

Peningkatan Efektivitas Pengelolaan Keuangan dan Strategi Pemasaran untuk Mengoptimalkan Penjualan Jahe Binangkit

Carissa Gandawijaya, Rachelle Viensisca Leffiana, Dominicus Hanschen Pandita, Chelsea Arleta, Daido van Dior, Roy Keane, Deven, Mey Lista Tauryawati

Sekolah Bisnis dan Ekonomi Universitas Prasetya Mulya BSD City Kavling Edutown I.1, Jl. BSD Raya Utama, BSD City, Tangerang 15339, Indonesia

Corresponding author: mey.lista@pmb.s.ac.id

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in Indonesia's economy, particularly in terms of employment generation and national economic resilience. However, many MSMEs face challenges in financial management and marketing, especially in the era of digitalization. This research examines the implementation of the Community Development Program KUM-017 in Sangkanerang Village, Kuningan, West Java, focusing on empowering the Wedang Jahe Binangkit MSMEs. The program aims to enhance financial performance, operational efficiency, and marketing strategies through educational approaches and the implementation of Standard Operating Procedures (SOPs). Methods include field studies, data analysis, and direct mentoring. Results show significant improvements in financial record-keeping, SOP development, and digital marketing strategies, despite challenges in adapting to change and human resources. The study concludes by emphasizing the importance of effective financial management and marketing as key drivers for enhancing competitiveness and growth of MSMEs. Programs like this contribute positively and can be widely applied to support MSME growth in Indonesia, alongside efforts to strengthen the local economy and improve community welfare.

Keywords: Financial record-keeping, Marketing, Mentoring, MSMEs, Operational, Wedang Jahe Binangkit

SARI PATI

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan vital dalam ekonomi Indonesia, termasuk dalam penyerapan tenaga kerja dan ketahanan ekonomi nasional. Namun, banyak UMKM menghadapi tantangan dalam manajemen keuangan dan pemasaran, khususnya di era digitalisasi. Penelitian ini mengkaji implementasi program *Community Development* KUM-017 di Desa Sangkanerang, Kuningan, Jawa Barat, fokus pada pemberdayaan UMKM Wedang Jahe Binangkit. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja keuangan, efisiensi operasional, dan strategi pemasaran melalui pendekatan edukasi dan implementasi SOP. Metode meliputi studi lapangan, analisis data, serta pendampingan langsung. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan dalam pencatatan keuangan, pengembangan SOP, dan strategi pemasaran digital, meskipun masih ada tantangan dalam adaptasi perubahan dan sumber daya manusia. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan pentingnya manajemen keuangan dan pemasaran yang efektif sebagai kunci utama dalam meningkatkan daya saing dan pertumbuhan UMKM. Program seperti ini memberikan kontribusi positif yang dapat diterapkan secara luas untuk mendukung pertumbuhan UMKM di Indonesia, seiring dengan upaya untuk memperkuat ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kata Kunci: Operasional, Pemasaran, Pencatatan keuangan, Pendampingan, UMKM, Wedang Jahe Binangkit

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran vital dalam hal kontribusinya terhadap perekonomian Indonesia, menunjukkan ketahanan luar biasa bahkan selama krisis ekonomi. Hal ini menggarisbawahi betapa pentingnya sektor UMKM dalam struktur ekonomi nasional. Berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2008, UMKM diklasifikasikan menurut jumlah aset dan omset yang dimilikinya: Usaha Mikro memiliki aset maksimal Rp 50 juta dan omset maksimal Rp 300 juta; Usaha Kecil memiliki aset antara Rp 50 juta hingga Rp 500 juta dengan omset antara Rp 300 juta hingga Rp 2,5 miliar; dan Usaha Menengah memiliki aset antara Rp 500 juta hingga Rp 10 miliar dengan omset antara Rp 2,5 miliar hingga Rp 50 miliar (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 2012).

Selain menjadi tulang punggung perekonomian nasional, UMKM juga berperan signifikan dalam penyerapan tenaga kerja. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2023, UMKM berhasil menyerap 97% tenaga kerja nasional. Penelitian oleh Sedyastuti & Darma (2018) menguatkan hal ini, menunjukkan bahwa UMKM tidak hanya merupakan usaha kecil, tetapi juga menjadi sumber mata penchararian bagi sebagian banyak orang. Kemampuan UMKM dalam menyerap tenaga kerja dan memberi peluang berkembang serta bersaing dengan perusahaan besar terbukti penting, terutama di masa krisis ekonomi. Di tengah era globalisasi yang penuh tantangan, UMKM harus beradaptasi dengan melakukan inovasi, mengembangkan sumber daya manusia dan teknologi, serta memperluas pasar. Langkah-langkah ini krusial untuk menambah nilai UMKM agar dapat bersaing dengan produk asing yang membanjiri pasar Indonesia.

