



## PENGUATAN IDENTITAS USAHA DAN PEMBUKUAN SEDERHANA SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN DAYA SAING UMKM KENFA CAKE

| No | Penulis           | Email                   |
|----|-------------------|-------------------------|
| 1  | Nurma Gupita Dewi | nurmagupita46@gmail.com |
| 2  | Riskin Hidayat    | riesk_qien@yahoo.co.id  |

<sup>1</sup> Universitas YPPI Rembang

<sup>2</sup> Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

 [riesk\\_qien@yahoo.co.id](mailto:riesk_qien@yahoo.co.id)

### Abstrak

UMKM Kenfa Cake merupakan sebuah usaha rumah tangga yang memproduksi bermacam olahan kue dan bolu. UMKM Kenfa Cake yang berada di Desa Tanjungsari RT 04 RW 03 Kecamatan Rembang Kabupaten Rembang. Usaha ini dikelola oleh Ibu Siti Fatimah selama kurang lebih tujuh tahun. Adapun beberapa permasalahan yang ditemukan selama observasi di UMKM Kenfa Cake diantaranya: (1) belum memiliki identitas usaha, (2) lokasi UMKM yang kurang strategis, (4) belum adanya pembukuan keuangan. Berdasarkan permasalahan tersebut, beberapa program yang diagendakan untuk mengatasi hal tersebut meliputi: (1) pembuatan banner sebagai identitas usaha, (2) pemasangan petunjuk arah sebagai media informasi mengenai lokasi UMKM Kenfa Cake sehingga memudahkan pelanggan menemukan alamat usaha (3) pendampingan pembukuan melalui aplikasi buku kas. Diharapkan dengan adanya pelaksanaan program KCU ini dapat turut serta membantu mengembangkan UMKM Kenfa Cake kedepannya.

**Kata Kunci:** Identitas Usaha, Pendampingan, Pembukuan



©2023. Diterbitkan oleh Jurnal Umum Pengabdian Masyarakat (JUPEMAS). Artikel ini memiliki akses terbuka di bawah lisensi BY-NC <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

## 1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki potensi yang besar apabila mampu dikelola secara profesional. Banyaknya UMKM tentunya memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pergerakan perekonomian Negara. Sektor UMKM mencakup berbagai sektor di dalamnya, dan mampu menampung banyak tenaga kerja serta berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan perekonomian Negara. Dalam perkembangan dunia bisnis yang sangat kompetitif saat ini, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menghadapi banyak tantangan dalam membangun identitas usaha di antara para pesaing. Membangun identitas usaha yang kuat sangat penting bagi UMKM untuk membedakan dirinya, menarik pelanggan, dan mencapai kesuksesan jangka panjang (Kartika dkk, 2023). Permasalahan terkait para pelaku UMKM belum memahami manfaat dari branding, rendahnya ilmu tentang branding, belum memiliki karakter entrepreneur yang positif dan yang tidak kalah penting adalah belum mendapatkan pelatihan atau pendampingan mengenai teknis strategi branding bagi para pelaku UMKM (Diana dkk, 2022).

UMKM Kenfa Cake merupakan sebuah usaha rumah tangga yang memproduksi bermacam olahan kue dan bolu, yaitu: bolen, kue tart (kue ulang tahun), brownies, donat dan lain-lain. Usaha ini berlokasi di Desa Tanjungsari RT 04 RW 03 Kecamatan Rembang, Kabupaten Rembang. UMKM Kenfa Cake didirikan sejak tahun 2017 yang

dimiliki oleh Ibu Siti Fatimah. UMKM Kenfa Cake memiliki produk unggulan yang menjadi favorit konsumen yaitu bolen pisang coklat dan bolen pisang coklat keju.

