

LINK:

<https://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/13543>

PENINGKATAN DAYA SAING USAHA KULINER SETELAH PANDEMI COVID-19

Khadijah Darwin, Ainun Arizah, Nurul Fuada, Rini Sulistiyanti

Abstract

Abstrak: Setelah Pandemi Covid-19, UMKM mulai bangkit. Salah satu sektor UMKM yang berkembang pesat adalah sektor kuliner. UMKM Kuliner di Kota Makassar mengalami kendala dalam pemasaran produknya karena keterbatasan dalam memanfaatkan berbagai media digital dan tampilan produk yang tidak menarik. Pengelolaan keuangan UMKM masih terbatas karena berbagai literatur hanya berfokus kepada usaha besar. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing usaha UMKM sektor Kuliner di Kota Makassar. Metode yang digunakan adalah dengan observasi, ceramah, diskusi dan pelatihan. Kegiatan diikuti oleh 10 orang, meliputi pelaku UMKM, tim pengabdian Universitas Muhammadiyah Makassar, narasumber dari Universitas Muhammadiyah Makassar, dan Wartawan salah satu media cetak di Kota Makassar. Hasil observasi menunjukkan bahwa peserta yang memiliki akun IG mendaftarkan akunya sebagai akun bisnis. Mereka juga aktif melakukan promosi di semua akun media sosialnya, namun belum melakukan promosi berbayar. Selanjutnya, tidak ada peserta yang memisahkan antara harta pribadi dan harta usahanya, dan hanya 20% peserta yang melakukan pencatatan keuangan. Peserta juga dilatih membuat foto produk menggunakan perlengkapan sederhana untuk ditampilkan pada akun media sosial yang digunakan untuk memasarkan produk mereka. Hasil kegiatan menunjukkan melalui kegiatan alih teknologi terjadi peningkatan pengetahuan dan ketrampilan peserta dalam mengelola keuangan dengan menggunakan aplikasi pencatatan keuangan yaitu E Kas. Semua peserta telah mengetahui pentingnya melakukan pemisahan harta pribadi dan usahanya, peserta juga mampu membuat foto produk yang menarik.

Abstract: After the Covid-19 Pandemic, MSMEs began to rise. One of the fastest growing MSME sectors is the culinary sector. Culinary MSMEs in Makassar City experience problems in marketing their products due to limitations in utilizing various digital media and unattractive product displays. MSME financial management is still limited because various literatures only focus on large businesses. This Community Service activity aims to increase the competitiveness of MSME businesses in the Culinary sector in Makassar City. The methods used are observation, lectures, discussions and training. The activity was attended by 12 people, including MSME actors, the Muhammadiyah Makassar University service team, resource persons from the Muhammadiyah Makassar University, and journalists from one of the print media in Makassar City. The observation results show that participants who have an IG account register their account as a business account. They also actively carry out promotions on all their social media accounts, but have not carried out paid promotions. Furthermore, none of the participants separated personal and business assets, and only 25% of participants kept financial records. Participants were also trained in making product photos using simple equipment to be displayed on social media accounts used to market their products. The results of the activity show that through technology transfer activities there is an increase in the participants' knowledge and skills in managing finances by using a financial recording application, namely E Cash. All participants already know the importance of separating personal and business assets, participants are also able to make attractive product photos.