

## **Penguatan Manajemen Keuangan, Kemasan, dan Pemasaran pada Usaha Dapur Menantu di Desa Kembang Ragi, Kecamatan Pasimasunggu Kabupaten Selayar**

**Wahda Putri Maulia<sup>1</sup>, Akram Taufiq<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar, Indonesia<sup>1</sup>

Program Pascasarjana Magister Manajemen, ITB Nobel Indonesia, Makassar<sup>2</sup>

Corresponding Author: [wahdaputrimaulia@gmail.com](mailto:wahdaputrimaulia@gmail.com)<sup>1</sup>, [akramtaufiq2@gmail.com](mailto:akramtaufiq2@gmail.com)<sup>2</sup>

---

### **Info Artikel**

**Submitted:** 08 Januari 2026

**Revised :** 09 Januari 2026

**Accepted:** 25 Januari 2026

**Published:** 02 Februari 2026

**Keywords:** MSMEs, Financial Management, Product Packaging, Marketing.

**Kata Kunci:** UMKM, Manajemen Keuangan, Kemasan Produk, Pemasaran.

---

### **Abstract**

*This Community Service Program (PKM) aims to strengthen financial management, product packaging development, and marketing strategies of the Dapur Menantu MSME located in Kembang Ragi Village, Pasimasunggu District, Selayar Regency. This program is motivated by the limited understanding of MSME actors in preparing simple financial reports, optimizing product packaging, and implementing structured marketing strategies, which affects business competitiveness and sustainability. The program employed a descriptive qualitative approach through observation, interviews, and direct assistance to the business owner. The implementation stages included initial preparation and observation, data collection and analysis, training and mentoring activities, as well as the formulation of recommendations and reporting. The results indicate an improvement in the owner's understanding of financial management, the development of more attractive and informative product packaging, and the application of more effective marketing strategies.*

---

### **Abstrak**

*Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memperkuat manajemen keuangan, pengembangan kemasan produk, dan strategi pemasaran pada Usaha Dapur Menantu yang berlokasi di Desa Kembang Ragi, Kecamatan Pasimasunggu, Kabupaten Selayar. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh masih terbatasnya pemahaman pelaku usaha dalam menyusun laporan keuangan sederhana, optimalisasi kemasan produk, serta penerapan strategi pemasaran yang terencana, sehingga berdampak pada rendahnya daya saing dan keberlanjutan usaha. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui observasi, wawancara, serta pendampingan langsung kepada pelaku usaha. Tahapan kegiatan meliputi persiapan dan observasi awal, pengumpulan dan analisis data, pelaksanaan pelatihan dan pendampingan, serta penyusunan rekomendasi dan pelaporan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku usaha dalam pengelolaan keuangan, pengemasan produk yang lebih menarik dan informatif, serta penerapan strategi pemasaran yang lebih efektif.*



*This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).*

**Publisher:** Lembaga Penerbit Penelitian Nusantara

---

## **Pendahuluan**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang memiliki peranan strategis dalam menopang perekonomian Indonesia, khususnya dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, penyerapan tenaga kerja, serta pemerataan pendapatan masyarakat (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Sebagai pilar ekonomi kerakyatan, UMKM terbukti memiliki daya tahan yang relatif kuat dalam menghadapi dinamika pasar dan berbagai tekanan ekonomi, seperti saat pandemi COVID-19 di mana kontribusi UMKM terhadap PDB mencapai 61% dan penyerapan tenaga kerja 97% (Badan Pusat Statistik BPS, 2022). Namun demikian, di balik kontribusi tersebut, pelaku UMKM masih dihadapkan pada berbagai tantangan manajerial, terutama dalam pengelolaan keuangan, pengemasan produk, dan strategi pemasaran yang belum tertata secara optimal (Hoffmann et al., 2021). Dalam era persaingan usaha yang semakin terbuka, UMKM sektor kuliner dituntut untuk memiliki keunggulan kompetitif agar mampu bertahan dan berkembang secara berkelanjutan. Kondisi ini menjadi semakin krusial bagi usaha kuliner skala mikro di wilayah kepulauan, seperti Kabupaten Selayar, yang memiliki keterbatasan akses pasar dan sumber daya pendukung (Susanto & Sari, 2022). Perubahan preferensi konsumen, fluktuasi harga bahan baku, serta meningkatnya tuntutan terhadap kualitas produk dan tampilan kemasan menuntut pelaku usaha untuk mengelola usahanya secara lebih profesional dan adaptif (Nielsen, 2023).

