



KODE ARTIKEL : PKM-29-3-9-1

Optimalisasi Profitabilitas Wirausaha melalui Perluasan Pemasaran dan Literasi Keuangan pada Usaha Sculpture Painting Cake

Rio Dhani Laksana, Intan Shaferi, Alisa Tri Nawarin

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman, Indonesia

*email korespondensi : riodhani@unsoed.ac.id

ABSTRAK

Kewirausahaan merupakan suatu kegiatan yang dinamis. Pada perusahaan yang memiliki keahlian khusus. Kewirausahaan menjadi sangat penting dalam bisnis kue dan pastry. Selain keterampilan yang perlu dimiliki, menjalankan bisnis juga memerlukan keterampilan manajemen seperti manajemen pemasaran dan keuangan. Beberapa pelaku usaha dan UMKM masih minim literasi keuangan atau minimnya kemampuan literasi. produksi, namun tidak dapat melakukan pemasaran dan pembiayaan. Metode penelitian dilakukan secara kualitatif melalui observasi dan wawancara kepada mitra untuk mengidentifikasi permasalahan secara langsung dan memberikan solusi terhadap permasalahan tersebut. Survei dilakukan terhadap mitra bisnis perusahaan Cake and Catering Purwokerto. Hasil dari implementasi ini adalah diskusi dan materi bisnis dan kewirausahaan yang bertujuan untuk memberikan strategi bisnis dan aspek pengelolaan keuangan, pemasaran, operasional, dan sumber daya manusia bagi perusahaan. Diskusi Pengusaha memberikan arahan untuk meningkatkan daya saing Anda dalam bisnis sehingga Anda dapat melacak keuntungan Anda. Hal ini terjadi karena mitranya adalah bisnis rumahan dan pemilik bisnis yang dikelola mungkin tidak begitu fokus dalam memantau keuangannya. Bagi produksi sebagai penyedia jasa pangan, permintaan konsumen merupakan bagian dari inovasi dan adaptasi yang harus selalu diprioritaskan oleh mitra.

Kata kunci : profitabilitas ; pemasaran ; literasi keuangan ; sculpture painting cake.

PENDAHULUAN

Di wilayah Purwokerto terdapat berbagai jenis kegiatan UMKM serta usaha rumahan yang memungkinkan untuk berkembangnya kewirausahaan. Beberapa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan beberapa usaha rumahan memanfaatkan perusahaan ini untuk kegiatan produksinya. Beberapa perusahaan menunjukkan kemajuan dan perkembangan. Beberapa perusahaan lain masih stagnan atau beroperasi tanpa perubahan. Persaingan yang semakin ketat juga berarti UMKM harus mampu berinovasi dan berkreasi (Guine, 2021). Berbagai peran perlu dihubungkan, termasuk peran pemerintah dalam mempengaruhi kinerja UMKM (Vashist, 2021). Namun peran independen UMKM menjadi pilar tata kelola perusahaan yang sangat penting.

Bisnis kue merupakan bisnis yang menjanjikan karena selalu ada permintaan konsumen pada hari-hari tertentu seperti hari raya dan acara-acara pribadi. Selain itu, hari besar juga merupakan hari perayaan bagi beberapa perusahaan, dan umumnya menggunakan kue dengan desain tertentu pada perayaannya. Oleh karena itu, Sculpture Painting Cake biasanya dipilih untuk mewakili perayaan hari penting tersebut dengan sebuah kue. Kewirausahaan di bidang ini sangat layak dan harus dioptimalkan dengan bantuan pengetahuan pemasaran dan literasi keuangan. Menjadikan kewirausahaan sebagai bidang yang dapat dimanfaatkan secara maksimal khususnya bagi usaha kecil menengah dan usaha rumahan.

