

Implementasi Branding dan Laporan Keuangan pada Usaha Opak Sari Rasa Indah dan Dapur Emak di Desa Citaleus

Fanji Farman¹

¹ Universitas Sebelas April Sumedang; Indonesia; fanji.feb@unsap.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords:

Implementation;
Branding;
UMKM;
Financial Reports

Article history:

Received 2023-11-21
Revised 2024-02-30
Accepted 2024-04-04

ABSTRACT

This research explains the community service program, especially for Opak Sari Rasa Indah and Dapur Emak MSME actors in KKN-T (Real Work Lectures - Thematic) activities in 2024 in Citaleus Village, Buahdua District, Sumedang Regency. The methods used are observation, interviews, documentation and socialization. The analysis carried out focuses on problems in terms of introducing Opak Sari Rasa Indah and Dapur Emak UMKM to the community as well as preparing simple financial reports. This analysis resulted in solving the problem in the form of a program that we implemented, namely creating a logo, banner, menu book, simple financial report application in the form of an application given to UMKM Opak Sari Rasa Indah and Dapur Emak. It is hoped that this problem solving method can help resolve the problems that exist among UMKM.

This is an open access article under the [CC BY](#) license.



Corresponding Author:

Fanji Farman

Universitas Sebelas April Sumedang; Indonesia; fanji.feb@unsap.ac.id

1. PENDAHULUAN

Implementasi merupakan mengacu pada tindakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam suatu keputusan tindakan ini berusaha untuk mengubah keputusan-keputusan tersebut menjadi pola-pola operasional serta berusaha mencapai perubahan besar atau perubahan kecil sebagaimana yang telah diputuskan pada sebelumnya. Menurut (Mulyadi, 2015) menyatakan implementasi merupakan proses umum tindakan administrasi yang dapat diteliti pada tingkat program tertentu.

Branding adalah nama, istilah, tanda, symbol, rancangan, atau kombinasi dari setiap yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang, jasa maupun kelompok penjual untuk membedakannya dari barang atau jasa pesaing (Kotler, 2009).

laporan keuangan merupakan bentuk bahasa bisnis. Laporan keuangan memberikan data yang terolah kepada pengguna tentang posisi keuangan perusahaan. Memahami laporan keuangan perusahaan memungkinkan pemangku kepentingan yang berbeda untuk memahami posisi keuangan perusahaan (Werner R. Murhadi, 2019). Dengan hanya mencatat kas keluar dan kas masuk maka pemilik UMKM sudah dapat mengetahui berapa Jumlah pendapatan dan pengeluaran mereka yang digunakan selama operasional perusahaan.

Penjelasan umum berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, Usaha Mikro Kecil dan

Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. UMKM harus mendapat dukungan, perlindungan, dan kesempatan untuk berkembang lebih luas karena termasuk pilar utama dalam ekonomi nasional. Hal tersebut sebagai wujud keberpihakan yang tegas untuk para pelaku usaha, tanpa mengabaikan peran dari besar. Dan BUMN (Badan Usaha Milik Negara). Agar produk yang di hasilkan UMKM memiliki kualitas yang baik dan dapat di julal di pasaran dengan harga yang wajar, pelaku usaha harus melakukan kegiatan produksi secara lebih efektif dan efisien.

Di tengah-tengah arus kompetisi yang semakin kuat maka perlu di adakan suatu kegiatan yang terencana, sistematis, dan aplikatif untuk melatih dan mendidik mahasiswa agar menjadi intelektual muda yang berkualitas dan tanggap terhadap masalah-masalah yang timbul di tengah-tengah kehidupan masyarakat dan mampu mencari solusinya.

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata adalah suatu bentuk pendidikan dengan cara memberikan pengalaman empiris kepada mahasiswa untuk hidup di tengah-tengah masyarakat di luar kampus, dan secara langsung menyalurkan kepada mahasiswa cara identifikasi masalah-masalah sosial.

