

Literasi Keuangan dan Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Dapur Risol Kecamatan Panakkukang Kota Makassar

Financial Literacy and Product Innovation in Enhancing the Competitiveness of MSMEs Dapur Risol in Panakkukang District, Makassar City

^{1*}Nur Asmi Ainun Kamal, Fika Hartina Sari², Abd. Razak J. Sabara³, Siti Kirani Ramadhani⁴, Aulia Abdina⁵.

^{1,2,3,4,5}. Universitas Almarisah Madani

Email: ¹ nurasmiaainunkamal@gmail.com ² fika.hartina92@gmail.com, ³ i13sabara@gmail.com, ⁴ sitikiranirmdhani@gmail.com ⁵ abdinaaulia3@gmail.com

Abstract, *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role as the backbone of the national economy by creating employment opportunities, driving local economic activities, and contributing significantly to the Gross Domestic Product. One promising MSME in the culinary sector is Dapur Risol, located in Panakkukang District, Makassar City, which has consistently produced various risoles since 2013. However, the enterprise still faces several challenges, including limited financial literacy, lack of product innovation, unsystematic business management, and underutilization of digital marketing. This community engagement program was carried out through a participatory approach, providing training and assistance in the areas of production, product innovation, financial management, digital marketing, and packaging design. Appropriate technologies were introduced, such as the Nutapos application and worksheets for financial management, the use of vacuum sealers and freezers for frozen food products, and the utilization of social media and e-commerce platforms for online marketing. The results of the program indicate a significant improvement in the partner's business capacity, including the ability to prepare simple financial reports, develop new product innovations such as frozen pempek and risoles, design professional packaging, and expand market reach through digital platforms. This program contributes to strengthening the competitiveness of local culinary-based MSMEs and supports sustainable regional economic development.*

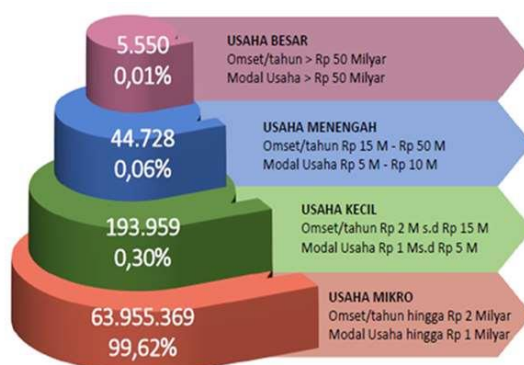
Keywords: Finance, MSMEs, Entrepreneurship, Product Innovation.

Abstrak, *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis sebagai pilar perekonomian nasional melalui penciptaan lapangan kerja, perputaran ekonomi lokal, serta kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto. Salah satu UMKM potensial di sektor kuliner adalah Dapur Risol di Kecamatan Panakkukang, Kota Makassar, yang sejak 2013 konsisten memproduksi risoles dengan berbagai varian. Namun, mitra masih menghadapi sejumlah permasalahan, antara lain keterbatasan literasi keuangan, minimnya inovasi produk, pengelolaan usaha yang belum sistematis, serta pemasaran digital yang belum optimal. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif melalui pelatihan dan pendampingan pada aspek produksi, inovasi produk, pencatatan keuangan, digital marketing, serta desain kemasan. Berbagai teknologi tepat guna diterapkan, termasuk aplikasi Nutapos dan worksheet untuk tata kelola keuangan, penggunaan vacuum sealer dan freezer untuk produk frozen food, serta pemanfaatan media sosial dan e-commerce untuk pemasaran digital. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada kapasitas usaha mitra, meliputi kemampuan menyusun laporan keuangan sederhana, menghasilkan inovasi produk baru berupa pempek dan risoles frozen, menciptakan desain kemasan profesional, serta memperluas jangkauan pasar melalui platform digital. Program ini berkontribusi terhadap penguatan daya saing UMKM berbasis kuliner lokal sekaligus mendukung pembangunan ekonomi daerah yang berkelanjutan.*

Kata kunci: Keuangan, UMKM, Kewirausahaan, Inovasi Produk.

