

PENGEMBANGAN USAHA BERBASIS KREATIVITAS *FAKE NAIL ART* PADA UMKM ULFA ART PEMALANG

Diah Wuriah Ningsih*¹, Arif Haadi Prasetyo², Slamet Firman Syah³, Nabila Maharani Marddzy⁴, Evi Nurhati⁵.

ITB Adias¹, ITB Adias², ITB Adias³, ITB Adias⁴, ITB Adias⁵.

[Email_diahwningsih21@gmail.com](mailto:diahwningsih21@gmail.com)*¹

Keywords

Management; Promotion; Market

Abstract

UMKM Fake Nail Art located at Jalan Raya Klareyan RT 04/01, Desa Klareyan, Kecamatan Petarukan, Kabupaten Pemalang, transforms plain fake nail art into beautiful, high-quality pieces that enhance the appearance of the wearer's fingers. The goal of this initiative is to support business development at UMKM by identifying existing problems and providing alternative solutions. After conducting observations, several issues were identified at UMKM, including the lack of business permits, the absence of a business profile, vision, mission, and organizational structure, the desire to create a new business logo, an inadequate business banner, the lack of a business stamp, the absence of simple financial bookkeeping, the lack of an online shop account, the business location not being listed on Google Maps, and ineffective marketing strategies. To address these issues, several business development assistance programs were formulated, including: Obtaining business permits such as the NIB (Business Identification Number), Creating a business profile, vision, mission, and organizational structure, Designing a new business logo, Creating a business banner, Creating a business stamp, Designing new product labels, Implementing simple financial bookkeeping, Calculating the cost of goods sold (COGS), Setting up social media accounts like Shopee store, Listing the business location on Google Maps, Producing various videos for production and promotion. After analyzing and implementing these assistance programs, the UMKM experienced positive impacts. These included obtaining business permits such as the NIB for legal business status, having a business profile, vision, mission, and organizational structure for complete business documentation, and more.

Kata Kunci

Manajemen; Promosi; Market

Abstrak

UMKM *Fake Nail Art* yang terletak di Jalan Raya Klareyan RT 04/01, Desa Klareyan, Kecamatan Petarukan, Kabupaten Pemalang. UMKM ini mengolah *fake nail art* polos menjadi *fake nail art* yang indah, bagus dan memberikan nilai tambah pada penampilan pemakainya terutama dibagian jari. Tujuan kegiatan ini adalah untuk melakukan pendampingan pengembangan usaha di UMKM dengan cara

Informasi Artikel

Diterima : 11 Juni 2024
Direview : 12 Juni 2024
Disetujui : 28 Juni 2024

*) Penulis Korespondensi

mengidentifikasi permasalahan - permasalahan yang ada di UMKM, serta berupaya untuk memberi alternatif solusi. Setelah melakukan tahap observasi, ditemukan beberapa permasalahan yang dihadapi UMKM diantaranya adalah belum memiliki perizinan usaha, belum memiliki profil, visi misi dan struktur organisasi, adanya keinginan untuk membuat logo usaha baru, banner usaha yang kurang layak pakai, belum memiliki stempel usaha, belum memiliki pembukuan keuangan sederhana, belum adanya akun online shop, belum tercantumnya lokasi usaha di *Google Maps*, serta pemasaran yang kurang efektif. Setelah melaksanakan tahap observasi, dirumuskan beberapa program pendampingan pengembangan usaha antara lain adalah pembuatan izin usaha seperti NIB (Nomor Induk Berusaha), pembuatan profil, visi misi dan struktur usaha, pembuatan logo usaha baru, pembuatan banner usaha, pembuatan stempel usaha, pembuatan label produk baru, pembuatan pembukuan keuangan sederhana, perhitungan harga pokok produksi dan penjualan (HPP), pembuatan akun media sosial seperti toko shopee, pembuatan lokasi usaha di *Google Maps*, dan pembuatan berbagai video baik produksi dan promosi. Setelah menganalisis dan mengaplikasikan program pendampingan pada UMKM ini menghasilkan dampak positif diantaranya UMKM ini memiliki perizinan usaha seperti NIB sebagai legalitas usaha, adanya profil, visi misi, dan struktur organisasi sebagai pemenuhan kelengkapan usaha dll.

1. PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi (Tambunan, T. T, 2013). Pada prinsipnya, pembedaan antara usaha mikro (UMI) usaha kecil (UKA) usaha menengah (UM) dan usaha besar (UB) pada umumnya disarankan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap, Namun demikian, definisi UMKM berdasarkan tiga alat-alat ukur ini berbeda menurut Negara. Dari waktu ke waktu UMKM mengalami perkembangan yang signifikan. Para pelaku bisnisnya pun menghasilkan berbagai jenis, produk dan jasa yang beragam (Hanim, 2018).

Perkembangan UMKM di Indonesia terus meningkat dari segi kualitasnya, hal ini dikarenakan dukungan kuat dari pemerintah dalam pengembangan yang dilakukan kepada para pegiat usaha UMKM. Pemerintah Republik Indonesia telah membantu para UMKM dengan cara memberikan Kredit Usaha Rakyat (KUR). Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, pertumbuhan KUR sebesar Rp 178,07 triliun atau kurang lebih 16,25% pada tahun 2020 dan sebesar Rp192,59 triliun atau kurang lebih 8,16% pada tahun 2021. Ini juga membuktikan, para pelaku UMKM sangat membutuhkan suntikan dana dalam mengembangkan usahanya (Maria Dimova & Stirk, 2019).

Antisipasi kondisi perekonomian ke depan serta menjaga dan memperkuat struktur perekonomian nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, kontribusi UMKM terhadap PDB Nasional sebesar 60,5%. Ini menunjukkan bahwa UMKM yang ada di Indonesia sangat potensial untuk dikembangkan hingga dapat berkontribusi lebih besar lagi bagi perekonomian. Kondisi UMKM lokal sempat menurun pada dua tahun

pertama pandemi Covid-19 yakni di tahun 2020-2021. Berdasarkan survei dari UNDP dan LPEM UI yang melibatkan 1.180 responden para pelaku UMKM diperoleh hasil bahwa pada masa itu lebih dari 48% UMKM mengalami masalah bahan baku, 77% pendapatannya menurun, 88% UMKM mengalami penurunan permintaan produk, dan bahkan 97% UMKM mengalami penurunan nilai aset. Sektor UMKM perlu perhatian khusus dari pemerintah karena UMKM merupakan salah satu sektor yang sangat penting dalam konteks pembangunan daerah. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, di Indonesia pada tahun 2019, terdapat 65,4 juta UMKM. Dengan jumlah unit usaha yang sampai 65,4 juta dapat menyerap tenaga kerja 123,3 ribu tenaga kerja. Ini membuktikan bahwa dampak dan kontribusi dari UMKM yang sangat besar terhadap pengurangan tingkat pengangguran di Indonesia.

Sekalipun para pelaku bisnis masih bertaraf UMKM, tetapi mereka mempertimbangkan aspek mutu dan kualitas sebelum barang yang mereka hasilkan akan dipasarkan. Kondisi persaingan pasar yang kompetitif menjadi aspek yang tidak lepas dari perhatian, mereka harus saling bersaing untuk dapat menjadi yang unggul dan diminati pasar. Berbagai macam cara dilakukan oleh para pelaku bisnis UMKM, seperti menyusun strategi pemasaran, rencana organisasi, keuangan dan manajemen sumber daya manusia dalam bisnisnya (Tanjung, 2015).

Kegiatan pendampingan ini dilakukan pada skala industri kecil menengah 4 (UMKM) yang bergerak pada Karya Seni Kuku Palsu (Nail Art) yang sampai dengan sekarang masih menjadi pilihan masyarakat luas. Dalam kegiatan ini, sebagai mitra kegiatan adalah usaha Nail Art Ibu Fariza Ulfa Ulkhatimah dari Desa Klareyan, Kecamatan Petarukan, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah. Usaha rumahan yang bergerak di bidang Seni dengan bahan yang digunakan yaitu kuku palsu polos atau bening dengan berbagai bentuk yang tersedia dan pemberian desain pada kuku sesuai dengan kreatifitas ibu Ulfa dan pesanan desain oleh konsumen.