Salah satu faktor kunci dalam menjaga keberlanjutan UMKM adalah penerapan manajemen keuangan yang tertib dan akuntabel. Namun, pada praktiknya, masih banyak pelaku UMKM yang belum menerapkan pencatatan keuangan secara sistematis, dengan hanya 34% UMKM yang memiliki pembukuan formal (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Pemisahan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha sering kali belum dilakukan secara jelas, sehingga pelaku usaha mengalami kesulitan dalam mengetahui kondisi keuangan riil, margin keuntungan, serta kemampuan usaha untuk berkembang (Sari & Pratiwi, 2020). Kondisi ini juga berdampak pada terbatasnya akses UMKM terhadap pembiayaan formal. Selain aspek keuangan, kemasan produk dan strategi pemasaran juga menjadi tantangan utama bagi UMKM sektor kuliner. Banyak usaha mikro masih menggunakan kemasan sederhana yang belum mencerminkan identitas produk serta belum memberikan informasi yang memadai kepada konsumen, padahal kemasan memiliki peran penting sebagai media komunikasi dan daya tarik visual yang dapat memengaruhi keputusan pembelian (Fadillah, 2025). Di sisi lain, strategi pemasaran UMKM umumnya masih bersifat konvensional dan terbatas pada lingkup pasar lokal, sehingga potensi pengembangan usaha belum

dimanfaatkan secara maksimal (Kotler & Keller, 2016; adaptasi lokal oleh Widjaja, 2022).

Fenomena tersebut juga ditemukan pada Usaha Dapur Menantu yang berlokasi di Desa Kembang Ragi, Kecamatan Pasimasunggu, Kabupaten Selayar. Usaha ini memiliki potensi pasar yang cukup baik dan didukung oleh etos kerja pemilik usaha yang tinggi. Namun, berdasarkan hasil observasi awal, Dapur Menantu masih menghadapi kendala dalam pengelolaan keuangan usaha, pengembangan kemasan produk yang menarik, serta penerapan strategi pemasaran yang terencana mirip dengan temuan pada UMKM kuliner di Sulawesi Selatan (Susanto & Sari, 2022). Kondisi tersebut berpotensi menghambat peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha apabila tidak ditangani melalui pendampingan yang tepat dan aplikatif.

Dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, tim pelaksana membangun proses interaksi yang intensif dengan pelaku usaha melalui observasi langsung dan diskusi mendalam. Pendekatan partisipatif dan persuasif diterapkan agar pemilik usaha merasa nyaman dalam menyampaikan informasi terkait alur produksi, biaya operasional, hingga pola pemasaran yang selama ini dijalankan. Melalui komunikasi dua arah tersebut, data yang diperoleh menjadi lebih akurat dan mencerminkan kondisi usaha yang sesungguhnya.

Berdasarkan hasil pendampingan, ditemukan beberapa kendala utama yang dihadapi pelaku usaha, antara lain keterbatasan waktu dalam melakukan pencatatan keuangan karena pemilik usaha terlibat langsung dalam proses produksi dan penjualan, belum optimalnya desain dan fungsi kemasan produk, serta keterbatasan pemahaman mengenai strategi pemasaran yang efektif (Sari & Pratiwi, 2020). Kendala-kendala tersebut berpotensi menghambat peningkatan keuntungan dan perluasan pasar. Oleh karena itu, kegiatan penguatan manajemen keuangan, kemasan, dan pemasaran menjadi langkah strategis dalam mendukung pengembangan Usaha Dapur Menantu secara berkelanjutan.

