

PENINGKATAN KUALITAS PENGELOLAAN USAHA DALAM PERBAIKAN KINERJA UMKM

Rosita⁽¹⁾

Ida Ayu Kade Rachmawati Kusasih⁽²⁾

Nur Kholis⁽³⁾

Heri Susanto⁽⁴⁾

Program Studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta^(1,3)

Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta⁽²⁾

Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta⁽⁴⁾

e-mail korespondensi : rositasetiawan@gmail.com

ABSTRACT

Frozen food is one of the activities of micro, small and medium enterprises (MSMEs). frozen is an alternative for manufacturers to be able to sell their products for a longer period of time and not only rely on orders from incoming orders. Community service activities aim to increase the productivity of Aflaha Frozen Food (AFF) MSMEs in carrying out operations through improving management and financial business governance. Improvement management is carried out with entrepreneurial motivation so that MSME actors remain confident in their business even though they are faced with difficulties such as a decrease in people's purchasing power, human resource management is carried out so that MSME actors can manage human resources efficiently and marketing management is carried out so that MSME actors can expand marketing coverage. while financial governance is carried out through financial-based arrangements so that MSME players can find out immediately when there is a material discrepancy. Through the improvement of these two things, it is hoped that AFF will get better and its legacy will increase the MSME resources.

Keywords: *Frozen food, MSME, HR Management, Marketing Management and Financial Governance*

ABSTRAKSI

Frozen food merupakan salah satu kegiatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). frozen menjadi alternatif bagi produsen untuk bisa menjual produknya dengan jangka waktu yang lebih panjang dan tidak hanya mengandalkan order dari masuknya pesanan. Kegiatan pengabdian bertujuan untuk meningkatkan produktivitas UMKM Aflaha Frozen Food (AFF) dalam pelaksanaan usahanya melalui perbaikan manajemen dan tata kelola keuangan usahanya. Perbaikan manajemen dilakukan dengan motivasi kewirausahaan agar pelaku UMKM tetap yakin pada usahanya meskipun diterpa kesulitan seperti penurunan daya beli masyarakat, manajemen sumber daya manusia dilakukan agar pelaku UMKM dapat mengelola SDM dengan efisien dan manajemen pemasaran dilakukan agar pelaku UMKM dapat memperluas cakupan pemasaran. sedangkan tata kelola keuangan dilakukan melalui penyusunan keuangan berbasis digital agar pelaku UMKM dapat mengetahui dengan segera ketika ada ketidaksesuaian yang material. Melalui perbaikan dua hal tersebut diharapkan AFF akan semakin baik dan gilirannya akan meningkatkan sumberdaya UMKM tersebut.

Kata Kunci : *Frozen food, UMKM, Manajemen SDM, Manajemen Pemasaran dan Tata kelola Keuangan*

PENDAHULUAN

Pandemi Covid 19 tak pelak membawa dampak yang sangat luas bagi kehidupan masyarakat. Dampak yang dirasakan tidak hanya sebatas bidang tertentu tetapi hampir semua bidang, mulai dari kesehatan, pendidikan, teknologi informasi, sosial budaya, hingga ekonomi dan bisnis didalamnya. Ketidaksiapan menghadapinya berdampak sangat besar bagi terpuruknya kehidupan masyarakat pada awal terjadinya kasus hingga dinyatakan sebagai pandemi. Pemerintah yang fokus pada penanganan kesehatan bagi warga masyarakat yang terdampak masih harus terbagi untuk tetap memberi perhatian pada bidang pendidikan dan ekonomi. Meningkatnya kasus penderita Covid dan adanya pembatasan kegiatan masyarakat oleh pemerintah membuat banyak bisnis yang mengalami kerugian hingga akhirnya tutup.

Untuk menggerakkan roda perekonomian, pemerintah masih mengandalkan UMKM yang selama ini terbukti lebih kuat dalam menghadapi berbagai terpaan masalah seperti bencana, krisis, hingga pandemi. Keberadaan UMKM ternyata masih mampu berdiri dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan besar nasional bahkan multi nasional. Anggota Komisi XI DPR Mukhamad Misbakhun mengatakan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dinilai paling kuat menghadapi kondisi ekonomi yang rawan krisis. Daya tahan UMKM berbeda dengan perusahaan besar yang sangat terpengaruh terhadap kondisi global. UMKM merupakan sektor ekonomi yang langsung melibatkan masyarakat dan memiliki daya dukung kuat

Upaya untuk meningkatkan performa ekonomi dalam upaya mencapai pertumbuhan ekonomi saat angka Covid yang semakin menurun seiring digalakkannya pemberian vaksin 1, 2, dan booster terus dilakukan oleh pemerintah. Berbagai program pemulihan ekonomi nasional (PEN) telah dirancang. Program tersebut terdiri dari 3 (tiga) kebijakan utama yaitu peningkatan konsumsi dalam negeri (*demand*), peningkatan aktivitas dunia usaha (*supply*) serta menjaga stabilitas ekonomi dan ekspansi moneter. Ketiga kebijakan tersebut harus mendapat dukungan dari Kementerian/Lembaga, pemerintah daerah, BUMN/BUMD, pelaku usaha, dan masyarakat. Menyadari akan potensi UMKM tersebut, pemerintah mengambil kebijakan untuk meningkatkan kapasitas usaha mikro dan kecil agar dapat naik kelas menjadi usaha menengah.

