

Penerapan Ilmu Manajemen Bisnis Guna Pendampingan Mitra Usaha Kecil Menengah “Djamoe Sarongge” di Desa Ciputri

Nadia Yachya¹, Angtoni Dabi – Dabi², Deborah Putrilla Wirya², Jonathan Dikke Mike Tjakra², William Kurnia², Clarimond Michaela³, Chrystian Natawidjaja⁴, Ihsan Iswaldi^{5*}

¹Program Studi Akuntansi, Universitas Prasetiya Mulya; ²Program Studi Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya; ³Program Studi Branding, Universitas Prasetiya Mulya; ⁴Program Studi Ekonomi Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya; ⁵Program Studi Teknologi Bisnis Pangan, Universitas Prasetiya Mulya

*Ihsan Iswaldi (Corresponding Author)

Abstract

This activity aims to improve the capability of running a business independently for the owner of small to medium enterprise Djamo Sarongge. In which it produces varieties of traditional healthy drinks. The owner had problems regarding four business system: operational, marketing, human resource management, and financial. All these problems are present on the absence of education, the nonexistent entrepreneurship capability that looks forward for opportunity. In the future, this activity should be able to increase the production quantity, increase product penetration to potential customers, increasing the capability of owner to run the business, and shaping the owner to be able to financially manage the business. There are some methods used in this activity such as qualitative observation, mentoring, and field practice which those methods occur at Ciputri. This activity resulted an increase in the quality of the products from the composition to the extended shelf life, knowledge to perform offline and online selling through social media, brochures as marketing media, new packaging, knowledge to perform business and the systems, standard operating procedure for production process, and the ability to make financial report. Aside from that, the activity also produces new product line to the business. With the variation provided through the products and the added knowledge about 4 business systems, an increase in product sales as much as 70 units and market penetration throughout Ciputri area.

Abstrak

Kegiatan ini bertujuan untuk menyalurkan kemampuan bisnis secara mandiri kepada mitra usaha kecil menengah Djamo Sarongge yang memproduksi jamu kesehatan. Dimana selama ini pemilik usaha masih mengalami permasalahan dari segi operasional, pemasaran, sumber daya manusia, dan keuangan yang terjadi karena masih minimnya pendidikan dan belum adanya kemampuan wirausaha yang berorientasi ke depan. Diharapkan kegiatan ini dapat meningkatkan kuantitas juga kualitas produksi, meningkatkan penetrasi produk kepada masyarakat sekitar dan luar wilayah Ciputri, mengasah kemampuan bisnis mitra usaha, dan terbentuknya kemampuan pengelolaan keuangan. Metode yang digunakan adalah telaah literatur, tinjauan secara kualitatif, pendampingan, dan praktek lapangan langsung yang dilakukan di Desa Ciputri. Hasil kegiatan ini adalah meningkatnya kualitas produk dari segi ketahanan juga komposisi, penggunaan metode pemasaran baru secara online dan offline lewat media sosial, brosur, dan packaging yang baru, pengasahan kemampuan mitra mengenai bisnis dan sistemnya, pembuatan standar operasional prosedur produksi, dan pembuatan laporan keuangan. Selain itu, kegiatan ini juga menghasilkan adanya varian produk baru yang diharapkan dapat menjadi minuman yang disukai masyarakat sekitar. Dengan adanya variasi produk

Keywords

Business knowledge application, Community development, Djamo Sarongge, herb drink, mentoring business partner, SME

Kata Kunci

Penerapan ilmu bisnis, pengabdian masyarakat, Djamo Sarongge, minuman jamu, pendampingan mitra usaha, UKM

dan peningkatan empat sistem bisnis di atas, terdapat peningkatan penjualan produk sebesar 70 unit dan penetrasi pengenalan produk di sekitar wilayah Ciputri.

Pendahuluan

Indonesia merupakan sebuah negara dengan sumber daya alam yang beragam dan merupakan negara kedua yang memiliki tingkat biodiversitas tertinggi kedua di dunia (Hitipeuw, 2011). Keadaan ini memungkinkan Indonesia untuk melakukan pengolahan biodiversitas dan menjadikannya sebagai pemenuh kebutuhan sehari-hari masyarakat. Salah satu daerah yang memiliki kekayaan alam beragam adalah Desa Ciputri yang terletak di daerah Cipanas, lebih tepatnya terletak pada kaki Gunung Gede sehingga memiliki banyak dataran tinggi di sekitarnya. Posisi kaki gunung bekas gunung aktif, membuat lingkungan ini memiliki tanah yang subur sehingga tumbuh banyak tanaman yang bisa dijadikan sebagai komoditas perdagangan, baik buah-buahan, sayuran, hingga tumbuhan herbal. Keadaan lingkungan seperti ini juga mendorong mayoritas warga Desa Ciputri untuk memiliki pekerjaan berkebun karena mudahnya berbagai tanaman untuk tumbuh di dataran tinggi dalam kondisi yang baik. Menurut data (Badan Pusat Statistik, 2017) dari total 2,773 rumah tangga yang tinggal di desa ini 51,18% memiliki mata pencaharian berkebun, dimana sebagian besar bekerja pada ladang milik orang lain. Sehari-hari, para petani ini bekerja dari jam 6 pagi hingga jam 2 siang pada musim penanaman dan panen. Jam kerja yang cukup panjang, serta pekerjaan yang membutuhkan tenaga dan stamina yang berlebih membuat mayoritas dari warga desa mengalami beberapa keluhan umum seperti: maag, pegal linu, dan masuk angin.

