

Synergy and Society Service

This is a community service journal

Journal homepage: <https://save.triatmamulya.ac.id/index.php/save/>

Pendampingan Kemasan Produk dan Keuangan UMKM

Product Packaging and Financial Assistance for MSMEs

Komang Krishna Yogantara*¹. Putu Agus Prayogi²

Fakultas Bisnis Pariwisata dan Pendidikan, Universitas Triatma Mulya, Bali, Indonesia^{1,2}

*Correspondence: krishna.yogantara@triatmamulya.ac.id

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are one of the government's efforts to improve the welfare and economy of the community. Every year the number of MSMEs increases, but the increase in the number of MSMEs is not accompanied by the understanding and knowledge of the MSME actors themselves, one of which is the MSME in Sudimara Village, Tabanan, Bali. Lack of knowledge about the product packaging process to make it more attractive and financial management are obstacles to the development of MSMEs today. The purpose of this community service is to provide training and assistance on the product packaging process and financial management for MSME members in the village. The method used is learning by doing with a lecture system, discussion and question and answer, as well as bookkeeping practices, packaging making. The service process begins with a visit and seeing directly as an initial survey stage. The next is training and assistance. The result of the last activity is supervision. The result is that the packaging that still uses ordinary plastic now uses plastic, good packaging, and bookkeeping that was previously unrecorded already has its own bookkeeping.

© 2025 Universitas Triatma Mulya

ARTICLE INFO



Article History:

Received: April 8, 2025

Revised: April 9, 2025

Accepted: May 14, 2025

Keywords:

Product Packaging, Finance, MSMEs.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu upaya Pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian masyarakat. Saat ini, UMKM lebih kepada micro enterprise karena mereka lebih seperti pengrajin tetapi tidak memiliki semangat kewirausahaan, pengetahuan tentang manajemen, dan pemasaran produk mereka. Pengetahuan mengenai pemasaran dan pembukuan bagi UMKM sangatlah penting untuk menunjang keberlangsungan hidup UMKM itu sendiri. Pemasaran merupakan aspek penting dalam menjalankan usaha terutama strategi pemasaran (Jayanti Mandasari *et al.*, 2019). Oleh karena diperlukan pengelolaan yang baik sehingga usaha dapat berkembang dan mampu bersaing dengan para kompetitornya.

Kegagalan UMKM untuk mengembangkan usahanya terutama disebabkan oleh kemampuan mengelola keuangan usaha (Wardi, Putri, & Liviawati, 2020). Oleh karena itu, dalam pengelolaan bisnis kecil, selain elemen pemasaran, elemen keuangan juga dianggap penting. Ini sejalan dengan temuan Yogantara dan Prayogi (2024), yang menyatakan bahwa usaha kecil membutuhkan pelatihan dan dukungan untuk menyusun laporan keuangan. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa elemen keuangan sangat penting bagi kedua belah pihak, yaitu pihak internal perusahaan dan pihak eksternal yang membutuhkan data dari laporan keuangan.

Desa Sudimara merupakan salah satu bagian dari wilayah Kecamatan Tabanan, Kabupaten Tabanan, Bali. Desa Sudimara berada di bagian selatan Kota Tabanan dengan jarak tempuh 16 menit atau sekitar 8 km dari Kota Tabanan, dan 60 menit atau sekitar 24 km dari Kota Denpasar. Desa Sudimara memiliki 10 Banjar yaitu, Banjar Yeh Gangga, Banjar Sakeh, Banjar Celuk Kanginan, Banjar Kalanganyar Kangin, Banjar Kalanganyar, Banjar Sudimara Kaja, Banjar Jelae, Banjar Katimemes, Banjar Sudimara Kelod, dan Banjar Cengolo. Adapun potensi wisata yang dimiliki Desa Sudimara, yaitu Pantai Yeh Gangga. Selain potensi wisata terdapat potensi UMKM yang dapat dikembangkan oleh masyarakat Desa Sudimara. Seperti penghasil sayuran gonda, pengrajin mebel, nasi lawar, ikan pindang, dan jajanan bali.

