

PKM USAHA MIKRO OLAHAN PANGAN DI KELURAHAN BENDAN NGISOR KECAMATAN GAJAH MUNGKUR DAN DI KELURAHAN PURWODINATAN KECAMATAN SEMARANG TENGAH KOTA SEMARANG, PROPINSI JAWA TENGAH

Andi Setyadi^a, Endang Dwi Wahyuningsih^b

Diterima: Oktober 2018 Disetujui: November 2018 Dipublikasikan: Desember 2018

Abstrak

Manajemen proses bisnis yang dilakukan oleh pengusaha mikro di bidang olahan pangan “Purnama Jaya” dan “Malika Catering” masih menggunakan model sederhana dan konvensional, sehingga pengembangan pemasaran masih terbatas pada lokasi atau tempat produksi dan penjualan. Keterbatasan tersebut menyebabkan rendahnya omset penjualan dan jumlah income atau pendapatan yang mengalami pasang-surut serta jumlah produksi makanan yang dihasilkan tidak begitu banyak. Solusi dari permasalahan tersebut adalah pengembangan pemasaran dengan model pemasaran online dengan menggunakan model *CMS (Content Management System)*. Selain itu untuk meningkatkan dan mengembangkan ketrampilan pengelolaan keuangan pada usaha mikro mitra, kami akan melakukan pelatihan / *workshop* tentang pengetahuan manajemen atau pengelolaan keuangan dan pemasaran secara *online* dengan menggunakan model *Content Management System*. Pelatihan pengelolaan keuangan dan pemasaran *online*, yang ditujukan untuk mitra pengusaha mikro olahan pangan ini, dimaksudkan agar kedua mitra dapat mengelola situs *online* dan terus *ter-update* serta dapat mengatur keuangan dan mengembangkan transaksi bisnis olahan pangan secara maksimal. Diharapkan dengan pelatihan ini, kedua mitra juga dapat menularkan kemampuan tersebut kepada pengusaha-pengusaha mikro lainnya sehingga dapat meningkatkan pengetahuan, kemampuan, dan ketrampilan

Kata Kunci: Usaha Mikro, Content management System, bisnis

Pendahuluan

Kemajuan teknologi berpengaruh terhadap berbagai aktivitas. Meledaknya jumlah pengguna internet telah merambah dalam berbagai sektor, salah satunya sektor ekonomi dan bisnis. Perkembangan internet di era jejaring saat ini, memberikan peluang kepada para pengusaha mikro untuk memasarkan produk dan jasa mereka melalui media *online* untuk kedepannya akan semakin diminati masyarakat. Keberadaan media pemasaran *online*, telah menjadi salah satu pangsa pasar yang menjanjikan bagi usaha mikro untuk memperluas dan memperkenalkan hasil produksi. Salah satu upaya untuk pemasaran secara luas serta mengelola proses bisnis usaha mikro, perlu adanya pengembangan keterampilan dan kreativitas di bidang pemasaran *online* dan manajemen keuangan.

Permasalahan yang dialami oleh kedua usaha mikro olahan pangan tersebut yaitu pertama, pengelolaan keuangan yg masih sederhana, belum adanya pencatatan, masih tercampurnya keuangan usaha dengan keluarga/pribadi, sehingga sulit menghitung omset maupun laba/rugi usaha, kedua, pemasaran masih konvensional, terbatas dari mulut ke mulut, dan ketiga, alat produksi olahan pangan yang dimiliki masih sederhana sehingga jumlah unit produksi yang dihasilkan juga sedikit, akibatnya pendapatan juga sedikit.

Metode Penelitian

Metode pelaksanaan pengabdian yang dilakukan pada Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini, adalah dengan

survey dan observasi pada kedua usaha mikro tsb, kemudian dibuat analisis situasi masing-masing usaha dan perancangan sistem, selanjutnya dibuat Modul materi yang berisi materi terkait pengelolaan keuangan dan pemasaran *online*, serta pengoperasian *website* dan sekaligus uji coba dalam *workshop* dan pelatihan ketrampilan.