Keadaan tubuh yang tidak *fit* ini seringkali menghambat pekerjaan para petani, untuk mengatasi hal tersebut, sebagian besar dari mereka mengkonsumsi obat - obatan kimiawi dan cenderung secara berlebihan (lebih dari dosisnya) sehingga membuat mereka merasakan efek samping negatif seperti badan lemas dan ketergantungan (Thomas, 1993).

Tidak jarang warga membutuhkan obat untuk mengatasi penyakit ringan yang diderita, serta keadaan lingkungan sekitar yang kaya akan sumber daya alam memungkinkan adanya sebuah peluang usaha yang bisa dilakukan warga sekitar dengan memanfaatkan tumbuh-tumbuhan di daerah Gunung Gede yang subur dan menjadikannya sebagai bahan jamu tradisional. Beberapa tumbuhan berkhasiat yang tumbuh di daerah Gunung Gede adalah daun lokatmala, daun harendong, daun sirsak, daun kersen, daun bandotan, akar alang, kulit manggis, dan binahong (Sabara, 2011).

Kendati banyaknya tanaman berkhasiat di area tersebut, masih minim warga sekitar yang mengetahui hal ini. Hal tersebut adalah dampak dari minimnya edukasi sehingga warga sekitar tidak memiliki pengetahuan mengenai tanaman yang memiliki unsur pengobatan. Namun Ibu Yuningsih selaku pemilik usaha Djamo Sarongge sendiri melihat hal tersebut sebagai peluang usaha. Kendati demikian, dengan minimnya pengetahuan terhadap produk yang dimiliki sampai saat ini, beliau baru melakukan penjualan ke tetangga sekitarnya. Pemasaran yang dilakukan sendiri menggunakan pengalaman pribadi beliau yang mengkonsumsi sendiri produknya untuk penyembuhan. Walaupun beliau telah memiliki kemampuan melihat peluang usaha yang cukup baik, tetapi terdapat beberapa kendala yang dialaminya dalam menjalani bisnis ini. Beberapa diantaranya adalah faktor internal: latar belakang keluarga yang terbiasa berkebun dan tidak berbisnis, tingkat pendidikan yang kurang, masih minimnya penetrasi penggunaan alat komunikasi, cara berpikir yang masih condong ke cara berpikir yang tidak terencana sehingga dapat dikatakan kemampuan perencanaan dari mitra usaha masih minim. Selain itu, terdapat juga beberapa faktor eksternal seperti pengaruh cuaca yang

membuat produksi terhambat, membuat usaha yang dijalannya ini belum berkembang diluar pembelian dari para tetangga. Padahal, bisnis jamu ini memiliki potensi yang cukup besar di luar penjualan kepada warga desa Ciputri. Selain itu, bisnis ini juga masih bisa dikembangkan dengan memperbanyak variasi produk.

Kesulitan yang dialaminya ini menjadi salah satu tujuan keberadaan program pengabdian kepada masyarakat atau *community development* 2019 Universitas Prasetiya Mulya. Penulis sebagai mahasiswa bisnis yang telah mendapatkan pendidikan bisnis, hendak membagikan ilmu pengetahuan sistem bisnis secara nyata ke lapangan lewat bantuan yang diberikan kepada Ibu Yuningsih, khususnya pengetahuan dasar seputar teknik dasar pemasaran dan keuangan, pembuatan *standard operating procedure*, pemecahan masalah-masalah esensial yang ada sekarang, dan melakukan pengembangan produk dari segi variasi dan cara produksi agar lebih efisien dan efektif. Semua hal ini terlebih dahulu dimulai dengan pengubahan pola pikir mitra usaha agar mitra memiliki pemikiran yang berorientasi ke depan. Sehingga dengan demikian usaha yang dijalankan mitra dapat menghadirkan peningkatan taraf hidup dari mitra usaha.

Melalui pemaparan di atas, disimpulkan bahwa masalah dalam artikel ilmiah ini dirumuskan menjadi bagaimana cara mengembangkan usaha penjualan Djamoé Sarongge dari segi sistem bisnis (operasional dan produksi, pemasaran, sumber daya manusia, dan finansial) yang dikarenakan masih mudanya umur bisnis, membuat belum adanya fondasi terkait keempat sistem ini.