Kuliah Kerja Nyata khususnya kelompok kami berlokasi di Desa Citaleus , Kecamatan Buahdua, Kabupaten Sumedang. Mayoritas mata pencaharian masyarakat sekitar adalah berkebun dan Petani. Salah satu nya adalah UMKM Opak Sari Rasa Indah dan Dapur Emak yang bergerak di sektor kuliner yang di antaranya adalah segala olahan ketan dan masakan-masakan tradisional seperti opak, rangginang, ulen rencek, kolontong, ciwel, kerupuk telur asin. Usaha yang sudah berdiri ini dalam menjalankan kegiatan usahanya ada beberapa masalah yang dialami, seperti terkait kurangnya informasi terhadap produk yang terdapat pada usaha olahan ketan tersebut , branding usaha, dan minimnya pengetahuan dari pelaku UMKM Opak Sari Rasa Indah dan Dapur Emak dalam menyusun laporan keuangan. Berdasarkan uraian diatas, tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk mendapatkan informasi usaha dari pelaku usaha tersebut dan lebih banyak diketahui orang lain; untuk membantu cara penyusunan laporan keuangan pada usaha. Setelah mengevaluasi dari identifikasi masalah-masalah yang ada di usaha ini, maka kami menyusun rencana program kerja guna sebagai pemecahan masalah yang terjadi pembuatan logo, spanduk, laporan keuangan menggunakan aplikasi yang ada pada smartphone pada pelaku UMKM Opak Sari Rasa Indah dan Dapur Emak; Pembuatan laporan keuangan sederhana menggunakan aplikasi yang ada di Smartphone kepada UMKM Opak Sari Rasa Indah dan Dapur Emak.

2. METODE

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dokumentasi, dan sosialisasi. Observasi dilakukan dengan mengamati langsung kegiatan UMKM Opak Sari Rasa Indah dan Dapur Emak untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang proses dan kegiatan yang dilakukan. Wawancara dilakukan dengan pemilik usaha untuk mendapatkan data profil usaha, data penjualan produk, serta informasi terkait pembuatan Logo, spanduk, dan nota. Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data tentang sarana dan prasarana yang dimiliki oleh UMKM tersebut. Sosialisasi dilaksanakan dengan memberikan materi tentang manajemen bisnis dan laporan keuangan sederhana kepada pelaku UMKM Desa Citaleus, dengan fokus pada branding, labelling, dan pemaparan materi digital serta sesi tanya jawab dari pihak UMKM dan mahasiswa.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Branding

Branding usaha melalui beberapa proker yang diajukan seperti salah satunya logo. Logo ini sendiri di desain sebagai identitas yang menggambarkan karakteristik dari usaha ini. Pembuatan logo,

spanduk, Buku Menu , dan nota bertujuan sebagai strategi pemasaran dengan menonjolkan entitas dari usaha Opak Sari Rasa Indah dan Dapur Emak.



Gambar 1. Pembuatan Logo UMKM Opak Sari Rasa Indah



Gambar 2. Pemasangan Spanduk UMKM Opak Sari Rasa Indah



Gambar 3. Pemasangan Spanduk Dapur Emak

Laporan Keuangan

Proses perbaikan pembukuan (Laporan Keuangan) dan perapian Administrasi. Adapun kegiatan ini bertujuan akan pentingnya membuat laporan keuangan yang baik untuk usaha mereka karena setelah berjalan selama bertahun-tahun, usaha ini belum memiliki pembukuan keuangan dan hanya mengandalkan nota kontan sebagai perhitungan keuntungan dan pengeluaran per setiap periodenya sehingga cukup sulit untuk mengetahui pengeluaran, pemasukkan dan laba dari usaha ini. Dan

kelompok KKN kami berusaha membantu dengan memperkenalkan sebuah aplikasi yang membantu untuk mengatur keuangan pelaku UMKM.