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian, semakin baik penerapan orientasi pasar terhadap kinerja UKM, maka penerapan pemasaran kewirausahaan terhadap kinerja UKM juga semakin baik. Temuan ini disebabkan oleh adanya kegiatan pemasaran yang berorientasi pada pelanggan dan koordinasi yang baik antar fungsi yang mempengaruhi kinerja UKM dalam menerapkan pemasaran kewirausahaan. Semakin baik penerapan kewirausahaan yang berfokus pada kinerja UKM, maka akan semakin baik pula penerapan pemasaran berbasis kewirausahaan yang berfokus pada kinerja UKM.



Temuan ini karena kemauan berinovasi dan keberanian mengambil risiko bisnis mendorong UKM menerapkan wirausaha pemasaran (Nuvriasari, 2020). Strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha kecil untuk mencapai target pasar dengan memperhatikan kebutuhan calon konsumen. Konsep akhir pemasaran diimplementasikan dengan menggunakan bauran pemasaran (Selvia, 2021). Strategi pemasaran, loyalitas pelanggan, dan keterlibatan karyawan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis khususnya di industri restoran. Hasil ini menyoroti pentingnya faktor-faktor tersebut dalam meningkatkan kinerja UMKM. Strategi pemasaran yang efektif seperti pemasaran media sosial, kolaborasi dengan influencer, dan partisipasi dalam acara kuliner terbukti memberikan dampak signifikan terhadap kinerja UMKM. Hasil ini memberikan wawasan berharga bagi UMKM industri perhotelan, pengambil kebijakan dan pemangku kepentingan industri untuk menyusun strategi dan inisiatif yang dapat meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM di Kota Bandung. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang efektif, menumbuhkan loyalitas pelanggan, dan mendorong keterlibatan karyawan, UMKM dapat mencapai pertumbuhan dan kesuksesan berkelanjutan dalam industri perhotelan yang dinamis (Wahyono, 2023).

Studi ini menganalisis dampak berbagai aspek inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko terhadap pertumbuhan perusahaan konstruksi lokal di Tanzania. Inovasi dan pengambilan risiko berhubungan positif dan signifikan terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan konstruksi lokal di Tanzania (Okagi, 2019). Kewirausahaan harus dibarengi dengan sikap mandiri, kreativitas, inisiatif, dan keinginan belajar. Dengan strategi pemasaran yang tepat, Anda dapat menarik konsumen dalam jumlah besar, namun untuk mendapatkan keuntungan diperlukan pengelolaan keuangan yang memerlukan pengetahuan keuangan dan pengulangan keuangan. Keterampilan yang dibutuhkan tidak hanya dalam produksi tetapi juga dalam pengelolaan keuangan untuk menghasilkan keuntungan. Hasil regresi menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM setelah dilakukan pengendalian profil manajerial dan karakteristik spesifik UKM. Selain itu, variabel kontrol seperti pengalaman manajer dan tingkat pendidikan, serta sektor ekonomi tempat UKM beroperasi, mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UKM (Yakop, 2021).

Literasi keuangan mengutamakan pendidikan terkait keuangan dan pengelolaan keuangan (Lubis, 2022). Literasi keuangan ini memberikan dampak positif bagi UMKM (Susan, 2020; Gunawan, -2023). Menentukan profitabilitas memerlukan pengelolaan arus kas dan laporan keuangan (Briones, 2024). Mitra Usaha merupakan perusahaan bernama Cake and Catering Purwokerto yang menjual kue sesuai pesanan dengan harga. Usaha ini memiliki pengalaman lebih dari 5 tahun di bidang ini. Sculpture Cake Painting Keterampilan membuat gambar pada kue dengan dimensi panjang, lebar, dan volume. Oleh karena itu sangat menarik dan dapat dikembangkan hingga memiliki lebih dari pasar.