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai penguatan manajemen keuangan, kemasan produk, dan strategi pemasaran pada Usaha Dapur Menantu. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengkaji fenomena secara langsung berdasarkan kondisi nyata yang dialami oleh pelaku usaha, sehingga permasalahan yang muncul dapat dipahami secara kontekstual dan komprehensif. Pemilihan pendekatan kualitatif deskriptif didasarkan pada kebutuhan untuk menggambarkan

***Penguatan Manajemen Keuangan, Kemasan, dan Pemasaran pada Usaha Dapur Menantu di  
Desa Kembang Ragi, Kecamatan Pasimasunggu Kabupaten Selayar***  
*Wahda Putri Maulia<sup>1</sup>, Akram Taufiq<sup>2</sup>*

proses pengelolaan usaha secara apa adanya tanpa melakukan manipulasi variabel. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi berbagai kendala serta potensi pengembangan usaha yang berkaitan dengan aspek keuangan, kemasan, dan pemasaran, sehingga hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar dalam merumuskan rekomendasi yang aplikatif dan sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM.

### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2026 di Usaha Dapur Menantu yang berlokasi di Desa Kembang Ragi, Kecamatan Pasimasunggu, Kabupaten Selayar. Pemilihan lokasi didasarkan pada potensi usaha yang dimiliki serta kebutuhan akan pendampingan dalam pengelolaan usaha secara lebih terstruktur dan berkelanjutan.

### **Target dan Subjek Penelitian**

Target penelitian ini adalah pelaku UMKM sektor kuliner, dengan subjek penelitian berupa pemilik Usaha Dapur Menantu yang terlibat secara langsung dalam pengelolaan produksi, keuangan, dan pemasaran usaha. Pemilik usaha dipilih sebagai subjek utama karena memiliki peran sentral dalam pengambilan keputusan serta memahami secara menyeluruh proses operasional dan dinamika usaha yang dijalankan sehari-hari. Penentuan subjek penelitian dilakukan menggunakan teknik purposive, yaitu memilih subjek berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Teknik ini digunakan agar data yang diperoleh benar-benar bersumber dari pihak yang memahami kondisi usaha secara mendalam, sehingga informasi yang dikumpulkan dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai penguatan manajemen keuangan, kemasan, dan pemasaran pada Usaha Dapur Menantu.

### **Prosedur Penelitian**

Prosedur penelitian dilaksanakan secara bertahap sebagai berikut:

1. Observasi awal, untuk mengidentifikasi kondisi pengelolaan keuangan, kemasan produk, dan strategi pemasaran yang telah diterapkan.
2. Wawancara mendalam, untuk menggali informasi terkait proses produksi, pencatatan keuangan, kendala usaha, serta kebutuhan pengembangan usaha.
3. Pendampingan, berupa pelatihan pencatatan keuangan sederhana, pengembangan kemasan produk, serta pengenalan strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik usaha.
4. Evaluasi, untuk menilai tingkat pemahaman dan penerapan hasil pendampingan oleh pelaku usaha.

### **Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengetahui kondisi nyata pengelolaan usaha, meliputi manajemen keuangan, bentuk kemasan produk, serta strategi pemasaran yang diterapkan oleh pelaku usaha. Wawancara dilakukan secara langsung dengan pemilik usaha untuk menggali informasi yang lebih mendalam mengenai proses usaha, kendala yang dihadapi, serta kebutuhan pengembangan usaha. Pengumpulan data didukung oleh instrumen berupa lembar observasi dan panduan wawancara semi-terstruktur yang disusun secara sistematis agar data yang diperoleh relevan dengan tujuan penelitian. Selain itu, dokumentasi digunakan sebagai data pendukung, meliputi catatan transaksi keuangan, dokumentasi kemasan produk, serta aktivitas pemasaran yang dilakukan. Penggunaan berbagai teknik dan instrumen pengumpulan data ini bertujuan untuk memperoleh data yang akurat dan komprehensif dalam menganalisis penguatan manajemen keuangan, kemasan, dan pemasaran usaha.

