

## ***Development Of Marketing Aspects and Financial Aspects Of SME Warung Pidada***

### **Pembinaan Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan UMKM Warung Pidada**

**Ni Luh Nurkariani<sup>1</sup>, Putu Tania Wijayanti<sup>2</sup>, Komang Rina Martini<sup>3</sup>,**

**Ni Komang Ayu Lidyawati<sup>4</sup>**

STIE Satya Dharma Singaraja <sup>1,2,3,4</sup>

[<sup>2</sup>](mailto:taniaarsop@gmail.com), [<sup>3</sup>](mailto:rinamartini1101@gmail.com), [<sup>4</sup>](mailto:ayulidya080@gmail.com)

Diterima: Februari 2022, Revisi : Februari 2022, Terbit: Maret 2022

---

#### **ABSTRAK**

Berdasarkan observasi yang dilakukan, terdapat dua permasalahan yang dialami Warung Pidada, yaitu pada aspek pemasaran dan aspek keuangan. Dalam aspek pemasaran Warung Pidada sendiri hanya menggunakan Facebook untuk memasarkan produk, sedangkan di era globalisasi seperti sekarang ini begitu banyak aplikasi media sosial yang bisa digunakan sebagai media penunjang dalam berwirausaha atau bisa dikatakan Warung Pidada kurang update dalam penggunaan teknologi. Dalam aspek keuangan UMKM Warung Pidada masih menggunakan pencatatan, perhitungan biasa dan juga tidak membuat laporan keuangan neraca atau laba rugi secara rinci. Atas permasalahan tersebut, mitra diberikan pembinaan tentang cara pembuatan akun media sosial Instagram dan Tiktok serta memberikan pembinaan tentang cara pembuatan laporan keuangan neraca dan laba rugi. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah pemilik Warung Pidada lebih update dalam menggunakan media sosial untuk memasarkan produk dan juga bisa membuat laporan keuangan secara rinci agar pengelolaan keuangan menjadi stabil.

**Kata Kunci :** Pembinaan, Pemasaran, Keuangan

#### **ABSTRACT**

*Based on the observations made, there are two problems experienced by Warung Pidada, namely the marketing aspect and the financial aspect. In the marketing aspect, Warung Pidada itself only uses Facebook to market its products, while in this era of globalization, there are so many social media applications that can be used as supporting media in entrepreneurship or it can be said that Warung Pidada lacks updates in the use of technology. In the financial aspect of UMKM, Warung Pidada still uses recording, ordinary calculations and also does not make detailed balance or profit and loss financial statements. For these problems, partners are given guidance on how to create Instagram and Tiktok social media accounts and provide guidance on how to make balance and profit and loss financial statements. The result of this service activity is that the owner of Warung Pidada is more updated in using social media to market products and can also make detailed financial reports so that financial management becomes stable.*

**Keywords :** Construction, Marketing, Finance

### **1. Pendahuluan**

UMKM merupakan usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah (Saefudin, 2016). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam peningkatan perekonomian daerah maupun perekonomian suatu negara. Menurut Saefudin (2016) UMKM merupakan salah satu potensi perluasan kerja untuk mengatasi pengangguran dan kemiskinan. Menurut Tambunan (2012) di Indonesia, UMKM terbukti memiliki peran yang penting dalam mengatasi akibat dan dampak dari krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 1997 yang mana banyak dari perusahaan-perusahaan besar mengalami kebangkrutan, sedangkan UMKM mampu bertahan dengan kondisi krisis tersebut (Arliani, 2019 ).

Dalam dunia bisnis di Indonesia perkembangannya semakin pesat dan luas, persaingan dari tahun ke tahun mengharuskan pelaku usaha untuk terus berinovasi agar konsumen (Murniasih, 2019) terus tertarik untuk berkunjung ke tempat tersebut, begitu juga dengan Warung Pidada. Munculnya pesaing-pesaing baru dengan produk makanan yang sama di pasaran menyebabkan semakin banyak pilihan konsumen untuk memilih produk makanan yang di inginkan. Di Indonesia bisnis kuliner merupakan bisnis yang berkembang pesat termasuk di Pulau Bali. Kebutuhan pokok manusia dan jumlah penduduk Indonesia yang banyak membuat bisnis ini banyak digemari oleh masyarakat termasuk di Warung Pidada, sehingga para pelaku usaha dalam bisnis ini terus meningkat setiap tahunnya.