Diketahui bahwa Nail Art menjadi produk yang dipakai oleh wanita pada acara penting seperti Pernikahan, Tunangan, Model, Wisuda dan acara lain yang berkaitan dengan kecantikan kuku. Dengan banyaknya jumlah penduduk pemalang dan kurangnya produsen fake nail art menjadi daya tarik sendiri bagi masyarakat yang memerlukan penghasilan tambahan atau pekerjaan untuk menekuni usaha dibidang karya seni ini. Yang pastinya harus memiliki jiwa kreatifitas yang lebih, tekun, sabar dan rajin. Rata-rata pengrajin henna yang menjual fake nail art membeli fake nail art di Online Shop karena kurangnya kemampuan mereka dalam menghias kuku tersebut. Namun seiring berjalanya waktu dan perbandingan biaya antar membuat sendiri dengan membeli kuku siap pakai lebih menguntungkan yang membuat sendiri, maka banyak bermunculan produsen fake nail art dengan kreatifitas masing-masing dan kebutuhan calon konsumen dapat terpenuhi dengan baik. Sudah banyak pula Produsen fake nail art yang bergabung dengan Make-up Artist (MUA), hal ini dilakukan agar Produknya dapat dipasarkan secara mudah.

2. METODE

Penelitian ini mengutamakan penggunaan metode yang sesuai dengan pokok permasalahan dalam penelitian yang dilakukan, agar diperoleh data yang relevan untuk dibahas lebih lanjut. Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran secara menyeluruh mengenai pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui

pengembangan usaha berbasis kreativitas *fake nail art* pada UMKM Ulfa Art desa Klareyan kecamatan Petarukan kabupaten Pemalang dalam Upaya peningkatan harga jual yang kompetitif.

1. Kegiatan Observasi awal dilakukan pada tanggal 18 Juni 2023, yang dilakukan untuk mempersiapkan berbagai hal sebelum melakukan kegiatan yang meliputi menjalin komunikasi dengan UMKM, dengan melakukan pengamatan (survei lapangan), serta mengidentifikasi setiap permasalahan pada UMKM dan melakukan penyusunan program kerja untuk rencana pemecahan masalah (problem solving).
2. Kegiatan Penetapan Program Kerja utama, dilakukan pada tanggal 19 Juni 2023, yang meliputi pendampingan dan pembinaan kepada UMKM Fake Nail Art serta memberikan solusi untuk setiap permasalahan yang menjadi kendala utama pada UMKM yang sebelumnya sudah melalui proses observasi oleh tim.
3. Kegiatan pendampingan dilakukan pada tanggal 20 Juni – 14 Juli 2023, pada tahapan ini meliputi beberapa aspek yaitu:
 - a. Membuat logo UMKM
 - b. Membuat label kemasan produk UMKM
 - c. Membuat stempel usaha
 - d. Membuat titik lokasi di Google maps
 - e. Membuat akun di marketplace di Media Sosial
 - f. Membuat Perizinan Berupa Nomor Induk Berusaha (NIB)
 - g. Membuat profil, visi, misi dan struktur organisasi
 - h. Membuat banner usaha UMKM
 - i. Membuat video promosi di Media Sosial
 - j. Membuat video proses produksi
 - k. Membuat perhitungan HPP
 - l. Membuat laporan keuangan sederhana
4. Kegiatan Evaluasi dilakukan pada tanggal 15 Juli 2023, dimana permasalahan-permasalahan yang ditemukan telah teratasi, kemudian di evaluasi kembali apakah hasil dari program kerja yang telah dilaksanakan membawa manfaat untuk pengembangan usaha atau tidak. Yang kemudian diberikan kesimpulan dan penutup dari hasil kegiatan secara jelas dan menyeluruh.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sebelum melakukan kegiatan pendampingan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan tahap persiapan yaitu melakukan kunjungan dan mengidentifikasi permasalahan dari UMKM Ulfa Art desa Klareyan kecamatan Petarukan kabupaten Pemalang. Pelaksanaan identifikasi masalah ini dilakukan dengan langsung turun ketempat usaha dan melakukan komunikasi secara langsung kepada pemilik usaha terkait masalah yang dihadapi. Dengan komunikasi yang baik pelaku usaha dapat terbuka menjelaskan masalah yang dihadapi dalam menjalankan usahanya. Berdasarkan hasil identifikasi masalah UMKM Ulfa Art antara lain: belum di terapkannya perhitungan HPP, belum memiliki laporan keuangan sederhana, belum memiliki perizinan usaha, belum memiliki sosial media, belum memiliki Banner, belum memiliki titik Google Maps, belum memiliki desain kemasan, belum memiliki profil usaha dan struktur organisasi, dan belum memiliki logo UMKM.