Gambar 4. Aplikasi Keuangan Sederhana



Gambar 5. Sosialisasi Manajemen Bisnis dan Laporan Keuangan

Dalam Kegiatan sosialisasi Manajemen bisnis dan pencatatan laporan keuangan terhadap 30 mitra UMKM di Desa Citaleus meliputi:

Penyuluhan mengenai pentingnya Melakukan Pencatatan laporan keuangan sederhana

Pada tahap ini, para mitra diberikan pemahaman umum mengenai pengertian dari pembukuan dan pentingnya melakukan pembukuan serta memisahkan uang pribadi dan uang untuk usaha sangat penting untuk dilakukan. Sosialisasi terdiri dari dua tim yang terdiri 5 orang dari mahasiswa KKN Manajemen dan akuntansi. Di mana Manajemen terdiri dari 4 orang dan Akuntansi terdiri dari 1 orang, serta 1 orang narasumber. Hal ini bertujuan agar sosialisasi bisa dilakukan lebih efisien dan lebih efektif. Para pelaku UMKM cenderung mengandalkan ingatan, intuisi, serta pengalaman saat mengambil keputusan meliputi pengeluaran dan pemasukan kas dan perhitungan laba harga jual. Pelaku usaha diberikan pemahaman bahwa pencatatan keuangan dalam buku dapat dilakukan dengan sederhana dengan membuat kas sehingga aliran kas masuk dan keluar dapat di ketahui dengan jelas. Penyampayan materi dilakukan dengan menggunakan Powerpoint yang nantinya materi dari powerpoint akan di paparkan.

Pengenalan pencatatan Keuangan Secara Digital Melalui Aplikasi Smartphone

Pada tahap ini dikenalkan juga kepada para pelaku usaha mengenai aplikasi pencatatan keuangan yang dapat di instal pada playstore. Hal ini dapat memudahkan para pelaku usaha yang telah terbiasa

menggunakan smartphone sehingga pencatatan keuangan tidak lagi dilakukan dengan manual. Banyak aplikasi pencatatan keuangan yang dapat di gunakan namun kali ini para pelaku di kenalkan dengan salah satu aplikasi yang bernama “Catatan Keuangan” yang dapat di unduh secara gratis. Pelaku usaha dapat terbantu karna tidak perlu menyiapkan banyak buku yang kemungkinan akan rusak dan hilangnya lebih besar. Secara keseluruhan acara sosialisasi berjalan dengan baik. Respon dari para pelaku usaha juga sangat positif dan antusias, para pelaku usaha juga aktif dalam mengajukan pertanyaan seputar materi yang diberikan.

Produk Unggulan Desa Citaleus

Beberapa UMKM di Desa Citaleus yaitu menjual Olahan dari Ketan yang di olah menjadi Opak, Ulen, Rangginang. Adapun produk yang di unggulkan yaitu kerupuk telur asin. Ini salah satu Produk dari Desa Citaleus



Gambar 6. Opak dan Kerupuk Telur Asin

Teori Pemasaran

Pemasaran menurut AMA (American Marketing Association) dalam Kotler & Keller (2009), adalah suatu proses sosial di mana individu-individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan penukaran produk dan jasa yang bernilai secara bebas dan yang lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa dalam proses pemasaran tidak hanya ada proses penawaran dan penukaran tetapi juga bagaimana penciptaan produk sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pemasaran memegang peranan penting dalam pengembangan sebuah produk untuk sampai ke tangan konsumen, hal ini menjadi dasar bahwa media sosial dapat dijadikan sebagai strategi promosi maupun penjualan secara online untuk memperluas pasar. Beberapa Pengabdian Kepada Masyarakat, seperti di ungkapkan oleh Claudia, M. (2019), terbukanya wawasan khalayak sasaran sehingga memiliki kemampuan untuk memasarkan produk yang dihasilkan secara online melalui penggunaan atau pemanfaatan media elektronik atau internet sehingga mampu menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya rendah.

Beberapa ahli bisnis dan hasil Pengabdian Kepada Masyarakat ini memberikan kesimpulan bahwa media sosial berperan penting terhadap pengembangan pemasaran UMKM, sehingga pelatihan pemanfaatan media sosial dan implementasinya perlu mendapatkan perhatian khusus karena meskipun beberapa pelaku UMKM telah memiliki media sosial seperti Facebook dan Instagram, tetapi pemanfaatannya belum optimal. Hal inilah yang melatarbelakangi Pengabdian Kepada Masyarakat di Desa Citaleus, Kecamatan Buah Dua, Kab. Sumedang. Adapun Strategi UMKM Bangkit dan bertahan dengan cara:

- 1) Para Pelaku UMKM harus kreatif dari segi produk yang dijual dan strategi pemasarannya
- 2) Pemasaran Produk harus dilakukan dengan memanfaatkan ekosistem digital yaitu dijualsecara online
- 3) Menciptakan produk yang kreatif
- 4) Memanfaatkan stimulus pembiayaan dari pemerintah untuk penambahan modal biaya

- 5) Apabila usaha yang dimiliki tidak bisa berjalan, para pelaku UMKM bisa menjadi Reseller dari pelaku UMKM lainnya.