### **Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian meliputi pedoman observasi, pedoman wawancara, serta format pencatatan keuangan sederhana yang digunakan dalam proses pendampingan. Pedoman observasi digunakan untuk mengidentifikasi kondisi awal usaha, meliputi alur produksi, pengelolaan keuangan, bentuk kemasan produk, serta strategi pemasaran yang diterapkan. Sementara itu, pedoman wawancara disusun dalam bentuk semi-terstruktur untuk menggali informasi secara mendalam mengenai pengalaman, kendala, serta kebutuhan pelaku usaha dalam mengelola usaha secara menyeluruh. Format pencatatan keuangan sederhana dirancang sebagai instrumen praktis yang mencakup pencatatan pemasukan, pengeluaran, dan perhitungan laba usaha. Instrumen ini disusun secara fleksibel dan aplikatif agar mudah dipahami serta diterapkan oleh pelaku usaha sesuai dengan kemampuan dan kondisi usaha yang dijalankan. Penggunaan instrumen tersebut diharapkan dapat membantu pelaku usaha dalam membangun kebiasaan pencatatan keuangan yang tertib serta mendukung pengambilan keputusan usaha yang lebih tepat dan berkelanjutan.

### **Teknik Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif melalui model spiral interaktif Creswell dan Poth (2018), yang mencakup tahapan pengumpulan data, analisis awal, klasifikasi, interpretasi, dan representasi secara berulang hingga temuan matang. Pada tahap

pengumpulan dan analisis awal data, peneliti menyeleksi dan memfokuskan data hasil observasi, wawancara, serta dokumentasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Proses ini bertujuan untuk menyederhanakan data tanpa menghilangkan makna penting yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan, kemasan, dan pemasaran usaha. Tahap selanjutnya adalah klasifikasi dan interpretasi data, yaitu menyusun data ke dalam bentuk uraian naratif, tabel, atau gambar agar lebih mudah dipahami, sehingga memungkinkan peneliti untuk melihat pola, hubungan, serta perubahan yang terjadi pada pelaku usaha setelah dilakukan pendampingan. Penyajian data ini memungkinkan peneliti untuk melihat pola, hubungan, serta perubahan yang terjadi pada pelaku usaha setelah dilakukan pendampingan. Dengan demikian, informasi yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai proses dan hasil penguatan manajemen usaha. Tahap akhir adalah representasi dan penarikan kesimpulan, yang dilakukan dengan menginterpretasikan data secara menyeluruh. Temuan lapangan dianalisis dengan mengaitkannya pada tujuan penelitian untuk menilai dampak penguatan manajemen keuangan, kemasan, dan pemasaran terhadap keberlanjutan usaha Dapur Menantu. Kesimpulan yang dihasilkan diharapkan mampu memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai efektivitas kegiatan pendampingan yang telah dilakukan, khususnya dalam meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola manajemen keuangan, memperbaiki kemasan produk, serta mengoptimalkan strategi pemasaran.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Hasil**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) pada Usaha Dapur Menantu dilaksanakan melalui tahapan yang terencana dan terdokumentasi secara sistematis guna mendukung penguatan manajemen keuangan, kemasan produk, dan pemasaran usaha. Setiap rangkaian kegiatan, mulai dari persiapan, observasi awal, pendampingan, hingga evaluasi, dicatat dengan baik untuk memastikan pelaksanaan PKM berjalan sesuai tujuan yang telah ditetapkan. Dokumentasi kegiatan ini mencerminkan keterlibatan aktif tim pelaksana bersama pelaku usaha dalam setiap tahapan pendampingan yang dilakukan. Mulai dari proses diskusi, pelatihan, hingga implementasi program, seluruh rangkaian kegiatan terdokumentasi dengan baik sebagai bukti nyata kolaborasi dan komitmen bersama dalam upaya pengembangan UMKM. Partisipasi aktif pelaku usaha terlihat dari keterlibatan langsung dalam penerapan manajemen usaha, perbaikan kemasan, serta strategi pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi usaha. Selain itu, dokumentasi kegiatan

berfungsi sebagai dasar evaluasi untuk menilai capaian program yang telah dilaksanakan. Melalui dokumentasi tersebut, tim pelaksana dapat mengidentifikasi perubahan, kemajuan, maupun kendala yang dihadapi selama proses pendampingan. Hasil evaluasi ini diharapkan dapat menjadi rujukan penting dalam penyusunan dan pengembangan kegiatan pendampingan UMKM di masa mendatang agar program yang dilaksanakan semakin efektif, berkelanjutan, dan tepat sasaran.

