

PENINGKATAN POTENSI USAHA MIKRO KECIL BIDANG KULINER MELALUI STRATEGI PEMASARAN, KEUANGAN, DAN PERIZINAN

Mutiara Puspa Widyowati¹, Haqi Fadillah², Herdiyana³
^{1,2,3} Universitas Pakuan, Bogor, Indonesia
Email korespondensi: ¹ mutiarapuspa@unpak.ac.id

ABSTRAK

Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan potensi para pelaku usaha mikro kecil atau usaha rumahan dalam hal pembuatan strategi pemasaran, perhitungan harga pokok produksi, dan pengajuan perizinan usaha makanan. Sasaran kegiatan ini adalah para pelaku usaha binaan Dapur Lokal Indonesia Untuk Sesama (DLIUS) yang rata-rata adalah ibu-ibu rumah tangga yang baru memulai bisnis dalam bidang kuliner. Kegiatan pengabdian dilakukan melalui kegiatan transfer ilmu pembuatan strategi pemasaran yang tepat, perhitungan harga pokok penjualan, dan prosedur pengajuan perizinan produk makanan. Luaran dari kegiatan ini adalah peningkatan pengetahuan para mitra DLIUS sehingga mampu menentukan target pasar sampai membuat media pemasaran, mampu menghitung harga pokok penjualan dengan tepat, dan mampu mengurus legalitas produk makanannya. Selain itu, untuk membantu para pelaku usaha mikro lainnya yang lebih luas luaran kegiatan ini berupa buku panduan pemasaran, keuangan, dan perizinan untuk usaha kecil, serta buku berupa panduan dan templat perhitungan harga pokok penjualan.

Kata Kunci: harga pokok penjualan; pemasaran; perizinan; *social entrepreneurship*; usaha mikro kecil

ABSTRACT

The purpose of this activity is to increase the potential of micro and small business actors or home businesses in terms of making marketing strategies, calculating the cost of production, and applying for food business licenses. This potential increase is carried out through knowledge transfer activities in making the right marketing strategy, calculating the cost of goods sold, and applying for food product licensing procedures. The output of this activity is an increase in the knowledge of DLIUS partners so that they are able to determine the target market to create marketing media, be able to calculate the cost of goods sold correctly, and be able to take care of the legality of their food products. In addition, to assist other micro-enterprises, the output of this activity is in the form of marketing, finance, and licensing guidebooks for small businesses, as well as books in the form of guides and templates for calculating the cost of goods sold.

Keywords: *cost of goods sold; licensing; marketing; micro and small businesses; social entrepreneurship*

KETERANGAN ARTIKEL

Riwayat Artikel: diterima: 5 Desember 2021; direvisi: 7 Januari 2022; disetujui: 18 Januari 2022
Copyright©2022. Rudence: Rural Development For Economic Resilience

PENDAHULUAN

Peran usaha mikro kecil dalam mempertahankan perekonomian negara sudah tidak dapat dipungkiri lagi. Ketahanan mikro kecil dalam menghadapi masa krisis cukup membuktikan tangguhannya usaha mikro kecil (Ling, 2013). Untuk itu, sampai saat ini sudah banyak usaha baik dari pemerintah maupun dari sipil untuk membantu pengembangan mikro kecil. Berdasarkan data BPS tahun 2019 menunjukkan bahwa dari besarnya jumlah usaha mikro kecil menengah di Indonesia sebagian besar didominasi oleh usaha makanan dan minuman yaitu sekitar 1.600.000 unit usaha (20% dari total unit usaha) setelah usaha perdagangan eceran

sebesar 35% (BPS, 2019). Beberapa tantangan yang harus dihadapi oleh usaha mikro kecil bidang kuliner antara lain, akses permodalan, persaingan usaha, pemasaran, serta teknis produksi dan keahlian (Kurniawan, dkk., 2014). Beberapa tantangan tersebut yang menyebabkan rendahnya penerapan keamanan pangan dan sanitasi lingkungan yang baik. Dengan rendahnya modal menyebabkan sulitnya bersaing, rendahnya pemasaran dan kurangnya teknis produksi yang sesuai standar pengolahan pangan.