Melalui observasi dan komunikasi yang baik kepada pemilik usaha, maka dapat kami identifikasi masalah-masalah yang dihadapi dalam menjalankan usahanya. Berikut beberapa program yang telah berhasil dilaksanakan melalui pendampingan UMKM ini yaitu antara lain:

1. Pembuatan Logo

Tujuan dari pembuatan logo ini adalah sebagai branding dan memberikan keunikan suatu usaha yang membedakannya dengan usaha lain, serta logo dapat menjadi identitas usaha dan tanda pengenal dari produk usaha.



Gambar 1. Logo Usaha

2. Pembuatan Label Produk

Label produk ini berupa stiker yang nantinya akan ditempel pada kemasan. Manfaat dari label produk ini adalah untuk mengidentifikasi suatu produk atau merek, memberikan informasi, menawarkan, mempromosikan produknya agar memiliki daya tarik bagi konsumen.



Gambar 2. Label Usaha

3. Pembuatan Stempel

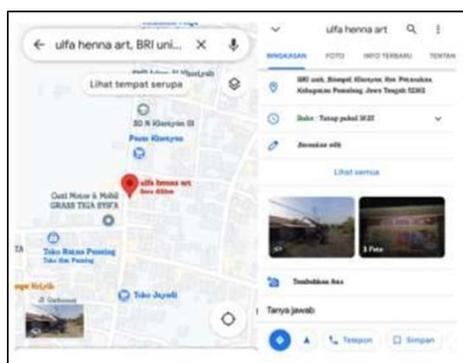
Stempel ini digunakan untuk melakukan pengesahan suatu data, catatan, berkas, atau surat keterangan resmi serta nota penjualan. Dengan diadakannya pembuatan stempel ini diharapkan akan mempermudah proses jual beli suatu produk.



Gambar 3. Stempel Usaha

4. Pembuatan Titik Lokasi di *Google maps*

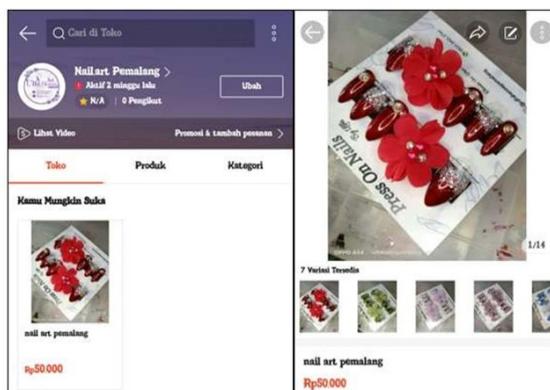
Pembuatan titik lokasi di *Google maps* ini bertujuan agar tempat usaha dapat diakses secara *online*. Selain itu, konsumen juga dimudahkan dengan data dan informasi tentang usaha seperti alamat dan nomor kontak yang tercantum di *google maps* (Ariyanti, R., & Kanedi, I, 2015)



Gambar 4. *Google maps*

5. Pembuatan Toko *Shopee*

Pembuatan Toko *Shopee* ini bertujuan untuk memperkenalkan dan memasarkan produk secara *online*. Dengan diadakannya pembuatan toko *shopee* membuat produk dapat dikenal oleh masyarakat luas baik didalam kota maupun diluar kota, sehingga konsumen juga dapat membeli produk secara *online*.



Gambar 5. Toko *Shopee*

6. Pembuatan Surat Ijin Usaha (NIB)

Pembuatan Surat Ijin Usaha ini bertujuan agar UMKM memiliki surat ijin resmi yang diakui dinas. Dengan memiliki NIB, UMKM terkait akan memiliki legalitas dan memudahkan untuk mengakses hal-hal yang terkait di bidang administratif. Dengan data UMKM yang telah tercatat secara administratif, pemerintah dapat dengan mudah memberikan program-program yang membantu UMKM dengan tepat sasaran sesuai kebutuhan.



Gambar 6. Surat NIB

7. Pembuatan Profil Usaha

Profil usaha dibuat sebagai gambaran singkat yang dapat mendeskripsikan dan membangun citra suatu usaha untuk menciptakan pemahaman yang tepat mengenai usaha tersebut. Manfaatnya adalah untuk memperkuat branding, promosi, dan sebagai alat pemasaran. Profil usaha berisi informasi mengenai deskripsi umum usaha, riwayat usaha, dan visi misi (Arman, S., 2008)



Gambar 7. Penyerahan Profil Usaha

8. Pembuatan *Banner* Usaha

Banner adalah suatu media informasi non personal yang berisi pesan promosi, baik untuk tujuan menjual ataupun untuk memperkenalkan sesuatu kepada khalayak (Prawiro, M, 2022). Tujuan pembuatan *banner* ini adalah sebagai identitas usaha agar usahanya dikenali oleh masyarakat luas, ataupun untuk membantu konsumen agar mudah mencari tempat usaha.