Perumusan Masalah

Usaha jamu godokan ini, jika ditinjau dari sisi operasional dan pemasaran, memiliki potensi cukup besar dalam pengembangannya. Mengingat kebutuhan masyarakat sekitar yang dapat terjawab (pemasaran diharapkan dapat lebih mudah, karena produk dibutuhkan oleh masyarakat sekitar) serta tidak sulitnya proses produksi (hanya perlu diambil dari tanaman sekitar daerah tempat tinggal dan dikeringkan). Kendati demikian, terdapat beberapa masalah yang cukup berpengaruh yang membuat proses pengembangan bisnis ini terhambat. Secara garis besar, hambatan ini terjadi karena kurangnya kemampuan pemilik usaha dalam membuat rencana, memecahkan masalah, dan sifat bawaan penduduk desa yang masih belum terpapar dengan dunia internet. Sehingga, bisnis yang seharusnya sudah bisa dijalankan dan dijual secara komersial, hanya dijual sebatas ke tetangga sekitar dalam jumlah yang minim (hanya sekitar 3-4 kantong dalam 1 bulan). Secara lebih detil, masalah-masalah yang ada pada bisnis jamu ini dapat ditinjau dari 4 sistem bisnis utama (operasional, pemasaran, sumber daya manusia, dan keuangan), yakni:

OPERASIONAL

1. Minimnya kemampuan pemecahan masalah. Selama ini, proses pengeringan jamu berjalan cukup lama (dibutuhkan 2-4 hari untuk berbagai jenis daun yang berbeda) dan ditemukannya jamur pada kulit buah manggis karena tidak maksimalnya proses pengeringan yang hanya dilakukan di bawah sinar matahari. Cuaca dan musim yang tidak memadai membuat proses ini makin terhambat, namun pemilik usaha gagal untuk mencari alternatif pengeringan (yang dipikirkan hanya menggunakan pengering elektronik).
2. Jamu yang dihasilkan belum memiliki keseragaman berat dan isi, serta komposisi berat setiap jenis daun yang sesuai dengan takaran semestinya karena terbatasnya alat yang dimiliki pemilik usaha. Selama ini, bahan-bahan yang ada hanya diaduk rata dalam nampan, dan dimasukkan secara asal ke dalam *packaging*.

3. Khasiat jamu belum teridentifikasi secara jelas. Saat ini, bahan-bahan yang digunakan jamu godogan memang dikatakan bermanfaat menurut buku obat-obatan tradisional dan artikel-artikel di internet. Namun, belum ada *research* pasti mengenai kadar yang sesuai, khasiat bahan jika dicampur jadi satu, dan efek samping yang dihasilkan produk. Hal ini akan menghambat proses penjualan komersial dan menghambat proses pendapatan sertifikasi produk.
4. Tidak tersedianya alat untuk memaksimalkan produksi yang menghambat produktivitas.

PEMASARAN

1. Minimnya pendidikan dan latar belakang pebisnis membuat pemilik usaha tidak memiliki orientasi pemikiran untuk pengembangan bisnis. Selama ini, penjualan baru dilakukan ke tetangga sekitar saja dan belum ada tindak lanjut pemasaran (seperti penitipan ke warung-warung).
2. Pemilik usaha belum memahami penggunaan media sosial yang sedang marak digunakan banyak orang sebagai media berpromosi. Hal ini dikarenakan penetrasi sosial media yang minim ke penduduk yang berada pada generasi Y, dikarenakan masih minimnya warga yang menggunakan alat telekomunikasi berbentuk *smartphone*.
3. Penetrasi pasar masih belum terlihat dari produk yang dihadirkan. Hal ini bisa dilihat dari sedikitnya warga yang mengetahui bahwa mitra menjual produk jamu. Hanya tetangga sekitar yang berada di RT dan RW yang sama yang mengetahuinya. Sedangkan, untuk warga di sekitar daerah Ciputri bagian bawah, masih belum mengetahui usaha ini.
4. Produk belum memiliki harga jual yang pasti sehingga rawan terjadi kebingungan sekitar konsumen. Penetapan harga tanpa pengetahuan juga dapat berbahaya karena dapat menjadi ancaman bagi usaha. Hal ini dikarenakan mitra tidak memiliki patokan produk yang bisa dijadikan *benchmark* usaha dan tidak pernah dilakukan survei lapangan mengenai *willingness to pay* yang dimiliki warga sekitar.
5. Produk masih belum memiliki bungkus yang menarik dan melambangkan identitas dari produk itu sendiri. Selain itu, walaupun produk sudah memiliki *packaging* yang baik (*ter-sealed* dan menggunakan jenis bungkus yang relatif sering digunakan produk lain), tetapi terbatasnya kemampuan yang berhubungan dengan *design* membuat proses pembuatan *packaging* terhambat. Hal ini bukan hanya mengurangi nilai estetika, tetapi juga membuat adanya kerancuan dalam penyaluran informasi terkait cara penyajian produk.