Namun, mengoptimalkan usaha mandiri ini memerlukan upaya lain, termasuk keahlian pemasaran dan keuangan. Hal ini disebabkan karena manajer tidak memiliki pengetahuan ekonomi. Oleh karena itu, diharapkan program ini mampu memberikan ilmu pengetahuan bagi pengembangan usaha swasta lebih lanjut. Unsoed dapat memberikan ilmu kepada mitra usaha mandiri tersebut. Penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam program ini berupa kegiatan kewirausahaan yang fokus pada pemasaran dan literasi keuangan untuk mencapai keuntungan yang lebih tinggi. Mitra program diharapkan mendapatkan manfaat dari konsep kewirausahaan, pemasaran dan keuangan program ini. Untuk mengidentifikasi masalah dengan pasangan Anda, amati situasinya dan kumpulkan informasi dari pasangan Anda. Bisnis kue rekanan dengan kue lukis pahatan memiliki potensi yang besar mengingat banyaknya kegiatan dan acara yang dapat diselenggarakan berdasarkan tema oleh banyak perusahaan, agensi bahkan perorangan dan keluarga.

Oleh karena itu, bisnis ini menarik dan memiliki potensi besar untuk dikembangkan karena dapat beradaptasi dengan permintaan konsumen. Ilmu pengetahuan dan teknologi yang diterapkan pada PKM mengarah pada peningkatan kewirausahaan melalui perluasan kemampuan pemasaran dan keuangan. Hal



ini dilakukan untuk meningkatkan keuntungan usaha. Pemecahan masalah adalah bagian dari pemecahan masalah. Di bawah ini adalah solusi untuk mitra.

1. Meningkatkan kewirausahaan.
2. Perluasan cakupan pemasaran.
3. Memiliki literasi keuangan untuk mengelola keuangan.

Upaya mengatasi permasalahan mitra merupakan bagian dari Program Pengabdian Kepada Masyarakat Memberikan solusi terhadap tantangan mitra berdasarkan hasil identifikasi masalah.

Berikut ringkasan permasalahan dan solusinya.

Masalah mitra dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Pemasaran kurang optimal. Dalam hal ini mitra tinggal menunggu pesanan.
Pemesanan tidak rutin dan data mitra tidak dicatat.
2. Belum maksimal dalam menghasilkan keuntungan. dapat lebih ditingkatkan dengan mempertimbangkan kemungkinan pengembangan bisnis. Mitra Program Pelayanan yaitu Cake dan Catering Lia memproduksi kue lukis patung.

Layanan ini memberikan solusi berikut untuk masalah di atas.

1. Adanya pelatihan kewirausahaan untuk lebih mengasah jiwa wirausaha. tidak hanya memiliki keahlian dalam membuat patung dan lukisan, tetapi juga memiliki keahlian dalam mengelola perusahaan.
2. Kami memiliki kursus pelatihan pemasaran dengan strategi yang sesuai dengan perusahaan Anda. Memperdalam pengetahuan Anda tentang bauran pemasaran.
3. Pelatihan literasi keuangan tersedia untuk membantu Anda menjadi lebih baik dalam mengelola keuangan. Anda akan dapat mengoptimalkan keuntungan Anda.

MATERI DAN METODE

Metode yang diterapkan dalam pelaksanaan kegiatan dijelaskan sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah Mitra oleh tim Pelaksana Dilakukan dengan survey dan observasi ke lokasi.
2. Pelatihan dan pengembangan usaha Dilakukan pendampingan terhadap mitra, dalam hal pemasaran yaitu data customer dan juga metode-metode pemasaran. Selain itu dilakukan literasi keuangan untuk pengetahuan dan ketrampilan keuangan.
3. Hasil dan evaluasi



Gambar 2. Metode Pelaksanaan Kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Pengabdian ini akan berlangsung mulai Mei hingga Agustus 2024. Kegiatan mitra merupakan seorang wirausaha yang menjalankan kegiatan produksi kue dan kue bernama Cake and Catering di Purwokerto. Aktivitas dilakukan dalam beberapa langkah yaitu:

- (1). Observasi produk bersama mitra dengan mengunjungi langsung lokasi produksi, mewawancarai mitra, dan melakukan riset pemasaran untuk mengidentifikasi permasalahan mitra. Hasil identifikasi menunjukkan



bahwa mitra perlu memperluas pemasaran dan meningkatkan penjualan. (2). Menyelenggarakan kegiatan pelatihan kewirausahaan yang memberikan pembahasan dan materi bisnis dan kewirausahaan dengan tujuan memberikan aspek pengelolaan keuangan, pemasaran, operasional dan sumber daya manusia dalam strategi perusahaan dan bisnis. Kewirausahaan memberikan arahan untuk meningkatkan daya saing dan menghasilkan keuntungan yang baik dalam usaha. Hal ini terjadi karena mitranya adalah usaha rumahan dan usaha yang dijalankan mungkin tidak terlalu fokus pada akuntansi keuangan. Bagi produksi sebagai penyedia jasa pangan, permintaan konsumen merupakan bagian dari inovasi dan adaptasi yang harus selalu diprioritaskan oleh mitra kami. (3). Pelatihan pembuatan kue. mengetahui cara menjalankan produksi dengan lebih efektif dan efisien melalui pengamatan langsung selama produksi. Misalnya penggunaan bahan baku dan waktu pembuatannya dilakukan dengan tahapan yang benar (yang boleh dilakukan terlebih dahulu dan yang kemudian dapat dilakukan secara terpisah) Hal ini memungkinkan mitra memproses pesanan dalam jumlah besar, sehingga meningkatkan penjualan dan keuntungan. (4). Pendidikan keuangan. Upaya tersebut akan diwujudkan melalui kesadaran literasi keuangan. Jika Anda perlu mengetahui cara menggunakan dana Anda dengan baik dan mampu mengelola keuangan Anda secara usaha terpisah dari keuangan pribadi Anda Untuk memungkinkan terus menilai dan mengoptimalkan keuangan bisnis.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini telah dilakukan dari tahap awal hingga akhir. Diharapkan mitra dapat secara konsisten melakukan usaha kegiatan perluasan pemasaran. Adanya dukungan dari fasilitas seperti adanya promosi dengan media social dan pengenalan mitra kepada tempat-tempat sasaran usaha seperti kegiatan anak-anak dan tempat eduwisata dapat dilakukan karena akan memberikan informasi kepada khalayak masyarakat di laur wilayah. Selain itu, perlunya pengetahuan keuangan dalam mengelola bisnis sehingga hasil penjualan dapat mejadi profit seperti yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Briones, O. F., Camino-Mogro, S. M., & Navas, V. J. (2024). Working capital, cash flow and profitability of intensive MSMEs: Evidence from Ecuador. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 16(2), 396-417.
- Guiné, R. P. F., Florença, S. G., Barroca, M. J., & Anjos, O. (2021). The duality of innovation and food development versus purely traditional foods. In *Trends in Food Science and Technology* (Vol. 109, pp. 16–24). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2021.01.010>
- Gunawan, A., Jufrizen, J., & Pulungan, D. R. (2023). Improving MSME performance through financial literacy, financial technology, and financial inclusion. *International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting*, 15(1), 39-52.
- Lubis, K. S., & Irawati, L. (2022). The Effect of Financial Literacy and Capital Management on MSME Performance. *Asean International Journal of Business*, 1(1), 77-85.
- Nuvriasari, A., Ishak, A., Hidayat, A., Mustafa, Z., & Haryono, S. (2020). The effect of market and entrepreneurship orientation on SME's business performance: the role of entrepreneurial marketing in Indonesian Batik industries. *European Journal of Business and Management*, 12(5), 29-37.
- Okangi, F. P. (2019). The impacts of entrepreneurial orientation on the profitability growth of construction firms in Tanzania. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 14.
- Selvia, H., & Rahman, H. (2021). Strategi Pemasaran Pembiayaan Akad Murabahah pada Bmt Nu Cabang Pragaan dalam Meningkatkan Profitabilitas. *EKSYPAR: Jurnal Ekonomi Syari'ah & Bisnis Islam (e-Journal)*, 8(1), 126-147
- Susan, M. (2020). Financial literacy and growth of micro, small, and medium enterprises in west java, indonesia. In *Advanced issues in the economics of emerging markets* (pp. 39-48). Emerald Publishing Limited.