Gambar 8. Banner Usaha

9. Pembuatan Video Promosi

Video promosi bermanfaat untuk memberikan informasi mengenai suatu produk kepada masyarakat luas, sehingga menarik minat mereka untuk membeli produk tersebut.



Gambar 9. Video Promosi Kuku Palsu

10. Pembuatan Video Proses Produksi

Manfaat dari video produksi adalah untuk memperkenalkan produk, menunjukkan kualitas produk, menyakinkan pembeli untuk membeli produk serta membangun kepercayaan pembeli (Adi, Kusrianto, 2007)



Gambar 10. Video Proses Produksi

11. Perhitungan HPP

Manfaat perhitungan HPP adalah untuk mengetahui besarnya biaya yang dikeluarkan dalam produksi barang, sebagai alat bantu menentukan realisasi biaya produksi, sebagai penentu harga jual barang, dan untuk mengoptimalkan keuntungan yang dihasilkan dari penjualan produk.

Tabel 1. Laporan Biaya Produksi & Harga Pokok Produksi

UMKM Ulfa Art		
Laporan Biaya Produksi & Harga Pokok Produksi		
Periode Juni 2023		
A. Biaya Bahan Baku		
Kuku palsu Coffin	Rp	10.500
Kuku Palsu Siletto	Rp	10.250
Kuku Palsu Square	Rp	10.500
Kuku Palsu Oval	Rp	8.750
Cat Kuku Bening	Rp	6.250
Lem Acc	Rp	3.750
Lem Kuku	Rp	5.000
Lem Gel kuku	Rp	3.000
Pompom (8pcs x Rp5.000)	Rp	40.000
Glitter (10pcs x Rp2.500)	Rp	25.000
Manik-manik 2mm (3pcs x Rp3.000)	Rp	9000
Manik-manik 3mm (3pcs x Rp4.500)	Rp	13.500
Manik-manik 4mm	Rp	5.000
Manik Bunga Resin (7pcs x Rp2.000)	Rp	14.000
Frains Nail	Rp	5.000
Manik Bunga	Rp	19.000
Cat Kuku Warna (14pcs x Rp2.250)	Rp	31.500
Double tip	Rp	12.000
Rhinestone	Rp	5.000
Jumlah BBB		Rp 237.000
B. Biaya Tenaga Kerja Langsung		
Upah Karyawan (3 x Rp 150.000)	Rp	450.000
Jumlah BTKL		Rp 450.000
C. Biaya Overhead Pabrik		
Kemasan Box Kertas (25 pcs x Rp 850)	Rp	21.250
Kemasan Plastik (25 pcs x Rp 850)	Rp	21.250
Stiker	Rp	5.000
Biaya Pengiriman	Rp	15.000
Jumlah BOP		Rp 62.500
Total Biaya Produksi		Rp 749.500
D. Biaya Operasional		
Biaya Transport	Rp	150.000

Biaya Promosi	Rp 100.000	
Total Biaya Operasional		Rp 250.000
Perhitungan Harga Pokok Produksi		
Total Biaya Produksi	Rp 749.500	
Kapasitas Produksi	25	
Harga Pokok Produksi per pcs		Rp 29.980
Dibulatkan Menjadi		Rp 30.000

Sumber : Data Sekunder yang diolah, 2023

Tabel 2. Penentuan Harga Jual *Nail Art*

UMKM ULFA ART PENENTUAN HARGA JUAL			
Perhitungan harga jual dengan pendekatan full costing :			
A. Nail Art Motif High			
Unsur Biaya :			
Biaya Produksi Variable	Rp 239.600		
Biaya Produksi Tetap	<u>Rp 360.000</u>	+	
Total Biaya Produksi	Rp 599.600		
Unsur Mark-up :			
Biaya Non Produksi Variable			
Biaya Non Produksi Tetap Ekspektasi	Rp 120.000		
Laba 20% x Rp 853.000 TOTAL	Rp 80.000		
Unsur <i>Mark-up</i>	<u>Rp 170.600</u>		
Persentase <i>Mark-up</i> =	+ Rp 370.600		
	<u>Rp 370.600</u>	x 100%	62%
Perhitungan Harga Jualnya :	= Rp 599.600		
Total Biaya Produksi			
Mark-up 62% x Rp 599.600			
Total Harga Jual	Rp 599.600		
Volume Produksi	<u>Rp 371.752</u>		
Harga Jual produk / pcs	+ Rp 971.352		
Dibulatkan menjadi	<u>20</u>	:	
	Rp 48.568		
	Rp 49.000		

