

Pengembangan Manajemen Bisnis dan Pemberdayaan Sumber Daya Manusia UMKM Lokal Cianjur Sari Buah Asli NezzFit

*Cornelius Ray Nuralim, Giovanni Gerald, Kadek Danayasa, Kevan Manuel Sukma,
Leonardus Patrick Karundeng, Margaret Valerie, Nicole Vanessa Gandakusuma,
Oey, Fiona Janice Wijaya, Permata Nur Miftahur Rizki
Universitas Prasetiya Mulya, Indonesia

ABSTRAK

UMKM telah berkembang pesat di Indonesia. Produk seperti aksesoris, pakaian dan barang konsumsi menjadi semakin mudah untuk didapatkan berkat adanya usaha - usaha dari UMKM. Salah satu industri yang berkembang untuk UMKM adalah industri makanan dan minuman, salah satunya adalah minuman sari buah. Di daerah Cianjur, sari buah menjadi salah satu produk unggulan yang ditawarkan. Meskipun cukup populer, UMKM - UMKM tersebut mengalami kesulitan seperti varian produk dan sumber daya manusia yang terbatas. Dengan melihat permasalahan tersebut, penulis ingin melihat bagaimana perkembangan produk dan sumber daya manusia UMKM sari buah di Cianjur. Peneliti menggunakan pendekatan analisis SWOT untuk menganalisa kelebihan dan kekurangan UMKM sari buah di Cianjur dan menjalankan 4 tahapan program mulai dari persiapan, implementasi, monitoring dan refleksi. Program pengabdian kepada masyarakat ini membawa perkembangan - perkembangan teknologi yang dapat diimplementasikan oleh UMKM terkait untuk membantu mengembangkan produk dan sumber daya manusia dengan melakukan riset pasar dan manajemen sumber daya manusia untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas UMKM.

Kata Kunci: UMKM, Sumber Daya Manusia, Sari Buah, NezzFit.

Business Management Development and Human Resource Empowerment for Local MSMEs in Cianjur: Sari Buah Asli NezzFit

ABSTRACT

SMEs have grown exponentially in Indonesia. Products such as accessories, garments and consumer goods became more accessible for the locals thanks to the efforts of the SMEs. One of the most emerging industries for SMEs is the Food and Beverages industry and one of which is the fruit juice beverages. In the region of Cianjur, fruit juice is one of the staple SME products offered by the locals. Despite its popularity, SMEs have to struggle from limited variety and human resources. From the struggles, the researcher would like to see how fruit juice SMEs products and human resources developed in the region of Cianjur. The researchers used the SWOT analysis approach to analyze the strengths and weaknesses of fruit juice SMEs in Cianjur and applied four stages of programmes starting from planning, implementing, monitoring and reflecting. The community service programme gave technological improvements that can be implemented by the related SMEs to help them develop products and human resources by doing market research and human resource management to improve SMEs efficiency and productivity.

Keywords: Small Medium Enterprise, Human Resource, Fruit Juice, NezzFit.

*Penulis Koresponden

Email : cornelius@gmail.com

Alamat : Jl. BSD Raya Utama, Kec. Pagedangan, Tangerang,
Banten



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, dapat dilihat dari data Kemenkeu pada tahun 2020 perihal kontribusi UMKM terhadap total produk domestik bruto yang mencapai 61,07%. Didapat juga data tahun 2018, prediksi Data Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, Badan Pusat Statistik, dan United Nation Population Fund perihal jumlah pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah atau UMKM di Indonesia. Hasil prediksi tersebut adalah 58,97 juta orang dari total 265 juta jiwa penduduk Indonesia. Angka tersebut terbagi ke dalam tiga kategori, 58,91 juta unit usaha mikro, 59.260 unit usaha kecil, dan 4.987 unit usaha besar. Untuk jumlah dari wirausaha wanita diprediksi mencapai 14,3 juta orang dan jumlah ini merupakan peningkatan sebesar 1,6 juta orang dari tahun 2017. Hal ini memperlihatkan kesetaraan gender dalam dunia bisnis dan dari data tersebut diketahui bahwa ada banyak perempuan Indonesia yang tertarik untuk membuka UMKM dan dapat membantu perekonomian Indonesia, salah satunya adalah Ibu Neneng Fitriani selaku pemilik UMKM sari buah NezzFit di Cianjur.