SUMBER DAYA MANUSIA

1. Kurangnya pengetahuan dari pemilik usaha yang sekaligus juga sebagai pekerja utama dari usaha ini sendiri. Pengetahuan ini terbatas pada pengetahuan akan khasiat asli produk, pengetahuan mengenai sistem bisnis (seperti keuangan dan pemasaran), dan pengetahuan akan pemecahan masalah yang dihadapinya.
2. Pemilik usaha masih belum memaksimalkan keberadaan anaknya yang sudah mengerti mengenai cara menggunakan sosial media dikarenakan alasan yang sama seperti permasalahan sumber daya manusia pertama, yakni masih minimnya pengenalan akan sistem bisnis.

KEUANGAN

1. Belum adanya sistem pencatatan keuangan yang mendokumentasikan semua arus kas masuk dan keluar yang berhubungan dengan aktivitas keuangan. Hal ini

- membuat terhambatnya proses pengembangan bisnis karena tidak ada suntikan modal untuk membuat bisnis menjadi lebih besar. Selain itu, tujuan utama pembuatan bisnis untuk meningkatkan taraf hidup mitra juga terhambat, karena penghasilan dari penjualan tidak ada yang disisihkan untuk tabungan masa depan.
2. Minimnya kesadaran mengenai pentingnya membuat pembukuan dalam proses bisnisnya.
 3. Terbatasnya pengetahuan mengenai cara membuat pencatatan keuangan yang rapi dan sistematis.
 4. Belum adanya pemisahan antara keuangan pribadi dengan keuangan operasional usaha.

Telaah Literatur

Peningkatan kompetensi mitra

Peningkatan pengetahuan dan keterampilan para pelaku usaha jamu menjadi penting guna meningkatkan kompetensi pelaku usaha tersebut. Peningkatan kompetensi ini akan berimbas pada peningkatan produk dan penjualan jamu tersebut. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Widiyanti (2008) bahwa ketika pelaku usaha semakin memahami pentingnya pendidikan, maka akan meningkatkan taraf hidup dan kondisi ekonominya. Berangkat dari penelitian tersebut, maka kelompok kami tergerak untuk meningkatkan kompetensi mitra dalam hal *knowledge* tentang dunia herbal, bisnis, pemasaran, dan keuangan.

Dalam hal pemasaran, berdasarkan Jauhari (2014) pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) perlu memanfaatkan *e-commerce* sebagai media penjualan. *E-commerce* menyediakan fasilitas promosi yang dapat meningkatkan penjualan, bahkan ada yang menyediakan fasilitas promosi secara gratis. Penjual dapat dengan mudah melakukan promosi dengan harga yang kompetitif sesuai dengan kemampuan pelaku usaha. Penerapan penjualan berbasis *e-commerce* akan mempermudah mitra untuk memperluas pangsa pasar serta mempermudah transaksi jual beli. Peningkatan kapasitas pemasaran pada mitra dengan basis teknologi ini diharapkan dapat meningkatkan bisnis mitra.

Dari segi keuangan, peningkatan kapasitas mitra difokuskan pada pendisiplinan pencatatan arus kas. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Auliyah (2012) bahwa sistem akuntansi yang tepat untuk para pelaku UKM adalah sistem akuntansi dasar seperti pencatatan arus kas. Pencatatan arus kas dianggap lebih mudah diterima para pelaku UKM yang notabene tidak memiliki latar belakang keuangan dan akuntansi dan tingkat pendidikan yang relatif rendah. Metode pencatatan arus kas menitikberatkan pada pencatatan pemasukan dan pengeluaran sehingga pelaku UKM dapat mengendalikan kas masuk dan kas keluar untuk kepentingan bisnisnya. Dengan penyederhanaan sistem pencatatan ini diharapkan dapat mempermudah mitra dalam mengatur dan mengendalikan keuangan bisnisnya.