UMKM di Desa Sudimara merupakan salah satu bentuk home industry yang memproduksi makanan ringan seperti Abon Pindang, Kerupuk Beras dan Kerupuk Kelor. UMKM di Desa Sudimara terdiri dari ibu-ibu rumah tangga yang bekerjasama membentuk kelompok usaha makan ringan untuk membantu perekonomian keluarga. Berdasarkan hasil survei dan wawancara diketahui bahwa kegiatan produksi masih menggunakan peralatan yang sangat sederhana, misalnya pembuatan Kerupuk Beras dan Kerupuk Kelor di mana proses pemotongan masih manual belum menggunakan alat potong khusus sehingga produk yang dihasilkan masih dalam skala kecil atau diproduksi sesuai dengan pesanan. Proses kemasan produk yang masih sederhana menjadi kendala mereka dalam pemasaran agar menjadi lebih menarik dijual. Sistem pencatatan pembukuan yang dilakukan masih sangat sederhana yaitu pencatatan pengeluaran diakumulasikan langsung tanpa membedakan item biaya tetap dan biaya variabel yang berpengaruh pada perhitungan harga produk dan perhitungan laba rugi.

Sesuai dengan permasalahan yang ada maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui Program KKN Fakultas Bisnis, Pariwisata, dan Pendidikan Universitas Triatma Mulya ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan tentang proses kemasan produk agar lebih menarik dan tata kelola keuangan kepada UMKM di Desa Sudimara, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali guna meningkatkan pendapatan.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode *learning by doing* dengan tahapan kegiatan yaitu a) metode ceramah yang dilaksanakan dalam waktu 30-45 menit dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti serta memberikan contoh-contoh yang familier di masyarakat yang dibagi menjadi 3 tahapan sesuai dengan materi pelatihan yang mencakup: a) pengurusan proses kemasan produk inovatif, pengelolaan keuangan dan modal usaha, b) diskusi yang dilakukan untuk memberikan komunikasi dua arah dan ditemukan solusi

dari permasalahan yang dihadapi dengan durasi 30-60 menit, c) Praktik yang mencakup pembuatan pembukuan sederhana dengan memisahkan item biaya tetap dan biaya variabel sesuai dengan standar dasar akuntansi dan perhitungan HPP serta harga jual produk yang diharapkan dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan tentang bagaimana mencatat pendapatan dan pengeluaran dalam memproduksi produk UMKM dalam 45 hingga 90 menit. Selain pembukuan, juga dilakukan praktik proses kemasan produk yang kreatif.

3. HASIL PELAKSANAAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui Program KKN Fakultas Bisnis, Pariwisata, dan Pendidikan Universitas Triatma Mulya ini terdiri dari 3 (tiga) tahapan umum yaitu survei awal, pelatihan dan pendampingan, dan monitoring dengan tujuan memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada peserta mengenai praktik proses kemasan produk yang kreatif dan pengelolaan keuangan.

Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan dilaksanakan dengan tiga tahap, di mana setiap tahap dilakukan pada waktu yang berbeda. Sebelum dilakukan praktik, tahap pertama dilaksanakan pada tanggal 1 Februari 2025 dengan peserta dibekali terlebih dahulu pemahaman tentang proses kemasan produk yang menarik dan pengelolaan keuangan melalui pemaparan materi yang disampaikan narasumber. Kegiatan ini diikuti oleh 25 orang yang terdiri dari UMKM di Desa Sudimara serta masyarakat setempat yang rata-rata adalah ibu-ibu dengan rentang usia 35-45 tahun. Para peserta sangat antusias selama pelatihan dan pendampingan, seperti yang terlihat dari bagaimana mereka aktif mengikuti, mengajukan pertanyaan, dan menceritakan kesulitan yang mereka hadapi. Para peserta memperoleh pengetahuan baru tentang bagaimana menggunakan media sosial sebagai media promosi dan bagaimana membuat kemasan produk makanan ringan seperti Abon Pindang, Kerupuk Beras dan Kerupuk Kelor yang menarik pembeli, yang ditunjukkan dengan ide-ide yang disampaikan secara spontan setelah pemaparan materi yang dilakukan.



Gambar 1. Tahap pertama penyampaian materi

Pada Tahap kedua pada tanggal 03 Februari 2025 dilakukan praktik proses kemasan produk yang kreatif dan pengelolaan serta pencatatan dalam pembukuan sesuai dengan standar dasar akuntansi. Peserta dibekali serta diberikan contoh-contoh yang berkaitan dengan kegiatan proses kemasan produk yang kreatif dan pengelolaan keuangan dengan durasi waktu ± 45 menit. Ditambah dilakukan praktik yaitu pemasaran digital melalui media sosial Facebook, proses pendaftaran pada platform digital seperti Shopee dan Tokopedia, pencatatan item-item biaya yang dikeluarkan pada proses produksi, perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dan menentukan harga jual produk serta cara menghitung laba rugi. Dalam hal pemasaran, beberapa peserta langsung memberikan gambaran tentang bagaimana produknya akan dikemas, sehingga mereka dapat meyakinkan anak-anak mereka untuk mempromosikan barang tersebut. Dalam hal pembukuan, jika ada beberapa biaya yang harus dicatat sebagai biaya proses produksi,

mereka tidak dicatat. Dengan cara yang sama, bahan bakar untuk proses produksi yang dikira harus dihitung dan dicatat sebagai biaya.



