

UPAYA MENINGKATKAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA OLBI KREASI

Tamy Ali January¹, Memlinda Rahman², Abdul Ahmad Hafidh Nurmansyah³

¹²Fakultas Ekonomi, Universitas Langlangbuana

³Fakultas Ekonomi, Universitas Jendral Ahmad Yani

¹tamy.january11@gmail.com, ²melindarahman2018@gmail.com,

³abdul.ahmad@lecture.unjani.ac.id

Abstract

In the era of rapid development of digital technology as it is today, marketing activities and business book keeping can be done digitally. In preparing financial statements that have limitations in financial recording. We conduct training on how to increase sales with digital marketing and the use of the "buku kas" Application for Compiling Financial Statements via online zoom. The "buku kas" application is one of the bookkeeping applications available on Android and IOS. After implementing digital marketing, partners can reach more potential consumers. The 'buku kas' application has also succeeded in making partners prepare financial reports faster and easier..

Keywords: *book keeping, financial reports, digital marketing*

Abstrak

Di era pesatnya perkembangan teknologi digital seperti saat ini, kegiatan pemasaran dan pembukuan usaha dapat dilakukan berbasis digital. Dalam menyusun laporan keuangan yang memiliki keterbatasan dalam pencatatan keuangan. Kami mengadakan pelatihan mengenai cara meningkatkan penjualan dengan pemasaran digital dan penggunaan aplikasi 'Buku Kas' untuk penyusunan laporan keuangan melalui zoom secara online. Aplikasi Buku Kas merupakan salah satu aplikasi pembukuan yang tersedia di android dan IOS. Setelah menerapkan pemasaran digital, mitra dapat menjangkau lebih banyak calon konsumen, Aplikasi 'Buku Kas' juga berhasil membuat mitra menyusun laporan keuangan lebih cepat dan mudah.

Kata kunci: *pembukuan, laporan keuangan, pemasaran digital*

PENDAHULUAN

Pandemik covid-19 merupakan kondisi yang tidak dapat dihindari pada saat ini. Kondisi pandemik tidak hanya memberikan efek pada kesehatan, namun juga pada perekonomian. Salah satu objek yang terkena dampak adalah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). UMKM pada industri makanan mendapatkan efek yang besar, karena kondisi pandemik ini menghadirkan stigma bahwa mengkonsumsi makanan hasil olahan sendiri akan lebih baik, karena kebersihannya dinilai lebih terjaga. Dengan kondisi tersebut UMKM industri makanan perlu membuat strategi agar bisa bertahan dalam dunia bisnis. Salah satu industri makanan tersebut adalah UMKM yang memproduksi bolu, roti dan kue. Makanan yang dianggap sebagai

kebutuhan sekunder ini harus memiliki strategi baik dalam hal pemasaran maupun keuangan untuk tetap bertahan.

UMKM perlu memperbesar peluang di bidang pemasaran dengan cara memperluas pasar, dalam hal keuangan UMKM perlu membuat strategi dalam pengelolaan keuangan, baik untuk modal kerja, kas, dan investasi. Rencana kegiatan program pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelatihan dan pendampingan manajemen pemasaran, terutama fokus pada perluasan pasar, seperti merekrut distributor produk atau pihak ketiga yang berperan sebagai reseller. Selain itu juga perluasan pasar dapat dilakukan pemasaran online, agar produk dapat dikenal lebih luas, sehingga konsumen bukan hanya berasal dari satu daerah tertentu saja namun bisa berasal dari seluruh daerah

di Indonesia.

Dalam hal pendistribusian produk, perlu juga dibuat perencanaan untuk pengiriman produk. Untuk mencapai kinerja pendistribusian produk yang baik tim akan membantu UMKM untuk membuat metode pengiriman barang, dan merekomendasikan provider pengiriman barang. Hal lain yang tidak kalah penting nya adalah pendampingan terkait manajemen keuangan.

Pendampingan manajemen keuangan terdiri dari pengelolaan kas, modal kerja dan investasi, termasuk diantaranya adalah penentuan harga pokok produk, sehingga UMKM dapat memutuskan biaya yang tepat dalam setiap produksinya. Diharapkan dengan adanya perluasan pasar dan kemampuan pengelolaan keuangan, UMKM dapat mempertahankan bisnis nya baik didalam maupun diluar masa pandemik covid-19.