Metode

Untuk dapat mengembangkan bisnis Djamoe Sarongge ditinjau dari 4 sistem bisnis utama, telah dilakukanlah beberapa metode penyelesaian masalah yang secara garis besar dilakukan dengan beberapa cara pengumpulan data, diantaranya dengan melakukan:

1. **Kajian Literatur**
Kajian literatur dilakukan untuk mengetahui beberapa hal mengenai: usaha jamu, metode-metode pemasaran seperti apa yang cocok dilakukan untuk masyarakat dengan keadaan ekonomi SES melalui website resmi Badan Pusat Statistik, dan metode keuangan yang mudah namun efektif yang akan diajarkan kepada mitra usaha. Informasi-informasi ini didapati dengan melakukan kajian literatur secara *online* (dari website) dan *offline* (dari buku).
2. **Interview**
Metode *interview* ini dilakukan dengan melakukan survei lapangan mengenai tanggapan masyarakat sekitar dan di luar daerah Cipanas, Puncak untuk mengetahui *willingness to pay* mereka terhadap produk jamu. *Interview* ini dilakukan dengan 5 orang masyarakat sekitar yang berbeda (jenis kelamin perempuan dan laki-laki, umur 18 tahun hingga 40 tahun).
3. **Survei Lapangan**
Survei lapangan dilakukan untuk melihat potensi pemasaran produk lewat penitipan ke warung-warung sekitar. Sehingga, dilakukanlah tinjauan jumlah warung yang potensial dan *interview* dengan pemilik warung akan kemungkinan penjualan jamu ini.
4. **Pendampingan dan Praktek Langsung**
Penyelesaian masalah ini tidak semata-mata dilakukan hanya untuk kebutuhan penulisan, namun juga dilaksanakan secara langsung dengan pendampingan dosen pembimbing dan praktek yang langsung dilakukan selama kurang lebih 28 hari.

Pengumpulan data melalui survei menghasilkan informasi numerik, yakni survei yang dilakukan untuk mengetahui *willingness to pay* penduduk sekitar serta penduduk diluar penduduk lokal daerah Cipanas yang dilakukan dengan melakukan *alpha* dan *beta testing* kepada warga sekitar dan pembeli yang diluar warga Ciputri yang telah membeli produk dengan harga diskon. Hasil informasi yang didapatkan dari kedua metode ini adalah informasi primer (kuantitatif dan kualitatif berupa *interview* dan survei lapangan) dan sekunder (teori) yang selanjutnya diolah lebih lanjut untuk menjawab masalah yang ada pada pengembangan bisnis Djamoe Sarongge.

Pengumpulan data berupa *literature review*, *interview* dan survei menghasilkan beberapa hasil penelitian teoritis (kajian literatur) dan faktual (*interview* dan survei lapangan). Dari hasil teori, dikembangkan secara lebih lanjut metode penyelesaian masalah sesuai dengan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, yakni:

OPERASIONAL

1. Melalui survei lapangan dan pengetahuan penulis maka ditemukan cara pengeringan yang lebih efektif yaitu metode sangrai (lihat Gambar 1. Proses Sangrai Bahan Baku (Operasional)). Hal tersebut dilakukan karena pengeringan

menggunakan matahari yang berarti bergantung pada cuaca, dinilai kurang efektif. Hasil pengeringan dengan matahari di cuaca yang buruk tidak memberikan kekeringan yang maksimal. Sehingga akan lebih baik setelah melalui pengeringan matahari, masih harus dilakukan metode sangrai agar produk dapat bertahan lebih lama karena tidak mengandung air yang dapat membawa kelembaban.

2. Khasiat jamu menurut penelitian memiliki efek baik bagi kesehatan. Namun hal tersebut masih belum terjawab dengan ketidakhadiran hasil lab yang langsung melibatkan produk usaha ini sebagai objek penelitiannya.
3. Untuk mengetahui jelas khasiat yang ada pada jamu, seluruh daun dibawa ke pihak laboratorium kampus Universitas Prasetya Mulya yang akan melakukan pengetesan mengenai kadar zat aktif dalam daun dan apakah daun-daun pada jamu godokan memiliki khasiat yang tumpang tindih atau tidak.
4. Untuk menyeragamkan komposisi, gramasi, dilakukan *research* terkait jenis – jenis daun dan musim tumbuhnya untuk mendapatkan campuran yang tepat. Gramasi dilakukan sesuai dengan *packaging* yang tersedia, dan digabungkan juga dengan jenis – jenis daun yang khasiatnya paling menonjol. Untuk gramasi, dibeli juga alat timbangan digital dengan pendekatan 0,1 gram sehingga ada keseragaman produk.
5. Dilakukan pembelian peralatan sesuai dengan modal yang diberikan pihak penyelenggara dan pembuatan *standard of procedure* produk agar produksi dapat dilakukan secara mandiri oleh mitra usaha. Peralatan tersebut antara lain berupa kompor, blender, saringan, toples, wajan, dan spatula.