Berdasarkan fenomena tersebut, dibentuk bisnis bernama Dapur Lokal Indonesia Untuk Sesama (DLIUS) yang selain mencari keuntungan juga bersifat sosial atau biasa disebut sebagai *social entrepreneur*. *Social entrepreneurship* merupakan bisnis yang dijalankan demi kepentingan sosial atau masyarakat (Dwianto, 2014). Pelaku *social entrepreneur* adalah individu yang memahami adanya permasalahan sosial yang terjadi dan berusaha menggunakan kemampuan kewirausahaannya untuk melakukan perubahan atas masalah sosial tersebut. Perubahan tersebut dapat saja dalam bidang sosial, kesejahteraan (terkait dengan perekonomian rakyat), dan kesehatan. Pelaku *social entrepreneur* berusaha mencari kesempatan untuk berbisnis bersamaan dengan berusaha menemukan solusi atas permasalahan sosial yang ada.

DLIUS merupakan salah satu bentuk *social entrepreneur* yang berusaha membant pengembangan bisnis UKM kuliner. DLIUS menyediakan dapur bersama yang dapat digunakan oleh beberapa usaha kuliner sehingga dapat menyediakan makanan dengan standar pengolahan pangan. Selain itu, sebagai bentuk dari *social entrepreneur*, DLIUS juga menyediakan bantuan pendampingan pengajuan perijinan, membantu pemasaran, dan perhitungan harga pokok bagi mitra yang menggunakan jasanya.

Kemampuan suatu usaha untuk dapat menghitung biaya produksi secara tepat merupakan suatu keharusan. Ketepatan menghitung biaya produksi terkait dengan penentuan laba atau rugi usaha. Selain perhitungan biaya produksi, saat ini perkembangan teknologi membuat para pelaku usaha mikro kecil perlu menyesuaikan diri terutama dalam proses pemasaran (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Penentuan strategi pemasaran yang tepat juga menjadi hal penting dalam mengenalkan suatu produk. Hal tersebut terkait dengan *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* serta penggunaan media pemasaran yang ada. Selain itu, untuk mendukung beberapa hal tersebut di atas, perlu adanya kelegalan suatu produk untuk memberikan rasa aman bagi para konsumen. Berdasarkan penelitian Maryati, dkk (2016) menunjukkan sebagian besar usaha mikro kecil menengah kesulitan mengajukan izin kelegalan produk karena rumitnya formulir pendaftaran.

DLIUS masih mengalami kendala dengan rendahnya pengetahuan pengelola terkait pemasaran, perijinan, dan pengelolaan keuangan. Untuk itu, perlu adanya kegiatan transfer ilmu yang dapat meningkatkan potensi dari pengelola DLIUS dan para mitra DLIUS terkait pemasaran, perhitungan harga pokok, dan perijinan produk. Kegiatan tersebut dapat dilakukan dengan metode transfer ilmu melalui pelatihan atau pengajaran. Selain itu, dapat pula dilakukan pendampingan dalam pembuatan media pemasaran, perhitungan harga pokok, dan pengajuan perijinan produk.

Diharapkan dengan adanya kegiatan transfer ilmu ini, baik pengelola DLIUS dapat membantu mitra-mitra yang lain untuk membuat strategi pemasaran, menghitung harga pokok produksi, dan mengurus perijinan. Selain itu, bagi pengelola UKM diharapkan dengan adanya wawasan baru melalui transfer ilmu ini dapat meningkatkan motivasi mengembangkan bisnisnya.

METODE

Sasaran rencana usulan PKM ini adalah para pengelola DLIUS dan pelaku UKM binaan DLIUS. Kegiatan PKM berupa transfer ilmu dan pendampingan singkat terkait tiga hal pokok yang menjadi permasalahan para pelaku UKM, yaitu pemasaran, keuangan, dan perijinan. Transfer ilmu akan dilakukan melalui pengajaran atau pemberian materi kepada para pengelola DLIUS dan pelaku UKM. Selain transfer ilmu, akan dilakukan

pendampingan singkat untuk membantu para pelaku UKM dapat membuat sendiri strategi pemasaran, menghitung harga pokok produksinya, dan mengajukan perizinan produknya.