Warung makan Pidada merupakan usaha yang bergerak di bidang kuliner yang berada di Jalan A. Yani/ Pidada yang bahan utamanya adalah ikan dengan berbagai olahan. Usaha Warung Pidada berdiri sejak tahun 2014 yang dikelola langsung oleh pemiliknya yang bernama Gede Arsayana. Warung Pidada tidak pernah sepi pengunjung, setiap hari banyak pembeli yang berdatangan dari berbagai kalangan dan strata sosial yang berbeda. Namun hal ini tidak bertahan lama dikarenakan adanya virus Covid-19 yang sudah menyebar ke seluruh dunia. Pandemi Covid-19 telah membawa perubahan terhadap dunia dengan berbagai tantangan yang tidak pernah terbayangkan sebelumnya (Istiatin, dkk, 202). Adanya Pandemi Covid-19 sangat mempengaruhi aktivitas masyarakat, tidak hanya mempengaruhi kesehatan masyarakat tetapi juga mempengaruhi perekonomian masyarakat. Selama Pandemi Covid-19, Warung Pidada mulai sepi pengunjung sehingga mempengaruhi kesehatan keuangan usaha. Pandemi Covid-19 ini membuat pengunjung yang berdatangan semakin sedikit tidak seperti biasanya, hal ini dikarenakan banyak masyarakat yang takut keluar rumah dan juga telah ditetapkan protokol kesehatan oleh pemerintah, sehingga mengurangi kebebasan masyarakat dalam beraktivitas. Hal ini sangat berdampak bagi keberlangsungan Warung Pidada terutama pengelolaan keuangan yang tidak stabil. Oleh karena itu, pemilik Warung Pidada harus memutar otak untuk mengatasi masalah tersebut sehingga warung tetap bertahan di masa Pandemi Covid-19 seperti sekarang ini. Misalnya dengan memanfaatkan media sosial yang ada untuk memasarkan produk, sehingga masyarakat tidak perlu datang ke lokasi untuk makan tetapi bisa melakukan pesanan melalui *handphone* sehingga Pandemi Covid-19 ini tidak bisa menghambat keberlangsungan warung. Namun hal ini tidak dilakukan oleh pemilik Warung Pidada. Pemilik Warung Pidada hanya memasarkan produk dengan cara menunggu konsumen datang ke warung. Padahal di era revolusi 4.0 seperti sekarang ini, banyak sekali usaha yang memanfaatkan perkembangan teknologi misalnya saja penggunaan media sosial. Tidak hanya itu, pemilik Warung Pidada juga tidak membuat laporan keuangan secara rinci sehingga sulit untuk menentukan apakah usaha mengalami laba atau rugi dan juga bisa mempengaruhi kestabilan keuangan usaha.

Berdasarkan uraian diatas, adapun permasalahan yang dialami oleh mitra antara lain :

1. Aspek pemasaran : kurang update dalam menggunakan media sosial untuk memasarkan produk.
2. Aspek keuangan : pemilik usaha Warung Pidada belum paham cara pencatatan laporan keuangan dan sadar akan pentingnya pencatatan laporan keuangan.

Dengan adanya permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini akan berupaya membantu mitra kerja untuk mengembangkan usaha di tengah Pandemi Covid-19 dengan cara memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada untuk memasarkan produk dan juga penggunaan pencatatan laporan keuangan untuk mengetahui apakah usaha mengalami laba atau rugi serta untuk menjaga kestabilan keuangan usaha.

