



PENDAMPINGAN KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA IBI KOSGORO 1957 UNTUK PENINGKATAN SKALA USAHA MUTIARA BUBBLE DI DEPOK

¹⁾Rudi Laksono, ²⁾Ahmad Nurdin Hasibuan, ³⁾Dadan Sundara,

⁴⁾Nova Permatasari, ⁵⁾Renny Saidih

¹⁾⁻⁵⁾Institut Bisnis dan Informatika (IBI) Kosgoro 1957

ABSTRACT

Community Service was carried out in the business activities of IBI Kosgoro 1957 students in the field of soft drinks in the form of Bubble drinks, located on Jl Arief Rahman Hakim No.64, Beji Depok, West Java. The program implemented by the team is in the form of an entrepreneurial concept based on business science. The activity was carried out with initial stages in the form of problem identification, needs analysis using the SWOT method, question and answer and observation and continued with counseling and assistance using the Business Model Canvas. Assistance activities are carried out in four stages, namely: Basic Management Assistance for SME management, Assistance in Preparation of Business Plans, Assistance in preparation of financial reports and Assistance for Access to Capital which aims to develop and increase business scale. number of students who wanted to become entrepreneurs increased to twenty percent.

Keywords: Entrepreneurship concept, Mentoring, Business Scale

Received: 6 November 2020

Revised: 20 November 2020

Accepted: 24 November 2020

Corresponding Author:

Rudi Laksono
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi
Institut Bisnis dan Informatika (IBI) Kosgoro 1957
Jl. M. Kahfi II No. 33 Jagakarsa, Jakarta Selatan
Email: r_laksono@yahoo.com

PENDAHULUAN

Salah satu sektor ekonomi yang berkembang di Indonesia adalah Usaha Kecil Menengah UKM. Sektor ini banyak dijalankan oleh pengusaha karena mudah dikelola dan tidak membutuhkan biaya yang terlalu besar dalam proses pendiriannya. UKM (Usaha Kecil Menengah) merupakan unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi.

UKM dalam bidang usaha penjualan minuman segar yang terdiri dari pilihan varian rasa dengan menambahkan dengan bola-bola pearl atau bubble. Minuman bubble ini punya kekuatan inovasi yang besar karena terus bertransformasi dan menciptakan daya tarik.

Sementara berdasarkan hasil Sensus ekonomi BPS tahun 2018 sampai dengan triwulan ke 3 tahun 2019, bahwa jumlah UMKM bidang usaha minuman terus naik setiap triwulannya sebagai berikut :

Tabel 1. Indeks Produksi Triwulanan Industri Mikro dan Kecil Bidang Penjualan Minuman Menurut 2-Digit KBLI, Triwulan I Tahun 2018 – Triwulan III tahun 2019

NO	KETERANGAN	JUMLAH
1	Triwulan I Tahun 2018	158
2	Triwulan II Tahun 2018	159
3	Triwulan III Tahun 2018	164
4	Triwulan IV Tahun 2018	167
5	Triwulan I Tahun 2019	170
6	Triwulan II Tahun 2019	173
7	Triwulan III Tahun 2019	180

Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di negara sedang berkembang dihalangi oleh banyak hambatan seperti keterbatasan modal kerja maupun investasi, kesulitan dalam pemasaran, distribusi dan pengadaan bahan baku dan input lainnya, keterbatasan akses ke informasi mengenai peluang pasar dan lainnya, keterbatasan pekerja dan keahlian tinggi (kualitas sumber daya manusia rendah) dan kemampuan teknologi, biaya transportasi dan energi yang tinggi, keterbatasan komunikasi, biaya tinggi akibat prosedur administrasi dan birokrasi yang kompleks khususnya dalam pengurusan izin usaha, dan ketidakpastian akibat peraturan dan kebijaksanaan ekonomi yang tidak jelas dan tidak menentu arahnya (Tulus, 2012)

Salah satu UKM bidang usaha penjualan minuman segar *bubble* banyak dijumpai di kota Depok dikarenakan minuman tersebut merupakan produk minuman *happening* (sedang tren) dan menjadi menu favorit baru yang diminati segala kalangan masyarakat. Salah satu minuman bubble yang diminati adalah Mutiara Bubble Drink.

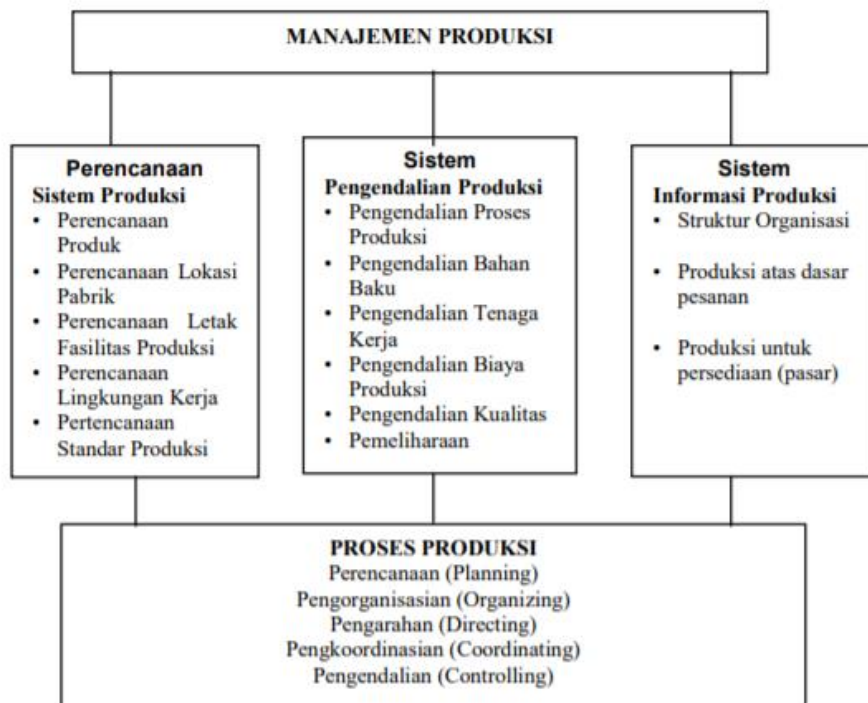
METODE PELAKSANAAN

Sifat kegiatan adalah perintisan dimana program dan pengembangan yang dilaksanakan adalah kegiatan penyuluhan serta pendampingan dengan metode BMC (Bisnis Model Canvas) dan SWOT (*Strengths Weakness Opportunity and Treaths*) yang menerapkan strategi baik dari aspek pemasaran, teknis, SDM, dan keuangan. Identifikasi dan analisis kebutuhan khalayak sasaran merupakan kegiatan pokok pada awal dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dan ada 4 tahapan yang akan dilaksanakan yang meliputi:

Penerapan Manajemen Produksi UKM

Produksi adalah segala kegiatan dalam menciptakan dan menambah kegunaan sesuatu barang atau jasa, untuk kegiatan mana dibutuhkan faktor-faktor produksi yang meliputi dana, mesin, bahan, dan manusia serta metode dan *skills* yang dimiliki oleh seorang manajer. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa manajemen produksi itu sebenarnya merupakan proses manajemen yang diterapkan dalam kegiatan atau bidang produksi dalam suatu perusahaan. Dengan diterapkannya proses manajemen dalam bidang produksi di dalam perusahaan, maka kegiatan-kegiatan produksi dan proses produksi dalam perusahaan itu akan selalu dilaksanakan melalui perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengoordinasian serta pengendalian.