Sebagai salah satu pelaku usaha, Aflaha Frozen Food yang memulai usahanya sejak tahun 2017 juga merasakan dampak dari pandemi Covid 19. Berawal dari adanya tawaran dari seorang produsen ayam dan bebek ungkep serta pinjaman freezer dari produsen tersebut untuk menjadi distributor produknya. Awal memulai usaha cukup lancar tanpa banyak kendala karena saat itu belum banyak produk sejenis di pasaran terutama di wilayah Solo dan sekitarnya. Menu praktis tanpa bahan pengawet dan zat berbahaya lainnya membuat pemasaran produknya tidak mengalami banyak kendala. Untuk memperluas jangkauan pemasaran maka mulailah ditawarkan kepada masyarakat untuk menjadi *reseller* dengan skema harga yang cukup menguntungkan. Disamping dijual melalui *reseller* produk tersebut juga dijual langsung kepada konsumen dengan harga eceran

yang telah ditentukan. Dalam sebulan usaha tersebut bisa menjual sekitar 50 hingga 100 pack dengan harga Rp 45.000 per pack untuk ayam ungkep dan Rp 55.000 per pack untuk bebek ungkep.

Setahun kemudian untuk memperluas usaha sekitar tahun 2018 dilakukan dengan menambah jenis produk, yaitu bandeng presto. Langkah tersebut diambil mengingat di sekitar tempat usaha ada beberapa produsen bandeng presto yang produknya cukup berkualitas. Dengan menggandeng salah satu produsen bandeng presto tersebut sebagai *supplier*, selain untuk memperluas usaha diharapkan juga bisa membantu masyarakat sekitar untuk bisa berkembang bersama. *Supplier* bandeng hanya menyediakan produk bandeng presto, untuk pengemasan dengan menggunakan *vacuum* dilakukan oleh pihak Aflaha Frozen Food (AFF). Tak lama setelah bandeng presto, ada lagi tawaran untuk menjadi distributor produk olahan ikan yang terdiri dari sosis, tahu, nugget, pangsit, dan bakso serba ikan. Semua produk mendapatkan respon positif dari masyarakat dengan terus bertambahnya permintaan.

Di tahun berikutnya tepatnya bulan Maret 2019 mulai ditemukan kasus awal Covid di Indonesia yang kemudian merebak hampir ke seluruh wilayah termasuk juga di Solo dan sekitarnya. Keadaan yang mencekam, penuh kekhawatiran, dan berbagai pembatasan yang diwajibkan dari pemerintah untuk warganya membuat permintaan mengalami penurunan. Masyarakat sedang fokus pada bagaimana agar kesehatan tetap terjaga. Momen tersebut sedikit menurunkan penjualan di awal terjadinya kasus hingga beberapa bulan. Tetapi selanjutnya justru saat adanya pembatasan kegiatan dari pemerintah, permintaan kembali meningkat. Kekhawatiran masyarakat untuk bertemu banyak orang dalam memenuhi kebutuhannya terutama kebutuhan primer seperti makanan membuat produk *frozen* banyak diminati. Selain karena produk tersebut bisa disimpan dalam jangka waktu yang cukup lama, dengan harga yang bersaing maka produk *frozen* tersebut banyak diminati sebagai salah satu alternatif penyedia makanan pokok (lauk). Bahkan di waktu itu pelaku usaha menambahkan produk bakso sapi agar produknya makin beragam.

Hal yang berbeda ternyata terjadi pada masyarakat sekitarnya. Beberapa pelaku usaha kuliner justru mengalami penurunan penjualan bahkan tidak lagi menerima pesanan. Dibatasiya berbagai kegiatan membuat mereka tidak lagi menerima pesanan dari berbagai instansi maupun kegiatan masyarakat lainnya seperti hajatan, rapat, arisan, pengajian, dan kegiatan-kegiatan lainnya. Kondisi tersebut banyak dikeluhkan pada beberapa kesempatan, selain turunnya kondisi ekonomi rumah tangga ternyata juga berdampak pada kondisi kesehatan mereka yang ikut menurun. Sebagai bentuk kepedulian, pelaku usaha AFF berupaya membantu dengan menerima berbagai produk yang mereka hasilkan untuk dikemas dan dijual dalam bentuk *frozen*. Masa simpan dan guna produk *frozen* menjadi alternatif bagi produsen untuk bisa menjual produknya dengan jangka waktu yang lebih panjang dan tidak hanya mengandalkan order dari masuknya pesanan untuk berbagai kegiatan yang terhenti karena adanya pembatasan. Produk yang ditambahkan dari 2 orang pelaku usaha kuliner yang sekaligus juga tetangga berupa sosis goreng, sosis basah, sup matahari, dan tahu isi ayam. Sekali merengkuh dayung diua tiga pulau terlampaui. Peribahasa tersebut mungkin bisa digunakan

untuk menggambarkan usaha *frozen food* ini. Selain bisa membantu tetangga juga bisa lebih mengembangkan item produknya menjadi lebih bervariasi. Produk-produk yang sudah ada sebelumnya juga mengalami perkembangan variasi seperti produk ayam dan bebek ungkep bertambah dengan ayam dan bebek rica dan bakar. Produk olahan ikan juga bertambah dengan adanya produk otak-otak dan scalop. Terjadi penambahan item produk baru seperti pisang coklat, dimsum, dan kebab mini.

Pasang surut usaha juga dialami oleh pelaku usaha AFF. Setelah menurunnya angka Covid dan dilonggarkannya berbagai kegiatan oleh pemerintah tidak serta merta membawa dampak positif bagi penjualannya. Permintaan yang fluktuatif serta tidak bisa diprediksi membuat usaha ini justru bisa dikatakan kurang berkembang di masa setelah pandemi dirasa siap berubah menjadi endemi. Strategi *marketing* yang dilakukan sejak awal memang belum banyak mengalami perubahan. Mengandalkan mitra sebagai *reseller*, mempromosikan produk melalui media sosial seperti WA dan FB juga sudah dilakukan. Banyaknya produk *frozen* sejenis yang juga *booming* saat pertengahan pandemi turut menyumbang turunnya penjualan. Harga jual yang semakin tinggi akibat kelangkaan bahan baku ayam dan bebek serta naiknya biaya distribusi juga diduga menjadi salah satu penyebab turunnya penjualan. Berikut penjualan produk di tahun 2022 :

