
OPTIMALISASI POTENSI MINUMAN KEKINIAN MELALUI PEMBERDAYAAN PENGELOLAAN KEUANGAN USAHA DI DESA KEBON AGUNG KECAMATAN SUKODONO KABUPATEN SIDOARJO

Pramandiyah Fitah Kusuma¹, Desy Ismah Anggraini²

¹Universitas Wijaya Putra

² Universitas Wijaya Putra

pramandiyahfitah@uwp.ac.id, desyismahanggraini@uwp.ac.id

Abstrak

Bisnis minuman kekinian selama ini sangat menjanjikan. Dikarenakan minuman memiliki pilihan yang variatif dari segi rasa maupun tambahan atau *topping* yang cukup beragam. Minuman kekinian memiliki banyak peminat dari segala macam usia dan berbagai macam kalangan. Jika melihat kompetitor-kompetitor yang bergerak dibidang usaha yang sama, maka persaingan antar kompetitor cukup besar. Oleh sebab itu, inovasi rasa yang lebih enak, kemasan yang cantik menarik, harga yang ekonomis, dan yang paling penting sehat serta higienis sehingga produk yang dimiliki mampu lebih unggul. Mitra pengabdian masyarakat ini adalah usaha minuman kekinian bernama Almer Boba. Kegiatan dilaksanakan dimulai persiapan administrasi dan penyampaian informasi, kemudian presentasi serta diskusi pengelolaan keuangan, dilanjutkan dengan pelatihan serta pendampingan, dan yang terakhir evaluasi kegiatan. Keberhasilan dari pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan analisis secara deskriptif. Melalui kegiatan ini diharapkan meningkatnya jumlah pembeli atau customer secara *online*, meningkatnya pemahaman manajemen berwirausaha salah satunya penggunaan aplikasi *online* atau *e-commerce*, serta pembuatan laporan keuangan yang lebih detail pada usaha minuman kekinian di Desa Kebon Agung Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo.

Kata Kunci : Minuman, Keuangan, *Online*, Sidoarjo

PENDAHULUAN

Berkembangnya pertumbuhan penduduk yang cukup pesat menjadikan Kecamatan Sukodono khususnya Desa Kebon Agung sebagai salah satu area pilihan untuk bertempat tinggal. Fenomena ini menjadikan para pengusaha sebagai salah satu peluang untuk berwirausaha di bidang kuliner dan salah satunya adalah minuman. Berbagai

macam konsep, produk dan cita rasa yang variatif. Saat ini, minuman boba sudah tidak asing terutama bagi generasi milenial maupun generasi Z.

Beberapa tahun yang lalu, banyak bisnis minuman ini tumbuh dengan sangat pesat dengan berbagai macam konsep, produk dan cita rasa yang variatif. Saat ini, minuman boba sudah tidak asing terutama bagi generasi

milennial maupun generasi Z .Kemudian, dengan adanya internet dan aplikasi online yang sudah umum digunakan generasi muda membuat tren ini semakin diminati. Apalagi promo –promo di tiap aplikasi online menawarkan harga yang sangat bersaing sehingga generasi muda saat ini merupakan target pasar saat ini.

Maraknya bisnis ini selaras dengan tumbuhnya para pesaing. Pesaing dengan produk yang sama dapat berupa sebuah perusahaan dengan manajemen baik bahkan pedagang kaki lima yang menawarkan harga yang kompetitif. Banyaknya pesaing yang menjalankan usaha sejenis menjadikan seorang pengusaha harus ‘memutar otak’ agar produknya dilirik oleh pelanggan, baik dari segi kreatifitas maupun inovasi. Selain menarik pelanggan, tujuan diferensiasi produk adalah agar mendapatkan pasar untuk ke depannya. Pada penelitian ini menjadikan minuman kekinian sebagai mitra, oleh sebab itu perlu observasi yang lebih lanjut untuk pengembangan yang akan datang.

Masalah selanjutnya ialah permodalan dan pemasaran hal ini terjadi karena masih berfikiran dalam membangun sebuah bisnis yang baik dibutuhkan modal yang besar untuk membuat produk yang enak dan murah yang akan dijual, namun bila memiliki kemauan dan sudah berjalan dengan baik persoalan permodalan dapat perlahan diraih dengan menjalankan usaha secara bertahap. Pemahaman bagaimana memasarkan produk di wilayah desa sampai bisa dijual dan dibeli oleh konsumen atau pembeli sehingga dibutuhkan pelatihan pemasaran online maupun offline.