Untuk mencapai pertumbuhan nasional yang berkelanjutan, peningkatan jumlah UMKM yang sukses sangat diperlukan. Wahyudiati

& Isroah (2018) menyatakan bahwa kinerja UMKM berkaitan erat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen, dan kontribusi ekonomi. Kinerja ini menjadi penanda kesuksesan dalam mencapai tujuan bisnis. Agar kinerja optimal, pengusaha UMKM harus memahami pentingnya manajemen keuangan yang baik. Anggraeni (2015) menunjukkan bahwa profesionalisme dalam pengelolaan keuangan membantu perencanaan anggaran, manajemen dana, dan pemahaman keuangan dasar untuk mencapai tujuan usaha. Oleh karena itu, manajemen keuangan yang efektif adalah kunci keberhasilan UMKM. Namun, banyak UMKM menghadapi kesulitan dalam mengelola keuangan dengan baik, yang sering kali menyebabkan kegagalan bisnis (Muhammad Sabiq Hilal Al-Falih et al., 2019).

Selain manajemen keuangan, strategi pemasaran yang efektif juga menjadi tantangan besar, terutama di era digital. Hendri Hermawan Adinugraha et al. (2022) menekankan bahwa strategi pemasaran yang tepat dapat membantu UMKM menghindari risiko kebangkrutan. Pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran digital menjadi sangat penting karena dapat memperluas jangkauan konsumen dan meningkatkan daya saing (Mohamad Trio Febriyantoro & Debby Arisandi, 2018).

Program *Community Development* merupakan mata kuliah wajib bagi mahasiswa S1 Universitas Prasetiya Mulya, dirancang sebagai upaya pengabdian kepada masyarakat dan pembangunan bangsa, serta sebagai wujud pengamalan tri dharma perguruan tinggi melalui kolaborasi erat antara akademisi, masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya. Program ini diadakan setahun sekali dan bertujuan utama untuk meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam mengorganisir program pemberdayaan masyarakat, meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam berbagai bidang, membentuk ekosistem kolaborasi yang kuat

dalam pengembangan ekonomi lokal, serta meningkatkan perekonomian lokal melalui program-program yang berkelanjutan. Selain itu, program ini juga memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan ilmu yang dipelajari secara langsung dalam konteks masyarakat, serta memberikan pengalaman berharga dalam beradaptasi dengan lingkungan dan menghadapi tantangan di lapangan, sambil memberikan manfaat langsung bagi masyarakat setempat melalui program-program sosial yang dilaksanakan.

Program *Community Development* KUM-017 dilaksanakan di Desa Sangkanerang, Kecamatan Jalaksana, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat. Desa Sangkanerang, yang terletak di kaki Gunung Ciremai dengan ketinggian 697 Mdpl dan luas wilayah 128.993 km², dianugerahi dengan potensi alam yang berlimpah. Lahan subur, udara sejuk, dan mata air jernih menjadikannya tempat yang ideal untuk berbagai sektor, seperti peternakan, pertanian, dan perkebunan. Potensi ini dibuktikan dengan komoditas utama desa, yaitu ayam, pisang, cengkeh, dan alpukat. Di tengah potensi alam yang luar biasa, Desa Sangkanerang juga dapat berbangga dengan potensi sumber daya manusianya yang ditandai dengan dengan munculnya banyak UMKM yang turut memajukan ekonomi desa. Salah satu contohnya adalah Wedang Jahe Binangkit, usaha yang dirintis oleh Ibu Atik selama 19 tahun yang menjadi fokus pemberdayaan UMKM KUM-017.

Usaha ini telah beroperasi sejak tahun 2005, mengkhususkan diri dalam produksi wedang jahe instan dan kunyit instan yang sangat diminati oleh masyarakat. Meskipun demikian, kemajuan usaha saat ini terhambat oleh sejumlah permasalahan krusial terutama yang meliputi aspek finansial dan pemasaran, dan permasalahan sekunder berupa manajemen operasional dan legalitas. Dalam hal finansial, pencatatan keuangan yang minim dan kurangnya perencanaan menyebabkan

kerentanan terhadap kekurangan dana dan kesulitan dalam pengendalian keuangan. Sebagai contoh, saat terjadi guncangan bisnis seperti pandemi COVID-19, mitra usaha terpaksa mengambil pinjaman dari koperasi, yang berdampak pada performa finansial bisnis. Selain itu, kurangnya Standar Operasional Prosedur (SOP) menjadi kendala dalam manajemen operasional, karena bisnis yang dijalankan oleh anggota keluarga dapat menyebabkan inkonsistensi dan inefisiensi dalam proses produksi dan layanan. Di sisi lain, strategi pemasaran yang belum optimal, terutama dalam ranah *online*, menyebabkan keterbatasan jangkauan produk dan stagnasi penjualan. Masalah legalitas juga menjadi hambatan, dengan baru-baru ini memperoleh sertifikasi Halal, sementara beberapa sertifikasi lain seperti BPOM dan HAKI masih belum terpenuhi. Hal ini berpotensi menjadi kendala di masa depan dan menghalangi ekspansi pasar, seperti yang terjadi ketika rencana ekspor ke Malaysia dibatalkan karena kurangnya sertifikasi halal.

Adapun salah satu hambatan utama kewirausahaan Desa yang diobservasi terutama di Desa Sangkanerang, tempat operasi Wedang Jahe Binangkit, masih memiliki keterbatasan dalam akses pengembangan kewirausahaan masyarakatnya. Banyak UMKM yang kurang memahami pembukuan keuangan usaha mereka, dan permasalahan permodalan, distribusi produk, serta sosialisasi pemasaran produk masih menjadi kendala utama. Hal ini menunjukkan potensi besar yang dapat dikembangkan melalui program pemberdayaan yang tepat.