B. Nail Art Motif Medium

Unsur Biaya :

Biaya Produksi Variable	Rp	47.920	
Biaya Produksi Tetap	Rp	<u>72.000</u>	+
Total Biaya Produksi	Rp	119.920	

Unsur Mark-up :

Biaya Non Produksi Variable	Rp	24.000	
Biaya Non Produksi Tetap	Rp	16.000	
Ekspektasi Laba 4% x Rp 853.000	Rp	<u>25.590</u>	+
TOTAL Unsur <i>Mark-up</i>	Rp	65.590	

Persentase <i>Mark-up</i> =	Rp	<u>65.590</u>	x 100% =	55%
	Rp	119.920		

Perhitungan Harga Jualnya :

Total Biaya Produksi	Rp	119.920	
Mark-up 55% x Rp 119.920	Rp	<u>65.956</u>	+
Total Harga Jual	Rp	185.876	
Volume Produksi		<u>4</u>	:
Harga Jual produk / pcs	Rp	46.469	
Dibulatkan menjadi	Rp	46.500	

C. Nail Art Motif Simple

Unsur Biaya :

Biaya Produksi Variable	Rp	11.890	
Biaya Produksi Tetap	Rp	<u>18.000</u>	+
Total Biaya Produksi	Rp	29.980	

Unsur Mark-up :

Biaya Non Produksi Variable	Rp	6.000	
Biaya Non Produksi Tetap	Rp	4.000	
Ekspektasi laba 1% x Rp 853.000	Rp	<u>8.530</u>	+
TOTAL Unsur <i>Mark-up</i>	Rp	18.530	

Persentase Mark-up =	Rp	<u>18.530</u>	X 100% =	62%
	Rp	29.980		

Perhitungan Harga Jualnya :

Total Biaya Produksi	Rp	29.980	
Mark-up 62% x Rp 29.980	Rp	<u>18.588</u>	+
Total Harga Jual	Rp	48.568	
Volume Produksi		1	:
Harga Jual produk / pcs	Rp	48.568	
Dibulatkan menjadi	Rp	48.600	

Sumber : Data Sekunder yang diolah, 2023

12. Pencatatan Laporan Keuangan Sederhana

Laporan Keuangan adalah catatan informasi keuangan suatu perusahaan pada suatu periode akuntansi yang dapat digunakan untuk menggambarkan kinerja perusahaan tersebut (Burch dan Grudnitski dalam (Fauzi, 2017:19-21), 2019). Tujuan dari pencatatan laporan keuangan ini adalah untuk mengetahui pemasukan dan pengeluaran kas dalam periode tertentu, mengetahui berapa modal yang dikeluarkan, dan juga untuk mengetahui berapa laba atau rugi yang dihasilkan dari usaha tersebut selama periode tertentu.

Tabel 3. Laporan Laba Rugi

LAPORAN LABA RUGI UMKM ULFA ART BULAN JUNI 2023		
Pendapatan :		
Nail motif high (20 pcs @ Rp 50.000)	Rp	1.000.000
Nail motif medium (4 pcs @ Rp 45.000)	Rp	180.000
Nail motif simple (1 pcs @ Rp 35.000)	Rp	<u>35.000</u> +
Total Pendapatan	Rp	1.215.000
Harga Pokok Penjualan :		
Pembelian Bahan Baku	Rp	237.000
Laba Kotor		Rp 978.000
Biaya - biaya :		
Biaya Tenaga Kerja	Rp	450.000
Biaya Transport	Rp	150.000
Biaya Promosi	Rp	100.000
Total Biaya		Rp 700.000
Laba Bersih		Rp 278.000