Tabel 1. Penjualan Produk Tahun 2022

Produk	Harga	Penjualan (unit)				
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei
Ayam ungkep, rica, bakar	Rp65.000	50	45	43	40	42
Bebek ungkep, rica, bakar	Rp75.000	43	40	35	33	35
Olahan ikan	Rp32.000	55	50	43	40	35
Bakso Sapi	Rp30.000	22	25	24	22	22
Sosis goreng, tahu ayam, sup matahari, sosis basah	Rp32.000	150	144	113	100	103
Kebab, pisang coklat, dimsum ayam & udang	Rp30.000	115	100	95	97	102
Bandeng Presto	Rp30.000	60	54	50	50	45

Beberapa permasalahan yang dihadapi mitra adalah sebagai berikut :

1. Penggunaan *reseller* untuk memperluas jaringan pemasaran memang telah banyak digunakan oleh berbagai bisnis termasuk UMKM. Idealnya dengan makin banyak reseller yang dimiliki akan dapat meningkatkan penjualan. Tetapi dalam perjalanan usaha AFF ternyata tidak demikian adanya. *Reseller* datang silih berganti, sebagian besar mereka adalah ibu rumah tangga dan ibu bekerja yang melakukan usaha ini sebagai usaha sampingan disamping kegiatan utamanya. Saat ini reseller aktif yang dimiliki adalah sebanyak 17 orang. Beberapa reseller juga ada yang tidak membayar secara langsung pembelian yang dilakukan padahal sistem yang digunakan adalah beli putus bukan konsinyasi, kecuali bila ada produk yang cacat atau rusak bisa ditukar dengan produk yang baru.

2. Semua aktivitas dilakukan sendiri oleh pengelola usaha, mulai dari pemesanan produk pada supplier, penerimaan pesanan/order dari reseller maupun konsumen, pengemasan beberapa produk, pencatatan keluar masuknya uang (arus kas), melakukan promosi melalui berbagai media sosial seperti WA, FB, maupun Instagram. Untuk pemesanan produk pada supplier selama ini dilakukan berdasarkan order dan stok yang ada. Normalnya seminggu sekali setiap supplier akan mengirimkan produknya sejumlah tertentu sesuai pesanan dari AFF. Bila ada pesanan di luar pesanan normal maka akan dipenuhi dengan memesan kembali kepada supplier di luar waktu normal yang telah ditentukan.
3. Kendala lain yang dihadapi adalah belum adanya pencatatan yang memadai. Selama ini untuk pencatatan hanya ada catatan arus kas yang berisi keluar masuknya uang yang dimiliki. Pada awal dimulainya usaha ada pencatatan stok barang tetapi saat ini sudah tidak ada lagi. Pembayaran kepada supplier dilakukan secara tunai kecuali ayam dan bebek unkep yang memberi tenggang waktu pembayaran maksimal 1 minggu setelah pengiriman produk.
4. Harga jual ditentukan berdasarkan harga perolehan barang ditambah margin tertentu tetapi tidak boleh melebihi harga eceran tertinggi yang ditentukan oleh supplier atau pengelola. Margin keuntungan tersebut akan menjadi berkurang saat produk dijual melalui reseller karena digunakan sebagai perhitungan keuntungan bagi reseller.

Berbagai upaya bisa dilakukan untuk meningkatkan penjualan. Strategi marketing yang tepat tentu akan berhasil membuat penjualan semakin meningkat. Dalam penelitian Sari (2020) mengemukakan bahwa konsumen di era ini sudah siap dengan online model pembelian. Alasan dasarnya adalah kenyamanan yang berkaitan dengan atribut pemasaran seperti bisa dilakukan dimana saja, hemat waktu dan uang, harga yang lebih murah, metode pembayaran yang fleksibel, dan layanan yang lebih ramah. Penelitian lainnya dari Pratiwi (2020) mendapatkan temuan bahwa media sosial sangat berperan dalam meningkatkan penjualan *online* saat Pandemi Covid-19. Media sosial yang digunakan yaitu *Facebook, Instagram, Twitter, Line, dan Whatsapp*. Sejalan dengan hal itu, Rachmawaty (2021) menyatakan bahwa para pelaku usaha mampu beradaptasi dengan cepat, salah satunya dengan mengoptimasi media sosial yang dilengkapi dengan fitur-fitur bisnis, sehingga memudahkan masyarakat (konsumen) mendapatkan informasi dan bertransaksi.

Sulistiyowati (2017) mengemukakan bahwa pemahaman akan pentingnya laporan keuangan masih belum dipahami pelaku UMKM. UKM masih belum memiliki kemampuan untuk menyajikan informasi keuangan secara lengkap dan tepat. Informasi akuntansi berupa pencatatan keuangan dapat menjadi modal awal bagi UKM untuk mengambil berbagai keputusan dalam pengelolaan usaha kecil dan menengah terkait dengan pengembangan pasar, penentuan harga, dan lain-lain (Andarsari & Dura, 2018). Dalam prinsip akuntansi, pelaku usaha harus memisahkan antara kepentingan serta aktivitas keuangan perusahaan dan pribadi sesuai prinsip entitas ekonomi yang menyatakan bahwa aktivitas entitas akan dipisahkan dan dibedakan dari aktivitas pemilik dan semua

entitas ekonomi lainnya (Weygant J, Jerry ;Kieso E. Donald danKimmel D. Paul; 2014) dalam (Andarsari & Dura, 2018). Kelemahan tersebut berdampak pada sulitnya bagi UMKM untuk mengakses modal (Zakiyyah, 2021). Untuk itulah perlu mengenalkan pentingnya pengelolaan keuangan usaha kecil, kemudian melakukan pelatihan pencatatan transaksi harian serta mendampingi penyusunan laporan keuangan.