Bagan 1 : Ruang Lingkup Manajemen Produksi



Pendampingan dan penguatan dalam proses produksi berkaitan penggunaan sarana prasarana tepat guna. Penggunaan peralatan yang lebih baik menjadikan proses produksi menjadi lebih efektif dan efisien. Pendampingan dan penguatan manajemen produksi, diharapkan dapat menyusun rencana produksi, sehingga produksi dapat terpenuhi sesuai kapasitas.

Penerapan Manajemen Pemasaran UKM

Pemasaran merupakan kunci keberhasilan dalam sebuah bisnis, karena itu mengelola organisasi atau tim pemasaran yang baik mutlak diperlukan. Selain itu dunia pemasaran juga sangat dinamis sehingga perlu inovasi dan terobosan-terobosan baru. Karena itu mengelola tim pemasaran dari mulai langkah-langkah yang ditempuh, *job description* masing-masing personal hingga detail harus selalu dilakukan.

Strategi pemasaran adalah pendekatan pokok yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan lebih dulu, di dalamnya tercantum keputusan-keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran dan tingkat biaya pemasaran yang diperlukan (Kotler, 1989: 401).

Pendampingan manajemen pemasaran UKM berkaitan dengan bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran adalah salah satu konsep dasar dalam pemasaran yang sering digunakan dalam sebuah bisnis, apa pun bentuk dan berapa pun skala dari usaha tersebut. Bagi perusahaan dalam skala menengah dan besar, penggunaan konsep bauran pemasaran, (terutama *marketing mix* 4P) ini sudah bersifat wajib, bahkan sudah menyatu dalam aktivitas bisnis sehari-hari mereka.

Bauran pemasaran (Philip Kotler dan Gary Amstrong, 2000:67) adalah seperangkat alat pemasaran taktis dan terkontrol dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan pasar sasaran.

1) *Product* (Produk)

Produk menurut Tjiptono (2009:95) adalah pemahaman subjektif dari produsen atas 'sesuatu' yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Menurut Thomas W. Zimmerer (2008) dalam Alamsyah (2015) inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau untuk memperkaya kehidupan orang-orang. Dimensi dari inovasi produk menurut Thomas W. Zimmerer, yaitu: (1) Perubahan desain, (2) Inovasi teknik, dan (3) Pengembangan produk.

2) *Price* (Harga)

Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang ditambahkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. (Widiana, 2010:59). Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga menurut Swastha dalam Widiana (2010): (1) Kondisi perekonomian, (2) Penawaran dan permintaan, (3) Elastisitas permintaan, (4) Persaingan, (5) Biaya, dan (6) Pengawasan pemerintah. Mutiara Bubble memberikan harga yang terjangkau agar segmen pasarnya lebih luas dan dapat bersaing.

3) *Promotion* (Promosi)

Menurut Tjiptono (2000) promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Menurut Kotler dan Amstrong (2008:116) bauran promosi (*promotion mix*) disebut juga bauran komunikasi pemasaran (*marketing communication mix*). Bauran promosi: (1) Periklanan (*advertising*), (2) Promosi penjualan (*sales promotion*), (3) Hubungan masyarakat (*public relations*), (4) Penjualan personal (*personal selling*), (5) Pemasaran langsung (*direct marketing*). Promosi yang dijalankan Mutiara Bubble dengan berbagai cara baik dengan brosur maupun sampai dengan mengguankan berbagai media social berupa promosi melalui *youtuber* yang *followernya* sudah sangat banyak untuk mempromosikan produk tersebut,

4) *Place* (Distribusi)

Menurut Tjiptono (2000:185) pendistribusian dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat dan saat dibutuhkan). Menurut Swastha dan Irawan (1997:295-297) terdapat berbagai macam saluran distribusi barang konsumsi, diantaranya: (1) Produsen-Konsumen, (2) Produsen-Pengecer-Konsumen, (3) Produsen-Pedagang Besar-Pengecer-Konsumen, (4) Produsen-Agen-Pengecer-Konsumen, dan (5) Produsen-Agen-Pedagang Besar-Pengecer Konsumen. Pendistribusian yang dilakukan oleh Mutiara Bubble dengan cara bekerja sama dengan Go Food maupun Grab Food.

Penerapan Manajemen Keuangan UKM

Berbicara masalah UMKM dan kemampuan pengelolanya mengelola keuangan menjadi pembicaraan menarik. Dimana perlu diketahui bahwa menurut UU No. 20

Tahun 2008 dijelaskan UMKM itu merupakan usaha yang terdiri dari usaha mikro, kemudian usaha kecil, dan usaha menengah. Usaha ini dimulai dari aset yang dimiliki mulai dari 50 juta hingga 10 milyar. Juga memiliki omset penjualan mulai dari 300 juta hingga 50 milyar.

Secara konseptual pengelolaan keuangan merujuk kepada konsep manajemen keuangan, dimana Handoko (2011) menjelaskan bahwa konsep manajemen lebih diarahkan bagaimana mencapai tujuan organisasi dengan menerapkan cara memperhatikan masalah rencana usaha, kemudian badan organisasi, SDM, juga mengenai penerahan sumber daya dan *leadership* dalam pengawasan. Sedangkan konsep keuangan sebagaimana dijelaskan oleh Hartati (2013) bahwa pengelolaan keuangan berfungsi dalam hal pencarian modal usaha dalam rangka pengembangan usaha, kemudian pengalokasian modal usaha sehingga mendapatkan apa yang diharapkan usaha dalam bentuk laba.

Maksud dengan adanya pengelolaan keuangan ini antara lain diharapkan apabila keuangan dikelola dengan baik maka efektivitas dari pencapaian tujuan usaha dapat terwujud dengan baik dan juga pemanfaatan modal usaha dalam rangka mencapai laba dapat efisien digunakan. Hal ini sesuai dengan pendapat Agustinus (2014) bahwa melalui penerapan program yang tepat dalam mengelola keuangan akan mencapai efektivitas dan efisiensi dalam penggunaan sumber keuangan perusahaan.