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah atau UMKM merupakan salah satu pilar yang menopang ekonomi secara nasional. Secara umum UMKM membantu pemerintah dalam menjaga stabilitas ekonomi dengan cara menyerap tenaga kerja dan juga perputaran uang di “akar rumput” atau bagian paling kecil di tingkat perekonomian di Indonesia. Menurut data Kementerian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), terdapat sekitar 30,18 juta unit UMKM yang tercatat di Indonesia sampai 31 Desember 2024. Namun, jumlah ini belum mencakup UMKM dari sektor usaha pertanian dan perikanan. Dengan jumlah sebanyak itu UMKM di Indonesia diproyeksikan mampu menyumbangkan kontribusi hingga 61% Produk Domestik Bruto di Indonesia secara umum. Dengan beberapa data diatas dapat dikatakan UMKM merupakan salah satu katalis utama perekonomian di negara kita. Perhatian pemerintah terhadap UMKM dapat kita lihat dengan adanya Kementerian yang khusus mengelola permasalahan dan mengatur bagaimana UMKM di Indonesia dapat bergerak sesuai dengan arus yang diinginkan oleh pemerintah.



Gambar 1. Distribusi jumlah UMKM di Indonesia

Melihat besarnya kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional, maka menarik untuk menelaah bagaimana peran UMKM ditingkat daerah turut menopang pertumbuhan ekonomi. Salah satu kota yang memiliki geliat UMKM cukup pesat adalah Kota Makassar. Makassar berada dipesisir barat daya pulau sulawesi, menghadap selatan. Kota Makassar dikenal sebagai kota kuliner dengan julukan “Kota Makan Enak” karena memiliki banyak UMKM di sektor kuliner. Dinas Koperasi dan UMKM Kota Makassar mencatat bahwa pada tahun 2022, terdapat sekitar 8.000 UMKM yang beroperasi disektor kuliner (Dinas Koperasi dan UMKM Kota Makassar, 2022). Pemberdayaan UMKM ditengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. (Sedyastuti, Kristina, 2018). Sejumlah persoalan yang masih membelit UMKM seperti kemampuan melakukan inovasi produk yang terbatas, kemampuan sumber daya manusia yang masih rendah, serta kemampuan manajemen keuangan yang minimum (Maria, V. 2024).

Dari sekian banyak UMKM yang berkembang, salah satu yang patut diperhatikan adalah *Dapur Risol*, sebuah usaha kuliner yang hadir dengan konsep sederhana namun memiliki potensi besar dalam memperkuat identitas kuliner lokal sekaligus memberikan kontribusi nyata bagi perekonomian masyarakat. UMKM Dapur risol yang dikelola oleh Ibu Fatmawati, di Jl. Toddopuli Raya Timur No.184 Kecamatan Panakukang Kota Makassar. Didirikan sejak tahun 2013, hingga saat ini tetap masih memberi pelayanan kepada customernya. Dapur Risol menyajikan beberapa variant rasa risoles mulai dari yang asin dan juga yang manis uniknya dari berbagai variant masyarakat mayoritas menyukai risoles yang manis, yaitu salah satu menunya risol chocolate. Waktu operasional setiap hari, buka mulai pukul 9.00 WITA sampai dengan pukul 18.00 WITA.



Gambar 2 dan 3. UMKM dapur risol

UMKM dapur Risol mampu memproduksi produk risoles setiap harinya mencapai kurang lebih 200 pcs, diluar dibulan Ramadhan penjualan meningkat dari biasanya, sehingga mampu memproduksi hingga kurang lebih 500 pcs/ hari. Meskipun UMKM Dapur risol sudah beroperasi sejak lama, akan tetapi masih banyak permasalahan yang dihadapi oleh mitra, adapun permasalahan yang di hadapi oleh Mitra yaitu, kurangnya pemahaman Mitra dalam pencatatan keuangan yang masih dilakukan secara manual, tanpa menggunakan aplikasi, maka sangat penting dilakukan pendampingan. Tingkat literasi keuangan pengusaha mikro tergolong sedang yang menunjukkan pengelolaan keuangan sumber daya mereka tidak begitu mengesankan. Semakin menantang seiring dengan maraknya penerapan *financial technology*, khususnya di Indonesia, diperlukan literasi keuangan dengan baik untuk para calon wirausaha dalam mempersiapkan start upnya maupun bagi para wirausaha dalam menjalankan usahanya (Yuningsih, Raspati & Riyanto 2022).

Selain itu, kurangnya Inovasi produk baru atau tambahan produk lainnya, dan ketersediaan produk dalam bentuk *frozenfood*. Agar mampu memperluas jangkauan pasar. Sehingga mampu meningkatkan daya saing UMKM, Selanjutnya strategi pemasaran yang lahir ditengah-tengah kemajuan teknologi digital, menjadi solusi UMKM Dapur Risol sebagai pelaku usaha untuk memperluas pangsa pasar. Salah satu instrumen dalam memperluas jangkauan pasar yaitu *E-Commerce*. *E-Commerce* merupakan suatu konsep dimana penjualan dan pembelian barang oleh konsumen dilakukan secara elektronik melalui jaringan informasi internet (Mukhsin. 2019).