TUJUAN DAN MANFAAT

Berbagai kendala yang dihadapi membuat usaha ini tidak berkembang seperti harapan. Penjualan selama tahun 2022 tidak bisa dikatakan baik bahkan cenderung menurun. Persaingan dari produsen produk sejenis juga semakin banyak. Dengan harga yang terbilang relatif cukup tinggi dan margin keuntungan yang tidak terlalu besar membuat pelaku usaha menjadi khawatir akan keberlangsungan usahanya. Perlu penanganan tertentu di beberapa aktivitas agar usaha ini bisa bertahan dan maju dengan manajemen yang lebih baik.

Akan menjadi tantangan dan tugas yang harus dilakukan oleh tim pengabdian agar dapat berperan dalam mempertahankan bahkan meningkatkan motivasi kewirausahaan yang terkadang menurun seiring dengan menurunnya usaha, meningkatkan penjualan dengan memperluas jangkauan pemasaran, dan yang tidak boleh ditinggalkan juga adalah penyusunan laporan keuangan sederhana yang bisa dibuat sekaligus dimengerti oleh pelaku usaha agar sekaligus bisa digunakan sebagai kontrol bagi kesehatan usaha dan pengemangannya di masa yang akan datang. Tim pengabdian terdiri dari 4 dosen, disebagai berikut :

Tabel 1. Tim Pengabdian Pada Masyarakat

No	Nama	Bidang	PT
1	Dr. Rosita, S.E., M.M.	Akuntansi	STIE Surakarta
2	Ida Ayu Kade Rachmawati K, S.E., M.M	Manajemen	STIE Surakarta
3	Heri Susanto, S.E., M.M.	Akuntansi	UPN Yogyakarta
4	Nur Kholis, S.E., Msc	Akuntansi	STIE Surakarta

METODE PELAKSANAAN

Pada tahap awal dilakukan berbagai pendekatan melalui survey lokasi, wawancara penggalian informasi dengan pelaku usaha AFF agar dapat diketahui apa permasalahan yang dihadapi. Setelah diadakan diskusi oleh tim pengabdian bersama Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat tentang bagaimana solusi yang bisa diberikan melalui berbagai kegiatan berikutnya sebagai berikut:

A. Perbaikan Manajemen

1. Motivasi kewirausahaan – kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kembali motivasi pelaku usaha AFF dalam berwirausaha yang dirasa menurun karena penjualan yang juga tidak mengalami peningkatan yang signifikan.
2. Manajemen Sumber Daya Manusia – selama ini semua aktivitas mulai dari pemesanan produk kepada supplier, pengemasan menggunakan vacuum sekaligus labeling untuk beberapa produk seperti sosis goreng, sop matahari, sosis basah, dan bandeng, menerima pesanan/order, pemasaran termasuk merekrut reseller, serta pencatatan keluar masuknya uang dilakukan sendiri oleh pemilik sekaligus pengelola usaha tersebut. Hal ini membuat kurang optimalnya berbagai aktivitas dan tentu saja berdampak pada penjualan yang tidak meningkat signifikan.
3. Manajemen Pemasaran – ujung tombak suatu bisnis adalah pemasaran. Pemasaran membuat produk dikenal dan digunakan oleh masyarakat/konsumen. Dengan adanya penjualan yang kontinyu dan meningkat diharapkan bisa meningkatkan keuntungan serta usaha ataupun bisnis yang dirintis. Kondisi pandemi menuntut kita agar bisa lebih kreatif dan inovatif dalam memasarkan produk ditengah berbagai keterbatasan

B. Perbaikan Pengelolaan Keuangan

Manajemen keuangan dan akuntansi sederhana – salah satu hal yang sering membuat kegagalan suatu bisnis adalah pengaturan keuangan yang kurang baik. Hal tersebut akan membuat kesalahan dalam menghitung ataupun menentukan biaya produksi yang dikeluarkan, harga yang terlalu tinggi ataupun rendah yang bisa menimbulkan kerugian. Selain itu tidak adanya pencatatan yang jelas akan menyulitkan bila ingin mengetahui keuntungan yang diperoleh apalagi pengembangan usaha kedepannya.

Pendampingan terhadap pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian diadakan dengan beberapa kegiatan sebagai berikut :

A. Periode pertama

1. Manajemen SDM
2. Perhitungan biaya produksi dan penentuan harga
3. Penyusunan pencatatan keuangan dengan prinsip akuntansi sederhana

B. Periode kedua

1. Pemasaran online
2. Analisis keuntungan

C. Periode ketiga

Evaluasi hasil yang dicapai

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemberian motivasi kewirausahaan diberikan di awal program. Bukan tanpa tujuan, kegiatan ini dimaksudkan untuk memberikan landasan bagi kegiatan-kegiatan berikutnya. Bila motivasi pelaku usaha meningkat atau bisa dikatakan tinggi maka diharapkan akan memiliki daya dorong yang kuat dalam menjalankan usahanya termasuk saat usaha tidak berjalan dengan baik dan menghadapi berbagai kendala. Penguatan motivasi dilakukan dengan membangkitkan semangat bahwa apa yang selama ini sudah dilakukan adalah hal baik yang belum tentu bisa dilakukan oleh orang lain. Tidak mudah menjadi seorang wirausaha, perlu tekad, kemauan, kemampuan, sekaligus empati yang tinggi. Apa yang sudah dirintis selama hampir 5 tahun ini memang tidak mudah, perjuangan memang masih diperlukan agar usaha ini tidak hanya menjadi kenangan. Membantu orang-orang di sekitar merupakan hal mulia yang tidak semua orang berkesempatan dan mau melakukannya. Apalagi di tengah berbagai keterbatasan yang dimiliki dan keterbatasan ruang gerak usaha akibat adanya pandemi di hampir 3 tahun terakhir.