Oleh karena itu, untuk mencapai mimpi Ibu Atik dalam memasarkan Wedang Jahe Binangkit ke seluruh Indonesia, bahkan ekspor, maka dirumuskanlah empat pokok bahasan dalam jurnal ini, yakni:

1. Bagaimana cara membuat dan melakukan

- pencatatan keuangan sehingga dapat mengevaluasi performa bisnis dengan mengetahui jumlah laba bersih dari penjualan produknya?
2. Bagaimana optimalisasi dan efisiensi produksi Wedang Jahe Binangkit dapat diraih melalui SOP yang jelas dan modernisasi alat produksi?
 3. Bagaimana cara untuk mengoptimalkan jangkauan promosi produk di media online dan membuat tampilan yang lebih menarik agar pemasaran dapat menjadi lebih efektif dan mampu meningkatkan penjualan produk?
 4. Bagaimana sertifikasi tambahan dapat meningkatkan kinerja penjualan dan dapat diraih melalui pemenuhan kelengkapan dokumen?

Tujuan program kerja KUM-017 dalam pemberdayaan Wedang Jahe Binangkit mencakup beberapa aspek penting dari indikator UMKM naik kelas. Dari aspek keuangan, program ini bertujuan membantu mitra dalam pembuatan laporan keuangan yang akurat dan terperinci sebagai landasan analisis kinerja dan pengambilan keputusan strategis. Selain itu, manajemen modal yang efektif akan memastikan penggunaan dana secara optimal untuk mendukung pertumbuhan dan stabilitas bisnis, serta meningkatkan transparansi dengan memisahkan keuangan pribadi dan usaha, memungkinkan pemantauan arus kas dan performa keuangan yang lebih baik. Dari aspek manajemen operasional, program ini membantu mitra menyusun SOP tertulis dan rinci untuk kegiatan produksi, yang penting untuk mengatasi ketidakmaksimalan efisiensi dan inkonsistensi dalam proses produksi, terutama dalam bisnis yang dikelola keluarga. Dari aspek marketing, program ini berfokus pada peningkatan strategi pemasaran melalui konten media sosial dan desain kemasan baru, yang bertujuan meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar, termasuk

memasuki pasar organik. Dari aspek legalitas, program ini membantu mitra memperoleh sertifikasi HAKI untuk melindungi usaha secara hukum dan memastikan produk memenuhi standar kualitas tinggi, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen dan membuka akses ke pasar yang lebih luas dan potensial.

METODE

Dalam upaya untuk meningkatkan pemasaran Wedang Jahe Binangkit, berbagai program telah diluncurkan dengan fokus utama pada peningkatan kinerja bisnis melalui optimalisasi aspek keuangan dan pemasaran, didukung oleh dua aspek pendukung lainnya. Dalam pelaksanaan program ini, berbagai metode telah diterapkan. Tahap persiapan melibatkan penelitian mendalam melalui wawancara, observasi, dan studi banding menggunakan data sekunder. Selanjutnya, pada tahap perumusan solusi, pencarian data sekunder dilakukan melalui internet dengan uji coba dan penyesuaian rekomendasi berdasarkan kondisi mitra. Proses ini diperkuat dengan langkah-langkah monitoring dan evaluasi untuk mengawasi kemajuan mitra serta membantu mengatasi masalah yang timbul selama implementasi solusi dengan implementasi secara penuh dilaksanakan secara mandiri oleh mitra. Penting untuk dicatat bahwa metode yang diterapkan bervariasi tergantung pada sifat permasalahan yang dihadapi dalam aspek yang berbeda.

Dalam aspek finansial, perhatian diberikan pada strategi *pricing*, penyusunan laporan keuangan yang akurat, edukasi pemisahan keuangan, dan penerapan aplikasi berbasis laporan keuangan. Indikator keberhasilan mencakup kemampuan mitra dalam mencatat keuangan secara transparan dan menetapkan harga yang tepat. Di sisi pemasaran, peningkatan kualitas strategi pemasaran dilakukan melalui pengelolaan konten media sosial yang efektif, pengembangan desain kemasan baru, dan

ekspansi pasar organik. Indikator keberhasilan termasuk peningkatan penjualan dan pertumbuhan engagement media sosial (*like*, *comment*, dan *share*). Manajemen operasional diperkuat dengan pembuatan SOP yang tertulis dan terinci untuk memastikan efektivitas dan konsistensi operasional. Terakhir, dalam aspek legalitas, bantuan diberikan kepada mitra untuk memperoleh sertifikasi HAKI, yang dianggap penting untuk memberikan perlindungan hukum terhadap usaha mereka. Keberhasilan diukur dari kemampuan mitra untuk memperoleh setidaknya satu sertifikasi legalitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Finansial

Dari aspek finansial, Wedang Jahe Binangkit menghadapi tantangan dalam pencatatan laporan keuangan, yang berpotensi mengancam kelangsungan bisnisnya akibat kesulitan dalam pengendalian keuangan dan analisis kinerja. Saat ini, pencatatan untung rugi usaha hanya dilakukan oleh Ibu Atik tanpa adanya dokumentasi memadai mengenai perlunya investasi di masa mendatang, termasuk penambahan mesin, penggantian peralatan yang sudah usang, atau rencana bisnis lainnya. Kurangnya perencanaan keuangan yang matang membuat bisnis rentan terhadap kekurangan dana, seperti yang terjadi saat pandemi COVID-19, di mana Wedang Jahe Binangkit terpaksa mengambil pinjaman dari koperasi yang berafiliasi dengan BRI. Kondisi

ini, jika terus berlanjut, dapat mengakibatkan biaya operasional yang membengkak dan memperburuk kinerja keuangan bisnis secara keseluruhan.