PEMASARAN

1. Dilakukan survei dengan melakukan wawancara ke tetangga sekitar yang memiliki pekerjaan berkebun dan bertani. Beberapa pertanyaan yang diajukan berkaitan dengan keluhan rasa sakit yang sering dirasakan, frekuensi konsumsi obat dan jamu, harga obat dan jamu yang biasa dikonsumsi, efek samping yang dirasakan dari konsumsi tersebut, dan *willingness to pay* yang mereka rela bayarkan untuk jenis jamu sesuai dengan spesifikasi Djamo Sarongge.
2. Dilakukan pembelian *packaging* baru untuk menambah variasi produk dari kecil menjadi kecil & besar. Selain itu, dilakukan juga perencanaan desain label produk dan produksi label. Label juga disertakan informasi penting mengenai produk seperti: cara pemakaian, fungsi produk, komposisi, dan tanggal pembuatan produk, dilengkapi dengan *silica gel* untuk mencegah penjamuran.
3. Dilakukan *research* cara pemasaran UKM, dan disepakati untuk melakukan penitipan pada Saung Sarongge yang merupakan tempat turis di wilayah Ciputri, juga melakukan pemasaran bersama dengan Sabun Sarongge yang sudah terkenal yang penjualannya sudah memakai media *online* dan telah dilakukan hingga ke luar negeri.
4. Dibuatlah akun sosial media produk karena peluangnya untuk dipasarkan secara luas (antisipasi kalau mitra ingin mengembangkan produk lebih lagi), selain itu akun ini juga dibentuk sebagai salah satu media untuk memberikan informasi lebih detail tentang produk di luar media sosial Sabun Sarongge.

SUMBER DAYA MANUSIA

1. Pemberdayaan anak dari Ibu Yuningsih yang lebih memahami media sosial sebagai admin media sosial.
2. Diajarkan *skill – skill* bisnis dan dibangunnya fondasi pemikiran yang berorientasi ke depan. Hal ini dilakukan dengan melakukan pengajaran kepada mitra usaha,

dibantu dengan pemilik Sabun Sarongge yang telah melakukan bisnis selama kurang lebih 2 -3 tahun. Karena masih sesama keluarga, penguasaan dari pihak Sabun Sarongge akan lebih efektif dan Beliau juga bisa membantu pemilik Djamo Sabun Sarongge menjalankan bisnisnya kedepan.

KEUANGAN

1. Sosialisasi dan pemberian materi mengenai pentingnya pencatatan arus keuangan.
2. Diajarkannya cara membuat laporan keuangan yang sederhana (arus kas masuk dan keluar), disepakatinya persentase pendapatan yang hendak disisihkan untuk pengembangan bisnis. Selain itu, dikenalkan juga keuntungan bank dan cara menabung untuk kebutuhan keluarga.

Hasil

Adapun hasil yang telah dihadirkan melalui solusi yang ditawarkan menurut permasalahan yang adalah sebagai berikut:

OPERASIONAL

1. Pengeringan yang disempurnakan melalui metode sangrai
Melalui metode ini terbukti bahwa kulit buah manggis yang sebelumnya mudah berjamur saat disimpan, menjadi kering sepenuhnya dan awet dan terhindar dari kemungkinan pertumbuhan jamur pada produk. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa metode ini berhasil menghadirkan solusi dan dapat memecahkan permasalahan yang sebelumnya ada. Metode yang dilakukan adalah dengan menyangrai seluruh kulit buah manggis yang sudah dikeringkan selama dua hari agar kering total. Selain proses sangrai yang dapat menghilangkan kelembaban kulit, untuk mengantisipasi lebih lagi penjamuran yang terjadi pada *packaging* produk, dilakukan juga pemasukkan *silica gel* pada setiap *pack* produk untuk mengatasi penjamuran ini.
2. Uji kelayakan produk secara langsung
Solusi ini belum dapat dijalankan dikarenakan belum ditemukannya laboratorium yang tepat untuk menguji kelayakan dari produk. Sehingga masih harus menunggu untuk mencari hasilnya. Namun, penulis sudah menemukan alternatif solusi untuk mengatasi hal ini dengan melakukan pengecekan di laboratorium kampus penulis yang menyediakan jasa pengecekan zat aktif dalam kandungan jamu ini.
3. Membeli timbangan baru
Penulis menggunakan anggaran yang ada untuk membeli timbangan digital dengan gramasi 0,1 gram untuk memastikan adanya kepastian gramasi setiap *ingredients* yang ada dan memastikan adanya keseragaman untuk setiap produk yang dihasilkan, baik lini produk 20 gram maupun 35 gram. Untuk produk jamu *liquid* timbangan ini digunakan untuk memastikan adanya jumlah bahan yang sesuai agar *cost of good sold* dapat dihitung dengan mudah.

PEMASARAN

1. Penentuan Harga
Hasil survei yang didapatkan berdasarkan *willingness to pay* warga sekitar dan warga luar (di luar desa Ciputri) yang telah membeli produk saat diberlakukannya *beta testing*, digunakan

sebagai referensi kisaran harga yang masuk sesuai dengan keinginan para calon pembeli. Sehingga ditentukanlah adanya perbedaan penentuan harga untuk produk yang dijual kepada warga sekitar/lokal dan warga diluar daerah dimana harga untuk warga lokal lebih rendah sebesar Rp. 5000 dan adanya perbedaan harga untuk produk gramasi 20 gram dan 35 gram. Hal yang sama juga diterapkan pada penjualan produk jamu *liquid* dengan adanya perbedaan untuk segmen pembeli.