Sumber daya apapun tidak akan ada gunanya tanpa dikelola dengan baik oleh sumber daya manusia. Manajemen sumber daya manusia mempunyai peran penting dalam penggunaan maupun pengelolaan sumber daya lainnya termasuk sumber daya manusia itu sendiri. Oleh sebab itu perlu sumber daya manusia untuk menjalankan berbagai usaha ataupun bisnis. Sudah hampir 5 tahun usaha ini dijalankan, dan hanya dengan mengandalkan diri sendiri tentulah bukan merupakan suatu keputusan yang bijak. Saat diamati dari berbagai aktivitas yang banyak menghabiskan waktu adalah pengemasan. Pengemasan menggunakan mesin vacuum yang dilakukan untuk produk bandeng presto, sosis goreng, sosis basah, dan tahu ayam ternyata tidak semudah yang terlihat. Perlu keahlian dan kesabaran agar proses pengemasan tidak merusak produk dan tidak bocor. Disarankan untuk merekrut seorang karyawan untuk melakukan pekerjaan tersebut sehingga bisa lebih banyak produk yang bisa dikemas terutama saat ada banyak pesanan dari *reseller* maupun konsumen yang terkadang harus ditolak karena keterbatasan kemampuan pengemasan. Sebagaimana yang sudah disarankan sebelumnya, perekrutan ini bisa dilakukan dengan mengutamakan masyarakat sekitar. Saat pandemi banyak masyarakat yang terpaksa harus putus sekolah maupun putus kerja. Perekrutan masyarakat sekitar tidak hanya menguntungkan usaha tetapi juga membantu memberdayakannya. Mereka akan terbantu dan usaha juga bisa berjalan lebih lancar.

Materi berikutnya yang dirasa penting untuk mendukung usaha adalah pengelolaan keuangan dan penyusunan laporan keuangan sederhana. Pencatatan yang dilakukan selama ini sudah cukup baik walaupun belum memadai. Pencatatan arus kas tetap diperlukan disamping beberapa pencatatan lainnya seperti stok produk, pemesanan, laporan keuangan hingga neraca. Pencatatan secara manual memang membutuhkan pengetahuan yang memadai dan waktu untuk menyusunnya. Untuk mempermudah pengerjaannya maka disarankan menggunakan aplikasi tertentu yang dirasa mudah dan biaya terjangkau, minimal menggunakan excell.

Pada sesi terakhir pemberian materi diberikan materi terkait manajemen pemasaran. Ujung tombak suatu usaha atau bisnis adalah pemasaran. Dengan pemasaran produk akan dikenal oleh masyarakat, tahap berikutnya masyarakat bisa mencoba mengkonsumsi produk, setelah itu diharapkan masyarakat melakukan pembelian produk secara berulang atau secara kontinyu menggunakan produk. Salah satu strategi pemasaran yang bisa digunakan adalah STP (Segmenting, Targeting, dan Positioning). Sasaran yang tepat, pengelolaan yang benar, memenangkan persaingan, meraih keuntungan, menguasai pasar, merupakan sebagian dari sekian banyak manfaat yang akan didapatkan dengan menyusun dan menerapkan strategi pemasaran. Strategi pemasaran STP ini berarti proses mengkategorikan, membidik pasar yang diinginkan, lalu memposisikan pemasaran bisnis dibandingkan pesaing. *Segmenting* merupakan proses mengkategorikan, mengklasifikasikan, menggolongkan semua target potensial produk yang akan dipasarkan. Syarat segmentasi yang efektif adalah *measurable* (terukur), *substantial* (banyak), *accessible* (dapat diakses), *differentiable* (dapat dibedakan), dan *actionable* (dapat dilayani). Selanjutnya adalah mengevaluasi berbagai segmen tersebut untuk memutuskan segmen mana yang akan menjadi target market. *Positioning* merupakan proses mengembangkan strategi pemasaran yang bertujuan untuk mempengaruhi bagaimana sebuah segmen pasar tertentu memandang sebuah barang atau jasa dibandingkan dengan kompetisi atau pesaing. Penentuan posisi pasar menunjukkan bagaimana suatu produk dapat dibedakan dari produk pesaingnya.

Setelah berbagai materi diberikan yang meliputi motivasi, SDM, pengelolaan dan pencatatan keuangan secara sederhana, serta pemasaran diharapkan pelaku usaha dapat mengetahui dan memahami arti pentingnya sehingga bisa merubah *mindset* dan perilakunya untuk mulai mengedepankan pengelolaan atau manajemen usaha dengan lebih baik. Seperti yang sudah direncanakan sebelumnya, setelah berbagai materi tersebut dilanjutkan dengan memberikan pendampingan. Program pertama pendampingan dilakukan dengan kegiatan perekrutan SDM untuk menangani aktivitas pengemasan dengan menggunakan vacuum dan di masa yang akan datang secara bertahap bisa diberikan tugas tambahan untuk mengelola penerimaan pesanan/order baik dari reseller maupun konsumen. Tidak mudah untuk menemukan orang yang tepat untuk tugas tersebut. Sebagian masyarakat sekitar ternyata sudah mulai mendapatkan pekerjaan baru seiring dengan mulai membaiknya kondisi dan dilonggarkannya berbagai aktivitas. Sebagai solusi akan belum didapatkannya SDM yang diperlukan, maka di saat tertentu saat banyak pesanan akan dicari alternatif bantuan dari beberapa tetangga yang merupakan ibu rumah tangga dan bersedia untuk diperbantukan secara insidental. Alternatif lainnya adalah dengan menambah kuantitas pesanan tidak hanya seminggu sekali terutama saat stok produk menipis dan ada banyak pesanan dari reseller maupun konsumen. Untuk pesanan di atas 100 pack diberitahukan pada *reseller* agar memesannya 3 hari sebelumnya agar bisa dipersiapkan pemesanan produk dari *supplier* maupun pengemasannya untuk beberapa produk tertentu. Dengan pengaturan tersebut diharapkan dapat meringankan pelaku usaha AFF agar bisa menerima dan melayani semua order yang masuk.