Untuk memastikan kesesuaian harga Wedang Jahe Binangkit dibandingkan kompetitor dan biaya bahan bakunya, dilakukan analisis *pricing* untuk semua produk dalam berbagai ukuran. Wedang Jahe Binangkit menggunakan metode *cost-plus pricing*, yakni dengan menambahkan *margin* keuntungan yang diinginkan pada modal. Namun, perhitungan ini belum mendetail dan tidak terdokumentasikan, hanya dipikirkan oleh Ibu Atik. Berdasarkan analisis, harga Wedang Jahe Binangkit lebih terjangkau dibandingkan kompetitor. Untuk perhitungan COGS, bahan baku dihitung dengan titik harga termahal selama lima tahun terakhir untuk mengakomodasi fluktuasi harga. Dari hasil analisis, profit margin grosir berkisar antara 28% hingga 92%, jauh lebih tinggi dibandingkan margin yang diinginkan mitra, yaitu 15%. Produk-produk Wedang Jahe Binangkit bersifat komplementer, dan meskipun wedang jahe kemasan renceng memiliki *gross profit margin* yang kecil dan tahapan pengemasan yang rumit, ternyata berdasarkan keterangan mitra keberadaannya penting untuk meningkatkan *brand awareness*, karena sering dibeli untuk dijual kembali di warung-warung dan warung kopi. Strategi *pricing* yang diterapkan mitra sudah tepat dan berhasil diimplementasikan.

Tabel 1. Perhitungan COGS dan Pricing Wedang jahe Binangkit

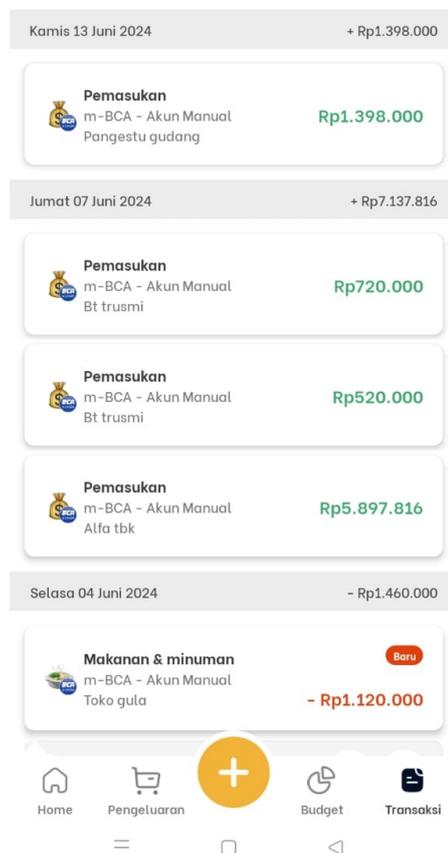
| | Total COGS | Harga Jual Grosir (<i>Actual</i>) | <i>Profit Margin</i> | <i>Pricing Strategy (COGS + 15% Profit Margin)</i> | <i>Benchmark Produk Serupa</i> |
|------------------|------------|-------------------------------------|----------------------|--|--------------------------------|
| Pouch 250 gr | Rp9,613 | Rp18,500 | 92.46% | Rp11,054 | Rp30,000 |
| Toples 500 gr | Rp19,725 | Rp30,000 | 52.09% | Rp22,684 | Rp50,000 |
| Dus 200 gr | Rp11,113 | Rp20,000 | 79.98% | Rp12,779 | Rp25,000 |
| Rencengan 200 gr | Rp15,626 | Rp20,000 | 27.99% | Rp17,970 | Rp25,000 |

Fokus kedua adalah memberikan edukasi mengenai pemisahan keuangan dan pentingnya *budgeting* untuk menjaga kelangsungan bisnis di tengah meningkatnya kebutuhan keluarga. Mitra diajak untuk membuat pencatatan keuangan berbasis aplikasi, seperti Finku, mengingat anak mitra yang lebih mudah memahami teknologi. Pencatatan manual tetap dijalankan sebagai *backup* dan untuk keperluan audit internal, dengan opsi menggunakan template yang telah disediakan untuk memudahkan pencatatan lebih terorganisir. Edukasi juga mencakup pembukuan UMKM yang berfokus pada komponen laba rugi dan konsep *accrual basis* yang berbeda dengan *cash basis*, sehingga mitra memahami bahwa pendapatan bukan hanya sebesar kas yang diterima, tetapi juga berasal dari kewajiban yang telah ditunaikan, dan sama halnya juga yang terjadi pada depresiasi. Selama tiga bulan

monitoring dan evaluasi, mitra sudah dapat mempraktikkan pencatatan keuangan dengan baik tanpa tantangan berarti, didukung oleh kemudahan komunikasi antara ibu dan anak serta keinginan kuat mitra untuk terus belajar.