Kegiatan utama yang dilakukan selama pengabdian kepada masyarakat (PKM) berlangsung diantaranya adalah berupa pelatihan dan pendampingan bagi mitra dalam rangka meningkatkan keahlian di bidang pemasaran, pencatatan keuangan, dan penentuan HPP.

UMKM yang menjadi objek PKM adalah Olbi Kreasi. UMKM ini berdiri sejak tahun 2010. Saat ini Olbi Kreasi memproduksi ubi kremes yang terbuat dari ubi. Operasional usaha ini dijalankan oleh suami dan istri. Saat pandemik ini omset Olbi kreasi berkurang 40%.

Dalam menjalankan bisnisnya, Olbi Kreasi memiliki beberapa saluran pemasaran, yakni reseller yang memiliki toko dan Perorangan . Beberapa toko yang menjadi reseller berada di wilayah Cimahi dan Bandung. Saat ini reseller Olbi Kreasi berjumlah tiga toko dan empat orang (bukan toko).

Olbi Kreasi memiliki kemampuan produksi dalam sehari 100 pack ukuran kecil atau sekitar 900 sampai 1.000 butir ubi kremes. Persoalan yang dihadapi Olbi Kreasi saat ini adalah beberapa hal terkait manajemen pemasaran, manajemen keuangan, dan manajemen produksi. Dalam hal pemasaran, masalah yang dihadapi Olbi

Kreasi yaitu masih terbatas nya jangkauan pemasaran produk dikarenakan hanya mengandalkan penjualan offline, sehingga kami arahkan untuk dapat melakukan penjualan secara online dan offline. Menurut Nurpratama dkk (2020) kemajuan teknologi internet membawa peluang ke dunia digital dengan komunikasi dan pasar baru, bahkan pemasaran jaringan tanpa batas ke dunia bisnis.

Dalam hal manajemen keuangan, Olbi Kreasi memiliki masalah berkaitan dengan penentuan harga pokok produksi (HPP), pengelolaan kas dan laporan keuangan. Menurut Septiana A (2018), penyebab kenaikan HPP sangat perlu diketahui para pelaku usaha, karena dengan mengetahui penyebab kenaikan HPP, pelaku usaha dapat beradaptasi dengan harga jual dan biaya lainnya.

Dalam hal manajemen produksi, Olbi Kreasi memiliki masalah yaitu kekurangan alat produksi. Menurut Murdianto dkk (2020) sarana produksi memegang peranan penting untuk menentukan kuantitas dan harga dari sebuah produk atau jasa yang dihasilkan oleh pengusaha. Dengan peralatan produksi yang lengkap, UMKM dapat menaikkan volume produksi dengan waktu yang lebih efisien.

Dampak dari beberapa persoalan yang sudah disebutkan diatas adalah bahwa Olbi Kreasi tidak memiliki segmen pasar yang luas, biaya HPP yang cukup tinggi, tidak dapat menghasilkan produk dengan waktu yang efisien, dan tidak bisa mengevaluasi perkembangan bisnisnya.

Berikut permasalahan dan solusi yang dapat kami berikan kepada mitra dalam bentuk tabel berikut.

No .	Permasalahan	Solusi	Hasil
1.	Kekurangan reseller.	Penambahan 3 reseller toko dan 4 reseller perorangan.	Peningkatan penjualan
2.	Pemasaran online yang belum optimal.	Pelatihan dan pendampingan pemasaran online.	Produk Olbi kreasi akan dikenal lebih luas.
3.	Kekuran alat produksi.	Bantuan untukmembeli kan alat produksi	Olbi kreasi akan lebih fokus pada saat produksi dan tidak akan

No	Permasalahan	Solusi	Hasil
		berupa kompor.	terganggu oleh kebutuhan konsumsi pribadi.
4.	Belum maksimal penentuan HPP.	Diberikan bantuan menghitung HPP, termasuk pelatihan dan pendampingan penentuan HPP	Olbi kreasi dapat menentukan harga jual yang tepat dengan mempertimbangkan biaya produksi yang telah diketahui.
5.	Belum mahirnya pengelolaan kas dan laporan keuangan.	Diberikan pelatihan dan pendampingan cara membuat laporan kas dengan metode manual dan digital atau menggunakan aplikasi. Disamping itu, diberikan pula pelatihan dan pendampingan pembuatan laporan keuangan.	Olbi kreasi akan dalam pengelola kas dengan baik, sehingga bisa membuat keputusan untuk perkembangan bisnisnya.