Walaupun pelaku usaha hanya melakukan pengemasan dengan menggunakan *vacuum* untuk beberapa produk saja, bukan berarti tanpa ada biaya produksi. Diperlukan mesin *vacuum* portabel yang ternyata harus dilakukan sedikit modifikasi agar dapat digunakan sebagaimana mestinya sesuai keperluan. Untuk mesin yang digunakan, dibebankan biaya penyusutan sehingga saat umur ekonomisnya habis ataupun mengalami kerusakan, bisa dilakukan servis maupun penggantian. Walaupun tampak sepele dan tidak terlalu tinggi harganya tetapi bila harus dilakukan penggantian tentu akan sedikit mengganggu *cashflow* usaha bila tidak diersiapkan dengan baik. Misalkan harga mesin tersebut saat ini sekitar Rp 1.000.000 dengan umur ekonomis diperkirakan 3 tahun maka penyusutannya setiap bulan bila diperhitungkan dengan metode garis lurus sebesar $\text{Rp } 1.500.000 : 36 \text{ bulan} = \text{Rp } 41.667$. Di tahun yang akan datang diharapkan bisa membeli mesin baru yang lebih baik dengan kapasitas yang lebih tinggi pula. Mesin baru tersebut diperkirakan seharga Rp 6.500.000 per unit. Diharapkan dengan mesin baru tersebut aktivitas pengemasan menjadi lebih mudah dan cepat. Bila mesin lama diperkirakan masih mempunyai umur ekonomis 1 tahun yang akan datang maka masih ada waktu untuk menyisihkan keuntungan setiap bulan sebesar $\text{Rp } 6.500.000 : 12 = \text{Rp } 541.667$ atau bila dibulatkan menjadi Rp 542.000 per bulan. Selain mesin *vacuum sealer* juga menggunakan *freezer* untuk penyimpanan. Ada 3 unit *freezer* yang digunakan, 2 unit dengan kapasitas sedang dan 1 unit dengan kapasitas besar. Harga perolehan *freezer* sedang setengah pakai sebesar Rp 7.800.000. Harga perolehan *freezer* besar baru Rp 5.000.000. Bila diperhitungkan penyusutannya jika dirata-rata ketiganya masih mempunyai umur ekonomis 3 tahun untuk mesin lama dan 5 tahun untuk mesin baru maka total penyusutannya setiap bulan sebesar Rp 300.000

Pendampingan di periode 1 ini juga diberikan dalam aktivitas perhitungan biaya tambahan untuk beberapa produk yang dikemas sendiri dimana biaya dihitung dari beberapa komponen yaitu plastik kemasan, stiker label, tenaga kerja, dan listrik. Untuk plastik kemasan dibeli per pack isi 100 seharga Rp 95.000. Stiker label dipesan seharga Rp 40.000 berisi 100 pcs. Untuk tenaga kerja dihitung dengan rata-rata waktu yang diperlukan untuk pengemasan per pack sekitar 3 menit. Diasumsikan sehari dilakukan pengemasan selama 5 jam sehingga dapat dihasilkan 100 pack. Biaya tenaga kerja diperhitungkan sebesar Rp 75.000 per hari sehingga biaya tenaga kerja per pack sebesar Rp 750. Untuk biaya listrik diperhitungkan biaya listrik yang diperlukan selama satu bulan adalah sebesar Rp 200.000 sehingga bila kapasitas penyimpanan selama 1 bulan mencapai 500 pack maka setiap pack menanggung biaya listrik sebesar Rp 400. Bila dijumlah total biaya yang diperlukan diluar harga produk adalah sebesar Rp 2.000 per pack untuk produk yang melalui proses pengemasan. Untuk produk lain yang tanpa melalui proses pengemasan, sehingga hanya memerlukan penyimpanan sebesar biaya listrik.

Pencatatan keuangan dan penyusunan laporan keuangan sederhana merupakan aktivitas berikutnya yang dilakukan oleh tim pengabdian. Pencatatan ini perlu dilakukan guna mendukung pengelolaan usaha yang baik dan transparan. Dengan adanya pencatatan tersebut bisa dibuat laporan

keuangan hingga dapat diketahui perkembangan usaha dari waktu ke waktu. Awalnya direncanakan menggunakan alat bantu *excell* dalam penyusunan laporan keuangan, tapi karena beberapa kendala baik pengetahuan, waktu, dan kapasitas pekerjaan dengan tidak terpenuhinya rencana perekrutan SDM baru maka diputuskan menggunakan pencatatan manual untuk beberapa kegiatan utama seperti stok barang, pemesanan/order dari reseller maupun konsumen, pesanan kepada supplier, arus kas dan neraca.

Aktivitas pendukung tahap berikutnya adalah upaya melakukan pemasaran secara online. Untuk langkah awal sudah menggunakan media sosial yang biasa digunakan oleh pengelola seperti instagram, WA, dan Facebook. Direncanakan untuk dilanjutkan dengan mulai bergabung dengan beberapa marketplace lokal, membuat nomor WA khusus Business, serta mengikuti pameran produk UMKM. Penggunaan reseller masih dipertahankan dengan aturan pembayaran yang lebih jelas. Untuk meningkatkan penjualan reseller disarankan untuk mengadakan beberapa promosi seperti potongan harga ataupun reward lain bila mencapai target penjualan tertentu. Disamping terkait pemasaran di tahap ini juga didampingi dalam perhitungan keuntungan yang sesungguhnya. Berikut perbandingan harga perolehan dan harga jual setiap produknya :