Aspek Pemasaran

Dari aspek pemasaran, hasil observasi menunjukkan bahwa Wedang Jahe Binangkit belum berfokus pada pemasaran digital dan masih mengandalkan metode tradisional serta dari segi *packaging* masih berbeda untuk setiap ukuran produk. Menyadari potensi besar pasar *online*, kami merancang strategi pemasaran yang terstruktur dan efektif. Langkah pertama adalah melakukan analisis pasar dan konsumen melalui observasi perilaku masyarakat untuk memahami preferensi dan harapan mereka terhadap produk. Data ini digunakan untuk merumuskan strategi pemasaran yang



Gambar 1. Contoh Pencatatan Menggunakan Aplikasi Finku

| <u>PENGELUARAN TETAP</u> | | |
|--------------------------------|------------|--------|
| Tanggal | Keterangan | Jumlah |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| TOTAL PENGELUARAN TETAP | | |

| <u>PENGELUARAN LAIN-LAIN</u> | | |
|------------------------------------|------------|--------|
| Tanggal | Keterangan | Jumlah |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| TOTAL PENGELUARAN LAIN-LAIN | | |

| <u>TABUNGAN MODAL USAHA</u> | | |
|-----------------------------------|------------|--------|
| Tanggal | Keterangan | Jumlah |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| TOTAL TABUNGAN MODAL USAHA | | |

| <u>REKAPITULASI AKHIR PERIODE</u> | | |
|-----------------------------------|---------------|--------|
| KATEGORI | JUMLAH AKTUAL | BUDGET |
| TOTAL PEMASUKAN | | |
| TOTAL PENGELUARAN TETAP | | |
| TOTAL PENGELUARAN LAIN-LAIN | | |
| TOTAL TABUNGAN MODAL USAHA | | |

Gambar 2. Template Pencatatan Keuangan Manual Wedang Jahe Binangkit

diterapkan dalam framework 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) dan model *AIDA funnel* guna memformulasikan detail strategi *marketing* yang lebih efektif.

Selama tinggal di rumah Bu Atik, kami membantu pengembangan Wedang Jahe Binangkit Maju semaksimal mungkin. Kami berbincang dengan Bu Atik mengenai bisnis wedang jahenya untuk mencari potensi pengembangan lebih lanjut. Selama 20 hari tinggal dan mengamati proses bisnis, kami menyadari bahwa Ibu Atik memiliki kemauan kuat untuk membuat bisnisnya maju, namun terkendala oleh kurangnya SDM yang mendukung, kompetensi, dan adanya resistensi terhadap perubahan. Kendala lainnya adalah kesulitan dalam mencetak *sample packaging baru* yang terkendala oleh *minimum order quantity*, jenis kertas, dan lama pengerjaan. Kami sepakat untuk membuat variasi kemasan yang lebih sedikit untuk menekan biaya melalui simplifikasi *packaging* (dalam bentuk dus dan *pouch* dengan desain baru) dan memaksimalkan pendapatan dengan *packaging*

yang lebih menarik, professional, dan seragam. Kami juga memberikan ide-ide bisnis yang dapat dikembangkan, seperti menjual sekoteng, membuat kopi jahe, dan hampers lebaran. Rencana ini kami laksanakan dengan berjualan sekoteng di Car Free Day sambil menjual produk wedang jahe Bu Atik. Adapun sebagai titik awal untuk visibilitas Wedang Jahe Binangkit di sosial media, kami berhasil memasarkan produk Wedang Jahe Binangkit Maju melalui platform sosial media Instagram dengan konten video dan foto yang mencapai 15.000 *viewers*.

Namun ternyata, terdapat beberapa tantangan pada aspek pemasaran yang membuat target tidak dapat tercapai secara optimal. Tantangan berat dalam aspek *marketing* adalah resistensi dari mitra untuk mengubah *packaging* dengan pertimbangan bahwa penggantian *packaging* dapat mempengaruhi *sales*. Hal inilah yang membuat akhirnya inisiatif *marketing digital* menjadi terganggu. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia untuk fokus pada pemasaran sosial media menjadi



Gambar 5. Penjualan Wedang dan Olahannya di Kegiatan Car Free Day Kuningan

kendala sehingga untuk saat sekarang belum memungkinkan untuk dijalankan. Namun, kelompok melihat potensi lain dimana Wedang Jahe Binangkit sukses melalui model pemasaran B2B ke toko oleh-oleh, minimarket, dan reseller di Kuningan dan Cirebon, dengan dukungan dari pemerintah. Sehingga solusi yang lebih terarah yang kami bawa adalah dengan melakukan edukasi untuk memperkuat partnership dengan mitra B2B dan selalu merencanakan stok barang agar selalu siap namun tidak berlebihan yang berisiko rusak. Dan ternyata memang model pemasaran B2B ini lebih cocok untuk Wedang Jahe Binangkit karena di dalam kurun waktu 3 bulan, Wedang Jahe Binangkit telah memasarkan produknya ke 1 toko mitra baru dan mendapat penawaran suplai ke 600 minimarket di kota Kuningan dan Cirebon.