Fokus utama dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terletak pada upaya pendampingan secara menyeluruh kepada mitra UMKM *Dapur Risol*, yang diposisikan tidak hanya sebagai pelaku usaha kecil menengah, tetapi juga sebagai representasi dari sektor ekonomi kreatif yang memiliki potensi strategis dalam mendukung pembangunan daerah. Pendampingan yang diberikan tidak sekedar bersifat teknis, melainkan diarahkan pada penguatan kapasitas kelembagaan dan tata kelola usaha, sehingga UMKM mampu mengembangkan daya saing secara berkelanjutan di tengah dinamika pasar yang semakin kompetitif.

Aspek pertama yang menjadi fokus adalah pengelolaan keuangan sederhana, dimana pencatatan dan pelaporan transaksi penjualan diarahkan untuk memanfaatkan aplikasi akuntansi digital. Penerapan teknologi keuangan ini diharapkan mampu meningkatkan akurasi data keuangan, mempercepat proses pelaporan, serta memberikan dasar yang lebih kuat dalam pengambilan keputusan strategis. Selanjutnya, kegiatan pengembangan produk tidak hanya berhenti pada inovasi cita rasa dan bentuk, tetapi juga diarahkan pada diversifikasi produk ke segmen *frozen food* yang memiliki prospek pasar lebih luas serta relevan dengan gaya hidup konsumen modern yang mengutamakan kepraktisan.

Selain itu, intervensi pada aspek desain kemasan dipandang krusial, mengingat kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai sarana komunikasi merek (*brand communication*) yang mampu meningkatkan nilai jual dan citra usaha. Sementara itu, pelatihan pemasaran berbasis *E-Commerce* diberikan untuk memperluas jangkauan pasar melalui pemanfaatan teknologi digital, sekaligus menumbuhkan literasi digital bagi pelaku UMKM agar lebih adaptif terhadap transformasi ekonomi berbasis teknologi.

Kegiatan ini memiliki keterkaitan erat dengan *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya pada aspek pembangunan industri, inovasi, dan infrastruktur, serta konsumsi dan produksi yang berkelanjutan. Selain itu, program ini selaras dengan capaian *Indikator Kinerja Utama* (IKU), antara lain:

(2) mahasiswa memperoleh pengalaman pembelajaran diluar kampus; (3) dosen melaksanakan kegiatan tridharma diluar lingkungan akademik; serta (7) pelaksanaan pembelajaran yang kolaboratif dan partisipatif. Kegiatan ini juga mendukung implementasi kebijakan *Kampus Berdampak*, terutama dalam mata kuliah Akuntansi Sosial dan Lingkungan serta Manajemen Strategi.

METODE PELAKSANAAN

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk menjawab permasalahan yang dihadapi mitra UMKM *Dapur Risol* sekaligus mendorong peningkatan kapasitas usaha secara menyeluruh. Pendekatan yang digunakan bersifat **partisipatif, aplikatif, dan berkelanjutan**, sehingga mitra tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga terlibat aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan strategis yang mencakup pendampingan pada aspek produksi, inovasi produk, pencatatan keuangan, dan digital marketing. Setiap tahapan dirancang secara sistematis, mulai dari identifikasi masalah, pelatihan, implementasi, hingga monitoring dan evaluasi. Berikut tahapan metode pelaksanaannya:

1. Aspek Produksi

Pelaksanaan kegiatan pada aspek produksi diawali dengan observasi lapangan untuk menilai kapasitas produksi, kondisi peralatan, serta alur kerja yang digunakan oleh mitra. Dari hasil observasi tersebut, tim pengabdian kemudian memberikan pelatihan mengenai *Good Manufacturing Practices (GMP)* skala rumah tangga yang menekankan pada kebersihan, efisiensi, dan konsistensi kualitas produk. Selanjutnya, tim melakukan pendampingan pengadaan serta penggunaan peralatan pendukung produksi skala kecil-menengah seperti *freezer* untuk penyimpanan produk beku dan *vacuum sealer* sebagai mesin pengemasan kedap udara. Agar implementasinya optimal, kegiatan ini juga dilengkapi dengan simulasi langsung pembuatan produk *frozen food*, mulai dari proses pengolahan, penyimpanan, hingga pengemasan sesuai standar mutu.