METODE

Tahapan dalam merealisasikan solusi yang sudah kami uraikan di atas berdasarkan permasalahan berikut:

Permasalahan dalam bidang akuntansi:

1. Mitra mengalami kesulitan dalam menentukan HPP (harga pokok penjualan) sehingga meskipun penjualan sudah cukup banyak tetapi income yang didapat tidak sesuai dengan yang diharapkan.

Metode atau langkah-langkah yang harus dilaksanakan agar solusi yang sudah diuraikan dapat tercapai adalah:

- a. Memberi pemahaman kepada mitra mengenai HPP, dan komponen apa saja yang harus dilibatkan dalam menghitung HPP.
- b. Mitra akan dibimbing untuk menentukan komponen apa saja dalam pembuatan kremes ubi yang harus dilibatkan dalam menghitung HPP berdasarkan teori mengenai HPP yang sudah diberikan kepada mitra.

- c. Mitra akan dibimbing untuk menghitung nilai HPP, setelah mitra mengetahui komponen apa saja yang harus dilibatkan dalam menghitung HPP, sehingga mitra sudah mengetahui HPP yang dikeluarkan untuk produksi kremes ubi dan dapat menentukan persentase keuntungan secara benar dan realistis.

2. Mitra mengalami kesulitan dalam pengelolaan kas, mitra kesulitan dalam memisahkan keuangan pribadi dan keuangan hasil usaha yang sedang dirintisnya, masalah tersebut timbul karena mitra masih menulis pencatatan keuangan di buku kas manual sehingga kemungkinan untuk lupa dalam mencatat dan inkonsisten dalam melaksanakan pencatatan sangat mungkin terjadi.

Pembukuan ini akan mencatat pengeluaran serta pemasukan dari usaha yang mitra lakukan. Pembukuan akan dibedakan menjadi dua, yaitu pembukuan pribadi dan pembukuan dalam usaha yang sedang dirintis. Adapun untuk penyimpanan uang pribadi dan uang untuk usaha pun dipisahkan, sehingga arus kas dari bisnis mitra dapat diketahui dengan jelas. Hal ini dapat memudahkan mitra untuk menganalisis bisnis, dan untuk pengambilan keputusan keuangan. Metode atau langkah-langkah yang harus dilaksanakan agar solusi yang sudah diuraikan dapat tercapai adalah:

- a. Memberi pemahaman pentingnya memisahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha.
- b. Menjelaskan cara mencatat keuangan pribadi dan keuangan bisnis
- c. Memberikan penjelasan mengenai aplikasi pembukuan untuk bisnis
- d. Memberikan tutorial penggunaan aplikasi
- e. Membuat 3 tancapan di dinding yang terdiri, tancapan 1 untuk menaruh bukti transaksi pemasukan, tancapan 2 bukti transaksi

pengeluaran, tancapan 3 hutang yang harus dibayar.

3. Mitra mengalami kesulitan dalam membuat laporan keuangan, mitra tidak pernah membuat laporan keuangan untuk bisnis nya sehingga meskipun jumlah penjualan sudah cukup banyak, mitra tidak pernah mengetahui berapa laba atau rugi yang didapat selama menjalankan usaha nya.
4. Metode atau langkah-langkah yang harus dilaksanakan agar solusi yang sudah diuraikan dapat tercapai adalah:
 - a. Memberikan pemahaman pentingnya membuat laporan keuangan dalam sebuah usaha.
 - b. Memberikan pemahaman mengenai laporan keuangan sederhana
 - c. Menjelaskan cara membuat laporan keuangan sederhana
 - d. Mendampingi mitra dalam proses membuat laporan keuangan sederhana hingga mitra dapat membuat laporan keuangan nya sendiri.