**Gambar 1. Kondisi Lokasi Usaha Dapur Menantu**



Gambar 1. menunjukkan kondisi lokasi usaha Dapur Menantu yang berada di jalan poros utama, sehingga memiliki akses yang mudah dan tingkat visibilitas yang tinggi bagi masyarakat. Lokasi ini memungkinkan usaha untuk dengan mudah dikenali oleh pengguna jalan serta calon konsumen yang melintas, baik pejalan kaki maupun pengendara. Akses yang lancar juga mendukung kelancaran distribusi bahan baku dan aktivitas operasional usaha sehari-hari. Secara geografis, lokasi usaha Dapur Menantu sangat strategis karena berada dekat dengan beberapa fasilitas umum, seperti kantor polisi, SMPN 7 Selayar, serta TK At-Tauhid. Kedekatan dengan fasilitas tersebut menjadikan lingkungan usaha relatif ramai dan aman, serta sering dikunjungi oleh berbagai lapisan masyarakat. Aktivitas pelajar, orang tua, dan masyarakat sekitar turut menciptakan potensi pasar yang stabil bagi usaha kuliner ini. Kondisi lingkungan yang ramai dan mudah dijangkau tersebut mendukung potensi usaha dalam menarik dan mempertahankan konsumen.

Lokasi usaha yang berada di pusat aktivitas masyarakat memberikan keuntungan kompetitif bagi Dapur Menantu karena meningkatkan peluang kunjungan pelanggan secara berulang. Tingginya intensitas lalu lintas orang di sekitar lokasi usaha membuat produk lebih mudah dikenal

***Penguatan Manajemen Keuangan, Kemasan, dan Pemasaran pada Usaha Dapur Menantu di Desa Kembang Ragi, Kecamatan Pasimasunggu Kabupaten Selayar***  
*Wahda Putri Maulia<sup>1</sup>, Akram Taufiq<sup>2</sup>*

dan diingat oleh konsumen. Selain itu, kedekatan dengan fasilitas umum dan lingkungan yang ramai memungkinkan terjadinya pembelian spontan dari pelanggan yang sedang beraktivitas di sekitar area tersebut. Dengan lokasi yang strategis dan didukung kondisi lingkungan yang aman, Dapur Menantu memiliki modal yang kuat untuk mengembangkan usaha secara berkelanjutan. Keunggulan lokasi ini dapat dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan pemasaran, baik melalui peningkatan layanan di tempat maupun pengembangan strategi pemasaran keliling. Hal ini membuka peluang bagi usaha untuk menjangkau konsumen yang lebih luas serta memperkuat posisi Dapur Menantu sebagai usaha kuliner yang dikenal di wilayah sekitarnya.

**Gambar 2. Proses pendampingan manajemen keuangan dan pemasaran**

Tahap Pendampingan	Jenis Kegiatan	Tujuan Kegiatan	Hasil yang Dicapai
Observasi Awal	Identifikasi kondisi pengelolaan keuangan dan pemasaran usaha	Mengetahui permasalahan dan kebutuhan usaha	Diperoleh gambaran awal kondisi usaha
Wawancara	Diskusi dengan pemilik usaha terkait alur usaha dan kendala	Menggali informasi secara mendalam	Diketahui kendala utama pengelolaan usaha
Pendampingan Keuangan	Pelatihan pencatatan pemasukan dan pengeluaran	Meningkatkan pemahaman manajemen keuangan	Pemilik usaha mampu menyusun pencatatan sederhana
Pendampingan Pemasaran	Diskusi strategi pemasaran dan promosi produk	Mengoptimalkan pemasaran usaha	Pemilik usaha memahami strategi pemasaran yang lebih efektif
Evaluasi	Penilaian hasil pendampingan	Mengukur dampak kegiatan	Terjadi peningkatan pemahaman