Tabel 2. Perbandingan harga perolehan dan Harga Jual

Produk	Harga (Pack)		
	Perolehan	Jual	
Ayam ungkep, rica, bakar	Rp55.000	Rp60.000	Rp65.000
Bebek ungkep, rica, bakar	Rp65.000	Rp70.000	Rp75.000
Olahan ikan	Rp22.000	Rp28.000	Rp32.000
Bakso Sapi	Rp23.000	Rp28.000	Rp32.000
Sosis goreng, tahu ayam, sup matahari	Rp21.000	Rp28.000	Rp32.000
Kebab, pisang coklat, dimsum ayam & udang	Rp22.000	Rp28.000	Rp32.000
Bandeng Presto	Rp22.000	Rp28.000	Rp32.000

Bila dilihat dari tabel di atas maka harga jual ditentukan ada 2 jenis yaitu harga jual untuk *reseller* (kolom 3) dan harga jual tertinggi untuk konsumen termasuk harga jual *reseller* kepada konsumennya (kolom 4). Sekilas dapat dilihat bahwa lebih menguntungkan bila produk dijual langsung pada konsumen. Tetapi dengan berbagai keterbatasan dan jangkauan maka sejak awal dibukanya usaha sudah menggunakan skema *reseller* untuk memperluas jangkauan penjualan sekaligus sebagai upaya pemberdayaan masyarakat yang membutuhkan pekerjaan. Selama ini porsi penjualan melalui reseller kurang lebih sekitar 70% dan sisanya dijual langsung pada konsumen. Berikut contoh perhitungan keuntungan sekaligus perbandingan keuntungan bulan Januari dan Mei 2022 :

Tabel 3. Perhitungan Keuntungan Bulan Januari

Produk	Penjualan Januari	Keuntungan		
		Reseller	Konsumen	TOTAL
Ayam ungkep, rica, bakar	50	Rp5.000	Rp10.000	Rp325.000

Bebek ungkep, rica, bakar	43	Rp5.000	Rp10.000	Rp279.500
Olahan ikan	55	Rp6.000	Rp10.000	Rp396.000
Bakso Sapi	22	Rp5.000	Rp9.000	Rp136.400
Sosis goreng, tahu ayam, sup matahari	150	Rp7.000	Rp11.000	Rp1.230.000
Kebab, pisang coklat, dimsum ayam & udang	115	Rp6.000	Rp10.000	Rp828.000
Bandeng Presto	60	Rp6.000	Rp10.000	Rp432.000
				Rp3.626.900

Tabel 4. Perhitungan Keuntungan Bulan Mei

Produk	Penjualan Mei	Keuntungan		
		Reseller	Konsumen	TOTAL
Ayam ungkep, rica, bakar	42	Rp5.000	Rp10.000	Rp273.000
Bebek ungkep, rica, bakar	35	Rp5.000	Rp10.000	Rp227.500
Olahan ikan	35	Rp6.000	Rp10.000	Rp252.000
Bakso Sapi	22	Rp5.000	Rp9.000	Rp136.400
Sosis goreng, tahu ayam, sup matahari	103	Rp7.000	Rp11.000	Rp844.600
Kebab, pisang coklat, dimsum ayam & udang	102	Rp6.000	Rp10.000	Rp734.400
Bandeng Presto	45	Rp6.000	Rp10.000	Rp324.000
				Rp2.791.900

Tahap terakhir dalam pendampingan dilakukan evaluasi hasil yang dicapai. Awal dimulainya kegiatan pengabdian ini di bulan Juli tampak bahwa motivasi kewirausahaan bagi pelaku usaha yang mengalami penurunan perlahan mulai meningkat. Hal itu tampak dari antusiasme pelaku usaha dalam mengikuti setiap sesi aktivitas pengabdian ini. Semangat maju bersama rekan-rekan *supplier* yang selama ini banyak menggantungkan order darinya mendorong motivasinya untuk lebih bertanggung jawab atas kepercayaan yang diberikan. Walaupun upaya perekrutan SDM belum berhasil tetapi ada alternatif memberdayakan masyarakat sekitar secara insidental bila ada pesanan tambahan dalam jumlah banyak. Selain itu juga menghimbau *reseller* untuk melakukan pesanan 3 hari sebelumnya bila ada pesanan di atas 100 pack. Selama masa pendampingan belum ada supplier maupun konsumen yang melakukan pesanan di atas 100 pack sehingga belum dapat diketahui apakah alternatif solusi yang diberikan berhasil menangani permasalahan. Arti penting pencatatan keuangan maupun penyusunan laporan keuangan sudah dimengerti dan dipahami. Hal ini tampak pada upaya pengelola usaha untuk mulai tertib melakukan pencatatan mulai dari order, stok, laporan arus kas, dan menyusun laporan keuangan sederhana. Terkait penggunaan WA bisnis juga sudah diaplikasikan dengan menambah nomor WA baru yang khusus untuk melayani order/pemesanan produk secara *online*. Bergabung dengan *marketplace* lokal juga sudah dilakukan. Untuk mengikuti pameran untuk saat ini belum memungkinkan karena fokus pada pembenahan-pembenahan lainnya. Perhitungan keuntungan juga sudah bisa dikerjakan sendiri oleh pelaku usaha berdasarkan contoh

yang diberikan dan melakukan perbandingan dari waktu ke waktu. Berbagai hasil dari kegiatan pengabdian yang sudah dilakukan, dapat terlihat dalam tabel berikut ini :