2. Aspek Inovasi Produk

Kegiatan inovasi produk dilaksanakan melalui workshop yang berfokus pada penggalian ide-ide kreatif berbasis kebutuhan pasar dan preferensi konsumen. Mitra diajak berdiskusi untuk menemukan peluang pengembangan produk baru, baik berupa varian risoles premium maupun produk alternatif seperti empek-empek yang memiliki potensi pasar luas. Pendampingan selanjutnya diarahkan pada proses uji coba produksi varian baru dengan mempertimbangkan cita rasa, daya tahan, dan nilai gizi. Selain itu, tim pengabdian juga memberikan pelatihan desain kemasan menggunakan aplikasi sederhana agar mitra dapat menghasilkan kemasan yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga informatif, sesuai standar pemasaran modern, dan mampu meningkatkan daya saing produk. Penerapan Teknologi.

3. Aspek Pencatatan Keuangan

Pada aspek pencatatan keuangan, metode pelaksanaan dimulai dengan memberikan pelatihan mengenai konsep dasar akuntansi sederhana, seperti pencatatan transaksi harian, penyusunan laporan laba-rugi, dan pemisahan antara keuangan usaha dengan keuangan pribadi. Setelah itu, tim memperkenalkan aplikasi pencatatan digital yang mudah digunakan oleh pelaku UMKM, misalnya BukuKas atau SiApik. Mitra didampingi dalam mengimplementasikan aplikasi tersebut sehingga dapat menghasilkan laporan keuangan yang lebih rapi, sistematis, dan dapat dijadikan dasar evaluasi usaha maupun pengajuan modal kerja. Tahapan ini ditutup dengan pendampingan membaca dan menganalisis laporan keuangan agar mitra mampu menggunakan informasi tersebut dalam pengambilan keputusan bisnis secara tepat. Pendekatan Partisipatif

4. Aspek digital marketing

Pelaksanaan kegiatan digital marketing dilakukan dengan memberikan pengenalan mengenai berbagai platform digital yang relevan, mulai dari media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Tik Tok, hingga marketplace *online* seperti ShopeeFood, GoFood, dan GrabFood. Mitra diberikan pelatihan terkait strategi branding digital, termasuk teknik pengambilan foto produk, penulisan deskripsi yang persuasif, serta pemanfaatan *hashtag* untuk memperluas jangkauan pasar. Pendampingan juga mencakup proses pembuatan akun toko online, pengelolaan pesanan, hingga pemanfaatan fitur promosi digital yang tersedia pada setiap platform. Dengan demikian, mitra

diharapkan mampu memperluas pangsa pasarnya secara signifikan melalui strategi pemasaran berbasis teknologi. Evaluasi dan Keberlanjutan.

5. Partisipasi Mitra dalam Pelaksanaan Program

Adapun bentuk dari partisipasi mitra dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mitra terlibat langsung *sharing problem* kepada tim pengabdian dan menentukan secara langsung permasalahan sebagai masalah prioritas untuk diselesaikan.
- 2) Mitra berperan aktif dalam pendampingan penambahan jenis produk baru atau empek-empek sampai dengan pengolahan beberapa produk Risoles menjadi produk *frozenfood*
- 3) Mitra berperan aktif dalam kegiatan pelatihan tata kelola keuangan dan pemasaran produk berbasis digital dengan cara aktif bertanya kepada narasumber terkait dengan materi yang diberikan.
- 4) Mitra mampu membuat desain produk menarik
- 5) Mitra terlibat langsung dalam kegiatan pendampingan dimana mitra yang akan menghitung sendiri besaran biaya produksinya dan melakukan pencatatan keuangan sederhana
- 6) Mitra secara langsung mengoperasikan akun Media sosial : seperti Facebook, Instagram, Tiktok, dan *E-Commerce* (Shopee).

Setelah kegiatan pengabdian berlangsung akan dilaksanakan evaluasi dengan menilai dan melihat capaian dari indikator yang telah ditetapkan. Sejalan dengan itu untuk memastikan keberlanjutan program pasca kegiatan pengabdian berlangsung tim pengabdian akan melakukan komunikasi secara berkala melalui media sosial atau via *handphone* kepada mitra. Selain itu keberlanjutan yang positif, mitra akan dijadikan percontohan usaha yang mengolah kemudian memasarkan produknya melalui *E-Commerce*.