Berikut merupakan kinerja penjualan Wedang Jahe Binangkit untuk periode 19 Februari 2024

hingga 14 Juni 2024. Pada rentang waktu antara 19 Februari hingga 9 Maret 2024, Wedang Jahe Binangkit mencatatkan pendapatan bersih yang paling tinggi dalam sejarahnya. Keberhasilan ini terutama dipicu oleh lonjakan penjualan yang signifikan, terutama selama acara-acara besar seperti Saung Rahayat dan *Car Free Day*. Partisipasi aktif dalam acara-acara ini memberikan dorongan besar terhadap hasil keuangan produk Wedang Jahe Binangkit. Namun, sepanjang bulan Maret dan April, produksi Wedang Jahe Binangkit mengalami periode henti sementara, yang menyebabkan keterbatasan stok barang dan dampak negatif terhadap volume penjualan. Meskipun demikian, tren penjualan mulai menunjukkan peningkatan lagi menuju bulan Juni. Ini menandakan adanya pemulihan dalam aktivitas produksi dan penjualan produk Wedang Jahe Binangkit, terlebih lagi adanya suplai ke toko baru.

Tabel 2. *Comparative Income Statement* Wedang Jahe Binangkit

| WEDANG JAHE BINANGKIT | | | | |
|--|----------------------|-----------------------|---------------------|----------------------|
| COMPARATIVE INCOME STATEMENT | | | | |
| February 19, 2024 - June 14, 2024 | | | | |
| | March 9, 2024 | April 14, 2024 | May 15, 2024 | June 14, 2024 |
| NET SALES | Rp13,493,000 | Rp8,875,000 | Rp7,345,000 | Rp8,700,000 |
| COST OF SALES | Rp6,943,631 | Rp4,925,053 | Rp3,495,418 | Rp4,159,896 |
| GROSS PROFIT | Rp6,549,369 | Rp3,949,947 | Rp3,849,582 | Rp4,540,104 |
| OPERATING EXPENSE | Rp1,890,790 | Rp1,890,790 | Rp1,890,790 | Rp1,890,790 |
| NET INCOME | Rp4,658,580 | Rp2,059,158 | Rp1,958,792 | Rp2,649,314 |

Aspek Manajemen Operasional (SOP)

Dalam manajemen operasional, keberadaan *Standard Operating Procedures (SOP)* tertulis adalah krusial untuk menjaga konsistensi, efisiensi, dan kualitas operasi bisnis, terutama dalam industri *Food and Beverage*. Tanpa SOP, berbagai masalah dapat timbul, seperti kurangnya panduan jelas bagi karyawan, inefisiensi dalam proses produksi dan layanan, serta ketidakpastian dalam konsistensi operasional saat bisnis berkembang atau diwariskan ke generasi selanjutnya.

Namun demikian, observasi kami menunjukkan belum adanya SOP mengingat penimbangan volume produk yang tidak presisi, kurangnya higienitas, dan jam kerja yang belum jelas. Oleh karena itu, di dalam salah satu program kerja kami juga berusaha membuat SOP produksi yang terstruktur untuk kegiatan produksi agar operasional berjalan lebih teratur, mulai dari penerimaan bahan baku hingga pengayakan wedang jahe. Pembuatan SOP ini disesuaikan dengan kondisi bisnis mitra yang masih banyak melibatkan keluarga besar, sehingga akan bersifat fleksibel namun tetap ada kontrol yang dapat diaplikasikan.

Evaluasi atas SOP produksi ini belum dapat dilakukan karena produksi baru dilaksanakan kembali di bulan Juni dan belum mengimplementasikan SOP yang kami buat

karena keterbatasan waktu dan kesibukan mitra. Namun, terkait teknik pengemasan wedang jahe khusus untuk kemasan rencengan, kami berhasil meningkatkan efisiensi sebanyak 100% berdasarkan observasi kami saat Live-In. Proses pengemasan terdiri atas tiga tahap: pengemasan dengan plastik yang direkatkan dengan api, pengemasan dengan selongsong kertas yang dilem, dan penyusunan dengan stapler. Kami membuat perbaikan di tahap pengemasan dengan selongsong kertas yang dilem, di mana kami menemukan cara lebih mudah dengan mengelem kedua sisi kanan dan kiri terlebih dahulu dan menekan kedua sisi tersebut dengan kuku, kemudian melanjutkan dengan sisi atasnya.

Meskipun analisis kami menunjukkan bahwa *cost-benefit* dari penjualan produk rencengan tidak sebanding dengan proses yang lama dan profit margin yang rendah, mitra masih ingin mempertahankan produk ini dan belum memiliki kemampuan untuk membeli *Filling Sealing Sachet* yang memudahkan produksi. Namun, kontribusi penjualan tertinggi tetap ada pada wedang jahe kemasan dus, sehingga kami merasa bahwa investasi mesin belum dibutuhkan dalam jangka panjang.

Tantangan utama dalam penerapan SOP ini adalah struktur bisnis yang terdiri dari anggota keluarga. Budaya kekeluargaan dan



SOP

Tujuan: SOP ini dibuat untuk menstandarisasi proses produksi wedang jahe agar menghasilkan produk yang berkualitas, higienis, dan aman dikonsumsi.

Ruang Lingkup: SOP ini mencakup semua kegiatan produksi wedang jahe, mulai dari penerimaan bahan baku, persiapan ruang produksi, proses produksi, hingga pengemasan produk.