Dari permasalahan yang dialami oleh mitra, maka pengabdian merancang program untuk dapat membantu mitra menemukan solusi atas setiap masalah yang dialami. Selanjutnya mitra akan berpartisipasi dalam melaksanakan program dari pengabdian guna mencapai solusi yang sudah diuraikan diatas. Berikut ini partisipasi yang dilakukan oleh mitra:

- a. Menentukan klasifikasi reseller yang akan direkrut
- b. Mengevaluasi reseller
- c. Mitra mengaplikasikan materi pemasaran online di media sosial
- d. Mitra memberikan informasi mengenai spesifikasi alat produksi yang dibutuhkan.
- e. Mitra memberikan informasi mengenai bahan-bahan dan harga produksi.
- f. Mitra memberikan informasi mengenai penerimaan dan pengeluaran kas
- g. Mitra mengaplikasikan pembuatan laporan keuangan dari materi yang sudah diberikan

Evaluasi yang akan dilakukan adalah dengan pengecekan yang dilaksanakan setiap minggu terhadap catatan yang telah dibuat oleh mitra terkait pencatatan keuangan, perkembangan penjualan, dan pengelolaan media sosial mitra. Serta akan dilakukan koreksi jika dalam evaluasi terdapat kesalahan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah berupa solusi atas permasalahan yang dialami oleh mitra, diantaranya:

1. Pemasaran online yang belum optimal, solusi atas permasalahan tersebut adalah dengan memberikan pelatihan dan pendampingan pemasaran online, maka hasilnya produk olbi kreasi akan dikenal lebih luas. Langkah yang dilaksanakan untuk mencapai hasil tersebut diantaranya adalah:
 - a. Pelatihan dan pendampingan foto produk.
 - b. Pendampingan dalam pembuatan caption Instagram.
 - c. Pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan hashtag.
 - d. Percobaan foto, caption dan hashtag.
 - e. Percobaan posting pada Instagram dan Facebook
2. Kekurangan alat produksi, solusi atas permasalahan tersebut adalah dengan memberikan bantuan untuk membelikan alat produksi berupa kompor, maka hasilnya mitra akan lebih fokus pada saat produksi dan tidak akan terganggu oleh kebutuhan konsumsi pribadi. Langkah yang dilaksanakan untuk mencapai hasil tersebut diantaranya adalah:
 - a. Wawancara dengan owner Olbi Kremes mengenai alat-alat produksi.
 - b. Diskusi mengenai kekurangan alat-alat produksi.
 - c. Pengecekan alat-alat produksi.
 - d. Pencarian informasi mengenai kualitas dan harga alat yang akan

- diadakan.
- e. Alat produksi.
 - f. Penyerahan alat produksi
3. Belum maksimal penentuan HPP, Solusi atas permasalahan tersebut adalah dengan memberikan bantuan dalam cara menghitung HPP, termasuk pelatihan dan pendampingan penentuan HPP. Maka hasilnya mitra dapat menentukan harga jual yang tepat dengan mempertimbangkan biaya produksi yang telah diketahui. Langkah yang dilaksanakan untuk mencapai hasil tersebut diantaranya adalah:
- a. Wawancara mengenai biaya produksi.
 - b. Evaluasi biaya produksi.
 - c. Diskusi dengan owner Olbi Kreasi mengenai temuan hasil evaluasi.
 - d. Pendampingan dalam penghitungan HPP.
 - e. Percobaan penghitungan HPP oleh owner Olbi Kreasi.
 - f. Evaluasi oleh tim PKM atas hasil percobaan.
 - g. Perhitungan HPP
4. Belum mahirnya pengelolaan kas. Solusi atas permasalahan tersebut adalah dengan memberikan pelatihan dan pendampingan cara membuat laporan kas dengan metode manual dan digital atau menggunakan aplikasi. Maka hasilnya mitra mampu mengelola kas dengan baik sehingga bisa membuat keputusan untuk perkembangan bisnisnya. Langkah yang dilaksanakan untuk mencapai hasil tersebut diantaranya adalah:
- a. Wawancara mengenai pengelolaan kas.
 - b. Evaluasi catatan kas.
 - c. Diskusi dengan owner Olbi kreasi mengenai temuan hasil evaluasi pada catatan kas.
 - d. Pendampingan dalam pencatatan kas.
 - e. Mencoba pencatatan kas.
 - f. Evaluasi
- Gambaran IPTEK