Sedangkan pengelolaan keuangan pada UMKM sebagaimana dijelaskan oleh Husnan (2000) bahwa usaha pengelolaan keuangan usaha kecil lebih diarahkan bagaimana secara teknis usaha itu dilakukan mulai dari bagaimana mencari sumber pendanaan usaha, kemudian diikuti dengan manajemen kas usaha dan juga bagaimana menghitung kebutuhan modal investasi untuk pengembangan usaha itu sendiri.

Penerapan Manajemen SDM

Manajemen sumber daya manusia adalah kebijakan dan praktik menentukan aspek manusia atau sumber daya manusia dalam posisi manajemen, termasuk merekrut, menyaring, melatih, memberi penghargaan, dan penilaian. (Dessler : 2005). Lebih detail hal ini meliputi analisis jabatan, perencanaan kebutuhan tenaga kerja dan rekrutmen kandidat, memilih kandidat, orientasi dan pelatihan karyawan baru, mengelola upah dan gaji, memberikan insentif dan tunjangan, menilai kinerja, melatih dan mengembangkan manajer dan membangun komitmen karyawan. Manajemen sumber daya manusia yang efektif untuk mempertahankan keunggulan kompetitif perusahaan memerlukan kecepatan dan keakuratan informasi karyawan yang ada dan karyawan potensial di pasar tenaga kerja.

UKM merupakan unit usaha yang mampu menyerap tenaga kerja cukup banyak di Indonesia saat ini. Perkembangan daya saing UKM saat ini banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti teknologi, keuangan, dan proses produksi, dan sumber yang paling penting yaitu karyawan dengan modal intelektual/*aset*, keterampilan, kreativitas dan informasi.[1] Perusahaan atau UKM yang memiliki modal karyawan dengan intelektual/*aset* yang besar akan semakin cepat UKM tersebut maju dan berkembang. Manajemen sumber daya manusia adalah tentang manajemen tenaga kerja atau karyawan suatu organisasi atau perusahaan.

Pendampingan Penyusunan Rencana Usaha

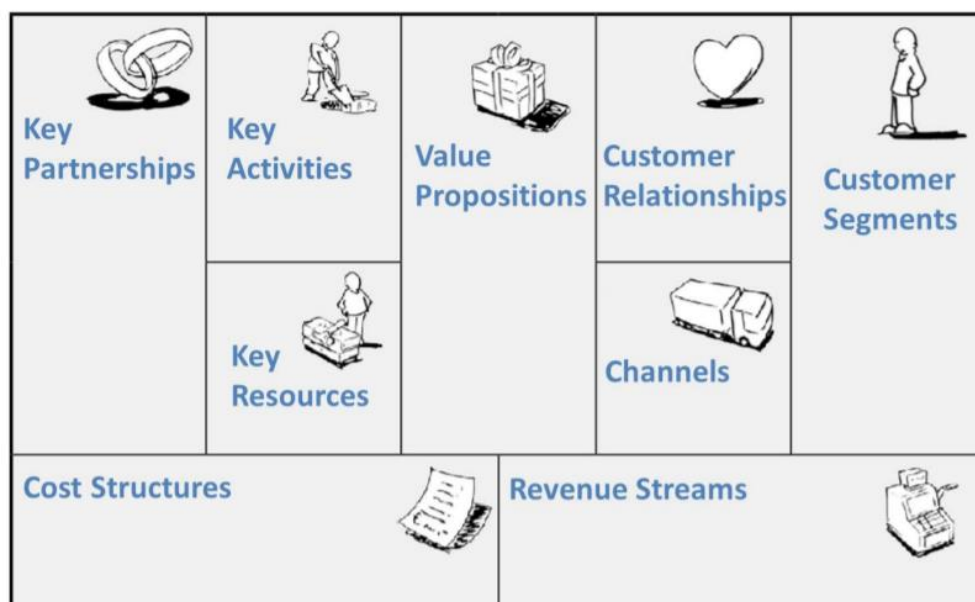
Salah satu kunci sukses memulai usaha adalah adanya kemampuan menuangkan ide-ide atau gagasan cemerlang yang kreatif dan inovatif dan mempunyai nilai ekonomi/komersial tinggi ke dalam sebuah Business Plan atau perencanaan bisnis yang matang dan realistis. Apa pun jenis usaha yang akan kita jalankan. Lebih-lebih jika ditindaklanjuti dengan menuangkan ide-ide tersebut dalam tulisan sehingga dapat dikomunikasikan kepada pihak-pihak lain.

Menurut Supriyanto (2009) Perencanaan bisnis (Business Plan) adalah rencana-rencana tentang apa yang dikerjakan dalam suatu bisnis ke depan meliputi alokasi sumber daya, perhatian pada faktor-faktor kunci dan mengolah permasalahan-permasalahan dan peluang yang ada. Secara garis besar isi suatu perencanaan bisnis dimulai dari Ringkasan, Statemen Misi, Faktor-faktor kunci, Analisis Pasar, Produksi, Manajemen dan Analisis Finansial seperti analisis *Break Event* dan lain-lainnya.

Sementara dengan perencanaan bisnis yang baik akan menjadikan peluang sukses bisnis kita semakin tinggi. Perencanaan bisnis yang baik sendiri adalah sebuah proses, bukan hanya sekedar perencanaan. Perencanaan bisnis yang baik indikatornya antara lain: Sederhana (mengandung kemudahan dan kepraktisan) untuk dilaksanakan; Spesifik (konkret, terukur, spesifik dalam waktu, personalianya dan anggarannya); Realistis (realistis dalam tujuan, anggaran maupun target pencapaian waktunya) dan Komplit atau lengkap semua elemennya.

Kanvas Model Bisnis

Business Model Canvas adalah sebuah model bisnis gambaran logis mengenai bagaimana sebuah organisasi menciptakan, menghantarkan dan menangkap sebuah nilai (Osterwalder, 2010). Canvas ini membagi *business model* menjadi 9 buah komponen utama, kemudian dipisahkan lagi menjadi komponen kanan (sisi kreatif) dan kiri (sisi logik). Persis seperti otak manusia. Kesembilan komponen yang ada tersebut adalah sebagai berikut, (diurut dari kanan ke kiri). *Customer Segment, Customer Relationship, Customer Channel, Revenue Structure, Value Proposition, Key Activities, Key Resource, Cost Structure, dan Key Partners.*



Gambar 1: Rencana Usaha Model Canvas

Rencana Usaha Model SWOT

Analisis SWOT dipopulerkan oleh Andrew pada tahun 1965. Andrew memformulasikan analisis SWOT dengan tujuan agar perusahaan dapat menghasilkan strategi setelah mengevaluasi faktor internal dan eksternal perusahaan. Faktor internal meliputi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*), sedangkan faktor eksternal meliputi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Dengan mengevaluasi faktor-faktor tersebut, strategi yang didapatkan adalah memaksimalkan potensial kekuatan dan peluang dengan meminimalkan kelemahan dan ancaman (Sevkli et al., 2012).