Aturan Awal:

SOP Pekerja

1. Pekerja membersihkan tangan menggunakan air dan sabun hingga steril
2. Pekerja melakukan pengecekan kembali terhadap kebersihan tangan dan menjaga kebersihan kuku (kuku harus pendek)
3. Pekerja mengenakan atribut yang telah ditentukan (sarung tangan & penutup kepala)
4. Pekerja memasuki ruangan produksi dalam keadaan steril dan lengkap menggunakan pakaian atribut produksi

SOP Penerimaan Bahan Baku

1. Jahe Merah dan Jahe Emprit harus diterima dalam keadaan segar, tidak busuk, bebas dari hama, berwarna merah diluar dan berwarna kuning di dalam
2. Jahe yang sudah lewat tahap *Quality Control* harus segera disimpan dalam ruang penyimpanan dan digunakan tidak lebih dari 3 hari untuk menjaga kesegaran bahan
3. Bahan baku pendukung seperti gula pasir dan air mineral harus dilakukan *Quality Control* agar bebas dari infestasi komponen asing seperti hama.
4. Bahan baku pendukung yang sudah melewati *Quality Control* harus segera disimpan di dalam ruang penyimpanan agar tetap steril
5. Pengambilan bahan baku harus mengikuti proses FIFO (*First in First out*)

SOP Ruang Produksi

1. Ruang Produksi dilakukan pembersihan sebelum proses produksi (Disapu dan Dipel)
2. Pekerja melakukan proses produksi pada tempat yang sudah ditentukan
3. Pekerja wajib menjaga kebersihan dengan membuang sampah pada tempat yang sudah ditentukan
4. Ruang produksi harus dibersihkan kembali setelah digunakan

SOP Ruang Penyimpanan

1. Bahan Baku utama (Jahe Merah & Jahe Emprit) disimpan pada tempat yang sudah ditentukan

Gambar 6. Cuplikan SOP Produksi Wedang Jahe Binangkit

kepercayaan antar anggota keluarga dapat membuat SOP dianggap formal dan kaku, serta memicu anggapan bahwa SOP tidak diperlukan. Meskipun demikian, SOP tetap penting untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan profesionalisme UMKM keluarga. Solusi yang dapat diterapkan adalah melibatkan semua anggota keluarga dalam sosialisasi SOP, mengimplementasikan SOP secara bertahap dan fleksibel, melakukan pengawasan dan evaluasi secara berkala, serta menciptakan budaya komunikasi yang terbuka dan suportif.

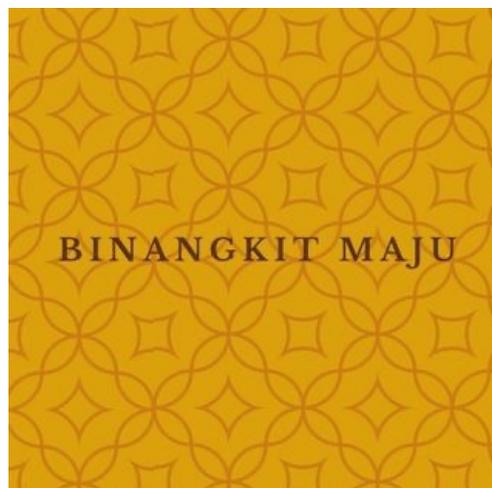
Aspek Legalitas

Dari segi legalitas, setelah melakukan wawancara lebih lanjut dengan Ibu Atik selaku pemilik Wedang Jahe Binangkit, kelompok menemukan bahwa produk ini masih belum memiliki Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) atas mereknya. HAKI sangat penting karena dapat membantu mencegah pembajakan, penggunaan ilegal, dan pencurian karya intelektual yang dapat merugikan pemilik asli merek serta menghambat pertumbuhan ekonomi dan inovasi.

Kelompok telah membantu proses administratif HAKI untuk merek wedang jahe bahkan sebelum kegiatan *Live-In* dimulai dengan membuat logo baru dan nama merek baru. Nama

"Binangkit" sudah digunakan oleh pihak lain, sehingga kelompok dan mitra sepakat untuk menggunakan nama "Binangkit Maju". Namun, nama dan logo baru ini belum tercermin dalam kemasan saat ini karena pada saat pendaftaran HAKI, mitra telah mendaftarkan kemasan lama. Proses pendaftaran HAKI dilakukan oleh mitra dengan bantuan desa dan telah diserahkan pada bulan Februari. Berdasarkan informasi yang didapatkan, diharapkan HAKI akan selesai pada bulan Agustus-September. Meskipun demikian, dapat dipastikan bahwa HAKI akan diperoleh oleh mitra kami karena tidak ditemukan masalah dalam tahap pemeriksaan substantif. Dengan demikian, bantuan administratif yang diberikan kelompok dapat dikatakan berhasil dari aspek legalitas.

Agar terdapat kesesuaian antara merek yang diajukan di HAKI dengan kemasan, kelompok juga telah memberikan edukasi kepada mitra tentang pentingnya membuat kemasan sesuai dengan HAKI agar valid dan tidak menjadi ancaman dari kompetitor. Harapan kedepannya, Ibu Atik dapat menyesuaikan kemasan produk sesuai dengan HAKI yang didaftarkan. Kelompok memiliki keterbatasan dalam membantu desain ulang kemasan lama karena tidak memiliki *file* desain asli dan tidak dapat membuat kemasan



Gambar 7. Logo Binangkit Maju

yang sama persis. Sebagai alternatif, desain kemasan baru telah diserahkan kepada Ibu Atik yang sudah sesuai dengan komponen yang perlu dicantumkan serta logo dan nama "Binangkit Maju" yang lebih sesuai dengan pendaftaran HAKI sebagaimana yang dicantumkan dalam Gambar 7.

KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa Program Pengembangan Masyarakat Universitas Prasetiya Mulya, khususnya Program KUM-017 di Desa Sangkanerang, efektif dalam mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) seperti Wedang Jahe Binangkit. Program ini fokus pada empat aspek utama: keuangan, pemasaran, manajemen operasional, dan legalitas, dengan penekanan khusus pada keuangan dan pemasaran.

Dalam aspek keuangan, program berhasil meningkatkan kesadaran dan keterampilan mitra dalam pencatatan keuangan yang lebih akurat menggunakan aplikasi berbasis laporan keuangan. Hal ini memungkinkan mereka untuk mengambil keputusan bisnis yang lebih baik. Di sisi pemasaran, meskipun ada resistensi terhadap perubahan dalam kemasan dan keterbatasan dalam pemasaran digital, program berhasil menyoroti potensi besar mitra dalam penjualan B2B. Strategi pemasaran yang berfokus pada model ini membuktikan keberhasilannya dengan masuknya produk ke mitra baru dan peluang suplai ke ratusan minimarket dalam waktu tiga bulan. Dalam aspek manajemen operasional, meskipun implementasi SOP belum sepenuhnya tercapai karena tantangan dalam adaptasi ke dalam struktur bisnis keluarga, program telah memperkenalkan SOP yang lebih terstruktur untuk meningkatkan efisiensi produksi.

Secara keseluruhan, program ini hampir mencapai targetnya meskipun menghadapi beberapa tantangan implementasi. Pengalaman

ini telah mendorong pembuatan strategi alternatif yang efektif dan memberikan wawasan baru mengenai pengembangan UMKM dengan sumber daya terbatas. Dengan tekad UMKM yang kuat untuk berkembang, pengalaman ini juga telah memberikan perspektif baru bahwa UMKM dapat menciptakan strategi yang lebih sesuai dengan kebutuhan bisnis mereka berdasarkan pengalaman mereka, bukan hanya bergantung pada teori semata.

Untuk pengembangan selanjutnya, disarankan untuk memperkuat manajemen keuangan, meningkatkan strategi pemasaran dan kolaborasi B2B, serta melakukan sosialisasi dan implementasi SOP yang lebih efektif dalam lingkungan bisnis keluarga. Dengan demikian, diharapkan program ini tidak hanya memberikan kontribusi positif terhadap UMKM di Desa Sangkanerang, tetapi juga memberikan landasan bagi pengembangan berkelanjutan di masa depan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pertama-tama kami memanjatkan rasa syukur yang kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya yang telah memberi kami kemampuan untuk menyelesaikan artikel jurnal berjudul "Pendampingan Peningkatan Keefektifan Pengelolaan Keuangan dan Strategi Pemasaran untuk Mengoptimalkan Penjualan Jahe Binangkit". Penulisan artikel jurnal ini merupakan salah satu syarat kelulusan dalam mata kuliah *Community Development II*.

Secara khusus, kami kelompok KUM-017 berterima kasih kepada Ibu Mey Lista Tauryawati, RSA, CIIQA, selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu dan memberikan perhatian serta pendampingan selama proses *Community Development II* berlangsung.

Kami juga menyampaikan apresiasi yang mendalam kepada Ibu Atik Sanita, pemilik

Wedang Jahe Binangkit, yang telah memberi kesempatan kepada kami untuk melakukan observasi bisnis, mengembangkan proses usaha, bekerja sama dengan kooperatif untuk mewujudkan pengembangan bisnis,

serta menyediakan fasilitas yang memadai. Semoga artikel jurnal ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi semua pihak yang membutuhkan.

REFERENSI

- Adinugraha, A. M. H. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Batik. *Jurnal Ilmu Teknik dan Informatika*, 74-80.
- Anggraeni, B. D. (2015). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Pemilik Usaha Terhadap Pengelolaan Keuangan. Studi Kasus: UKM Depok. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 3(1), 22-30. Retrieved from <http://www.jvi.ui.ac.id/index.php/jvi/article/view/23>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (n.d.). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61-76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117-127. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>
- Sabiq Hilal Al Falih, M., Rizqi, R. M., & Adhitya Ananda, N. (2019). PENGELOLAAN KEUANGAN DAN PENGEMBANGAN USAHA PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (STUDI KASUS PADA UMKM MADU HUTAN LESTARI SUMBAWA). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.302>
- Wahyudiati, D., & Isroah, I. (2018). Pengaruh Aspek Keuangan Dan Kompetensi Sumber Daya Manusia (Sdm) Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Di Desa Kasongan. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 6(2).
- Ri, S. J. M. (n.d.). Hubungan yang Kuat antara Sektor Industri dan UMKM Harus segera Diwujudkan. *mpr.go.id*. <https://www.mpr.go.id/berita/Hubungan-yang-Kuat-antara-Sektor-Industri-dan-UMKM-Harus-segera-Diwujudkan>
- UU No. 20 Tahun 2008. (n.d.). *Database Peraturan | JDIIH BPK*. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>