METODE

Metode pelaksanaan awal kegiatan menjelaskan kepada mitra apa yang dimaksud

dengan biaya produksi beserta fungsi dari biaya produksi, Kemudian mengadakan penyuluhan materi mengenai bagaimana membuat laporan keuangan secara sederhana. Metode yang akan digunakan pada pelaksanaan ini yaitu sosialisasi, praktek, pendampingan, dan evaluasi. Materi pelatihan ini akan di lakukan dalam 2 tahap dimana tahap pertama akan lebih fokus dalam memberikan informasi tentang materi berkaitan dengan peranan penjualan *online* guna memperluas pasar. Informasi ini sangat penting dilakukan supaya agar pelatihan pada mitra mendapatkan gambaran mengenai peran penjualan *online* dalam menjalankan usaha serta pelatihan sebagai bentuk pengembangan SDM dalam berwirausaha. Tahap kedua, membantu memberikan ide melalui praktek pengolahan jenis minuman dengan varian baru.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Efektivitas

Proses pendampingan dilakukan dengan cara persuasif dan menggunakan bahasa yang sederhana serta mudah di pahami. Berlokasi dengan daerah strategis di Desa Kebon Agung Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo menjadikan keunggulan berwirausaha makin luas..

Secara sederhananya, setiap aktivitas bisa disebut sebagai bisnis atau wirausaha jika dilakukan melalui langkah-langkah berikut:

- a. Menemukan sebuah ide
Ide sama seperti inspirasi. Ide bisa muncul secara tiba-tiba. Akan tetapi, terkadang ide juga muncul karena suatu sebab. Biasanya ide jenis ini dipicu oleh suatu peristiwa yang membekas dalam diri seseorang. Perlu diingat, munculnya

ide seringkali sepadan dengan hobi, keahlian, atau keterampilan yang dimiliki.

- b. Membuat suatu rencana
Setelah memiliki sebuah ide, barulah dibuat sebuah rencana. Penyusunan rencana ini sangat penting, sebab berhubungan dengan langkah-langkah mewujudkan ide tadi. Misalnya, kapan ide bisa mulai dilaksanakan, butuh berapa lama, apa saja yang dibutuhkan, dan sebagainya.
- c. Melaksanakan suatu rencana
Bila rencana telah tersusun dengan matang, tinggal bagaimana rencana dijalankan. Pelaksanaan rencana jelas mesti mengacu pada tahapan-tahapan prosedural yang telah disusun. Jika tidak, maka hasil yang dicapai kemungkinan tidak dapat sinkron dengan apa yang diinginkan.
- d. Adanya suatu aktivitas yang jelas
Aktivitas merupakan perwujudan dari ide. Betapa pun bagus sebuah ide bila tidak ditopang dengan kegiatan yang jelas, tentulah tidak banyak bermanfaat. Karena sebuah kegiatan harus dikemas sedetail mungkin.
- e. Adanya kompensasi atau penghargaan mengenai aktivitas tersebut
Imbalan atau reward merupakan pertanda keberhasilan dari suatu kegiatan. Reward bisa berupa materi atau non materi. Hanya saja, dalam kaitannya dengan kewirausahaan, setiap bentuk penghargaan yang dapat dikategorikan sebagai reward yang bertujuan untuk menghasilkan materi

Efektivitas menurut Mardiasmo (2016:132) adalah Efektivitas pada dasarnya berhubungan dengan pencapaian tujuan atau target kebijakan (hasil guna). Efektivitas merupakan hubungan antara keluaran dengan tujuan atau sasaran yang harus dicapai. Kegiatan operasional dikatakan efektif apabila

proses kegiatan mencapai tujuan dan sasaran akhir kebijakan. Kartikahadi (2016:111), pengertian efektivitas kehematan (ekonomis), dan efisiensi. Efektivitas dimaksud bahwa produk akhir suatu kegiatan operasi telah mencapai tujuannya baik ditinjau dari segi kualitas hasil kerja, kuantitas hasil kerja maupun batas waktu yang ditargetkan.

Selanjutnya dilakukan proses pendampingan kepada dalam menerapkan perhitungan biaya produksi. Meskipun demikian selama beberapa saat berikutnya pengabdian masih memonitor pelaksanaan perhitungan biaya produksi.



Gambar 1.
Foto Produk Varian Cokelat

2. Ketepatan

Kegiatan pendampingan ini cukup tepat, menjadikan mitra menerapkan biaya produksi untuk laporan keuangan yang akan disusun. Selama mengadakan pelaksanaan pendampingan serta penyuluhan, mitra mulai mengerti memahami fungsi dari biaya produksi pada keuangan serta pentingnya jangkauan usaha yang lebih luas melalui penjualan secara *online*.