Diketahui data terkait jumlah wirausaha di Indonesia baru mencapai 3,5% dari jumlah penduduk, dimana angka ini dapat dikatakan rendah dibandingkan dengan negara-negara lain seperti Malaysia 5%, China 10%, Singapura 7%, dan Jepang 11% (Kemenkop UKM, 2020). Sedangkan disaat pandemi COVID-19 ada banyak sekali pekerja yang terpaksa menganggur karena satu dan lain hal. Hal ini dapat ditingkatkan dengan peningkatan angka wirausaha yang mampu memberikan lapangan pekerjaan. Meski sudah ada langkah dari pemerintah dalam memberikan angka upah minimum regional (UMR), faktanya tingkat penghasilan Indonesia cukup mengalami penurunan. Pada tahun 2019 produk domestik bruto per kapita Indonesia mencapai 59,1 juta rupiah per tahun, sedangkan pada tahun 2020 turun menjadi 56,9 juta rupiah per tahun, yang bahkan lebih rendah dari tahun 2018 sebesar 57 juta rupiah per tahun (BPS, 2020). Berdasarkan informasi tersebut kami mendedikasikan diri untuk memberikan langkah strategis bagi mitra dan masyarakat sekitar Cianjur melalui pemberdayaan produk dan sumber daya manusia.

Seiring dengan terjadinya pandemi juga membawa dampak yang cukup besar kepada angka pengangguran, yang terlihat dari data BPS terkait jumlah pengangguran periode Agustus 2020 yang mengalami peningkatan sebanyak 2,67 juta orang menjadi 9,77 juta orang. Selain pandemi, hal tersebut dapat terjadi akibat rendahnya edukasi masyarakat Indonesia, dimana hanya 8,5% penduduk Indonesia yang berhasil lulus dari pendidikan tinggi, tidak berubah jauh dari tahun 2017 (BKKBN, 2021). Mayoritas dari penduduk Indonesia mendapat pendidikan kurang dari tingkat SMP, lebih tepatnya sebanyak 65% jumlah penduduk. Dengan demikian, kami selaku Kelompok 156 memiliki kesempatan untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat Cianjur dan sekitarnya, terutama kepada Ibu Neneng Fitriani. Mengkaji usaha NezzFit yang telah dikembangkan sejak tahun 2017, kami melihat masih banyak ruang perbaikan untuk pengembangan manajemen dan pemberdayaan untuk sumber daya manusia, yaitu mitra kelompok. Kelompok melihat bahwa kita dapat mengedukasi mitra di seluruh bagian manajemen

usaha yaitu produksi, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, dan strategis yang dapat lebih dikembangkan. Seperti SOP yang kurang detail, keterbatasan alat untuk produksi, pemasaran dan label produk yang belum maksimal, minimnya pengetahuan untuk melakukan riset pasar dan teknologi, keuangan yang pencatatannya belum tersusun dengan rapi, dan tidak adanya standar perekrutan SDM yang baik dan benar. Kelompok berharap, dengan dilaksanakannya PKM ini, usaha mitra dapat menjadi lebih berkembang dengan produk yang sudah dikembangkan dan dapat meningkatkan pemahaman mitra mengenai teknologi dan manajemen dari segala aspek untuk dapat diterapkan ke dalam usahanya.

Tujuan kami dalam membuat jurnal ini adalah untuk memaparkan PKM yang telah kami laksanakan melalui program *Community Development* dengan tujuan mengedukasi perihal pengembangan produk mitra dan pemberdayaan sumber daya manusia yaitu mitra sendiri, sehingga dapat menjadi sumbangan untuk dunia pendidikan dan menjadi referensi kedepannya untuk dapat menciptakan program PKM yang lebih baik lagi.

METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan hasil dari perencanaan metode SWOT analisis, *Strength* yang dimiliki dari bisnis NezzFit berupa banyaknya *tools* dan teknologi yang mampu digunakan oleh mitra dan sudah mulai diterapkan untuk pengembangan bisnis sehingga memudahkan mitra dalam menjalankan proses produksi yang mana hal ini juga akan membantu mitra dalam membangun *brand* dari NezzFit sendiri. Disamping itu, *strength* yang dimiliki juga terkait dengan kemampuan wirausaha yang dimiliki dari Ibu Neneng selaku pemilik NezzFit sehingga pengaplikasian *tools* dan pengembangan bisnis di aspek-aspek yang perlu untuk dikembangkan akan menjadi lebih mudah. Kemudian, *network* yang luas yang dimiliki oleh Ibu Neneng melalui kegiatan komunitas UMKM di daerah Cianjur dan juga sebagai pengurus Ikatan Pengusaha Muslim Indonesia (IPEMI) juga menjadi kekuatan bagi beliau dalam membangun bisnis NezzFit agar menjadi semakin besar. Terakhir, NezzFit yang merupakan minuman sari buah yang tidak mengandung pengawet, pemanis, pewarna, dan perasa buatan juga menjadi salah satu keunggulan terkuat NezzFit karena bisa memberikan banyak manfaat dan keuntungan bagi yang mengonsumsi minuman sari buah tersebut.

Weakness yang terdapat di dalam bisnis berdasarkan hasil analisis permasalahan berupa varian produk yang terbatas, sehingga menimbulkan kebosanan sehingga menghambat konsumen untuk melakukan *repurchase*. Lalu *weakness* lainnya adalah berupa produk sari buah yang segar, sehingga produk tidak ditambahkan bahan pengawet dan mengakibatkan produk mudah *expired* dan tidak fresh, dari sini mitra sulit untuk memperluas penjualan melalui *e-commerce* apabila ingin melakukan transaksi ke luar daerah Cianjur. Kemudian, *packaging* atau kemasan yang kurang mendukung juga dapat menjadi salah satu penghambat dari pengiriman produk yang mudah *expired*. Disamping itu, pengelolaan keuangan dan pemasaran yang masih kurang baik juga menjadi *weakness* atau kelemahan yang dimiliki oleh Ibu Neneng selaku pemilik NezzFit. Oleh karena itu dalam mengembangkan usahanya, Ibu Neneng harus mengelola

keuangannya secara lebih baik dan melakukan promosi secara berkala sehingga dapat meningkatkan nilai penjualan. Terakhir, kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki juga menjadi *weakness* dari NezzFit yang mana hal ini dapat berpengaruh pada aktivitas bisnis yang dijalankan oleh Ibu Neneng selaku pemilik NezzFit.

Selanjutnya, *Opportunities* dari bisnis NezzFit adalah persaingan minuman sari buah yang masih sangat terbuka, persaingan pasar yang masih rendah sehingga *barriers to entry* yang mudah, serta adanya *e-commerce* yang sangat membantu mitra untuk mulai memasarkan produk serta meningkatkan *brand awareness* NezzFit. Terakhir, *Threat* yang dihadapi adalah adanya regulasi pemerintah Cianjur salah satunya seperti yang diterapkan oleh Bupati Cianjur, Herman Suherman yang mengatakan meski Cianjur tidak masuk dalam daftar daerah yang direkomendasi pemerintah pusat menerapkan kebijakan pembatasan baru, tetapi Pemkab (Pemerintah Kabupaten) akan turut menjalankannya, sehingga hal tersebut menghambat penjualan industri UMKM *food & beverage* di Cianjur. Kemudian, cuaca yang tidak menentu dan juga curah hujan yang tinggi di daerah Cianjur juga menyebabkan *customer* enggan untuk membeli minuman sari buah NezzFit yang dingin yang mana hal ini akan menurunkan tingkat penjualan NezzFit dan menjadi salah satu ancaman terbesar yang dihadapi oleh NezzFit. Terakhir, yang menjadi ancaman bagi NezzFit adalah kurangnya kualitas dan inkonsistensi Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki.