***Penguatan Manajemen Keuangan, Kemasan, dan Pemasaran pada Usaha Dapur Menantu di  
Desa Kembang Ragi, Kecamatan Pasimasunggu Kabupaten Selayar  
Wahda Putri Maulia<sup>1</sup>, Akram Taufiq<sup>2</sup>***

			pengelolaan usaha
--	--	--	-------------------

Gambar 2. menunjukkan proses pendampingan manajemen keuangan dan pemasaran yang dilakukan secara bertahap dan sistematis. Kegiatan diawali dengan observasi awal untuk mengidentifikasi kondisi pengelolaan usaha, kemudian dilanjutkan dengan wawancara guna menggali informasi secara lebih mendalam terkait alur usaha dan kendala yang dihadapi pemilik. Tahap pendampingan keuangan difokuskan pada pelatihan pencatatan pemasukan dan pengeluaran agar pelaku usaha mampu menerapkan manajemen keuangan sederhana, sedangkan pendampingan pemasaran dilakukan melalui diskusi strategi promosi untuk mengoptimalkan penjualan produk. Seluruh rangkaian kegiatan ditutup dengan evaluasi untuk menilai dampak pendampingan, yang menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pemilik usaha dalam mengelola keuangan dan pemasaran secara lebih efektif.

**Gambar 3. Format Pencatatan Keuangan Sederhana Usaha Dapur Menantu**

No	Tanggal	Nama Barang	Jumlah	Harga Satuan (Kg)	Total
1.	21/12/2025	Adonan Bakso Ayam	-	-	Rp. 2.609.000
2.	21/12/2025	Kanji	-	-	Rp. 2.545.000
3.	21/12/2025	Es + gabus	-	-	Rp. 345.000
4.	21/12/2025	Bumbu/pendukung	-	-	Rp.100.000
		Total Pengeluaran			Rp. 6.109.000

Berdasarkan Gambar 3. Pencatatan keuangan sederhana pada Usaha Dapur Menantu sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 3 bertujuan untuk memantau dan mengendalikan pengeluaran usaha secara sistematis. Pada tanggal 21 Desember 2025, tercatat beberapa komponen biaya produksi utama, yaitu adonan bakso ayam, kanji, es dan gabus, serta bumbu atau bahan pendukung lainnya. Meskipun jumlah dan harga satuan tidak dirinci per kilogram, total biaya masing-masing kebutuhan dicatat secara jelas sehingga memudahkan pelaku usaha dalam mengetahui akumulasi pengeluaran. Dari keseluruhan transaksi tersebut, total pengeluaran usaha mencapai Rp6.109.000, yang dapat dijadikan dasar evaluasi biaya produksi, penentuan harga jual, serta perencanaan keuangan usaha ke depannya agar lebih efisien dan berkelanjutan.

**Gambar 4. Kemasan produk sebelum dan sesudah pendampingan**



**Sebelum**

**Sesudah**

Berdasarkan Gambar 4. Sebelumnya, produk bakso ayam dikemas menggunakan kemasan plastik polos/biasa tanpa identitas visual yang kuat. Kemasan lama hanya berfungsi sebagai pelindung produk, namun belum mampu menampilkan informasi produk secara jelas, kurang menarik secara visual, serta belum membangun citra merek di mata konsumen. Hal ini membuat produk sulit dibedakan dengan produk sejenis dan kurang memiliki daya tarik saat dipasarkan. Seiring dengan pengembangan usaha, kemasan kemudian beralih ke desain kemasan yang lebih modern dan informatif. Desain baru menampilkan identitas produk secara jelas melalui penggunaan logo, nama produk “Bakso Ayam”, keterangan isi 30 butir, klaim tanpa bahan pengawet, serta tampilan visual bakso yang menggugah selera. Pemilihan warna merah dan putih memberi kesan bersih, hangat, dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

**Gambar 5. Dokumentasi Kegiatan Pemasaran Produk**



Gambar 5. menunjukkan dokumentasi kegiatan pemasaran produk Bakso Dapur Menantu yang menggambarkan progres usaha dari awalnya berfokus pada penjualan di warung makan bakso, kemudian bertransformasi menjadi sistem pemasaran keliling menggunakan sepeda motor. Transformasi ini dilakukan sebagai strategi untuk menjangkau lebih banyak pelanggan secara langsung di berbagai lokasi, sehingga meningkatkan visibilitas dan daya jangkau produk. Pemasaran keliling tidak hanya berfungsi sebagai sarana distribusi, tetapi juga sebagai media promosi yang efektif karena memungkinkan interaksi langsung dengan konsumen, memperkuat pengenalan merek, serta menyesuaikan penjualan dengan kebutuhan pasar di lapangan.

