum dikelola dengan baik dan tidak ada pembukuan sistematis. “Kadang malah pengeluarannya lebih besar mas daripada seluruh pendapatan yang saya dapatkan”

tutur Ibu Ima. Hal ini disebabkan pembukuan kas dan pengelolannya tidak dijalankan secara berkelanjutan karena kesibukan sang owner yang ikut serta dalam operasional usahanya. “ kadang tidak sempat mas mau nyatat pengeluaran dan pemasukan karena saya juga ikut menangani customer dan menjaga anak “ tambahnya.

2. Pengeluaran Operasional Yang Kadang Terlalu Tinggi

Ibu Ima selaku owner menerangkan “Kadang harga tepung itu mahal mas, ya naik turun gitu jadi kadang kita ga bisa bersaing dengan kompetitor yang menjual produk yang sama dengan harga miring”, hal ini menyebabkan turunnya kapasitas penjualan ketika harga bahan baku semakin naik ataupun kenaikan harga pada sektor biaya lainnya.

3. Persaingan Pasar Yang Ketat

Tidak dipungkiri dalam usaha bidang mie dan pangsit juga memiliki pesaing yang bisa dibilang sangat banyak. Persaingan harga di pasar sudah menjadi kebiasaan yang dilakukan oleh Ibu Ima. Ibu Ima sampai pernah menurunkan harga produknya di bawah harga pasaran. Hal tersebut dilakukan oleh Ibu Ima untuk produknya agar bisa bertahan di pasar yang sangat ketat tersebut.

4. Kurangnya Pemahaman Terkait Pengelolaan Keuangan

Karena keterbatasan pengetahuan terkait pengelolaan keuangan dan pembukuan sederhana menyebabkan kondisi keuangan usaha menjadi kurang maksimal dan diperparah dengan beban biaya yang tidak sesuai dan mengakibatkan

5. Teknologi Yang Kurang Memadai

Industri mie dan kulit pangsit ini masih memiliki keterbatasan teknologi. Industri ini sedang mengalami perkembangan yang signifikan, meskipun kemajuan

teknologinya masih terbilang terbatas. Sebagai ilustrasi, perusahaan belum memanfaatkan Google Maps (gmaps) sebagai alat navigasi atau peta digital untuk membantu pelanggan menemukan lokasi bisnis mereka dengan lebih mudah. Teknologi seperti ini dapat meningkatkan daya saing dan kenyamanan pelanggan. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan integrasi teknologi yang lebih canggih seiring dengan kemajuan bisnis ini untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik.

6. Perubahan Permintaan

Perubahan permintaan merupakan fenomena umum yang sering dialami oleh usaha-usaha, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Dinamika dalam selera konsumen, tren makanan, dan faktor-faktor ekonomi dapat berkontribusi terhadap fluktuasi dalam permintaan. Ibu Ima sebagai owner mie pangsit cap Gelora sudah sering sekali mengalami hal ini. Barang yang terlanjur diproduksi harus mengganti dengan permintaan yang berbeda. Hal tersebut membuat Ibu Ima harus memutar otak untuk menyalurkan produk yang tidak jadi dipakai.

7. Kurangnya Pengetahuan Pemasaran Digital
Bisnis mie pangsit dapat menghadapi tantangan besar jika mereka tidak memahami pemasaran digital. Dalam era internet saat ini, keberadaan online sangat penting untuk meningkatkan visibilitas dan menjangkau lebih banyak konsumen potensial. Berikut ini adalah beberapa hal yang perlu diperhatikan tentang kegagalan pemasaran digital. Kurangnya pemahaman dapat menghambat perkembangan usaha ini. Karena bagaimanapun juga perkembangan zaman adalah hal yang tidak bisa dihindari dan harus diikuti. Oleh karena itu pemasaran digital sangat

diperlukan agar usaha lebih efektif dan jaulkan pasar akan menjadi sangat luas.

Sosialisasi dan Pendampingan UMKM

Dengan berbagai problematika yang dihadapi oleh UMKM pabrik mie dan kulit pangsit “Gelora” Desa Sidorahayu, kami dari KKM 213 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang pada hari Senin, 22 Januari 2024 melakukan program sosialisasi pembukuan sederhana yang mana meliputi laporan cash flow, laporan laba rugi format sederhana dan membantu memaksimalkan foto produk dan design pricelist yang akan di tempelkan di depan toko.