Peran Teknologi mendorong Usaha Mikro Kecil dan Menengah harus mampu berbenah dan melakukan inovasi, untuk tidak hanya sekedar bertahan, tetapi juga mampu menikmati keuntungan finansial dari perubahan teknologi yang terjadi saat ini, Hapsoro, B. B (2019). Pendekatan yang dilakukan dengan cara pembuatan label produk serta banner produk untuk UMKM yang belum mempunyai label serta banner.

4. KESIMPULAN

Kami mencoba untuk menyelesaikan semua masalah dan kendala yang terjadi dengan melalui pengimplementasian branding dan laporan keuangan dengan cara pembuatan Logo, spanduk, serta aplikasi laporan keuangan. Seluruh program direncanakan dapat berjalan dengan lancar. Antusiasme dari pihak Pelaku UMKM Opak Sari Rasa Indah dan Dapur Emak serta pelaku UMKM yang mengikuti kegiatan Sosialisasi Manajemen Bisnis dan Laporan Keuangan Sederhana yang diadakan oleh mahasiswa KKN-T 2024 Universitas Sebelas April Sumedang terhadap program kami ini cukup baik.

REFERENSI

- A. Nuvitasari, N. Citra Y, and N. Martiana, "Implementasi SAK EMKM Sebagai Dasar Penyusunan Laporan Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)," *Int. J. Soc. Sci. Bus.*, vol. 3, no. 3, p. 341, 2019, doi: 10.23887/ijssb.v3i3.21144.
- Apriyanti, M. E. "Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan". *Jurnal Sosio e-kons*10, no. 1(2017): 20-27. <http://dx.doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223>
- Astawan, M. "Tetap Sehat dengan Produk Makanan Olahan". Solo: Tiga Serangkai. 2002
- Bintang Komara, A. S. (2016). METODE FULL COSTING SEBAGAI DASAR PENETAPAN HARGA JUAL PADA CV SALWA MEUBEL Bintang Komara , Ade Sudarma Universitas Muhammadiyah Sukabumi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*, 5(ISSN 20886969), 18–29.
- Dewianawati, D. (2022). Analisa Kinerja Keuangan Kppri Dengan Pendekatan Laporan Keuangan Pada Kppri. *Owner*, 6(1), 454–470. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.591>
- Pipit Rosita Andasari, "Implementasi Pencatatan Keuangan Pada Usaha Kecil Dan Menengah (Studi pada Sentra Industri Kripik Tempe Sanan di Kota Malang)," *J. JIBEKA*, vol. 12, no. 1, pp. 59–65, 2018, [Online]. Available: <https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka/article/download/16/10/>
- P. D. Wulaningrum, A. Hanjani, and ..., "Pendampingan Branding Usaha dan Manajemen Keuangan dalam Rangka Pendirian Unit Usaha Mandiri Kantin Pimpinan Cabang Pemuda Muhammadiyah ...," *J. Pengabd. Pada ...*, vol. 5, no. 2, p. 400, 2020, [Online]. Available: <http://ppm.ejournal.id/index.php/pengabdian/article/view/322>
- Surat Edaran Bupati No 500/ 3512/Dinkop, tentang Himbauan Penggunaan Produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Desa Citaleus.
- Undang-Undang No 20 Tahun 2008, Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).
- Rifai, Z., & Oktaviana, L. D. (2018). Pelatihan Aplikasi Teknis Online Marketplace Pada Sentra UMKM Banyumas "Pratistha Harsa" Untuk Pemasaran Produk Secara Online. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3).
- Ryan, D. (2014). *The best digital marketing campaigns in the World II*. Kogan Page Publishers.