UMKM Kenfa Cake mempunyai potensi dalam pengembangan usahanya yaitu kualitas produk yang baik dikarenakan tanpa menggunakan bahan pengawet, sudah memiliki izin dari Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), harga jual produk yang relatif terjangkau, kemasan produk UMKM Kenfa Cake yang menarik dengan stiker serta banyak varian olahan produk yang bervariasi. Adapun peluang UMKM Kenfa Cake diantaranya permintaan pasar yang terus meningkat dikarenakan banyaknya minat konsumen terhadap produk olahan Kenfa Cake serta adanya hubungan yang baik dengan pemasok sehingga ketersediaan bahan baku selalu terjamin. Sedangkan ancaman yang dihadapi bagi UMKM Kenfa Cake yaitu banyaknya pesaing yang menjual produk yang sama, selera konsumen yang terkadang berubah-ubah serta daya beli konsumen. UMKM Kenfa Cake juga mempunyai beberapa kelemahan, yaitu: keterbatasan tenaga kerja, produk yang diproduksi tidak tahan lama, belum memiliki identitas usaha, lokasi produksi yang tidak strategis yakni berada di dalam gang sehingga sulit dijangkau oleh konsumen, pemasaran yang belum luas karena hanya terdapat di area Rembang kota sehingga membuat produk tersebut belum banyak dikenal oleh masyarakat luar daerah dan belum memiliki pencatatan pembukuan keuangan.

UMKM Kenfa Cake memiliki beberapa masalah-masalah yang dihadapi dan belum bisa diatasi dengan segala keterbatasan yang dimiliki. Masih kurangnya identitas usaha dan belum adanya pembukuan masih menjadi kendala bagi UMKM Kenfa Cake untuk mengembangkan usahanya. Adapun tujuan dari program pengabdian kepada masyarakat guna membantu mengatasi permasalahan yang ada pada UMKM Kenfa Cake yaitu dengan membantu penguatan identitas usaha dan pendampingan pembukuan sederhana. Diharapkan dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat membantu UMKM Kenfa Cake berkembang lebih baik lagi.

## 2. Metode

---

### **Lokasi dan Waktu Pelaksanaan**

Pendampingan tim pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Kenfa Cake yang berlokasi di Desa Tanjungsari RT 04 RW 03 Kecamatan Rembang, Kabupaten Rembang. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada bulan September sampai Oktober Tahun 2021.

### **Fokus Bidang Usaha**

UMKM Kenfa Cake merupakan usaha yang berfokus pada produksi bermacam olahan kue dan bolu, antara lain: bolen, kue tart (kue ulang tahun) brownies, donat, dan lain-lain.

### **Program Kegiatan**

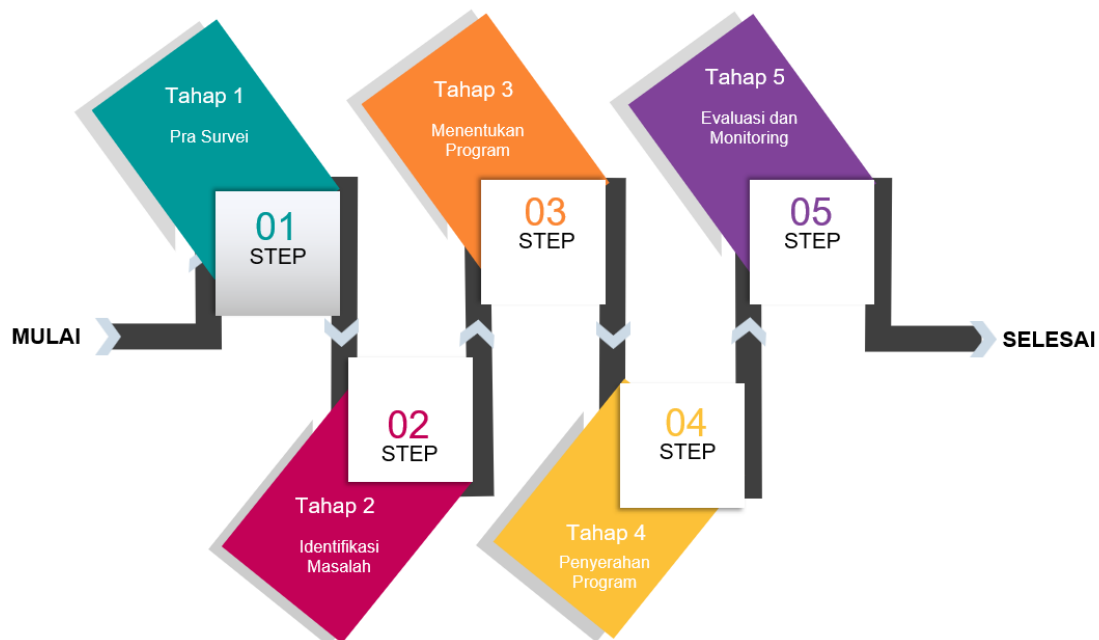
Berdasarkan identifikasi permasalahan yang sudah dilakukan, adapun program kegiatan yang dilakukan tim pengabdian kepada masyarakat antara lain:

**Tabel 1 Program Kegiatan**

| No. | Waktu      | Kegiatan                                 | Outcome  |
|-----|------------|--|--|
| 1.  | 16-11-2021 | Pembuatan banner Identitas Usaha         | Sebagai media informasi untuk mempermudah pelanggan menemukan lokasi UMKM.   |
| 2.  | 17-11-2021 | Membuat akun dan pengaplikasian Buku kas | Pengaplikasian pembukuan keuangan yang baik di UMKM Kenfa Cake sehingga mempermudah dalam mengetahui laba yang dihasilkan. |
| 3.  | 19-11-2021 | Pemasangan petunjuk arah                 | Sebagai media informasi untuk mempermudah pelanggan menemukan lokasi UMKM Kenfa Cake.                                      |

### Tahapan Pelaksanaan

Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Kenfa Cake adalah sebagai berikut:



### Tahap 1 (Pra Survei)

Pada kegiatan pra survei, tim pengabdian berkunjung ke UMKM Kenfa Cake yang berada di Desa Tanjungsari Kecamatan Rembang guna mengamati proses bisnis yang berlangsung.

## **Tahap 2 (Identifikasi Masalah)**

Tim pengabdian kepada masyarakat melakukan wawancara kepada pemilik UMKM Kenfa Cake yaitu Ibu Siti Fatimah guna mengetahui permasalahan-permasalahan yang menghambat perkembangan usaha UMKM Kenfa Cake saat ini

## **Tahap 3 (Penentuan Program)**

Setelah mengidentifikasi lebih lanjut mengenai permasalahan yang ada di UMKM Kenfa Cake dan tim pengabdian menentukan program yang sesuai untuk diterapkan guna mengatasi permasalahan tersebut. Adapun program kegiatan diantaranya:

- a. Membuat banner sebagai identitas UMKM.
- b. Membuat arah petunjuk jalan menuju lokasi UMKM.
- c. Membantu membuat pembukuan sederhana.

## **Tahap 4 (Penyerahan Program)**

Tim menyerahkan program kerja sebagai solusi guna mengatasi permasalahan yang ada di UMKM Kenfa Cake.

## **Tahap 5 (Evaluasi dan Monitoring)**

Tim pada program pengabdian kepada masyarakat ini dengan cara tim melakukan observasi secara langsung perkembangan dan keberlangsungan bisnis UMKM terutama dengan melihat kemanfaatan identitas usaha serta pembukuan buku kas yang sudah dibuat.

## **3. Hasil dan Pembahasan**

---

Melihat perkembangan UMKM di Indonesia saat ini, tidak mudah untuk menjaga keberlangsungan usaha, karena banyaknya segmentasi bisnis UMKM yang sama, serta pola pemasaran dan pengenalan produk yang terkadang kurang maksimal. Hal ini disebabkan masih banyak pemilik UMKM yang belum memahami akan pentingnya identitas usaha dan pembukuan, termasuk juga dalam penerapan strategi branding identitas bisnis dalam menunjang identitas visual bisnis dan menjadi ciri khas produk bisnis UMKM (Sutrisno dkk, 2023). Menurut penelitian Sutrisno dkk (2023) dan Taufik dkk (2022), hubungan antara identitas usaha UMKM dengan kesadaran pelanggan sangat erat. Identitas usaha yang kuat dan terkenal akan membantu meningkatkan pengenalan usaha ke konsumen. Hal ini membuat produk UMKM lebih mudah dikenali dan diinget konsumen sehingga meningkatkan penjualan.