6. Monitoring dan Evaluasi

Tahap monitoring dilaksanakan secara berkala melalui evaluasi mingguan untuk menilai perkembangan keterampilan mitra pada aspek produksi, inovasi produk, pencatatan keuangan, dan digital marketing. Monitoring ini juga menjadi sarana untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi mitra serta memberikan solusi secara langsung. Pada akhir program, evaluasi menyeluruh dilakukan untuk mengukur capaian kegiatan, baik dari segi peningkatan kapasitas produksi, pengembangan variasi produk, kualitas pencatatan keuangan, maupun jangkauan pemasaran digital. Hasil evaluasi kemudian dilengkapi dengan pemberian umpan balik dan rekomendasi lanjutan, sehingga mitra memiliki panduan dalam menjaga keberlanjutan dan kemandirian usaha di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan tanggapan dari responden (mitra Dapur Risol), pelatihan dan pendampingan yang dilakukan dinilai sangat bermanfaat dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri mitra dalam menjalankan usaha. Secara khusus, kegiatan pelatihan inovasi produk menghasilkan beberapa capaian nyata, antara lain:

1. Inovasi Produk (pempek dan risoles)

Produk yang dikembangkan berfokus pada dua jenis makanan, yaitu *pempek* dan *risoles*, yang dipilih karena memiliki nilai budaya, cita rasa khas, serta potensi pasar yang cukup luas. Melalui kegiatan ini, pengetahuan dan keterampilan mengenai teknik pengolahan, pembekuan, serta pengemasan produk makanan diberikan kepada Mitra *Dapur Risol*. Inovasi tersebut tidak hanya bertujuan memperpanjang masa simpan produk agar lebih tahan lama dan higienis, tetapi juga membuka peluang distribusi yang lebih luas serta meningkatkan nilai jual produk.

Produk *pempek frozen* yang dikembangkan terdiri atas beberapa variasi, yaitu *pempek kapal selam*, *lenjer*, *pyub*, dan *kulit*. Proses pembuatannya dilakukan melalui tahap pengolahan adonan berbahan dasar ikan dan sagu, yang kemudian direbus sebelum dibekukan. Untuk menjaga kualitas, produk disimpan dalam freezer dengan suhu -18°C dan dikemas secara vakum sehingga

dapat bertahan dalam jangka waktu lama. Sementara itu, produk *risol frozen* dikembangkan dalam berbagai varian rasa, di antaranya *risol original*, *risol sosis mayo*, *beef mayo*, *beef cheese mayo*, dan *choco banana*. Proses produksinya dilakukan dengan menggulung adonan, melapisinya dengan tepung panir, lalu membekukan produk sebelum digoreng. Teknik ini memastikan produk tetap renyah, higienis, dan praktis ketika diolah kembali oleh konsumen.



Gambar 4. Pelatihan pembuatan pempek

Untuk menunjang keberhasilan inovasi produk *frozen food* tersebut, digunakan sejumlah peralatan teknologi tepat guna yang dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi produksi. Beberapa di antaranya meliputi *mesin penggilingan daging/ ikan (food processor)*, *hand mixer adonan*, *komporgas*, *vacuum sealer*, dan *freezer*. Pemanfaatan alat-alat ini membantu mitra dalam mempercepat proses produksi, meningkatkan volume hasil, serta menjaga konsistensi kualitas produk, baik dari segi rasa, tekstur, maupun tampilan. Penggunaan *vacuum sealer* dan *freezer* juga memungkinkan produk dikemas secara lebih higienis, tahan lama, serta mendukung strategi pemasaran melalui jalur daring (*online*). Dengan demikian, produk dapat dipasarkan secara lebih luas, dikirim ke konsumen dengan jarak yang lebih jauh, dan tetap terjaga mutunya hingga sampai di tangan pelanggan.

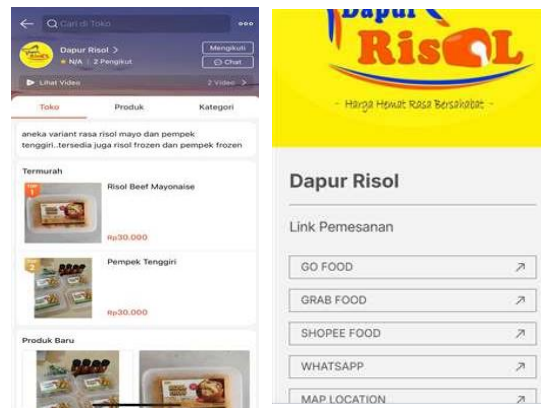


Gambar 5. Pempek dan risoles frozen

2. Pelatihan Pemasaran Digital

Pelatihan pemasaran digital yang dilaksanakan bersama mitra *Dapur Risol* berfokus pada peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi sekaligus penjualan produk secara lebih efektif. Latar belakang dari kegiatan ini adalah semakin pentingnya transformasi digital dalam dunia usaha, khususnya bagi UMKM di sektor kuliner yang menghadapi persaingan ketat dan perubahan pola konsumsi masyarakat. Melalui pelatihan ini, mitra diharapkan mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital, serta mengoptimalkan keberadaan media sosial dan platform *e-commerce* untuk memperluas jangkauan pasar.