2. Pemasaran dan penjualan melalui media sosial dan *e-commerce*, serta penetrasi pasar menggunakan media brosur

Penggunaan media sosial *Instagram* (Lihat Gambar 2. Penggunaan *Instagram* (Pemasaran)) dan *e-commerce Tokopedia* sebagai media penjualan dan pemasaran menunjukkan peningkatan yang baik terhadap pengetahuan konsumen. Adapun pengetahuan tersebut meliputi informasi mengenai kehadiran produk dan khasiat yang dapat dihadirkan produk. Hal ini dilakukan mengingat salah satu segmen yang ditargetkan adalah warga diluar Ciputri, sehingga pemasaran tidak hanya bisa dilakukan dengan penyebaran brosur (Lihat Gambar 4. Pembagian Brosur (Pemasaran)) atau konsinyasi. Sehingga dilakukanlah penjualan melalui media sosial dan *e-commerce* yang juga akan memudahkan proses distribusi produk.

Metode penetrasi pasar dengan brosur (Lihat Gambar 5 Desain Brosur (Pemasaran)) ini dinilai efektif, hal tersebut didasari oleh peningkatan jumlah orang yang mengetahui keberadaan jamu dari Djamo Sarongge. Dengan demikian diharapkan akan terjadi peningkatan konsumen kedepannya. Hal ini khususnya dilakukan untuk meningkatkan penetrasi pengenalan produk di wilayah Ciputri dan merupakan salah satu cara penerapan pemasaran yang bisa dilakukan untuk warga dengan latar belakang ekonomi seperti warga pada daerah Ciputri.

3. Pembaharuan bungkus produk dan pemberian label merek

Penggunaan merek merupakan langkah pemasaran agar produk mendapatkan identitas yang lebih indah dipandang. Bungkus produk sendiri diperbaharui (Lihat Gambar 3. Produk Setelah Diperbaharui) guna memberikan kesan estetika pada produk. Selain itu, pemberian label merek ini juga dilakukan karena adanya kesulitan cara pemakaian produk pada saat dilakukan proses *testing* kepada calon pembeli, sehingga label merek menyangkut informasi penyajian, bahan-bahan, larangan konsumsi, dan tanggal penggunaan yang dianjurkan. Hasil dari pembaharuan label dan bungkus ini sangat memudahkan pembeli pada saat adanya acara bazaar, dimana mereka tidak lagi melakukan kesalahan penyeduhan.

SUMBER DAYA MANUSIA

1. Pemberdayaan anak dari Ibu Yuningsih sebagai admin media sosial

Menggunakan sumber daya manusia yang tersedia yaitu anak dari Ibu Yuningsih sebagai admin dari media sosial usaha Djamo Sarongge. Dengan demikian media sosial dari usaha Djamo Sarongge tidak akan terbengkalai dan memiliki aktivitas yang berguna bagi usaha. Pemilihan anak mitra sebagai administrator produk dilakukan karena masih terbatasnya kemampuan mitra dalam melakukan proses komunikasi *online*, tidak adanya alat komunikasi *online* yang dimiliki mitra (sedangkan anak mitra memilikinya), dan lebih mudahnya mengajarkan *skill online* kepada anak mitra yang sudah terpapar dengan media *online*.

2. Pengajaran *skill – skill* bisnis kepada mitra

Beberapa *skill* bisnis juga disalurkan kepada mitra yang belum pernah mendapatkan pendidikan *entrepreneurship* sebelumnya. Beberapa *skill* yang diajarkan antara lain kemampuan *planning* dengan pemberian *standard of procedure* produk (mitra diajarkan untuk berpikir dengan orientasi ke depan agar pengembangan produk selalu terjadi – seperti diajarkan cara proses pembuatan lini produk lewat pembentukan ide, *testing*, hingga *launching*, diajarkan juga beberapa *skill* keuangan, dan hubungan penulis dengan kakak mitra yang sudah memiliki bisnis memudahkan proses penyaluran edukasi. Hasilnya, keraguan mitra akan produknya hilang, dan Beliau bertekad untuk menjalankan bisnis ini secara lebih serius dan fokus.

KEUANGAN

Diterapkannya sistem pencatatan arus keuangan

Penerapan sistem pencatatan arus keuangan menggunakan metode arus kas atau *cashflow*. Hal tersebut dinilai sebagai sebuah metode yang paling mudah diterapkan oleh mitra usaha. Metode penulisan yang diajarkan, diterapkan semudah mungkin, bukan hanya agar mitra mampu melakukannya secara mandiri, tetapi juga agar mitra proses pembuatan laporan ini dilakukan secara berkala, bukan saat mitra memiliki niat saja.