Sumber : Data Sekunder yang diolah, 2023

Tabel 4. Laporan Perubahan Ekuitas

UMKM ULFA ART LAPORAN PERUBAHAN EKUITAS PER 30 JUNI 2023		
Modal Awal	Rp 2.500.000	
Laba Berjalan	<u>Rp 278.000</u>	
		Rp 2.778.000
Prive	<u>-Rp 500.000</u>	
Modal Akhir		Rp 2.278.000

Sumber : Data Sekunder yang diolah, 2023

Tabel 5. Laporan Posisi Keuangan

UMKM ULFA ART LAPORAN POSISI KEUANGAN PER 30 JUNI 2023		
ASET		
ASET LANCAR		
Kas	Rp 2.278.000	
Piutang Usaha		
Jumlah Aset Lancar	Rp 2.278.000	
ASET TETAP		
Tanah		
Gedung		
Jumlah Aset Tetap		
TOTAL ASET		<u>Rp 2.278.000</u>
KEWAJIBAN DAN EKUITAS		
KEWAJIBAN		
Utang Usaha		
Utang Bank		
Jumlah Kewajiban		
EKUITAS		
Modal Ulfa	Rp 2.278.000	
Jumlah Ekuitas	Rp 2.278.000	

TOTAL KEWAJIBAN DAN EKUITAS	Rp 2.278.000
------------------------------------	---------------------

Sumber : Data Sekunder yang diolah, 2023

4. PENUTUP

Dalam pelaksanaan pendampingan dan pembinaan di UMKM Ulfa Art ini kami telah merealisasikan beberapa program kerja yang telah kami susun sebelumnya, antara lain sebagai berikut : Pembuatan logo produk, Pembuatan label produk, Pembuatan stempel, Pembatan titik lokasi di Google maps, Pembuatan toko Shopee, Pembuatan Surat Ijin Berusaha (NIB), Pembuatan profil usaha, Pembuatan banner usaha, Pembuatan video promosi, Pembuatan video proses produksi, Perhitungan HPP dan Pencatatan Laporan Keuangan Sederhana. Program tersebut telah terlaksana dengan cukup baik, namun ada beberapa hambatan yang kami hadapi diantaranya adalah terbatasnya waktu, sehingga ada program kerja yang belum terlaksana yaitu pembuatan video testimoni dan pembuatan tiktok shop. Kami belum membuat tiktok shop dikarenakan syarat dalam pembuatan tiktok shop produk harus terdaftar BPOM, sedangkan untuk mendaftarkan produk ke BPOM membutuhkan waktu yang cukup lama, ditambah dengan waktu pelaksanaan yang terbatas sehingga pembuatan tiktok shop belum bisa terlaksana. Selain itu, hambatan lainnya yaitu sulitnya memperoleh informasi keuangan karena belum ada pencatatan keuangan sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Kusrianto. 2007. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ariyanti, R., & Kanedi, I. (2015). Pemanfaatan Google Maps API Pada SIG Direktori Perguruan Tinggi Di Kota Bengkulu. *Jurnal Media Infotama*, 11(2), 119–129. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/jmi/article/view/259%https://jurnal.unived.ac.id/index.php/jmi/article/download/259/238>
- Arman, S., (2008), *Visi Dan Misi Perusahaan*, The Global Source for Summaries &Reviews.
- Burch dan Grudnitski dalam (Fauzi, 2017:19-21). (2019). Landasan Teori Laporan Keuangan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689– 1699. http://eprints.pknstan.ac.id/412/5/06. Bab II_Arya Wibisono_1302190313.pdf
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. 2001. *Pemasaran*. Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Hanim, L. (2018). *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & Bentuk-Bentuk Usaha*. In Hak cipta dilindungi Undang-undang All Rights Reserved.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Maria Dimova, C., & Stirk, P. M. R. (2019). Strategi Penyaluran Bantuan Peralatan Terhadap Pelaku UMKM Oleh Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Padang Pada Masa Pandemi Covid-19. 9–25.

- Prawiro, M. (2022). Pengertian Banner: Arti, Fungsi, Tujuan, dan Jenis-Jenis Banner. M. Prawiro. <https://www.maxmanroe.com/vid/marketing/pengertian-banner.html>
- Rufaidah, Popy. 2012. Manajemen Strategik. Bandung: Humaniora
- Tambunan, T. T. (2013). Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa ISu Penting.
- Tanjung, G. (2015). Bab I "Manajemen Pemasaran". Galang Tanjung, 2504, 1–9.
- Tjiptono, Fandy. "Manajemen Pemasaran Modern." Jakarta: Rineka Putra (1997).