Tabel 1. Solusi, Kegiatan, dan Target Luaran

No.	Solusi	Kegiatan	Target Luaran
1.	Pemberian materi dalam penyusunan strategi pemasaran.	- Transfer ilmu mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan budget untuk pemasaran.	- Peningkatan pemahaman dan kemampuan pengelola untuk menyusun strategi pemasaran melalui analisis pemasaran dan memanfaatkan atau menggunakan media pemasaran modern.
2.	Pemberian materi mengenai perhitungan harga pokok	- Transfer ilmu mengenai perhitungan harga pokok.	- Peningkatan pemahaman pengelola dan mitra DLIUS mengenai perhitungan harga pokok. - Peningkatan kemampuan pengelola dan mitra DLIUS untuk menghitung harga pokok produksinya.
3.	Pemberian materi mengenai pengurusan perizinan produk.	- Transfer ilmu mengenai pengurusan perizinan produk.	- Peningkatan pemahaman dan kemampuan pengelola dan mitra DLIUS mengenai prosedur pengurusan izin produk.

Kegiatan-kegiatan tersebut dilaksanakan pada tahun 2021 dengan jadwal pelaksanaan kegiatan disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 2. Jadwal Kegiatan

Nama Kegiatan	Bulan											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Observasi Awal	■	■	■									
Transfer Ilmu Penyusunan Strategi Pemasaran				■	■							
Transfer Ilmu Perhitungan Harga Pokok						■	■					
Trasnfer Ilmu Prosedur Perizinan								■	■	■		
Pendampingan singkat				■	■	■	■	■	■	■	■	■

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan peningkatan potensi para pelaku usaha mikro kecil binaan DLIUS dilaksanakan dengan metode *hybrid*, yaitu daring dan luring menyesuaikan kondisi saat pandemic. Kegiatan observasi awal dan lanjutan telah dilakukan secara luring dan daring melalui aplikasi *online meeting*. Kegiatan ini melibatkan tim pengabdian kepada masyarakat (PKM) dan pengelola DLIUS. Kegiatan ini bertujuan untuk menganalisis permasalahan utama yang dihadapi oleh para pelaku usaha mikro dan kecil binaan DLIUS.

Dari hasil observasi awal telah dirumuskan permasalahan, yaitu adanya kesulitan yang dihadapi oleh DLIUS untuk memberikan wawasan mengenai pemasaran, keuangan, dan terkait perizinan produk. Pelaku UKM perlu memahami bagaimana membuat strategi pemasaran yang sesuai dengan produknya sehingga dapat menjangkau pasar. Selain itu, dalam bidang keuangan para pelaku UKM harus mampu menghitung harga pokok produksinya agar dapat dengan tepat menentukan harga jual produknya. Selanjutnya yang juga penting adalah terkait perizinan produk agar produk dapat diproduksi dan diedarkan secara massal. Perizinan baik berupa sertifikasi halal (untuk produk makanan halal), izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan, dan lainnya. Untuk itu, perlu adanya kegiatan peningkatan potensi sumber daya manusia baik dari pengelola DLIUS dan pelaku UKM mengenai hal-hal tersebut. Kegiatan observasi lanjutan bertujuan untuk menyusun kegiatan pengabdian.



Gambar 1. Kegiatan Observasi

Upaya Peningkatan Potensi Pelaku Usaha Mikro Kecil

Besarnya motivasi dari para pelaku usaha binaan DLIUS yang sebagi besar adalah ibu-ibu rumah tangga harus disertai dengan kemampuan mengelola usaha yang baik. Berdasarkan identifikasi permasalahan, para pelaku usaha rumahan tersebut sebagian besar belum mampu menghitung harga pokok penjualan, menyusun strategi pemasaran, serta belum memahami prosedur pengurusan legalitas usahanya. Dengan demikian, fokus utama transfer ilmu ada pada tiga bidang tersebut. Penyampaian materi juga disesuaikan dengan profil dari pelaku dan usaha itu sendiri.

Tabel 3. Profil Usaha dan Pelaku Usaha Binaan DLIUS

Nama Usaha	Profil Usaha		Profil Pelaku Usaha	
	Tahun Berdiri	Omset Per Bulan (Rp)	Tahun Lahir	Pendidikan terakhir
Bolen & Cheese Roll	2020	<500.000	1993	SMA
Bang Goy	2020	<500.000	1981	SMA
Gado-gado Teh Erna	2015	<500.000	1982	SMK
Dapur Alea	2018	<500.000	1973	SLTA
Aneka Kripik	2017	<500.000	1968	SLTP
Jannah (Jajanan-Ngeunah)	2021	<500.000	1994	SMA
Cella	2021	<500.000	1998	S1

Berdasarkan tabel profil usaha dan pelaku usaha menunjukkan bahwa sebagian besar usaha binaan DLIUS merupakan jenis usaha mikro dengan omset di bawah Rp 500.000 per bulannya. Rata-rata pelaku usaha berusia 23 – 50 tahun dengan pendidikan rata-rata SMA. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata pelaku usaha masih pada usia aktif dan dari hasil observasi rata-rata belum memiliki kompetensi dalam bidang keuangan, pemasaran, maupun legalitas.