Analisis situasi Usaha Mikro Purnama Jaya

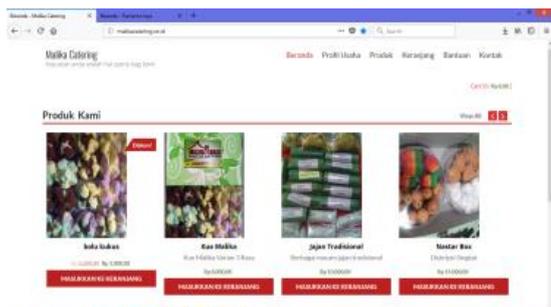
Usaha Mikro “Purnama Jaya” bergerak dibidang produk olahan pangan dalam pembuatan keripik daun singkong, dengan brand yang diberi nama Dong Kong. Usaha ini didirikan oleh



bapak Purnama yang berprofesi sebagai seorang wiraswasta, sejak Desember 2015, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan Pola manajemen usaha pada Usaha Mikro Purnama Jaya masih dikelola secara sederhana atau kekeluargaan. Keuangan langsung ditangani sendiri oleh pemiliknya. Pendapatan hasil produksi dan penjualan kripik, belum dicatat dalam suatu pencatatan pembukuan, sehingga pengelolaan keuangan usaha belum terpisah dari keuangan rumah tangga. Kuantitas yang dihasilkan dari hasil produksi kripik daun singkong masih sangat minim dan seringkali pendapatan yang dihasilkan tidak dapat mencukupi kebutuhan keluarga.

Pemasaran yang dilakukan masih terbatas pada kalangan terdekat, penjualan dilakukan dengan sistem konsinyasi, yakni ditiptikan pada warung – warung di tetangga dan di sekolah terdekat. *Omset* penjualan yang didapatkan sangat sedikit, sekitar dua ratus lima puluh ribu rupiah, per-minggu. Proses produksi olahan pangan keripik daun singkong masih menggunakan alat sederhana, seperti belum dimilikinya alat peniris minyak atau *spinner*, sehingga daya tahan kripik untuk dikonsumsi tidak sampai seminggu.

Analisis situasi Usaha Mikro Malika Catering



Usaha mikro “Malika Catering” milik bu Nurul, didirikan selama kurang lebih dua tahun telah menekuni usaha di bidang pengolahan pangan. Jenis makanan yang di produksi bermacam – macam dan dapat diproduksi dengan model pesanan, seperti cemilan, makanan ringan atau snack, dan pesanan makanan dalam dos.



Model penjualan dan pemasaran yang selama ini dilakukan bu Nurul, dengan menitipkan *snack* ke pasar tradisional, mengikuti *bazaar*, *car free day* setiap hari minggu pagi di kawasan Simpang Lima Semarang dan melayani pemesanan dari saudara dan teman terdekat yang dikenalnya.

Pengelolaan usaha Malika Catering milik Bu Nurul masih dikelola secara sederhana. Terkadang uang hasil usaha catering masih tercampur dengan Keuangan keluarga, sehingga tidak

diketahui dengan pasti pendapatan ataupun keuntungan setiap bulannya.



Hasil dan pembahasan

Workshop Kegiatan pada tahap ini, bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan ketrampilan sumber daya manusia mitra Usaha Mikro tentang, perlunya keterampilan manajemen tentang fungsi, pemisahan tugas dalam kegiatan operasional sehari - hari usaha mikro, tata cara pengoperasian dan *maintenance* desain *web* menggunakan CMS, sehingga mitra dapat membuat ilustrasi produk yang akan dihasilkan, sebagai media pemasaran *online*.