1. Pencatatan keuangan berbasis teknologi. Mitra akan diperkenalkan dengan aplikasi untuk mencatat keuangan mitra, sehingga hal ini akan sangat membantu mitra untuk jangka panjang meskipun kegiatan PKM sudah berakhir.
2. Digital Marketing. Menurut Sánchez-Franco et al., (2014) digital marketing merupakan sebuah evolusi pemasaran pada perusahaan yang menggunakan saluran media digital pada kegiatan pemasarannya.
3. Adopsi ICT oleh UMKM. Teknologi yang terus berkembang, telah merubah kegiatan perusahaan baik dalam skala kecil, menengah atau besar. Perubahan kegiatan tersebut tidak hanya terjadi pada operasional bisnis, namun juga terjadi pada usaha pemasaran. Termasuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan bisnis pada saat ini. Semakin banyaknya pesaing dalam bisnis membuat UMKM perlu membuat inovasi untuk memenangkan persaingan. Strategi pemasaran yang tepat digunakan untuk bisa meraih pangsa pasar yang dituju sehingga dapat meningkatkan penjualan (Pradiani, 2017). UMKM perlu memanfaatkan teknologi informasi (TI) agar dapat memudahkan dalam upaya memperluas pemasaran produk pada dalam negeri dan memasarkan produk ke luar negeri. Digital marketing merupakan salah satu media yang sering digunakan oleh pelaku usaha karena dapat menjangkau konsumen baru. Digital marketing memberikan keleluasaan kepada UMKM untuk berkomunikasi dan bertransaksi.

KESIMPULAN

Olbi kreasi merupakan UMKM yang memiliki potensi untuk berkembang pesat, namun terkendala dari segi pemasaran, pelaporan keuangan yang masih belum maksimal, dan kurangnya alat produksi yang dimiliki. Dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang terdiri

dari pelatihan pembuatan laporan keuangan melalui aplikasi buku kas, adanya pelatihan untuk strategi pemasaran, dan diberikan nya bantuan berupa alat produksi tambahan, menjadikan olbi kreasi mengetahui langkah-langkah yang harus ditempuh untuk meningkatkan penjualannya serta untuk mengetahui harga pokok penjualan dan cara membuat laporan keuangan yang mudah,cepat dan komprehensif untuk mengevaluasi hasil penjualan yang telah dilakukan selama ini, serta kemampuan dalam memproduksi kremes ubi dengan optimal sesuai dengan permintaan konsumen.

Dibutuhkan kegiatan pendampingan secara berkelanjutan untuk mendukung kesuksesan pengembangan program.

REFERENSI

- Murdianto, D, Waluyo, M.B, Maidhah, A.A, Alexander, Y., & Darmawan. (2020). Identifikasi Pengembangan Teknologi Tepat Guna Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Di Kota Tarakan. *Jurnal Studi Islam dan Sosial* (2020), Vol.1, No.2: hal. 247–254, ISSN 2722-7243 (c); 2722-8096 (e). Fakultas Teknik-Universitas Borneo.
- Nurpratama, M., Anwar, S., Manajemen, P., & Indramayu, U.W. (2020). Penerapan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Karangmalang. *Jurnal Investasi*. Vol 6(2), 87–102, ISSN 2442-4331. Fakultas Ekonomi-Universitas Wiralodra.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Jibeka*, 11(2), 46–53.
- Sánchez-Franco, M. J., Peral-Peral, B., & Villarejo-Ramos, Á. F. (2014). Users' intrinsic and extrinsic drivers to use a web-based educational environment. *Computers & Education*, 74, 81–97.
- Septiana, A. (2018). Analisis Laporan Keuangan (Pemahaman dasar dan analisis kritis laporan keuangan) (Vol. 93). Duta Media Publishing.