

Optimalisasi Pengelolaan Keuangan dan Strategi Pemasaran UMKM Jahe Binangkit di Desa Sangkanerang, Kuningan, Jawa Barat

Carissa Gandawijaya¹, Rachele Viensisca Leffiana², Dominicus Hanschen Pandita³, Chelsea Arleta⁴, Daido Van Dior⁵, Roy Keane⁶, Deven⁷, Mey Lista Tauryawati^{*8}

¹Program Studi Accounting, Universitas Prasetiya Mulya, Indonesia

^{2,8}Program Studi Business Mathematics, Universitas Prasetiya Mulya, Indonesia

^{3,4,5,6,7}Program Studi Business, Universitas Prasetiya Mulya, Indonesia

*e-mail: mey.lista@pmbs.ac.id⁸

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan vital dalam ekonomi Indonesia, termasuk dalam penyerapan tenaga kerja dan ketahanan ekonomi nasional. Namun, banyak UMKM yang belum memiliki persapan dalam menghadapi tantangan finansial dan pemasaran, khususnya di era digitalisasi. Beberapa UMKM di Desa Sangkanerang, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat rata-rata dikelola oleh ibu rumah tangga yang menjalankan usahanya secara konvensional. Sejumlah permasalahan krusial yang dihadapi pemilik UMKM yaitu meliputi aspek finansial dan pemasaran, dan permasalahan sekunder berupa manajemen operasional dan legalitas. Untuk mengatasi hal ini, Universitas Prasetiya Mulya melalui program Community Development memberikan pendampingan kepada mitra UMKM Jahe Binangkit di Desa Sangkanerang. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan pemilik UMKM terkait manajemen keuangan, efisiensi operasional, dan strategi pemasaran melalui pendekatan edukasi dan implementasi SOP. Metode yang dilakukan meliputi studi lapangan, analisis data, serta pendampingan langsung mengenai implementasi pencatatan keuangan dan strategi pemasaran. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan dalam pencatatan keuangan, pengembangan SOP, dan strategi pemasaran digital, meskipun masih ada tantangan dalam adaptasi perubahan dan sumber daya manusia. Dampak dari kegiatan ini adalah meningkatkan kesiapan dan daya saing UMKM dalam ekspansi pasar di Indonesia untuk memperkuat ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

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

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in the Indonesian's economy, particularly in terms of employment generation and national economic resilience. However, many MSMEs do not have sufficient preparation to face financial and marketing challenges, especially in the era of digitalization. Several MSMEs in Sangkanerang Village, Kuningan Regency, West Java are mostly managed by housewives who run their businesses conventionally. A number of crucial problems faced by MSME owners include financial and marketing aspects, and secondary problems in the form of operational management and legality. To overcome this, Prasetiya Mulya University through the Community Development program provides assistance to Jahe Binangkit MSME partners in Sangkanerang Village. This activity aims to increase the knowledge of MSME owners regarding financial management, operational efficiency and marketing strategies through an educational approach and implementing SOPs. The methods used include field studies, data analysis, and direct assistance regarding the implementation of financial records and marketing strategies. The results show significant improvements in financial recording, SOP development, and digital marketing strategies, although there are still challenges in adapting to change and human resources. The impact of this activity is to increase the readiness and competitiveness of MSMEs in market expansion in Indonesia to strengthen the local economy and improve community welfare.

Keywords: Financial Record-Keeping, Marketing, Mentoring, MSMEs, Operational, Wedang Jahe Binangkit