Pembukaan kegiatan dilakukan secara daring dan luring yang kemudian dilanjutkan dengan transfer ilmu dari tim DLIUS, yaitu Eka Nurul Agusta, S.Tp. terkait dengan mempersiapkan bisnis baru dan mengurus izin legalitas bisnis kuliner. Kegiatan ini dilakukan selama 120 menit. Transfer ilmu terkait legalitas usaha ini diharapkan dapat membantu para pelaku usaha untuk dapat mengurus izin dari Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) dan sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia. Dengan izin legalitas tersebut konsumen akan merasa adanya garansi keamanan dari produk yang akan dikonsumsi. Dengan demikian, diharapkan dapat meningkatkan omzet dari para pelaku usaha.



Gambar 2. Kegiatan Transfer Ilmu

Kegiatan transfer ilmu selanjutnya dilaksanakan pada pekan berikutnya dengan materi perhitungan harga pokok penjualan. Materi perhitungan harga pokok penjualan diberikan mulai dari menghitung

pembelian bersih bahan baku sampai menentukan harga jual. Pemberian materi oleh Bapak Haqi Fadillah, S.E., M.Ak. yang merupakan salah satu dosen akuntansi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan. Dengan pemahaman terkait perhitungan HPP diharapkan para pelaku usaha dapat dengan tepat mengukur biaya produksi, menentukan harga jual, menentukan apakah menerima atau menolak suatu pesanan, serta dapat menentukan laba rugi usaha secara tepat.

Selanjutnya, pelaku usaha perlu memahami bagaimana memasarkan produknya. Materi terkait strategi pemasaran disampaikan oleh Dr. Agus Setyo Pranowo, MM. yang merupakan salah satu dosen pasca sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan. Materi yang disampaikan terkait segmenting, targeting, dan potisioning, melakukan promosi yang tepat, menggunakan media promosi yang ada, dan lainnya. Dengan demikian, diharapkan para pelaku usaha dapat membuat strategi pemasaran yang tepat untuk produknya. Dengan strategi pemasaran yang tepat dapat mempermudah produk-produk usaha mikro tersebut dikenal pasar dan jika dibarengi dengan kualitas produk yang baik diharapkan dapat meningkatkan omzet usaha.



Gambar 3. Flyer Kegiatan Transfer Ilmu

Luaran Kegiatan

Untuk mendukung luaran berupa peningkatan potensi dari para pelaku usaha mikro binaan DLIUS maka disusunlah dua buah buku sebagai pedoman para pelaku usaha tersebut. Buku pertama berisi materi-materi yang disampaikan pada kegiatan transfer ilmu, yaitu cara perhitungan harga pokok persediaan, pedoman menyusun startegi pemasaran untuk usaha mikro kecil, dan pedoman untuk mendaftarkan legalitas produknya. Buku ini disusun oleh tim pengabdian dan para narasumber.



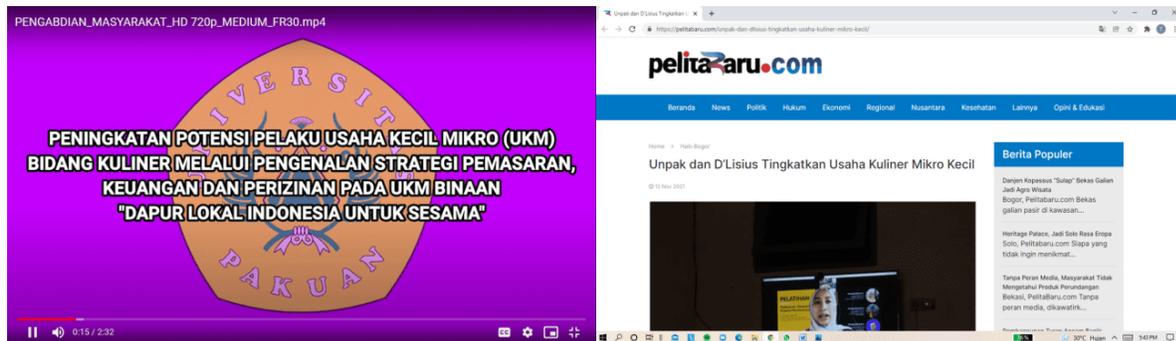
Gambar 4. Cover Buku “Mengelola Bisnis Baru”