Tabel 5. Capaian Hasil Kegiatan Pengabdian

No	Kondisi awal	Kegiatan	Hasil
1	Turunnya motivasi berwira-usaha selama pandemi	Materi Kewirausahaan	Mampu meningkatkan motivasi pelaku usaha serta memberikan kesadaran bahwa masih ada peluang yang bisa dilakukan pasca pandemi
2	Belum ada pembagian tugas, pencatatan keuangan terbatas, penjualan mengandalkan reseller, menggunakan media sosial seperti WA, FB, dan Instagram	Materi Manajemen SDM, Keuangan, Pemasaran dan Akuntansi	Pelaku usaha menjadi tahu dan paham bahwa perlunya dilakukan pendelegasian tugas/tanggungjawab yang bisa dilakukan dengan merekrut masyarakat sekitar. Pencatatan keuangan perlu dilakukan agar diketahui apakah kegiatan yang dilakukan mendatangkan keuntungan atau malah membuat kerugian. Produk juga potensial untuk bisa dipasarkan lebih luas.
3	Hampir seluruh aktivitas dilakukan sendiri oleh pelaku usaha, tidak ada pencatatan keuangan secara kontinyu.	Pendampingan pertama a. Manajemen SDM b. Perhitungan biaya produksi dan penentuan harga c. Penyusunan pencatatan keuangan dengan prinsip akuntansi sederhana	Perlu merekrut tenaga kerja baru untuk mengerjakan pengemasan yang memakan waktu paling banyak. Belum mendapatkan SDM tetap sehingga diberikan solusi untuk merekrut secara insidental dan menghimbau pemesanan diatas 100 pack minimal 3 hari sebelumnya. Perhitungan biaya produksi dan beberapa biaya yang seharusnya diperhitungkan. Pencatatan keuangan dan administrasi lainnya dengan rapi dan informatif
4	Pemasaran hanya dilakukan menggunakan media sosial umum seperti WA, FB dan Instagram	Pendampingan kedua a. Pemasaran online b. Analisis keuntungan	Mulai dilakukan pemasaran mengembangkan penggunaan soaial media yang saat ini digunakan seperti WA Bisnis, bergabung dengan marketplace lokal dan berencana mengikuti pameran UMKM di masa yang akan datang. Mulai ddiketahui berapa potensi keuntungan yang bisa diperoleh.
5	Tidak ada evaluasi atas berbagai capaian maupun kinerja.	Pendampingan ketiga Evaluasi hasil yang dicapai	Mulai ada gambaran bagaimana melihat hasil usaha dari waktu ke waktu sehingga bisa mulai menyusun target capaian kedepan.

KESIMPULAN

Berbagai upaya dilakukan pemerintah terkait dengan pemulihan ekonomi saat dan pasca pandemi.. Bagi perguruan tinggi juga dapat berperan sekaligus menjalankan salah satu tri dharma perguruan tinggi dalam program pengabdian pada masyarakat. Mitra yang digandeng adalah salah satu pelaku usaha *frozen food* di Surakarta, yaitu Aflaha Frozen Food. Pelaku usaha sebelumnya sudah menjalankan usahanya yaitu penjualan berbagai produk frozen yang belum dikelola dengan baik, usaha tersebut juga mengalami penurunan pasca pandemi Covid-19.

Program pengabdian dilakukan dengan pemberian motivasi kewirausahaan dengan tujuan untuk mendongkrak kembali turunnya motivasi untuk berwirausaha. Materi tentang dasar-dasar manajemen dan akuntansi ditambahkan agar pelaku usaha mengetahui dan memahami perlunya manajemen dalam bisnis skala kecil sekalipun. Selain materi juga dilakukan pendampingan untuk mengaplikasikan berbagai materi yang sudah dielajari serta program-program yang disepakati. Pendampingan dilakukan selama 2 bulan yang dibagi menjadi 3 periode.

Setelah program terlaksana, tampak adanya peningkatan motivasi dari pelaku usaha untuk kembali menjalankan usaha yang sempat menurun pasca pandemi. Pelaku usaha juga mulai memahami perlunya manajemen dalam pengelolaan usahanya. Sedikit demi sedikit mulai dilakukan pengelolaan seperti yang sudah diarahkan oleh tim pengabdian, mulai dari perekrutan SDM walaupun belum berhasil, tetapi ada solusi alternatif yang diberikan. Pencatatan keuangan sederhana maupun pencatatan kegiatan pendukung lainnya, pemasaran online dimulai dari media sosial yang digunakan oleh pelaku usaha hingga penggunaan WA bisnis, bergabung dengan marketplace lokal hingga mengikuti pameran di masa yang akan datang.

Diharapkan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini bisa memberikan motivasi dan meningkatkan kemandirian masyarakat secara ekonomi. Dengan adanya pengalaman tersebut, pelaku usaha juga diharapkan dapat menularkannya pada para pelaku usaha yang lain di sekitarnya.

REFERENSI

- Adelina, N. (2022). Sukses Membuka Online Untuk Membangun Dan Pengembangan Usaha Kecil Bagi Masyarakat Perkotaan . *JANAKA: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT KEWIRAUSAHAAN INDONESIA*, 3(1)
- Bayu Pramutoko. (2020). *Manajemen Pemasaran : Manajemen Pemasaran Modern*. In *Management Pemasaran*
- Girsang, R.M., dan Titin Agustina. (2018). *Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Susu Sapi Perah Best Cow pada Unit Produksi Koperasi Peternak Galur Murni di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember*
- Sari,W., Rifki, A.M., dan Karmila M. (2020) *Analisis Kebijakan Pendidikan Terkait Implementasi Pembelajaran Jarak Jauh Pada Masa Pandemi Covid*
- Shinta, Aghustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Malang : Universitas Brawijaya Press.
- Pratiwi, I. W. (2020). *Strategi Komunikasi Interpersonal Guru dalam Pelaksanaan Pembelajaran Jarak Jauh di Sekolah Dasar*, Klaten, Jawa Tengah. *JP3SDM*, 9 (2), 30–45
- Sasongko, Dedy. “ UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit”.www.djkn.kemenkeu.go.id. Diakses tanggal 11 Oktober 2022
- Wicaksono, D. A. (2021). *Manajemen Usaha Dan Pembuatan Kemasan Serta Labeling Home Industri Sale Pisang Pada Usaha Kelompok Ibu rumah Tangga Di Desa Kedungringin Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi*. *JANAKA: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT KEWIRAUSAHAAN INDONESIA*, 2(2)

FOTO KEGIATAN