Gambar 2 : Matrik SWOT

Matriks SWOT mempresentasikan mekanisme untuk memfasilitasi hubungan antara kekuatan dan kelemahan perusahaan (faktor internal), dan ancaman dan peluang (faktor eksternal). Matriks SWOT menyediakan *framework* untuk mengidentifikasi dan memformulasi strategi, seperti ditunjukkan pada Gambar 2.1. Matriks SWOT merupakan alat yang penting untuk membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi utama yaitu:

- 1) Strategi SO (*strengths-opportunities*)
Strategi yang digunakan perusahaan dengan menggunakan kekuatan/ *strenght* (S) internal untuk memanfaatkan peluang/ *opportunity* (O) eksternal.
- 2) Strategi WO (*weaknesses-opportunities*)
Strategi yang digunakan perusahaan dengan memanfaatkan peluang/ *opportunity* (O) eksternal untuk mengurangi kelemahan/*weakness* (W) internal.

3) Strategi ST (*strengths-threats*)

Strategi yang digunakan perusahaan dengan menggunakan kekuatan/ *strength* (S) internal untuk mengurangi atau menghindari ancaman/ *threat* (T) eksternal.

4. Strategi WT (*weaknesses-threats*)

Strategi yang digunakan perusahaan untuk mengurangi kelemahan/*weakness* (W) internal dan mencegah ancaman/ *threat* (T) eksternal (David, 2011).

Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan UMKM

Kegiatan pengelolaan keuangan usaha baik itu bagi usaha mikro maupun kecil merupakan kunci untuk kelancaran operasional perusahaan. Bila pemakaian dana tidak terkontrol akan berakibat keuangan kosong. Keuangan perusahaan yang kosong menyebabkan terganggunya semua kegiatan operasional perusahaan. Manajemen arus keluar masuknya dana perusahaan yang terkontrol akan menunjukkan kredibilitas perusahaan yang baik di dunia bisnis. Dalam kondisi keuangan yang buruk, manajemen dituntut untuk segera membenahi keuangan perusahaan tersebut. Secara umum, menurut Brigham dan Houston (2009), keputusan utama dalam manajemen yang harus diambil oleh suatu bisnis adalah keputusan mengenai investasi, keputusan pendanaan, dan keputusan mengenai pembagian/penggunaan laba.

Laporan keuangan adalah laporan yang berisikan mengenai informasi kinerja keuangan selama periode tertentu serta posisi kekayaan, hutang dan modal perusahaan pada waktu tertentu. Informasi tersebut digunakan oleh pihak intern dan pihak ekstern perusahaan. Bagi pihak intern, laporan keuangan berguna untuk menilai kinerja keuangan perusahaan selama satu periode pencatatan yang kemudian dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan untuk pengembangan bisnis berikutnya. Keputusan ini mencakup, misalnya, pengembangan pasar, efisiensi biaya dan pembelian, menambah sarana produksi, dan lain-lain. Sedangkan bagi pihak ekstern, laporan keuangan digunakan salah satunya untuk menilai kelayakan usaha sebagai dasar pemberian kredit pinjaman modal untuk perusahaan. Laporan keuangan dapat dibuat secara mingguan, bulanan, triwulanan, tahunan, ataupun kapan saja sesuai dengan keperluan pihak-pihak yang berkepentingan. Perusahaan yang baik, minimal akan membuat laporan keuangan minimal secara bulanan. Laporan keuangan utama yang biasanya dibuat oleh suatu bisnis adalah laporan laba rugi, neraca, dan laporan arus kas.

Pendampingan Akses Pembiayaan Usaha

Menurut Brealey, Myers, and Allen (2011), modal kerja dapat dibiayai dengan modal sendiri, hutang jangka pendek ataupun hutang jangka panjang. Sistem pembelanjaan yang dipilih perlu didasari oleh perhitungan mengenai laba dan risiko. Dalam upaya memenuhi kebutuhan modal kerja, disarankan sumber pendanaan dibiayai dengan modal yang seminimal mungkin. Namun agar perputaran modal perusahaan dapat ditingkatkan, sering kali perusahaan diharuskan untuk dapat mencari dana dari luar untuk menutupi kebutuhan modal kerjanya. Perusahaan dapat menerapkan beberapa prinsip pembelanjaan yakni perusahaan memperoleh modal yang digunakan sebagai pinjaman jangka pendek yang hanya dapat digunakan untuk membiayai modal kerja atau modal yang didapatkan sebagai pinjaman jangka panjang yang digunakan sebagai modal kerja maupun investasi. Keberanian seorang manajer keuangan dalam mengambil risiko dapat mempengaruhi pengeluaran dana yang lebih murah dalam pencarian sumber pembelanjaan. Menurut Brigham dan Houston (2007:519-520) terdapat tiga pendekatan yang dapat digunakan oleh seorang manajer keuangan dalam pendekatan modal kerja untuk menentukan komposisi pembelanjaan yakni pendekatan moderat, pendekatan agresif, dan pendekatan konservatif.

Khalayak sasaran kegiatan ini adalah Mutiara Bubble yang berlokasi di daerah Depok, Jawa Barat. Berikut profil singkat sasaran kegiatan dalam tabel berikut ini:

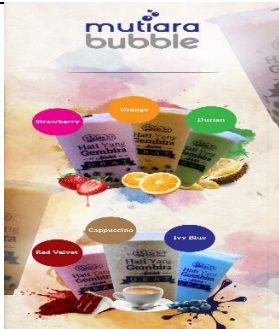
Nama UMKM : Mutiara Bubble Drink
 Alamat UMKM : Jl. Arief Rahman Hakim No. 31, Beji, Depok Baru
 Jenis Usaha : Minuman Bubble
 Lama Usaha : 1 tahun
 Pemilik : Renny Saidih
 No. NPWP : -
 Laba Bersih : Rp. **267.250/ hari**
 Analisa SWOT :

Kekuatan (Strengths-S)	Kelemahan (Weaknesses-W)	Kesempatan (Opportunities-O)	Ancaman (Threats-T)
1. Produk yang unik dan cocok untuk segala kalangan 2. Penyajian yang cepat 3. Design gerai yang minimalis	1. Branding lemah 2. Teknologi sederhana 3. Manajemen Antrian yang kurang baik 4. Produk yang jarang berinovasi dengan resep2 baru	1. Masyarakat yang cenderung mencari produk <i>happening</i> (sedang <i>trend</i>) 2. Rasa produk yang familiar dan dapat diterima semua kalangan 3. Produk yang halal dan sehat	1. Kompetitor dengan produk yang sama semakin menjamur 2. Isu2 malnutrisi yang sering menyerang produk cepat saji 3. Inovasi produk yang kurang cepat, membuat kompetitor mencari celah dalam berinovasi untuk produknya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan pelaksanaan ini dilakukan Identifikasi dan analisis permasalahan pada sasaran kegiatan agar pelaksana kegiatan mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh Mutiara Bubble: Berikut tabel Identifikasi dan Analisis Kebutuhan:

Tabel : Identifikasi Permasalahan dan Analisis kebutuhan UKM MUTIARA BUBBLE

I. UMUM		
No.	Uraian	Keterangan
1	Nama/Bentuk Usaha	Minuman Ringan " Mutiara Bubble"
2	Nama Pemilik	Renny Saidih
3	Foto Produk & Pemilik Usaha	 
4	Alamat Tinggal	JL. Arief Rahman Hakim No. 64, Beji, Depok Baru – Jawa barat
5	Alamat Usaha	JL. Arief Rahman Hakim No. 31 Beji, Depok Baru – Jawa Barat
6	Telp/HP/WA	081317713195
7	Email/website	yenni.saidih@gmail.com
8	Bidang Usaha	Minuman ringan
9	Riwayat Usaha	2018 : Minuman Ringan Mutiara Bubble
10	Status tempat usaha	Di Apotik Mutiara (sewa)
11	Izin yang dimiliki	Tidak ada
	Akte Notaris	Tidak ada
	Badan hukum	Tidak ada

	SIUP	Tidak ada		
	NPWP	Tidak ada		
	TDP	Tidak ada		
	Lain-lainnya	Tidak ada		
12	Kredit/pembiayaan bank	Tidak Ada		
	Besar kredit/ pembiayaan dari Lembaga Keuangan (sejak tahun) :	Tidak ada		
13	Tenaga Kerja (SDM) :	Jumlah	Besar Gaji (hari/bulan)	Pendidikan SD, D3
	Sekarang			
	Karyawan :	2	Rp. 100.000/hari/ orang	SD-SLA
	Pengelola :	1	Rp. 150,000/hari	D3
	Rencana			
	Karyawan :	3	Rp. 100.000/hari	SD-SLA
	Pengelola :	1	Rp. 150.000/hari/ orang	D3

II. PEMASARAN				
1	Jenis produk	Pembeli	Jumlah (RP)	Pembayaran (tunai/kredit)
	a. Strawberry	1.Customer Apotik dan klinik (30%) 2. Pertokoan sekitar (20%) 3. Sekolah Mardi Yuana (50%)	Rp500.000/hari	Tunai
	a. Orange			
	b. Durian			
	c. Red Velvet			
	d. Ivy Blue			
	e. Cappucino			
2	Realisasi dan Rencana Penjualan	Realisasi penjualan Rp. 1.500.000 / hari Rencana penjualan Rp. 2.000.000 / hari		
3	Perusahaan sejenis	Haus, Nginum		
4	Rencana perluasan usaha	Menambah Outlet di daerah Sukmajaya Depok,		

III				
Produksi				
1	Bahan Baku Utama	Volume	Harga/unit	Jumlah (RP)
	a. Powder Drink	6 kg / hari	Rp. 65.000	Rp. 390.000
	b. Topping bubble	1 kg/ hari	Rp. 60.000	Rp. 60.000
	c. Air Mineral	2 galon	Rp. 20.000	Rp. 40.000
	d. Es Batu	2 kantong	Rp. 17.500	Rp. 35.000
	e. Cup Gelas	150 cup	Rp 500	Rp. 75.000
			Total	Rp. 600.000
2	Bahan Penolong/hari	Volume	Harga/unit	Jumlah
	a. Sedotan	1,5 pack	Rp. 20.000	Rp. 30.000
	b. Kantong Plastik	3 pack/hari	Rp. 15.000	Rp. 45.000
	c. Madu	750 g/hari	Rp.100/gram	Rp. 75.000
			Total	Rp. 150.000
			Total Bahan Baku & Penolong	Rp. 750.000

3	Sumber dan cara pembayaran	Sumber	Pembayaran Tunai	Pembayaran Kredit
	Bahan Baku	Jakarta Powder Drink	Tunai	-
	Bahan Penolong	Pasar tradisional Depok	Tunai	-
4	Sarana dimiliki terkait usaha:			
4.1	Fasilitas/ mesin yang terkait usaha	Shaker, Blender, Mesin Cup Sealer, Gelas ukur, Gerobak,		
4.2	Bangunan yang terkait usaha	Toko (Sewa)		
4.3	Kendaraan yang terkait usaha	Roda – 2 (1 unit) untuk belanja		
5	Rencana dan Realisasi Produksi	Realisasi produksi 150 cup/ hari Rencana produksi 200 cup/ hari		

IV. TOTAL ASET			
1	Rumah		Rp. 300.000.000
2	Kendaraan		Rp. 15.000.000
3	Lain-lain (Gerobak)		Rp. 4.000.000
Jumlah Aset			Rp 319.000.000

V. CATATAN PENTING (KHARAKTERISTIK, KINERJA, KEUNGGULAN USAHA)		
1	Karakteristik produk/ jasa UMKM dampingan	Minuman ringan dengan karakter toping bubble dengan bahan baku dari Jakarta Powder Drink yang sering di pakai oleh <i>cafe-cafe</i> besar.
2	Kinerja Usaha (minimal 2 indikator):	
	a. Penjualan, harian	Rp. 1.500.000/ hari – Rp. 1.750.000/ hari
	b. Marjin Kotor, harian	50% (Rp.750.000/Rp. 1.500.000)x 100%
	c. Marjin Bersih, hari/ bulan/ tahunan	17,82% (Rp. 267.250/ Rp. 1.500.000)x100%
3	Yang diinginkan : (mempertahankan posisi, meningkatkan volume usaha dan/atau marjin usaha)	a. Meningkatkan volume penjualan dari Rp. 1.500.000/hari menjadi Rp. 2.000.000/hari b. Meningkatkan marjin bersih dari 17,82% menjadi 33,67% c. Mempertahankan pelanggan lama dan menambah pelanggan baru dengan peningkatan kualitas menu
4	Keunggulan usaha (aspek/faktor yang paling diunggulkan)	a. Digemari konsumen terutama kaum milenial b. bahan baku yang dipakai oleh <i>cafe-cafe</i> besar yang menyajikan minuman ringan c. tanpa bahan pengawet
5	Permasalahan usaha yang membutuhkan pendampingan khusus	a. Legalitas dan perizinan usaha belum lengkap b. Merek atau label belum memenuhi kriteria pembuatan. c. Pendampingan manajemen keuangan usaha d. Belum adanya akses pembiayaan modal usaha
6	Aspek/bidang prioritas yang harus mendapat pendampingan khusus (bidang pemasaran, produksi, keuangan, SDM, atau bidang lain).	a. Pendampingan pemasaran usaha b. Pendampingan kelembagaan dan legalitas usaha c. Pendampingan manajemen keuangan usaha d. Pendampingan akses pembiayaan usaha