Akan tetapi, pentingnya identitas usaha ini masih kurang dipahami oleh pemilik UMKM Kenfa Cake. Meskipun sudah memproduksi sejak 2017, tetapi UMKM Kenfa Cake masih belum memiliki identitas usaha. Hal ini tentu akan berdampak pada produk hasil UMKM Kenfa Cake yang kurang dikenal dikalangan masyarakat. Lokasi yang juga berada didalam gang sempit dan tanpa adanya petunjuk arah menyebabkan konsumen akan kesulitan mencari lokasi UMKM Kenfa Cake. Oleh karena itu guna menunjang penguatan identitas usaha bagi UMKM Kenfa Cake, tim pengabdian memasang banner usaha dan petunjuk arah. Selain dalam penguatan identitas usaha, tim pengabdian juga membantu dalam pendampingan penyusunan pembukuan sederhana. Oleh karena itu, tim pengabdian melakukan pendampingan pembukuan dengan memanfaatkan aplikasi Buku Kas.

Berikut ini hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian yang dilakukan di UMKM Kenfa Cake:

### 3.1 Pemasangan Banner Usaha

Adapun permasalahan di UMKM Kenfa Cake adalah belum adanya identitas usaha. Hal tersebut akan menyulitkan pembeli ketika akan memesan produk olahan Kenfa Cake. Pemilik masih kurang memahami akan pentingnya identitas usaha ini, sehingga untuk mengatasi hal tersebut tim pengabdian membuat banner identitas usaha bagi UMKM Kenfa Cake. Diharapkan dengan adanya banner ini bisa memperkuat identitas usaha UMKM Kenfa Cake.



Gambar 3.1 Banner Usaha

### 3.2 Pembuatan Petunjuk Arah

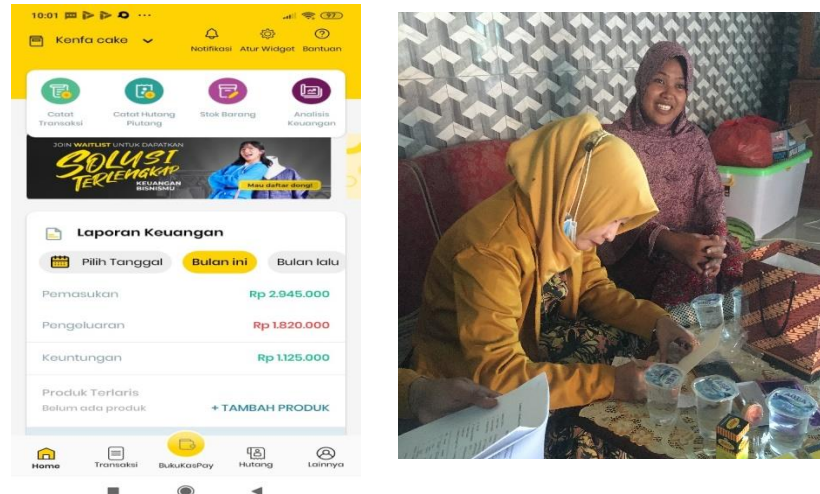
Permasalahan lain yakni UMKM Kenfa Cake berlokasi masuk gang dengan perumahan yang padat penduduk sehingga akan kesulitan bagi konsumen yang ingin mencari lokasi usaha. Oleh karena itu, tim pengabdian membuatkan petunjuk arah untuk mempermudah pelanggan yang ingin mencari lokasi UMKM Kenfa Cake. Papan petunjuk arah ini dipasang pada area masuk gang tepatnya di selatan Jalan Raya Pantura Rembang. Diharapkan akan mempermudah pelanggan untuk mencari lokasi produksi UMKM Kenfa Cake.