## 2. Metode

Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat melalui Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Warung Pidada Jalan A. Yani/ Pidada, Buleleng-Bali memiliki beberapa tahapan dan berbagai metode pelaksanaan. Berikut beberapa tahapan pelaksanaan dan metode yang dilakukan, antara lain :

### 1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini telah dilakukan koordinasi dan memberikan surat permohonan izin untuk melaksanakan penelitian usaha di Warung Pidada pada hari Sabtu, 11 Desember 2021. Pada tahap ini diawali dengan menjelaskan tujuan dari adanya penelitian ini, setelah menjelaskan tujuan kegiatan ini, akhirnya pemilik UMKM memberikan izin untuk melaksanakan penelitian di Warung Pidada ini.

Selanjutnya yaitu tahapan wawancara dimana pada tahap ini dilakukan wawancara dimulai dari tahun berdirinya usaha ini dan juga kendala yang dihadapi selama UMKM Warung Pidada ini beroperasi. Ada 2 kendala yang ditemukan yaitu dilihat dari aspek pemasaran dan juga aspek keuangan. Dilihat dari aspek pemasaran, Warung Pidada sudah mampu mengikuti perkembangan teknologi dengan menggunakan media sosial seperti *Facebook* untuk memasarkan produk namun pemilik usaha harus lebih update dalam menggunakan media sosial misalnya penggunaan *Instagram*, *Whatsaap* dan *Tiktok* untuk lebih banyak menarik perhatian masyarakat. Dilihat dari aspek keuangan ditemukan adanya permasalahan tentang manajemen keuangan yaitu pembuatan laporan keuangan. Pemilik Usaha Warung Pidada mengaku tidak membuat laporan keuangan secara rinci. Hal ini harus menjadi perhatian serius karena dengan pembuatan laporan keuangan pengusaha bisa mengetahui jumlah pemasukan dan pengeluaran selama transaksi dan bisa menghitung laba-rugi usaha.

Selanjutnya dilakukan koordinasi kepada pemilik UMKM Warung Pidada terkait pelaksanaan kegiatan pembinaan UMKM dan diputuskan pelaksanaannya selama satu hari tepatnya hari Minggu, 12 Desember 2021.



**Gambar 1. Koordinasi dengan Pemilik Usaha Warung Pidada tentang Pelaksanaan UMKM**

### 2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan dilaksanakan pada hari Minggu, 12 Desember 2021 pada tahap ini peneliti melakukan pembinaan terkait permasalahan yang telah dialami Usaha Warung Pidada. Setelah mengetahui permasalahan yang dialami Warung Pidada, diputuskan untuk memberikan solusi atas permasalahan tersebut. Adapun solusi yang diberikan ditinjau dari 2 aspek, antara lain :

1. Aspek Pemasaran

Memberikan pembinaan mengenai pembuatan akun media sosial untuk mempromosikan produk yang dipasarkan agar tidak kalah saing dengan usaha sejenisnya. Selain itu peneliti juga membuatkan akun media sosial *Instagram* dan *Tiktok* sebagai media penunjang dalam memasarkan produk.

2. Aspek Keuangan

Memberikan pembinaan mengenai cara pembuatan laporan neraca dan laba rugi dan saran agar pemilik usaha mampu meneliti penyebab kerugian yang dialami oleh Warung Pidada. Selain itu, juga dibuatkan laporan neraca dan laba rugi pada bulan Desember 2021 untuk mengetahui apakah usaha mengalami keuntungan atau kerugian. Selanjutnya dilakukan wawancara mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan selama periode Desember 2021. Setelah melakukan wawancara, kemudian dibuatkan rincian biaya, neraca, dan laba rugi usaha Warung Pidada. Setelah membuatkan laporan keuangan, selanjutnya dilakukan pembinaan kepada pemilik UMKM Warung Pidada dengan menunjukan laporan keuangan yang sudah dibuatkan pada bulan Desember 2021. Setelah itu dijelaskan tentang bagaimana cara pembuatan neraca dan laba rugi tersebut.

3. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Selanjutnya adalah tahap monitoring dan evaluasi. Pada tahap ini dilakukan monitoring terhadap keterlaksanaan bimbingan yang sudah diberikan kepada mitra kerja.

### 3. Hasil Pelaksanaan

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini memiliki hasil capaian yang diperoleh melalui tahap evaluasi saat dilaksanakannya pembinaan kepada Warung Pidada. Berikut tabel 1 yang memaparkan tentang peningkatan yang dialami mitra paska pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat .

**Tabel 1. Peningkatan Mitra**

NO	ASPEK KEGIATAN	KONDISI AWAL	CAPAIAN
	Pembinaan pada Aspek Pemasaran	Pemilik usaha hanya menggunakan satu media sosial, yaitu <i>Facebook</i> untuk memasarkan produk	Pengetahuan tentang pentingnya media sosial lainnya sebagai penunjang pemasaran produk
	Pembuatan akun media sosial <i>Instagram</i> dan <i>Tiktok</i>	Pemilik usaha tidak memiliki akun <i>Instagram</i> dan <i>Tiktok</i>	Akun <i>Instagram</i> dan <i>Tiktok</i> dapat dikelola oleh admin untuk memasarkan produk
	Pembinaan pada Aspek Keuangan	Pemilik usaha tidak membuat laporan keuangan seperti neraca dan laporan laba-rugi	Pentingnya laporan keuangan untuk menganalisis keuntungan atau kerugian usaha
	Pembuatan laporan keuangan ( neraca dan laba-rugi )	Pemilik usaha tidak membuat laporan keuangan secara rinci	Pemilik usaha mengetahui biaya-biaya dan juga laba yang diperoleh pada bulan Desember 2021

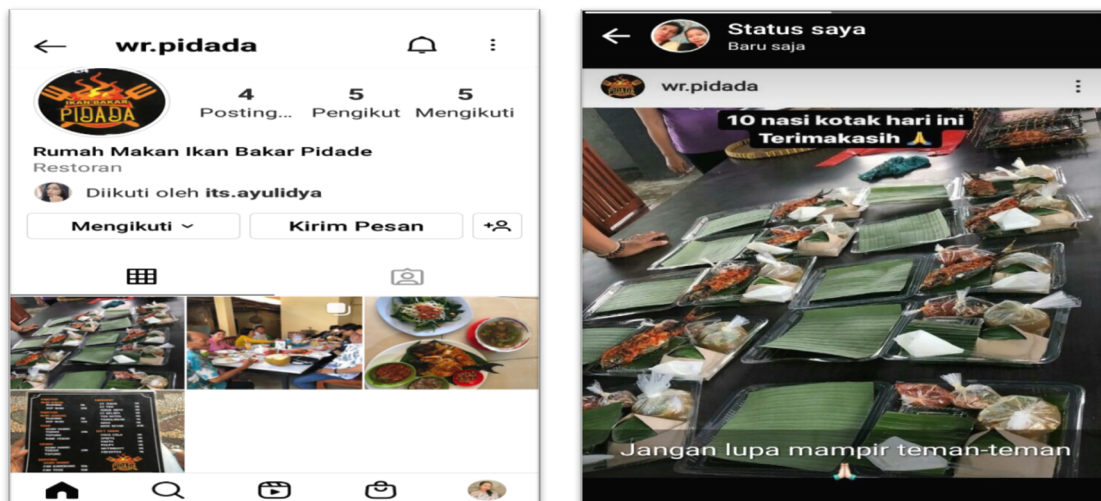
Pemberian pembinaan pada aspek pemasaran dan keuangan menjadi salah satu faktor yang dapat mendukung peningkatan omset pendapatan Warung Pidada dan mampu menganalisis keuntungan dan kerugian keuangan usaha.

1. Aspek Pemasaran

Memberikan pembinaan mengenai pembuatan akun media sosial untuk mempromosikan produk yang dipasarkan agar tidak kalah saing dengan usaha sejenisnya. Selain itu peneliti juga membuatkan akun media sosial *Instagram* dan *Tiktok* sebagai media penunjang dalam memasarkan produk.



Gambar 2. Melaksanakan Pembinaan



Gambar 3. Melaksanakan Pembinaan UMKM Usaha Warung Pidada Pada Aspek Pemasaran



Gambar 4 Akun Tiktok Usaha Warung Pidada



## 2. Aspek keuangan

Memberikan pembinaan mengenai cara pembuatan laporan neraca dan laba rugi dan saran agar pemilik usaha mampu meneliti penyebab kerugian yang dialami oleh Warung Pidada. Selain itu, juga dibuatkan laporan neraca dan laba rugi pada bulan Desember 2021 untuk mengetahui apakah usaha mengalami keuntungan atau kerugian.