Foto : Kegiatan Identifikasi dan Analisis

Dari hasil identifikasi dan analisis kebutuhan dapat diketahui bahwa Mutiara Bubble membutuhkan pendampingan di empat kegiatan yang meliputi:



Pendampingan Penerapan Manajemen Dasar Pengelolaan UMKM

No.	Kelompok Materi Fungsi Utama	Materi dan Metode Pendampingan	Biaya, Bahan, Peralatan dan Perlengkapan	Tujuan/sasaran dan Indikator Kinerja Pendampingan	Keterangan (Hasil diskusi dengan UKM Mutiara Bubble)
1	2	3	4	5	6
	Pengurusan Kelembagaan dan Legalitas Produk dan Usaha	Pendampingan pengurusan legalitas kelembagaan dan perizinan usaha dengan metode konsultasi dan coaching	a. Bahan pendampingan b. Dok kependudukan dan usaha UMKM c. Biaya Notaris	NPWP, PIRT, agar bisa menyetorkan pajak	<i>Perlu, namun belum prioritas Dan akan diurus oleh UKM sendiri terutama mengenai NPWP</i>
	Permodalan dan pendampingan manajemen keuangan	Pendampingan menyusun laporan keuangan, dengan diklat dan konsultasi dan coaching	a. Bahan pendampingan b. Buku-buku dan slip adm keuangan c. Software dan laptop	Tersusunnya lap keuangan UKM sesuai SAK EMKM secara tepat waktu	<i>Belum mendesak dilakukan</i>
	Pendampingan manajemen operasi	Pendampingan penerapan manajemen usaha dan akses kemitraan, dengan metode konsultasi dan coaching	a. Bahan pendampingan b. Dok Usaha UMKM c. Laptop d. ATK e. Biaya konsumsi pertemuan dengan calon mitra	Proposal kemitraan Terjalin kemitraan outlet Pencatatan usaha sederhana Perencanaan usaha sederhana	<i>Disepakati pendampingan akses kemitraan dan penerapan manajemen bisnis</i>
	pendampingan Manajemen Pemasaran	Pendampingan pemasaran melalui situs online dan atau penyusunan profil perusahaan, dengan metode pelatihan, konsultasi atau coaching	a. Bahan pendampingan b. Dok usaha dan produk c. Laptop d. Akses internet e. ATK f. Biaya langganan internet	a. Tidak terbatas ruang dan waktu b. Pemasaran tidak terbatas ruang dan waktu, dan biaya lebih murah c. Organisasi lebih mudah dan sederhana d. Pelayanan lebih fokus e. Riset pasar lebih mudah	<i>Belum terlalu mendesak dilakukan</i>
	Pendampingan Manajemen produksi	Pendampingan pengembangan kemasan produk, dengan konsultasi dan coaching	a. Bahan pendampingan b. Kemasan produk c. Laptop d. Biaya cetak contoh kemasan	Terproduksinya kemasan produk dengan biaya bersaing	<i>Perlu, namun akan dilakukan oleh sendiri</i>
6	Pendampingan Manajemen SDM	Perlu disertakan pada event pelatihan kewirausahaan atau studi banding untuk meningkatkan kapasitas kewirausahaan	a. Formulir permohonan program diklat kewirausahaan atau studi banding b. Biaya diklat dan atau studi banding	Keikutsertaan diklat kewirausahaan dan atau studi banding	<i>Perlu dan disepakati, namun bersifat tentatif, dalam arti perlu konfirmasi ulang waktu apabila ada event terkait pengembangan SDM.</i>
7	Sasaran Kinerja Usaha UMKM Dampingan	<ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan volume penjualan dari Rp 1.500.000/hari menjadi Rp 2.000.000/hari, - Meningkatkan margin bersih dari 17,82% menjadi 22%, - Mempertahankan pelanggan lama dan menambah pelanggan baru dengan peningkatan kualitas menu 			



Foto : Kegiatan Pendampingan Manajemen Dasar Pengelolaan UMKM

Pendampingan Penyusunan Rencana Usaha

No	Kegiatan	Output Diharapkan	Faktor kunci Keberhasilan	kendala dihadapi
1	2	3	4	5
1	Identifikasi profil, permasalahan dan kebutuhan pendampingan UMKM sasaran dampingan	1. Terdistribusi profil usaha melalui media online agar berkembang skala usaha 2. Kenaikan volume penjualan dan profit	Sering <i>update</i> profil di medsos sebagai wadah promosi	-SDM yang belum melek teknologi
2	Menyusun rencana pendampingan	Berjalannya program perbaikan target usaha ke depan secara terukur, terarah dan wajar.	SDM yang tangguh	-

Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan UKM Mutiara Bubble.

No.	Kegiatan
1	Menyiapkan contoh atau format bukti transaksi keuangan sebagai pendukung pembukuan, akun buku besar pada Neraca dan akun buku besar pada Laporan Rugi laba, serta format laporan keuangan UMKM.
2	Menyiapkan kertas kerja pendampingan untuk posting jurnal ke dalam buku besar secara manual atau dengan <i>software</i> aplikasi keuangan UMKM.
3	Melakukan pendampingan penyusunan laporan keuangan UMKM dampingan : a. Pemindehan (<i>posting</i>) jurnal ke Buku Besar UMKM b. Pembuatan Neraca UMKM sasaran dampingan c. Pembuatan Laporan Laba/Rugi UMKM Sasaran dampingan