Dedi Purwana dkk (2017:2) Jadi pada dasarnya digital marketing merupakan kegiatan pemasaran yang menggunakan media digital dengan menggunakan internet yang memanfaatkan media berupa web, social media, e-mail, database, mobile/wireless dan

digital tv guna meningkatkan target konsumen dan untuk mengetahui profil, perilaku, nilai produk, serta loyalitas para pelanggan atau target konsumen untuk mencapai tujuan pemasaran.

Selain itu, menurut Syamsul Rivai (2019:49), Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Wibowo & Muslim (2016:15), Biaya Produksi adalah biaya yang terkait dengan fungsi produksi, yaitu biaya yang timbul dalam pengolahan bahan menjadi produk jadi sampai akhirnya produk tersebut siap untuk dijual.



Gambar 2
Stand Mitra



Gambar 3
Proses Kemasan Produk

3. Relevansi

Handayani dkk (2020) tujuan dalam penelitian ini adalah untuk sistem produksi berdasarkan pesanan pekerjaan, dimana terdapat biaya-biaya diakumulasikan berdasarkan pekerjaan yang membebaskan biaya dengan menggunakan pendekatan sistem penentuan harga pokok pesanaterutaman (*Job Order Costing*). Sistem harga pokok sesungguhnya (*historial cost system* atau *postmortem cost system* atau *actual cost system*) adalah sistem pembebanan harga pokok kepada produk atau pesanan atau jasa yang dihasilkan sesuai dengann harga pokok atau biaya yang sesungguhnya dinikmati.

Pada sistem ini harga pokok produk, pesanan, atau jasa baru dapat dihitung pada akhir dikumpulkan. Pada pengabdian masyarakat di Desa Kebon Agung ini, penyuluhan pentingnya perhitungan pada usaha yang dijalankan merupakan sebuah upaya memperkuat manajerial terutama pemasaran yang ingin dicapai.

Menurut Soemarso dalam (Suteja, 2018) “laporan keuangan adalah laporan yang dirancang untuk para pembuat keputusan, terutama pihak di luar perusahaan, mengenai posisi keuangan dan hasil usaha perusahaan.



Gambar 4
Daftar Harga Produk

KESIMPULAN

Bisnis minuman kekinian selama ini sangat menjanjikan bagi yang menggelutinya, Dikarenakan minuman memiliki banyak pilihan baik dari segi rasa maupun tambahan atau *topping* yang cukup beragam. Minuman memiliki banyak peminat dari segala macam usia dan berbagai macam kalangan. Jika melihat kompetitor-kompetitor yang bergerak dibidang usaha yang sama, memang sudah cukup banyak. Dengan inovasi rasa yang lebih enak, ukuran yang cantik dan menarik, harga yang ekonomis, dan yang paling penting sehat dan higienis dengan memberikan kemasan dan label yang menarik juga sehingga produk yang mitra miliki mampu bersaing dan laku dipasaran.

Almer Boba yang berada di Desa Kebon Agung Kecamatan Sukodono Sidoarjo mampu memiliki pelanggan tetap dan terus meningkat maka pemasaran yang telah dilakukan dengan membuat kemasan dan label yang menarik serta pemahaman pengelolaan keuangan yang baik menjadikan Almer Boba mampu mencapai penjualan serta jangkauan pasar yang lebih luas.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih dan penghargaan kepada Universitas Wijaya Putra Surabaya atas dukungan dan kesempatan bagi penelitian ini serta kepada aparat Desa Kebon Agung Kecamatan Sukodono Sidoarjo serta mitra dan mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan pengabdian.

REFERENSI

Abdurrohman Kasdi & Moerdiyanto, Pemberdayaan Wakaf Produktif Berbasis Wirausaha, Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, 2018), 95-96.

Dedi Purwana, Rahmi, Shandy Aditya. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani, "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit". Vol 1 No 1, (Jakarta: Universitas Negeri Jakarta: 2017).

Handayani, dkk. (2020). Analisis Perhitungan Biaya Produksi Berdasarkan Pesanan (Job Order Costing) Pada Rafi Jaya Mebel (Rjm) Suak Temenggung. 6 (Juni), 3-4.

Hans Kartikahadi., dkk. 2016. Akuntansi Keuangan Berdasarkan SAK Berbasis IFRS Buku 1. Jakarta : Salemba Empat

Mardiasmo. 2016. Perpajakan Edisi Terbaru 2016. Yogyakarta:Andi.

Rahman, Astuti, dkk Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan masyarakat pada kantor kelurahan makasar Jakarta Timur. E-ISSN: 2614-3747.Jakarta: Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen Vol.1 No 1 2018:154-155.

Suteja, I. G. N. (2018). Analisis Kinerja Keuangan Dengan Metode Altman Z-Score Pada Pt Ace Hardware Indonesia Tbk. Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, 5(1), 12–17.