Buku kedua adalah buku yang khusus berisi mengenai cara menghitung harga pokok penjualan. Buku kedua ini berisi ilustrasi menarik untuk menghitung harga pokok penjualan dan tersedia template sederhana untuk para pelaku usaha mikro kecil. Buku ini diharapkan membantu para pelaku usaha secara praktik menghitung harga pokok penjualannya karena sudah dilengkapi dengan template.



Gambar 5. Cover Buku “Yuk, Hitung Biaya Produksi Sendiri!”

Selain itu, luaran kegiatan ini berupa video kegiatan serta dipublikasinya kegiatan pada media cetak *online* Pelitabar.com yang terbit pada tanggal 21 November 2021. Berikut tautan terbitan tersebut <https://pelitabar.com/unpak-dan-dlisis-tingkatkan-usaha-kuliner-mikro-kecil/>. Video kegiatan merupakan video singkat yang berisi rangkaian kegiatan dan luaran hasil kegiatan yang diharapkan bermanfaat bagi para pengelola usaha mikro kecil bukan hanya binaan DLIUS tetapi juga bagi pelaku usaha secara luas.



Gambar 6. Video Kegiatan dan Publikasi Media *Online*

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian pada Dapur Lokal Indonesia Untuk Sesama (DLIUS) pada dasarnya bertujuan untuk mendukung peran socio entrepreneurship dalam membantu pengembangan bisnis rumahan atau usaha mikro kecil. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam bentuk transfer ilmu kepada para pelaku usaha mikro kecil binaan DLIUS berupa persiapan memulai bisnis baru, prosedur mengurus legalitas produk, menghitung biaya produksi, serta menyusun strategi pemasaran yang tepat. Kegiatan ini dilaksanakan baik secara daring dan luring karena dilakukan selama masa pandemi dan masa pembatasan kegiatan masyarakat. Hasil kegiatan ini diharapkan adanya peningkatan potensi atau pemahaman dari para pelaku usaha mikro tersebut sehingga dapat mengelola usahanya dengan lebih efektif dan efisien sehingga dapat berkelanjutan. Selain itu, untuk mendukung peningkatan potensi para pelaku usaha tersebut, tim pengabdian bersama narasumber menyusun dua buku untuk dapat dijadikan pedoman dan panduan teknis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami sampaikan kepada Universitas Pakuan di bawah naungan LPPM Universitas Pakuan yang telah memberikan dukungan biaya pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui hibah Universitas Pakuan. Terima kasih juga kami sampaikan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan yang selalu mendukung segala bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Terakhir, kami mengucapkan terima kasih kepada para pengurus dan ibu-ibu anggota Dapur Lokal Indonesia Untuk Sesama (DLIUS) yang menjadi proyek kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2019). *Jumlah Perusahaan Menurut 2-digit KBLI (Unit)*. <https://www.bps.go.id/site/resultTab>
- Dwianto, A. S. (2018). Social Entrepreneur Ship: Inovasi Dan Tantangannya Di Era Persaingan Bebas. *Majalah Bijak*, 15(1), 68–76.

- Febriyantoro, M. & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(2), 62–76.
- Kurniawan, A., Jalaludin, A., & Hastuti, S. (2014). Permasalahan Kompetensi Pelaku Usaha Kecil Bidang Kuliner Di Kota Bandung Dan Kota Cimahi. *The 7th NCFB and Doctoral Colloquium 2014 Towards a New Indonesia Business Architecture*, 171–188.
- Ling, Ay. (2013). Pengelolaan Dan Pengembangan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Deskriptif Pada Rumah Makan Palem Asri Surabaya). *Agora*, 1(1), 1–8.
- Maryati, T., Syarief, R., & Hasbullah, R. (2016). Analisis Faktor Kendala dalam Pengajuan Sertifikat Halal (Studi Kasus: Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Makanan Beku di Jabodetabek). *Jurnal Ilmu Produksi dan Teknologi Hasil Peternakan*, 4(3), 364–371.