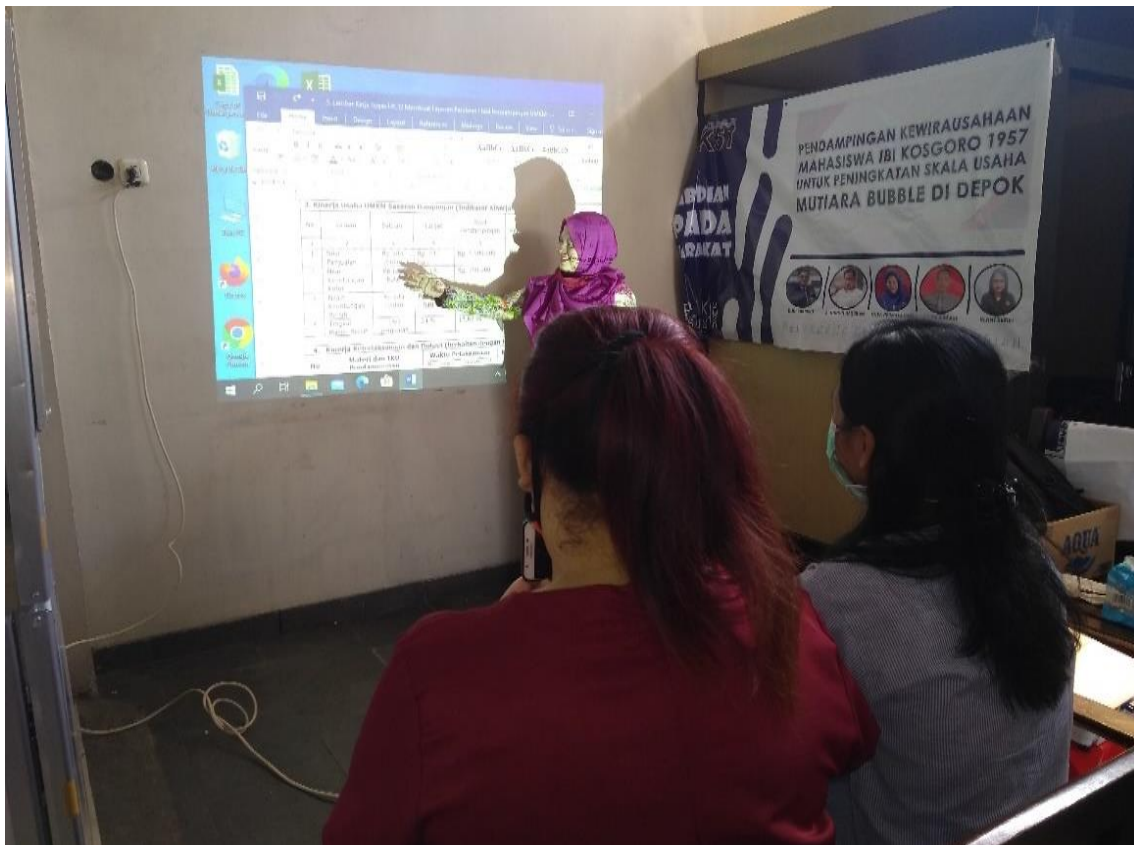
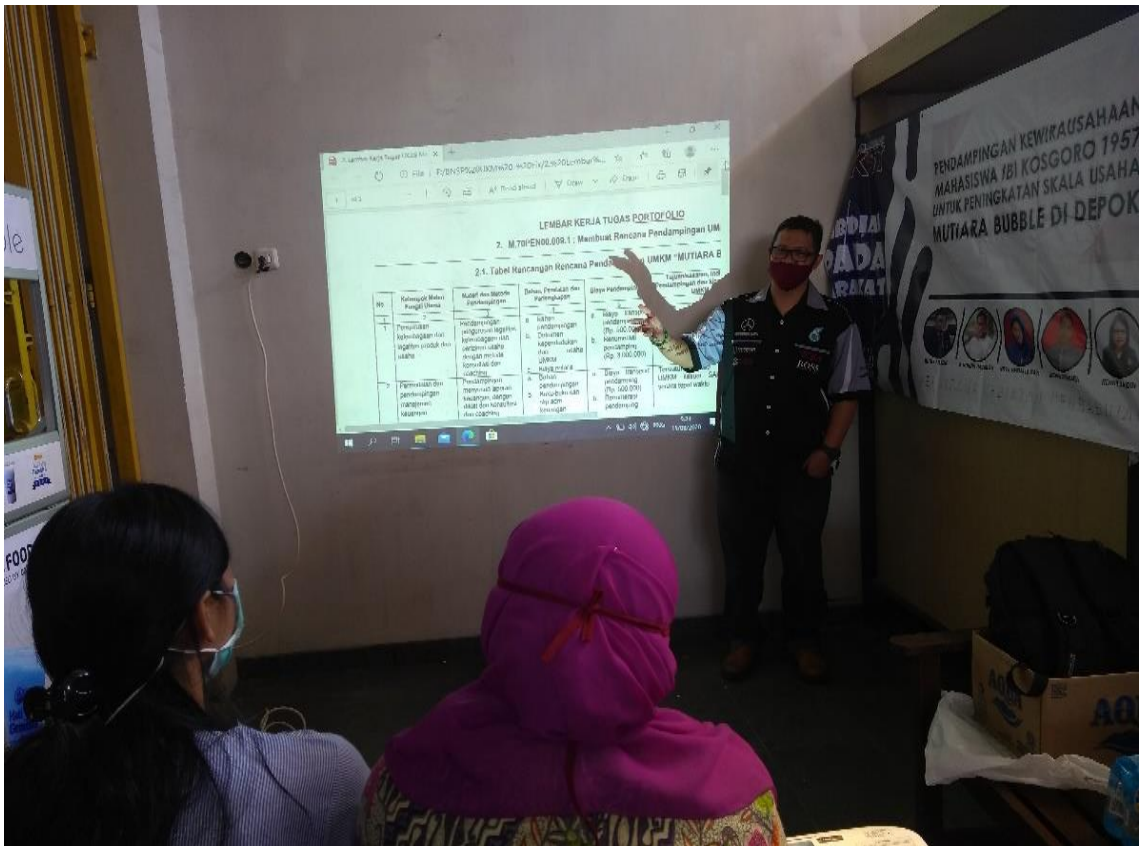


Foto : Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan

Kebutuhan Pembiayaan Usaha/Modal Usaha

No.	Uraian (Keterangan)	Jumlah (Rupiah)
1.	Kebutuhan Modal Usaha:	
	a. Pembelian Kios Usaha dan mesin	Rp. 140.000.000
	b. Pembelian Bahan Baku (stok)	Rp. 25.000.000
	c. Total Kebutuhan Modal Usaha	Rp. 165.000.000
2.	Jadwal Kebutuhan Modal Usaha	Bulan ke 6
3.	Sumber Pembiayaan Usaha :	
	a. Modal Sendiri (<i>self-financing</i>)	Rp. 96.250.000
	b.1. Pembiayaan Kredit Bank/Koperasi	Rp. 68.750.000
	b.2. Bunga Pinjaman/Kredit	16% (Anuitas)
	b.3. Periode Pinjaman/Kredit	24 Bulan
	b.4. Waktu Pencairan Pinjaman/Kredit	Bulan ke 6

Mendampingi dalam penerapan pembuatan proposal permohonan kredit UKM Mutiara Bubble



Melalui kegiatan pendampingan dalam pengabdian masyarakat yang kami lakukan kepada Mutiara Bubble, kami melihat perubahan yang signifikan, yaitu:

- 1) Meningkatnya kemampuan pengelolaan Bisnis yang secara benar dan tepat pada UKM Mutiara Bubble sehingga menaikkan volume penjualan UKM Mutiara Bubble
- 2) Meningkatnya kemampuan Rencana Bisnis pada UKM Mutiara Bubble sehingga menaikkan margin bersih UKM Mutiara Bubble
- 3) Meningkatnya kemampuan UKM Mutiara Bubble dalam Laporan Keuangan yang sesuai dengan standar akuntansi EMKM.
- 4) Meningkatnya kemampuan UKM Mutiara Bubble untuk mendapatkan akses pembiayaan dari Lembaga Keuangan

Dalam setiap kegiatan selalu ada hal-hal yang sifatnya mendorong terlaksananya kegiatan dengan baik, dan ada faktor-faktor yang menjadi penghambat terlaksananya kegiatan dengan baik.