Gambar 3.2 Petunjuk Arah

### 3.3 Pendampingan Pembukuan Sederhana

Untuk mengatasi permasalahan UMKM tidak mempunyai manajemen keuangan, tim pengabdian melakukan pendampingan pembuatan catatan keuangan sederhana yang memang sangat diperlukan dalam kegiatan usaha, khususnya UMKM Kenfa Cake. Pada kesempatan kali ini, tim pengabdian menggunakan aplikasi BukuKas yang mudah dipahami. Pembuatan akun Buku Kas bertujuan untuk memudahkan dalam penyusunan pembukuan sehingga mempermudah dalam mengetahui laba yang dihasilkan.



Gambar 3.3 Pembukuan Buku Kas

## 4. Simpulan

Berdasarkan program pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan, maka dapat disimpulkan bahwa tim pengabdian telah berhasil melakukan program diantaranya (1) pembuatan banner identitas usaha sebagai media informasi untuk mempermudah pelanggan menemukan lokasi UMKM (2) pemasangan petunjuk arah sebagai media informasi untuk mempermudah pelanggan menemukan lokasi UMKM (3) membuat akun dan pengaplikasian Buku Kas sebagai pembukuan keuangan yang baik di UMKM Kenfa Cake sehingga mempermudah dalam mengetahui laba yang dihasilkan.

## Daftar Pustaka

- Diana, Laksmi, Harin Atraba, Mutiara Ayu Shabrina dan Wahyu Satrio Pamungkas. (2022). Pendampingan Pembuatan Brand Identity untuk UMKM "3D Family". Karya: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 2(3), 56-61.
- Fathihani, Abdullah, M. A. F., & Perkasa, D. H. (2023). Peningkatan Literasi Keuangan Dalam Menciptakan Perilaku Berinvestasi Bagi Generasi Millennial Di Pulau Tidung. Jurnal Umum Pengabdian Masyarakat, 2(3), 1-8. <https://doi.org/10.58290/jupemas.v2i3.148>

- Kartika, Dhian S. Y., M. Arya Bimantara, Reza Aminullah, Putri Nilam Cahyaning Ramdhani, Iffah Nur Halimatuz Zuhriyah, Nita Eka Nur Hayati. (2023). Pengembangan Identitas Usaha dan Pemasaran UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing. *Journal of International Community Service*, 2(1), 1-7.
- Sutrisno, Maisa Azizah Asmara, Sri Purwati, Susanto dan Rudy. (2023). Optimizing Brand Identity of MSME Products through Rebranding in Increasing Consumer Brand Awareness. *Journal on Education*, 5(3), 8519-8527.
- Sutrisno, S., Jodi, I. W. G. A. S., Putra, S. A., Bakhar, M., & Hanafiah, A. (2023). Analisis Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Street Boba. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), 571–578.
- Taufik, Y, Sari, A. R., Zakhra, A., Ayesha, I., Siregar, A. P., Kusnadi, I. H., dan Tannady, H. (2022). Peran Social Media Marketing dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Produk Es the Indonesia. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 5234-5240.
- Taolin, M. L., Aziz, S., Manane, D. R., Aksa, A. F., & Bani, M. P. (2023). Pendampingan Dan Pemasaran Kelompok Tenun Ikat Insana. *Jurnal Umum Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 38-41. Diambil dari <https://jurnal-cahayapatriot.org/index.php/jupemas/article/view/116>
- Zuraidaning Tyas, K., Fitriana, A., Supriatin, D., & Wirawan, N. B. (2023). Pelatihan Manajemen Keuangan Bagi Pelaku Umkm Pasca Pandemi Covid 19 . *Jurnal Umum Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 1-5. Diambil dari <https://jurnal-cahayapatriot.org/index.php/jupemas/article/view/75>