Kesimpulan

Usaha Kecil Menengah Djamoé Sarongge pada awalnya belum menerapkan sistem bisnis yang benar menurut ilmu manajemen bisnis. Dengan demikian, sosialisasi dan pengajaran terhadap mitra usaha mengenai pentingnya penerapan ilmu ekonomi bisnis bagi usaha Djamoé Sarongge menjadi langkah yang penting untuk diambil. Penerapan ilmu ekonomi bisnis sendiri direalisasikan melalui empat sistem bisnis yang tidak lain adalah bidang-bidang seperti operasional, pemasaran, sumber daya manusia, dan keuangan. Hasil yang dapat ditemui pada bidang operasional, mitra usaha sudah mampu menerapkan sistem yang lebih baik untuk meningkatkan kualitas produknya yaitu melalui metode pengeringan sangria dan dengan adanya standar operasional prosedur yang jelas, proses produksi produk menjadi lebih mudah dan efektif, karena segala keperluan (mulai dari gramasi produk dan juga gramasi pembuatan produk) seluruhnya telah memiliki angka yang pasti. Pada bidang pemasaran, mitra usaha dapat memahami dan menggunakan media sosial dan *e-commerce* sebagai media untuk melakukan promosi dan penjualan produk Djamoé Sarongge, selain itu penelitian mengenai cara pemasaran yang cocok diterapkan untuk warga lokal, sangat membantu peningkatan *brand awareness* produk. Untuk bidang sumber daya manusia, mitra usaha sudah memberdayakan anak beliau untuk terjun menjadi admin media sosial dan *e-commerce*. Dengan dilakukannya hal ini, bukan hanya proses pemasaran menjadi lebih mudah dan tidak memiliki beban biaya, tetapi secara tidak langsung, keterlibatan anak mitra dalam melakukan proses bisnis, dapat membantu proses penyaluran edukasi bisnis ke keluarga mitra. Segi keuangan sendiri sudah dapat direalisasikan melalui keberadaan pencatatan arus kas. Penulisan laporan kas sendiri bukan hanya diajarkan, tetapi sudah dilakukan oleh mitra sendiri. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa pendampingan mitra usaha kecil menengah Djamoé Sarongge menggunakan ilmu ekonomi bisnis menghasilkan peningkatan kualitas pengelolaan dan perencanaan mitra usaha.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Universitas Prasetiya Mulya sebagai pihak penyandang dana kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah memberikan modal pengembangan bisnis Djamoé Sarongge, seluruh pihak penyelenggara *community development* Universitas Prasetiya Mulya 2019 (Bapak Danang selaku *Head of Desk of Community Development*, Bapak Teuku, Bapak Iwan, Bapak Mulyadi Palesangi selaku *Desk of Community Development*), kepada Dosen Pembimbing Lapangan Bapak Ihsan Iswaldi selaku pembimbing penulis dalam melakukan pengembangan bisnis ini, kepada fasilitator daerah Desa Ciputri Kak Putu Bayu, Kak Funnie, dan Kak Adrianus sebagai pembimbing dan pengawas penulis dalam melakukan kegiatan pengembangan bisnis, dan seluruh pegiat pengabdian yang telah memberikan pengetahuan dan tenaganya untuk melaksanakan kegiatan ini.

Daftar Pustaka

- Auliyah, I. (2012). *Penerapan Akuntansi Berdasarkan SAK ETAP pada ukm kampung batik di Sidoarjo* (Doctoral dissertation, STIE PERBANAS SURABAYA).
- Jauhari, J. (2014). Upaya pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) dengan memanfaatkan e-commerce. *Jurnal Sistem Informasi*, 2(1).
- Sabara, E. (2011). *100 Tumbuhan Dilindungi di Gede Pangrango*. Cianjur, Jawa Barat: Green Radio dan Taman Nasional Gunung Gede Pangrango.
- Thomas, S. H. (1993). Paracetamol (acetaminophen) poisoning. *Pharmacology & Therapeutics*, 60(1), 91-120.
- Widiyanti, H. (2005). *Sejarah Perkembangan Industri Jamu Tradisional dan Pengaruhnya Terhadap Kehidupan Sosial Ekonomi Masyarakat Gentasari Kecamatan Kroya Kabupaten Cilacap Tahun 1990-2002* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Semarang).

Lampiran



Gambar 1. Proses Sangrai Bahan Baku (Operasional)



Gambar 2. Penggunaan Instagram (Pemasaran)



**Gambar 3. Produk Setelah Diperbaharui
(Pemasaran)**



**Gambar 4. Pembagian Brosur
(Pemasaran)**



**Gambar 5. Desain Brosur
(Pemasaran)**