Gambar 1: Proses foto produk UMKM

sumber : dokumentasi tim KKM 213

Laporan cash flow terdiri dari 4 kolom dengan rincian kolom pertama merupakan tanggal, kolom kedua berisikan keterangan dari transaksi yang terjadi, kolom ketiga berisikan saldo pemasukan pada tanggal transaksi dan kolom terakhir berisikan saldo pengeluaran, yang mana pada akhir bulan akan menjadi saldo akhir pemasukan dan saldo akhir pengeluaran, hal ini dapat mempermudah umkm untuk bisa melihat progres kondisi keuangan usahanya agar apabila terjadi defisit pembiayaan memungkinkan owner bisa menyusun

langkah prefentif pada periode selanjutnya, metode penyampaian sosialisasi dengan mendeskripsikan secara singkat fungsi laporan cash flow dan dengan mencoba mengisi kolom kolom dengan panduan dari anggota kelompok KKM 213 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, representasi pembiayaan dan perhitungan secara kasar yang dilakukan oleh pemilik bisa di perbaiki secara sistematis dengan adanya pelaporan sederhana.



Gambar 2: Sosialisasi pembukuan UMKM

sumber : dokumentasi tim KKM 213

Selanjutnya, Laporan Laba Rugi juga kami presentasikan kepada pemilik untuk bisa menggolongkan biaya biaya yang timbul dari proses produksi agar pengakuan beban tidak overstate/understate selama masa tanggal neraca Pencatatan pendapatan merupakan hal pertama yang harus dilakukan dalam proses penentuan laba rugi suatu entitas bisnis, hal ini akan berbeda apabila perusahaan memiliki bauran produk yang beragam dan diferensiasi produk yang mana cara mengitung seluruh penapatan yang dialokasikan ke produk yang berbeda beda dan menjumlahkan nominal seluruhnya yang nantinya akan di kurangi dengan beban operasioanl dan beban

lainnya yang akan menghasilkan laba bersih sebelum pajak.

Gambar 3: Dokumentasi dengan pemilik usaha

sumber : dokumentasi tim KKM 213



Hasil dari penelitian ini diharapkan dengan adanya sosialisasi pembukuan dan juga pendampingan strategi marketing UMKM mie dan kulit pangsit "Gelora" bisa mulai mengaplikasikan pembukuan sederhana karena aspek utama dalam bisnis adalah keuangan yang sehat dan keandalan informasi, namun tidak hanya itu ditinjau dari strategi marketing seperti memaksimalkan digital marketing dan juga design dan foto produk yang baik pula dan inovasi di berbagai aspek akan semakin memaksimalkan keberlanjutan keuangan dan juga usaha secara agregat.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM pabrik mie dan kulit pangsit "Gelora" di Desa Sidorahayu menghadapi berbagai tantangan dalam manajemen keuangan dan pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik usaha kurang melakukan perhitungan kas secara sistematis dan strategi pemasaran yang kurang efektif. Selain itu, UMKM ini juga menghadapi masalah dalam manajemen kas, pengeluaran operasional yang tinggi, persaingan pasar yang ketat, kurangnya pemahaman tentang

pengelolaan keuangan, dan teknologi yang kurang memadai.

Perubahan permintaan dan kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital juga menjadi tantangan bagi bisnis ini. Melalui sosialisasi pembukuan sederhana dan pendampingan strategi pemasaran, diharapkan bahwa UMKM ini dapat mengatasi tantangan tersebut dan meningkatkan keberlanjutan usahanya secara keseluruhan. Diharapkan bahwa setelah sosialisasi ini, pemilik usaha dapat menerapkan sistem pembukuan yang lebih baik dan strategi pemasaran yang cocok untuk keberlanjutan usaha UMKM ini.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyoroti pentingnya sosialisasi pembukuan sederhana dan pendampingan strategi pemasaran bagi UMKM dalam mengatasi tantangan manajemen keuangan dan pemasaran. Dengan adanya bantuan dan pendampingan, diharapkan UMKM pabrik mie dan kulit pangsit "Gelora" dapat meningkatkan kinerja keuangan dan pemasaran mereka, serta memperkuat keberlanjutan usaha mereka di pasar yang kompetitif.

Referensi

Amri, F. (2015). Permasalahan UMKM: Strategi Dan Kebijakan. Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Paper Pluralisme Dalam Ekonomi Dan Pendidikan, 1(9), 368-380.

Febriyanto. (2019). Pemanfaatan Informasi Keuangan dan Akses Pembiayaan Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Jurnal Ilmiah Akuntansi ..., 9(2), 147-160. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJA/article/view/21010>

Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1-13. <https://doi.org/10.21831/diklus.v5i1.37122>

Husada Putra, A. (2016). Peran UMKM dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi Oktober*, 5(2), 40-52.

Rusandi, & Muhammad Rusli. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48-60. <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>

Salman Al Farisi. (2022). Dalam Meningkatkan Kesejahteraan. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73-84.