Tujuan utama dari pelatihan ini adalah memberikan pemahaman dasar tentang konsep pemasaran digital, melatih mitra dalam mengelola akun bisnis di berbagai platform seperti Instagram dan WhatsApp Business, serta membimbing mereka dalam penggunaan *e-commerce*. Selain itu, pelatihan juga diarahkan untuk meningkatkan kreativitas mitra dalam menciptakan konten promosi sederhana namun menarik, sehingga produk *Dapur Risol* dapat dipresentasikan dengan cara yang lebih profesional dan persuasif. Lebih jauh lagi, pelatihan ini mendorong mitra untuk lebih aktif melakukan promosi daring (*online marketing*) secara mandiri, sehingga dalam jangka panjang dapat meningkatkan omzet usaha.



Gambar 5. Platform Digital

Materi pelatihan yang diberikan mencakup beberapa aspek penting. Pertama, pengenalan konsep dasar *digital marketing* dan pentingnya *online presence* bagi UMKM. Kedua, praktik pembuatan akun bisnis di media sosial maupun platform *e-commerce*, sehingga mitra memiliki kanal resmi untuk memasarkan produk. Ketiga, pelatihan pembuatan konten promosi, yang meliputi teknik fotografi dan videografi sederhana, penulisan caption yang menarik, serta pemanfaatan aplikasi desain seperti Canva dan CapCut untuk menghasilkan konten visual yang kreatif. Keempat, strategi promosi online melalui fitur *story* dan *reels* yang efektif dalam meningkatkan interaksi dengan konsumen. Kelima, pelatihan manajemen konsumen yang menekankan pentingnya komunikasi, pelayanan yang cepat, dan menjaga kepuasan pelanggan. Terakhir, pengenalan lebih lanjut mengenai platform *e-commerce*, khususnya Shopee, sebagai sarana penjualan produk yang memiliki potensi pasar yang luas.

3. Pengelolaan Keuangan

Tujuan utama kegiatan ini adalah memberikan edukasi mengenai tata kelola keuangan yang baik, termasuk pemisahan keuangan pribadi dan usaha, pemahaman akuntansi dasar, keterampilan pencatatan transaksi, serta ketepatan dalam menghitung HPP agar penetapan harga jual tidak merugikan. Selain itu, kegiatan ini juga melatih mitra memanfaatkan teknologi digital seperti Nutapos dan worksheet sebagai alat bantu manajemen keuangan yang praktis dan berkelanjutan.

Melalui penerapan teknologi berupa aplikasi **Nutapos** dan **worksheet**, mitra *Dapur Risol* tidak hanya diajarkan mencatat transaksi keuangan secara rapi, tetapi juga dibekali kemampuan memahami dan menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) serta menyusun laporan keuangan sederhana. Kemampuan ini diharapkan mampu mendorong mereka menjadi pelaku usaha yang lebih profesional, mandiri, dan siap berkembang, baik dari sisi produksi maupun manajemen keuangan.

Gambar. 6 Aplikasi Keuangan Nuta Pos dan *Worksheet finance* Otomatis

Materi dan aktivitas edukasi meliputi pelatihan pencatatan transaksi harian menggunakan Nutapos, pembuatan laporan keuangan sederhana seperti arus kas dan laba-rugi, serta perhitungan HPP secara akurat dengan memanfaatkan worksheet yang dilengkapi template otomatis. Mitra juga dilatih untuk menganalisis keuntungan berdasarkan HPP dan harga jual, sehingga mampu mengambil keputusan bisnis yang lebih tepat. Dalam implementasinya, pelatihan dilakukan secara langsung di lokasi produksi *Dapur Risol* melalui pendekatan praktik. Mitra diberikan pemahaman mengenai konsep dasar akuntansi, disiplin pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta pendampingan intensif dalam menghitung biaya produksi dan mencatat transaksi digital. Dengan demikian, mitra tidak hanya memahami teori, tetapi juga terbiasa mengaplikasikannya dalam aktivitas usaha sehari-hari.

4. Pelatihan dan pendampingan inovasi produk

Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk mendampingi, memberikan pelatihan dan memberikan bimbingan pada Mitra UMKM Dapur Risol dalam meningkatkan kapasitas produksi, upaya inovasi produk dan *rebranding* untuk memperkuat posisi mitra Dapur Risol di tengah konsumen, sekaligus meningkatkan daya saing di pasar digital. Pelatihan dan pendampingan ini dirancang untuk memberdayakan mitra usaha, mendorong kreativitas dalam pengembangan produk, serta membangun citra usaha yang profesional dan modern.