Gambar 2. Tahap kedua praktik proses kemasan produk yang kreatif dan pengelolaan keuangan

Setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat selesai, tahap ketiga pada tanggal 13 Februari 2025, tim melakukan monitoring untuk melacak kemajuan dan perkembangan UMKM di Desa Sudimara dalam hal pembukuan dan kemasan produk. Hasil monitoring menunjukkan bahwa pemasaran yang dulunya hanya bergantung pada percakapan mulut ke mulut sekarang menggunakan media sosial sebagai alat promosi; pengemasan yang masih menggunakan plastik biasa sekarang menggunakan plastik kemasan yang lebih baik; dan pembukuan yang dulunya tidak terlindungi dengan baik sekarang memiliki pembukuan sendiri.



Gambar 3. Tahap ketiga monitoring melacak kemajuan dan perkembangan UMKM

Perubahan yang terjadi menunjukkan bahwa pelatihan sangat penting bagi pelaku UMKM, terutama dalam hal pemasaran dan keuangan. Hasil pengabdian ini mendukung klaim Yogantara dan Prayogi (2024) bahwa UMKM masih membutuhkan banyak instruksi dan pengetahuan tentang inovasi produk, pengemasan, dan pemasaran, serta pengelolaan modal usaha. Hasil kegiatan ini juga sejalan dengan penelitian Yogantara dkk. (2023), yang menyatakan bahwa perkembangan usaha dan pengelolaan keuangan UMKM ditentukan oleh literasi keuangan, strategi pemasaran yang meliputi pengetahuan tentang keuangan dan strategi pemasaran yang meliputi pengetahuan tentang.

4. KESIMPULAN

Salah satu upaya pendampingan adalah untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang proses kemasan produk kreatif, meningkatkan omset penjualan melalui pemasaran digital, dan pencatatan dan pembukuan yang sesuai dengan standar akuntansi. Ini akan membantu UMKM memperkirakan jumlah produksi dan penjualan setiap bulan untuk

memenuhi pangsa pasar mereka saat ini. Hasil menunjukkan bahwa para UMKM di Desa Sudimara belum memahami pengelolaan keuangan, dan pemasaran. Hasil yang diperoleh dengan membandingkan hasil survei awal sebelum pendampingan dengan hasil monitoring setelah pendampingan menunjukkan bahwa UMKM di Desa Sudimara telah mencapai kemajuan. Pengurus dan anggota UMKM mulai mengetahui betapa pentingnya proses kemasan yang menarik dan pengelolaan keuangan bagi usaha ke depan.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik atas bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada mitra, dalam hal ini UMKM di Desa Sudimara dan Pemerintahan Desa di Desa Sudimara, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali yang telah memberikan izin dan berkerja sama dengan baik dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini melalui program Program KKN Fakultas Bisnis, Pariwisata, dan Pendidikan Universitas Triatma Mulya.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Jayanti Mandasari, D., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 123. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10432>.
- Wardi, J., Putri, G. E., & Liviawati. (2020). Pentingnya Penerapan Pengelolaan Keuangan Bagi UMKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 62.
- Yogantara, K. K., Prayogi, P. A., Ariesta, I. P. A. S., Jokosaharjo, S., Wibisono, G., Wartana, M. H., & Aristana, I. N. (2023). Optimalisasi Pemberdayaan Pelaku Usaha Tenun Cag-Cag Melalui Edukasi Literasi Keuangan. *Synergy and Society Service*, 3(1), 20-26. <https://doi.org/10.51713/save.v3i1.71>.
- Yogantara, K. K., & Prayogi, P. A. (2024). Peningkatan Literasi Keuangan Krama Istri Melalui Pelatihan dan Pendampingan Pembukuan Sederhana. *Synergy and Society Service*, 4(1), 37-42. <https://doi.org/10.51713/save.v4i1.88>.