Berikut kami sampaikan faktor-faktor pendorong terlaksananya kegiatan PKM ini:

- 1) Adanya motivasi yang tinggi dari para instruktur untuk memenuhi kewajiban melaksanakan salah satu bentuk dari tridharma perguruan tinggi.
- 2) Adanya niat yang tulus dari para instruktur untuk melakukan pendampingan kepada UKM Mutiara Bubble hingga menjadi organisasi yang profesional.
- 3) Mulai dilaksanakannya program dari LPPM IBI-K57 untuk mendanai kegiatan PKM.
- 4) Semangat dari pimpinan dan pengelola Mutiara Bubble untuk belajar mengelola UKM.

Di samping faktor pendorong, terdapat faktor-faktor penghambat keberlangsungan kegiatan PKM ini, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Adanya keterbatasan waktu yang bisa dialokasikan untuk kegiatan PKM ini karena terbentur dengan aktivitas rutin, baik dari instruktur maupun dari peserta.
- 2) Adanya keterbatasan tempat pelaksanaan, sehingga harus menyewa ruangan untuk pelaksanaan kegiatan.
- 3) Adanya keterbatasan pendanaan untuk kegiatan PKM.

Dengan melihat hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini, maka pendampingan yang telah dilaksanakan sangat relevan dan sesuai dengan permasalahan pokok yang dihadapi oleh UKM Mutiara Bubble, yaitu meningkatkan skala usaha UKM Mutiara Bubble. Respons pengurus terhadap pelaksanaan pengabdian masyarakat ini cukup baik dan hangat. Sejak proses perizinan, pengelola UKM Mutiara Bubble sangat antusias, hingga pada saat pelaksanaan pelatihan peserta mengikuti sesi demi sesi dengan penuh semangat.

Dalam melakukan evaluasi pelaksanaan kegiatan *training* dan pendampingan bagi pegawai UKM Mutiara Bubble tersebut, kami bekerja sama dengan pihak UKM Mutiara Bubble mendapatkan, bahwa program yang telah dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, hal ini ditunjukkan dari hasil yang telah kami paparkan di atas.

Setelah melakukan evaluasi, langkah selanjutnya yang akan kami ambil adalah melakukan pendampingan secara berkelanjutan sesuai dengan jadwal pihak UKM Mutiara Bubble. Selama dalam pendampingan kami juga akan melihat, kebutuhan-kebutuhan lanjutan apa yang diperlukan untuk UKM Mutiara Bubble agar kemajuan UKM Mutiara Bubble terus tumbuh, sehingga kami dapat melaksanakan pengabdian lanjutan.

Hasil diskusi dengan karyawan dan *owner*, bahwa ada beberapa hal yang dapat disepakati untuk kemajuan usaha mutiara bubble, seperti pemasaran yang harus lebih intens dalam mengelola sosmed yang digunakan, penjualan dan produksi disepakati dengan membagi bahan pokok berdasarkan per cup saja agar takaran sesuai dan biaya produksi juga bisa ditekan, perijinan dan laporan keuangan merupakan faktor yang menjadi konsentrasi *owner* dalam waktu mendatang.

Pengabdian masyarakat ini merupakan wujud tridharma kami sebagai dosen di Institut Bisnis dan Informatika 1957 dan kepedulian kami pada usaha mahasiswa IBK-57 agar dapat memajukan bisnis atau usaha yang mereka jalankan sesuai dengan kaidah dan ilmu manajemen serta akuntansi yang berlaku.

REFERENSI

- Ariawati, 2005, Usaha Kecil dan Peluang Kerja, <http://jurnal.unikom.ac.id/vol4/art7.html>, diakses tanggal 3 maret 2005.
- Badan Pusat Statistik. (2015). Industri Mikro dan Kecil. [online] Tersedia: <https://www.bps.go.id/Subjek/view/id/170> [diakses pada 5 Nov 2015]
- Brealey, Ricard A., Stewart C. Myers, Franklin Allen. 2011. Principles of Corporate Finance. Tenth Edition. New York: McGraw-Hill
- Brigham, Eugene F. dan Joel F. Houston, 2009. Dasar-dasar Manajemen Keuangan, Buku Satu, Edisi Kesepuluh, Alih Bahasa Ali Akbar Yulianto. Jakarta: Salemba Empat.
- Dessler, Gary. 2005. Manajemen Sumber Daya Manusia. Alih bahasa: Eli Tanya. Penyunting Bahasa: Budi Supriyanto. Jakarta: Indeks.
- Fandy Tjiptono 2009, Strategi Pemasaran, edisi kedua, cetakan ketujuh, Yogyakarta : Andi

- Hartati, Sri. 2013. Manajemen Keuangan Untuk Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah.
- Hubeis M. 2012. Manajemen Kreatif dan Inovatif Dalam Bisnis, PT. Inti Prima Promosindo.
- Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994. Tentang Pedoman Pembinaan Usaha Kecil Dan koperasi Melalui Pemanfaatan Dana Dari Bagian Laba Badan Usaha Milik Negara.
- Keuangan Usaha Kecil. Diakses 29 November 2018 20Nitisusatro, Mulyadi, Perlaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal.74
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2000. Principle of Marketing. Ninth Edition. Prentice Hall Inc. New Jersey. USA.
- Kotler, Philip. 1996. Marketing. Jilid 1 (Edisi Bahasa Indonesia dari marketing essentials). Diterjemahkan oleh: Herujati Purwoto. Jakarta : Penerbit Erlangga Offset
- Osterwalder, A & Yves Pigneur. (2012), Business Model Generation. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Rahman, Arief. 2008. Klasifikasi UKM. Online (<http://infoukm.wordpress.com>) diakses 15 Januari 2014.
- Supriyanto. 2000. Business Plan Sebagai Langkah Awal Memulai Usaha
- Swastha, Basu dan Irawan. 1997. Manajemen Pemasaran Modern. Cetakan Kelima. Yogyakarta:Liberty.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syari'ah.
- Widiana, Muslicahah Erma.(2010). Manajemen Pemasaran. Bandung: Karya Putra Darwati.
- Zimmerer, Thomas W Dkk. 2008. Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil Edisi 5 Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.

Copyright and License



This article is published under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) License
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Published by LPPM Institut Bisnis dan Informatika (IBI) Kosgoro 1957, Jakarta