Selanjutnya dilakukan wawancara mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan selama periode Desember 2021. Setelah melakukan wawancara, kemudian dibuatkan rincian biaya, neraca, dan laba rugi usaha Warung Pidada. Setelah membuat laporan keuangan, selanjutnya dilakukan pembinaan kepada pemilik UMKM Warung Pidada dengan menunjukan laporan keuangan yang sudah peneliti buat pada bulan Desember 2021. Setelah itu, dijelaskan bagaimana cara pembuatan neraca dan laba rugi tersebut



**Gambar 5 Melaksanakan Pembinaan Umkm Usaha Warung Pidada Pada Aspek Keuangan**

## 3. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Setelah melaksanakan pembinaan mengenai aspek pemasaran dan keuangan, diberikan evaluasi terkait dengan kegiatan yang sudah dilaksanakan. Selanjutnya diberikan pendampingan serta penilaian terhadap capaian kegiatan pengabdian masyarakat melalui pembinaan UMKM yang telah dilaksanakan oleh tim dan mitra.

**Tabel 2. Luaran Yang Di Capai**

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian	Keterangan
1.	Dokumentasi pelaksanaan dalam bentuk video	Sudah diunggah	<a href="https://youtu.be/WTfe7QsbVpE">https://youtu.be/WTfe7QsbVpE</a>

## 4. Kesimpulan

Dari pelaksanaan kegiatan penelitian usaha Warung Pidada ini dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini mampu memberikan solusi, agar Warung Pidada lebih meningkatkan kemaunnya untuk update terhadap media sosial yang bertujuan untuk menambah nilai pemasaran agar warung dapat dikenal oleh lebih banyak kalangan masyarakat luas. Dengan menyusun laporan keuangan, Warung Pidada dapat mengetahui laba atau rugi usaha yang dijalankan.

### Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terimakasih kepada tim pelaksana dari jurusan manajemen STIE Satya Dharma Singaraja yang telah melaksanakan pengabdian kepada masyarakat, terimakasih kami ucapkan kepada dosen pembimbing kami Ibu Ni Luh Nurkariani, SE., MM yang sudah membimbing kami selama kegiatan berlangsung, terimakasih kami ucapkan kepada pemilik UMKM Warung Pidada Bapak Gede Arsayana yang sudah mengizinkan kami untuk melakukan penelitian di Warung Pidada dan kepada semua pihak yang telah membantu kegiatan ini.

### Daftar Pustaka

- Ayu, P. P., & Nurdiana, E. (2021). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan dan Pemasaran Produk Brownies Tipis pada Mitra Hani's Kukiss. *ARSY: Jurnal Aplikasi Riset kepada Masyarakat*, 1(2), 121-125.
- Arliani, L. (2019). Pengaruh Perilaku Pelaku Usaha dan Modal Usaha Terhadap Keberhasilan UMKM di Desa Tukad Sumaga Kecamatan Gerokgak Kabupaten Buleleng. *Universitas Pendidikan Ganesha*.
- Istiatin, dkk. (2021). Sosialisasi Dan Edukasi Program Penanganan Dan Pencegahan Penyebaran Covid-19 Guna Meredam Kepanikan Sosial Di Wilayah Desa Gentan. *Universitas Islam Batik Surakarta*.
- Jati, M. (2019). *Studi Kelayakan Bisnis. Serviens* In Lumine Veritatis.
- Murniasih, D. (2019). Keberhasilan Usaha Warung Makan Truntum Echo Dalam Mempertahankan Ke eksistensian Ditengah Persaingan Warung Makan yang Sejeni.
- Saefudin, A. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Penjualan Pada Umkm Pengrajin Kayu Di Gilingan Kota Surakarta. *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Star, S. (2015). *Aspek Keuangan Dalam Studi Kelayakan Bisnis*.