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) turut berkontribusi terhadap pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2008, UMKM diklasifikasikan berdasarkan jumlah asset dan omset yang dimiliki: 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. Selain berperan dalam 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 menguatkan hal ini, menunjukkan bahwa UMKM tidak hanya merupakan usaha kecil, tetapi juga menjadi sumber mata pencaharian bagi sebagian banyak orang (Sedyastuti, 2018). 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 terus beradaptasi dengan melakukan inovasi, mengembangkan sumber daya manusia dan teknologi, serta memperluas pasar. Untuk mencapai pertumbuhan nasional yang berkelanjutan, peningkatan jumlah UMKM yang sukses sangat diperlukan. Wahyudiati & Isroah menyatakan bahwa kinerja UMKM berkaitan erat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen, dan kontribusi ekonomi (Wahyudiati, Dinar & Isroah, Isroah, 2018). Kinerja ini menjadi penanda kesuksesan dalam mencapai tujuan bisnis. Agar kinerja optimal, pengusaha UMKM harus memahami pentingnya manajemen keuangan yang baik. Anggraeni menunjukkan bahwa profesionalisme dalam pengelolaan keuangan membantu perencanaan anggaran, manajemen dana, dan pemahaman keuangan dasar untuk mencapai tujuan usaha (Anggraeni, 2016). 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 (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 dalam jurnalnya menekankan bahwa strategi pemasaran yang tepat dapat membantu UMKM menghindari risiko kebangkrutan (Hendri Hermawan Adinugraha et al., 2021). Pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran digital menjadi sangat penting karena dapat memperluas jangkauan konsumen dan meningkatkan daya saing (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

Universitas Prasetiya Mulya memiliki program *Community Development* bagi mahasiswa program sarjana yang 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.

Salah satu kelompok Program *Community Development* yaitu KUM-017 memiliki kesempatan untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat di Desa Sangkanerang, Kecamatan Jalaksana, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat pada mitra UMKM Wedang Jahe Binangkit, yang dirintis oleh Ibu Atik selama 19 tahun. 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 masih tercampur dengan kebutuhan rumah tangga dan kurang 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, yaitu pada tempat operasi Wedang Jahe Binangkit, yang 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 KUM 017 melakukan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat dengan program kerja yaitu 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 ketidakh maksimalan 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.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh KUM 017 dilakukan di Desa Sangkanerang, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat dengan Mitra UMKM Wedang Jahe Binangkit. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa metode yang meliputi tahap persiapan berupa penelitian mendalam melalui wawancara, observasi, dan studi banding menggunakan data sekunder. Selanjutnya, 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.

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.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. 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

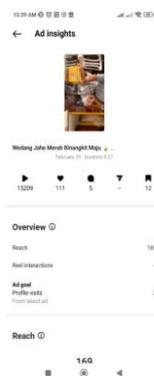
	Total COGS	Harga Jual Grosir (Actual)	Profit Margin	Pricing Strategy (COGS + 15% Profit Margin)	Benchmark Produk Serupa
Pouch 250 gr	Rp9,613	Rp18,500	92.46%	Rp11,054	Rp30,000
Toples 500 gr	Rp19,725	Rp30,000	52.09%	Rp22,684	Rp50,000
Dus 200 gr	Rp11,113	Rp20,000	79.98%	Rp12,779	Rp25,000
Rencengan 200 gr	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 keinginan kuat mitra untuk terus belajar.

Tim penulis juga memberikan ide-ide bisnis yang dapat dikembangkan, seperti menjual sekoteng, membuat kopi jahe, dan hampers lebaran. Rencana ini dilaksanakan 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, tim penulis berhasil memasarkan produk Wedang Jahe Binangkit Maju melalui platform sosial media Instagram dengan konten video dan foto yang mencapai 15.000 *viewers*.



Gambar 3. Design *Packaging* Baru Wedang Jahe Binangkit



Gambar 4. *Insight Reels* Instagram Yang Dipromosikan



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

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 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 yaitu 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.

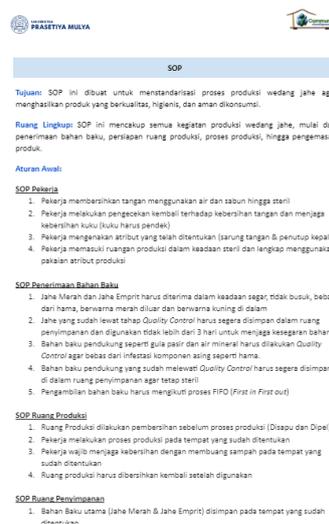
Tabel 2. *Comparative Income Statement* Wedang Jahe Binangkit

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

3.3. 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, dari observasi menunjukkan belum adanya SOP mengingat penimbangan volume produk yang tidak presisi, kurangnya higienitas, dan jam kerja yang belum jelas. Oleh karena itu, salah satu tujuan program kerjanya adalah pembuatan 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.