## **Pembahasan**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) pada Usaha Dapur Menantu menunjukkan bahwa pendampingan yang dilakukan secara terencana dan sistematis mampu memberikan dampak positif terhadap pengelolaan usaha. Melalui tahapan persiapan, observasi, pendampingan, hingga evaluasi, pelaku usaha memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya manajemen keuangan, kemasan produk, dan strategi pemasaran. Pendekatan partisipatif yang diterapkan mendorong keterlibatan aktif pelaku usaha sehingga setiap rekomendasi yang diberikan dapat diterima dan diterapkan sesuai dengan kondisi nyata usaha.

Dari sisi lokasi usaha, keberadaan Dapur Menantu di jalan poros utama dengan tingkat visibilitas yang tinggi menjadi modal awal yang sangat strategis. Lokasi yang dekat dengan kantor polisi, SMPN 7 Selayar, dan TK At-Tauhid menciptakan lingkungan yang ramai, aman, dan mudah dijangkau oleh berbagai lapisan masyarakat. Kondisi ini memperkuat potensi usaha dalam menarik konsumen secara berkelanjutan serta mendukung aktivitas operasional dan distribusi bahan baku secara lebih efisien. Keunggulan lokasi tersebut turut memberikan keuntungan kompetitif berupa meningkatnya peluang kunjungan pelanggan secara berulang. Tingginya mobilitas masyarakat di sekitar lokasi usaha mendorong terjadinya pembelian spontan dan memperluas pengenalan produk secara alami. Dengan memanfaatkan posisi strategis tersebut, Dapur Menantu memiliki peluang besar untuk mengembangkan usaha melalui optimalisasi layanan di tempat. Lokasi yang mudah dijangkau dan berada di pusat aktivitas masyarakat memungkinkan peningkatan kualitas pelayanan, kenyamanan konsumen, serta penguatan hubungan dengan pelanggan tetap.

Hal ini dapat mendorong terjadinya kunjungan berulang dan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Selain itu, posisi strategis ini juga dapat dimanfaatkan

*Penguatan Manajemen Keuangan, Kemasan, dan Pemasaran pada Usaha Dapur Menantu di Desa Kembang Ragi, Kecamatan Pasimasunggu Kabupaten Selayar*  
Wahda Putri Maulia<sup>1</sup>, Akram Taufiq<sup>2</sup>

untuk memperluas pola pemasaran ke wilayah yang lebih luas. Dukungan lokasi yang ramai dan mudah diakses menjadi titik awal yang kuat untuk mengembangkan strategi pemasaran keliling maupun promosi berbasis lingkungan sekitar. Dengan mengombinasikan layanan di tempat dan pemasaran ke luar area, Dapur Menantu berpeluang menjangkau konsumen yang lebih beragam serta meningkatkan volume penjualan secara berkelanjutan. Proses pendampingan manajemen keuangan dan pemasaran yang dilakukan secara bertahap terbukti membantu pelaku usaha dalam memahami kondisi usahanya secara lebih menyeluruh. Tahap observasi dan wawancara menjadi dasar penting untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi, khususnya terkait pencatatan keuangan dan strategi pemasaran. Informasi yang diperoleh kemudian digunakan sebagai acuan dalam merancang bentuk pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan usaha. Pendampingan manajemen keuangan memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan kemampuan pelaku usaha untuk melakukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran secara sederhana namun sistematis. Melalui format pencatatan keuangan yang diperkenalkan, pelaku usaha mulai mampu memantau biaya produksi dan mengetahui total pengeluaran usaha secara jelas. Hal ini menjadi langkah awal yang penting dalam menciptakan pengelolaan keuangan yang lebih tertib, transparan, dan mendukung pengambilan keputusan usaha berbasis data.