Selain pelatihan pengoperasian *web*, dilakukan pula pelatihan Akuntansi dan membukuan sederhana, Manajemen keuangan, Manajemen Pemasaran, sehingga mitra dapat mengelola sendiri manajemen dan pemasaran produk olahan pangan mereka. Untuk meningkatkan jumlah pengunjung situs dalam rangka menjangkau konsumen maka akan diberikan tips tentang strategi pemasaran secara *online*. Dengan demikian akan meminimalkan pihak ketiga untuk terlibat dalam proses penjualan.



Simpulan

Metode pemasaran mitra masih terbatas pada lokasi atau lingkungan produksi dan penjualan mitra, yang menyebabkan rendahnya omset penjualan dan jumlah *income* atau pendapatan yang mengalami pasang-surut. Selain itu, keterbatasan alat produksi olahan pangan juga berpengaruh terhadap jumlah produk yang dihasilkan.

Harapan dari kegiatan workshop / pelatihan keterampilan manajemen keuangan dan pemasaran online bagi mitra usaha mikro olahan pangan, adalah ;

1. Produksi meningkat dengan adanya sumbangan peralatan yang dibutuhkan (*spinner*, *mixer*, *langseng* dll)
2. Penjualan meningkat, dengan menggunakan strategi pemasaran *online* juga sebagai sarana promosi inovasi produk baru, serta Pelaku usaha berhasil meningkatkan pemasaran

dengan diberikannya peralatan *notebook* untuk berlatih secara mandiri ketrampilan mengoperasikan dan *maintenance website* pemasaran *online*.

3. Pelaku usaha mikro dapat berlatih dan mendisiplinkan memisahkan Keuangan usaha dengan Keuangan pribadi dan telah pula melakukan pencatatan (pembukuan sederhana dengan mencatat transaksi keuangan ke dalam buku kas)

Daftar Pustaka

- Koperasi, 2010. Kementerian koperasi dan usaha kecil dan menengah Republik Indonesia. sandingan data UMKM 2010-2011.
http://www.depkop.go.id/sandingan_data_umkm_2010-2011.pdf
- Emery, D. R dan Finnerty, J. D. 1997. *Corporate financial management*, New Jersey: Prantice-Hall International. Inc.
- Hansen, Mowen. 2004. *Management Accounting*. Jakarta : Salemba Empat.
- Husnan, Suad. (2011). *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Panjang)*, BPFY Yogyakarta
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2009. *Standar akuntansi keuangan entitas tanpa akuntabilitas publik*. Dewan Standar Akuntansi Keuangan. Jakarta.
- Kementerian Koperasi dan UMKM. (2013) “Kadin & LPBD Kemenkop Bergandeng Tangan demi UMKM” www.depkop.go.id. Diakses tanggal 15 April 2016.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*, 13th, Jakarta : Salemba Empat
- Longenecker. 2001. *Kewirausahaan manajemen usaha kecil*, Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyadi. 2015. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Aditya Media.
- Narsa, I. M, A. Widodo, dan Kurnianto, S. 2012. Mengungkap kesiapan UMKM dalam implementasi standar akuntansi keuangan entitas tanpa akuntabilitas publik (PSAK-ETAP) untuk meningkatkan akses modal perbankan.
- Pinasti, M. 2007. Pengaruh penyelenggaraan dan penggunaan informasi akuntansi terhadap persepsi pengusaha kecil atas informasi akuntansi: suatu riset eksperimen. *Simposium Nasional Akuntansi X. Makasar. Juli. 2007. AMKP-09*.
- Riyanto, B. 2008. *Dasar-dasar pembelanjaan perusahaan*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFY.
- Simamora, Henry. 2000. *Akuntansi Bisnis Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Susanto, A. 2004. *Sistem informasi manajemen*. Bandung: Linggar Jaya.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Andi
- Torang, S. 2012. *Organisasi dan manajemen (perilaku, struktur, budaya dan perubahan organisasi)*. Bandung: Alfabeta.