Gambar 6. Cuplikan SOP Produksi Wedang Jahe Binangkit

Evaluasi atas SOP produksi ini belum dapat dilakukan karena produksi baru dilaksanakan kembali di bulan Juni dan belum mengimplementasikan SOP yang tim penulis buat karena keterbatasan waktu dan kesibukan mitra. Namun, terkait teknik pengemasan wedang jahe khusus untuk kemasan rencengan, diperoleh peningkatan efisiensi sebesar 100% berdasarkan observasi 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. Tim kemudian membuat perbaikan di tahap pengemasan dengan selongsong kertas yang dilem, di mana cara lebih mudahnya yaitu dengan mengelem kedua sisi kanan dan kiri terlebih dahulu dan menekan kedua sisi tersebut dengan kuku, kemudian melanjutkan dengan sisi atasnya.

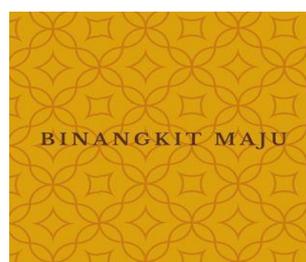
Meskipun dari hasil analisis menunjukkan bahwa *cost-benefit* dari penjualan produk rencengan tidak sebanding dengan proses yang lama dan profit margin yang rendah, mitra masih ingin mempertahankan produk ini dan belum memiliki kemampuan untuk membeli *Filling Sealing Sachet* yang memudahkan produksi.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

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

3.4. 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 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 karena tidak ditemukan masalah dalam tahap pemeriksaan substantif. Dengan demikian, bantuan administratif yang diberikan kelompok dapat dikatakan berhasil dari aspek legalitas.



Gambar 7. Logo Binangkit Maju

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 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.

4. KESIMPULAN

Program pendampingan yang dilakukan KUM-017 dengan mitra UMKM Wedang Jahe Binangkit di Desa Sangkanerang, memiliki 4 aspek utama yaitu aspek finansial, pemasaran, manajemen operasional dan legalitas. Program pendampingan yang diberikan efektif dalam meningkatkan pemahaman tentang pencatatan keuangan, strategi pemasaran digital, manajemen operasional dan ekspansi pasar yang berdampak pada efisiensi bisnis. Hasil dari 4 aspek utama program diantaranya: a) 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. b) Dalam aspek 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 minimarket dalam waktu tiga bulan. c) 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. d) Dalam aspek legalitas, kelompok KUM 017 berhasil berpartisipasi dan membantu mantra dalam hal pengurusan pendaftaran HAKI untuk mencegah pembajakan, penggunaan ilegal, dan pencurian karya intelektual yang dapat merugikan pemilik asli merek serta menghambat pertumbuhan ekonomi dan inovasi.

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

Tim Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Prasetya Mulya dan PPUK yang telah memfasilitasi kegiatan Community Development II sehingga kegiatan pendampingan di Kabupaten Kuningan dapat berjalan secara optimal dan lancar. Penulis juga menyampaikan apresiasi yang mendalam kepada Ibu Atik Sanita, mitra UMKM Wedang Jahe Binangkit, yang telah memberi kesempatan kepada tim penulis untuk melakukan observasi bisnis, mengembangkan proses usaha, bekerja sama dengan kooperatif untuk mewujudkan pengembangan bisnis, serta menyediakan fasilitas yang memadai. Penulis berharap artikel jurnal ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi semua pihak yang membutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraeni, B. D. (2016). PENGARUH TINGKAT LITERASI KEUANGAN PEMILIK USAHA TERHADAP PENGELOAAN KEUANGAN. STUDI KASUS: UMKM DEPOK. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 4(1).
<https://doi.org/10.7454/jvi.v4i1.50>

- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). 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>
- Hendri Hermawan Adinugraha, Asih Maisaroh, & Rifqi Hidayatullah. (2021). Analisis Steategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Batik (Studi Kasus Buaran Batik Center Pekalongan). *Teknik: Jurnal Ilmu Teknik Dan Informatika*, 1(2), 74–82. <https://doi.org/10.51903/teknik.v1i2.67>
- 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>
- 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>
- Wahyudiati, Dinar, & Isroah, Isroah. (2018). *Pengaruh Aspek Keuangan Dan Kompetensi Sumber Daya Manusia (Sdm) Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Desa Kasongan*. <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/profita/article/view/13761>