Perbaikan kemasan produk juga menjadi salah satu aspek penting dalam penguatan daya saing usaha. Peralihan dari kemasan plastik polos ke desain kemasan yang lebih modern dan informatif menunjukkan adanya peningkatan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya identitas visual produk. Kemasan baru yang menampilkan informasi produk secara jelas, seperti nama produk, jumlah isi, dan klaim tanpa bahan pengawet, mampu meningkatkan kepercayaan konsumen sekaligus memperkuat citra merek Bakso Dapur Menantu. Dari sisi pemasaran, transformasi strategi penjualan dari warung makan bakso ke pemasaran keliling menggunakan sepeda motor memberikan dampak positif terhadap perluasan jangkauan pasar. Strategi pemasaran keliling memungkinkan produk menjangkau konsumen yang lebih beragam dan tidak terbatas pada satu lokasi saja. Selain sebagai sarana distribusi, pemasaran keliling juga berfungsi sebagai media promosi langsung yang efektif karena memungkinkan interaksi personal dengan konsumen dan meningkatkan visibilitas merek di berbagai titik keramaian.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan PKM ini menunjukkan bahwa penguatan manajemen keuangan, perbaikan kemasan, dan inovasi strategi pemasaran saling berkaitan dalam mendukung keberlanjutan Usaha Dapur Menantu. Pendampingan yang dilakukan tidak hanya meningkatkan

***Penguatan Manajemen Keuangan, Kemasan, dan Pemasaran pada Usaha Dapur Menantu di  
Desa Kembang Ragi, Kecamatan Pasimasunggu Kabupaten Selayar  
Wahda Putri Maulia<sup>1</sup>, Akram Taufiq<sup>2</sup>***

pemahaman pelaku usaha, tetapi juga mendorong perubahan praktik pengelolaan usaha ke arah yang lebih profesional.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa pendampingan penguatan manajemen keuangan, kemasan produk, dan pemasaran pada Usaha Dapur Menantu memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha dalam mengelola usahanya secara lebih sistematis dan profesional. Penerapan pencatatan keuangan sederhana membantu pelaku usaha dalam memantau pengeluaran dan mengambil keputusan berbasis data, sementara perbaikan kemasan meningkatkan daya tarik serta identitas produk. Selain itu, inovasi strategi pemasaran melalui penjualan keliling memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk. Secara keseluruhan, kegiatan ini berkontribusi dalam memperkuat keberlanjutan usaha dan dapat menjadi model pendampingan bagi UMKM sejenis.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Badan Pusat Statistik. (2022). Laporan kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional 2021. BPS.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2024). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (5th ed.). Sage Publications.
- Hoffmann, M., & et al. (2021). Challenges in MSME management in developing countries. *Journal of Small Business Management*, 59(3), 456-478.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Profil UMKM Indonesia 2023*. Kemenkop UKM.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Nielsen. (2023). *Consumer trends in food packaging Indonesia*. NielsenIQ Report.
- Sari, D. P., & Pratiwi, I. (2020). Manajemen keuangan UMKM kuliner di Indonesia timur. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 25(1), 45-60.
- Suraji, R. (2025). Analisis dan perancangan sistem pendukung UMKM berbasis teknologi informasi. *Jurnal Innovative*, 12(2), 150-165.
- Susanto, R., & Sari, N. (2022). Tantangan UMKM kuliner di wilayah kepulauan Sulawesi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(4), 200-215.

***Penguatan Manajemen Keuangan, Kemasan, dan Pemasaran pada Usaha Dapur Menantu di  
Desa Kembang Ragi, Kecamatan Pasimasunggu Kabupaten Selayar  
Wahda Putri Maulia<sup>1</sup>, Akram Taufiq<sup>2</sup>***

- Wahyuni, S. (2025). Peningkatan literasi digital dan analisis data UMKM melalui pelatihan SPSS. *Jurnal Kreatif Research Hub*, 3(1), 20-35. <https://researchhub.id>
- Fadillah, N. (2025). Desain ulang kemasan produk untuk UMKM kuliner. *Jurnal Admit, STIA Lan Makassar*.
- Widjaja, A. E. (2022). Strategi pemasaran digital untuk UMKM. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 18(1), 78-92.