Gambar 7. Pendampingan proses produksi Inovasi Produk

Dalam era reformasi digital, pengabdian masyarakat telah mendorong mitra untuk memperluas pangsa pasar dan wilayah pemasaran melalui platform digital. Melalui kegiatan pengabdian ini, usaha mitra kini telah memiliki akun toko online guna mempromosikan usahanya seperti: *shopee* dan menggunakan dengan baik media sosial sebagai sarana pemasaran produknya



Gambar 8. Pendampingan Pemasaran Digital

Memberikan pelatihan laporan keuangan dengan memanfaatkan akuntansi sederhana. Diharapkan dengan adanya pendampingan dalam Menyusun laporan keuangan dengan akuntansi sederhana, membantu mitra dalam membuat laporan keuangan dengan lebih rapih dan memudahkan mitra dalam mengelola keuangan dengan baik. Mengingat bahwa dalam transaksi

mitra begitu banyak transaksi dengan menggunakan transaksi debit dan kredit, dengan demikian perlu pencatatan keuangan yang dapat mendukung kegiatan usaha mitra.



Gambar 9. Pelatihan & Pendampingan Tata Kelola Keuangan & perhitungan HPP menggunakan aplikasi nutapos dan finance worksheet

5. Pembuatan desain baru

Membantu dalam pendampingan pembuatan *design* kemasan untuk produk yang diproduksi yang memiliki ciri khas tersendiri serta memberikan kesan unik dan menarik yang dapat menciptakan citra brand untuk produk dapur Risol, agar tidak diduplikasi oleh oknum atau pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.



Gambar 10. desain kemasan *frozen food*

Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga menjadi media komunikasi visual yang mampu menyampaikan kualitas, kelezatan, dan identitas Dapur Risol kepada konsumen. Pendampingan ini mencakup pemilihan warna yang sesuai dengan karakter brand, pemilihan bahan kemasan yang ramah lingkungan, penggunaan font dan ilustrasi yang mencerminkan nilai lokal-modern, serta penempatan elemen informasi penting seperti logo, varian rasa, tanggal kedaluwarsa, dan cara penyajian.

Dengan desain kemasan yang unik dan profesional, produk Dapur Risol akan lebih mudah dikenali di pasaran, meningkatkan daya tarik di etalase maupun marketplace digital, serta memperkuat *brand recall* di benak konsumen. Hal ini diharapkan dapat mendongkrak penjualan, membangun kepercayaan konsumen, dan membuka peluang ekspansi pasar ke segmen yang lebih luas.



Gambar 9. Desain kemasan kemasan dos (box)



Gambar 10. Proses Labeling dan Packing kemasan baru

Desain kemasan memegang peranan penting dalam kesuksesan sebuah produk, terutama bagi UMKM kuliner seperti *Dapur Risol*. Kemasan bukan sekadar wadah pelindung, tetapi juga identitas visual yang mencerminkan kualitas, nilai, serta karakter dari produk itu sendiri. Dalam konteks persaingan pasar yang semakin ketat, kemasan yang unik dan profesional akan menjadi pembeda utama di antara produk sejenis.

Kemasan yang dirancang dengan baik mampu meningkatkan daya tarik visual, sehingga produk lebih mudah dikenali baik di rak etalase maupun di platform digital. Tampilan yang menarik akan memicu minat beli konsumen, sekaligus memperkuat *brand recall* sehingga nama *Dapur Risol* lebih mudah diingat. Tidak hanya itu, kemasan yang higienis, informatif, dan fungsional juga menjadi indikator kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan.

Bagi UMKM, kemasan juga berfungsi sebagai sarana komunikasi. Informasi yang tercantum—mulai dari komposisi bahan, cara penyajian, hingga logo brand—akan memberikan nilai tambah sekaligus membangun citra usaha yang lebih profesional. Dengan demikian, kemasan tidak hanya berperan sebagai pelengkap, melainkan menjadi strategi pemasaran yang efektif dalam membangun reputasi, meningkatkan penjualan, dan membuka peluang ekspansi pasar ke segmen yang lebih luas.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan melalui program pendampingan usaha mitra Dapur Risol telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan kapasitas dan keberlanjutan usaha mitra. Beberapa capaian utama dari kegiatan ini meliputi:

1. Peningkatan tata kelola keuangan melalui penerapan sistem pencatatan sederhana dan digital yang lebih terstruktur. Mitra Dapur Risol kini mampu membuat Laporan keuangan secara mandiri menggunakan Aplikasi keuangan Digital yaitu melalui aplikasi NutaPos dan *Worksheet Finance*.
2. Inovasi produk dengan pengembangan varian baru yaitu empek-empek tenggiri dan diversifikasi dalam bentuk *frozen food*.
3. Peningkatan kualitas pengemasan dengan desain yang lebih menarik dan informatif, yang turut meningkatkan daya saing produk.
4. Pemanfaatan *e-commerce* dan digital marketing melalui media social, yang berhasil memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.
5. Meningkatkan kemandirian mitra dalam menjalankan usahanya secara lebih profesional dan berorientasi jangka panjang.

Secara keseluruhan, kegiatan ini telah berkontribusi dalam penguatan ekonomi lokal berbasis kewirausahaan kuliner, serta membangun semangat berinovasi dan beradaptasi di tengah tantangan pasar yang dinamis.

Saran

Agar keberhasilan kegiatan ini dapat berlanjut dan berkembang lebih jauh, maka disarankan beberapa hal berikut:

1. Konsistensi dalam pencatatan dan evaluasi keuangan agar usaha dapat terus bertumbuh secara sehat dan terukur.
2. Memperluas jangkauan pasar melalui kemitraan strategis, seperti reseller, platform digital kuliner, dan kolaborasi dengan UMKM lain.
3. Memanfaatkan momen promosi musiman dan tren digital untuk terus menjaga daya tarik dan eksistensi produk di pasaran.

4. Mengembangkan SDM dan kapasitas produksi seiring meningkatnya permintaan, agar usaha tidak hanya bertahan, tetapi juga mampu berkembang secara berkelanjutan.

Dengan keberlanjutan dari inisiatif ini, diharapkan Dapur Risol dapat menjadi contoh UMKM yang berhasil naik kelas, mandiri, dan berdaya saing tinggi di tengah masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Koperasi dan UMKM Kota Makassar. (2022). *Laporan Tahunan UMKM Sektor Kuliner Kota Makassar 2022*. Makassar: Dinas Koperasi dan UMKM.
- Fahdia, M. R., Kurniawati, I., Amsury, F., Heriyanto, & Saputra, I. (2022). *Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi UMKM Tajur Halang Makmur*. *AbdiFormatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 34-39. <https://doi.org/https://doi.org/10.25008/abdiFormatika.v2i1.147>
- Ita Mustika, & Ferdila, F. (2022). *Pengenalan Standar Keuangan Entitas Mikro Kecil dan Menengah (SAK EMKM) dan Bimbingan Teknis Penyusunan Laporan Keuangan Berbasis SAK EMKM pada UMKM di Kota Batam*. *ABDIMAS EKODIKSOSIORA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ekonomi, Pendidikan, dan Sosial Humaniora*, (2), 36-43.
- Maria, V. (2024). *Analisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi inovasi UMKM dalam meningkatkan daya saing produk lokal*. *MASMAN: Master Manajemen*, 2(2), 1-7. <https://doi.org/10.59603/masman.v2i2.378>
- Monoarfa, V. (2021). *Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Akuntansi Pesantren*. *Mopolayio : Jurnal Pengabdian Ekonomi*, 1(1), 84-88. Mukhsin M. *Manfaat Penerapan Marketing Online (Menggunakan ECommerce Dan Media Sosial) Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)*.
- Mukhsin M. *Manfaat Penerapan Marketing Online (Menggunakan E-Commerce Dan Media Sosial) Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)*. *Teknokom*. 2019;2(1):1-0. *Teknokom*;2(1):10.
- Sedyastuti, Kristina. 2018. *Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing dalam Kancab Pasar Global*. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, Vol. 2, No. 1, hlm. 117-127
- Yuningsih, Ynyun Yuniati, Galih Raspati, & Andi Riyanto. 2022. *Pengaruh Literasi Keuangan dan Financial Technology terhadap Keberlangsungan Usaha Pelaku UMKM*. *Jurnal Mirai Management*, Vol. 7, No. 2, hlm. 531-540. ISSN 2598-8301
- Yusri Y, Yanti S, Helmwanti N, Fatmala EM, Nurhidayah L. *Pemberian Edukasi Tata Kelola Keuangan pada Kelompok Usaha Rumahan di Pondok Madina Desa Puntik Barito Kuala*. *Jurnal Abdimas Adpi Sosial dan Humaniora*. 2022;3(3):377-81