Tabel 1
Identifikasi SWOT Produsen sari buah NezzFit

Strength	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> - <i>Tools</i> dan Teknologi yang dapat memudahkan proses produksi - Kemampuan wirausaha - <i>Networking</i> - Produk minuman sari buah yang tidak menggunakan pengawet, pemanis, pewarna, dan perasa buatan. 	<ul style="list-style-type: none"> - Varian produk terbatas - Produk cepat <i>expired</i> - Packaging kurang menarik - Pengelolaan keuangan mitra yang masih kurang baik - <i>Marketing</i> atau pemasaran yang masih belum dilakukan secara rutin - Kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) yang membantu proses produksi dan kegiatan pemasaran bisnis NezzFit
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> - Kesempatan usaha yang masih terbuka luas - Perluasan pasar dengan adanya <i>e-commerce</i> (digitalisasi usaha) 	<ul style="list-style-type: none"> - Pembatasan Pertemuan tatap muka - Regulasi pemerintah - Cuaca dan musim yang tidak menentu (curah hujan yang tinggi mengakibatkan <i>customer</i> tidak mengkonsumsi minuman dingin) - Sumber Daya Manusia (SDM) yang kurang terlatih dan inkonsisten

Sumber: Data Diolah

Dalam menjalani PKM dan memberikan solusi pada permasalahan yang ada, kelompok menggunakan beberapa metode yang banyak berfokus pada edukasi dan praktik langsung sebagai pemberdayaan SDM yaitu mitra:

a. Pendampingan Intensif (Dalam Jaringan)

Dalam pendampingan intensif yang berlangsung selama satu bulan, kelompok mengadakan pertemuan seminggu minimal tiga kali dengan mitra untuk memberikan edukasi berupa teori-teori manajemen dalam bentuk presentasi. Kelompok juga melatih mitra dengan praktek secara langsung, misalnya dalam menggunakan aplikasi desain dan pembuatan SOP bersama-sama.

b. Pendampingan Lanjutan (Dalam Jaringan)

Setelah pendampingan intensif, dilakukan pendampingan lanjutan selama lima bulan yang dilakukan dengan pertemuan sebanyak satu kali dengan mitra dan pendampingan via *WhatsApp*. Pada tahap ini, diharapkan mitra sudah dapat lebih mandiri dalam menerapkan ilmu yang diberikan selama pendampingan intensif.

c. Komunikasi via *WhatsApp*

Komunikasi via *WhatsApp* dilakukan secara intensif dan jika diperlukan untuk membuat jadwal pertemuan, menyampaikan informasi tambahan, menjawab pertanyaan dari mitra, dan melihat perkembangan mitra melalui laporan singkat yang diberikan mitra.

d. Presentasi dan Laporan Bulanan

Selama masa pendampingan hingga akhir, setiap bulannya kelompok melakukan presentasi progress kepada Facilitator dan Dosen Pembimbing untuk mendapatkan saran dan juga masukan untuk perkembangan lebih lanjut yang bisa diberikan kepada mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari program pengabdian kepada masyarakat (*Community Development*) dengan program pendampingan UMKM minuman sari buah NezzFit yang berada di wilayah Cianjur, dapat dijelaskan mengenai hasil dari program dan juga dampak yang terjadi terhadap perubahan mitra selama mengikuti proses pendampingan dan program ini menghasilkan beberapa kemajuan yang dapat bermanfaat untuk keberlangsungan usaha NezzFit. Dampak dan hasil nyata dari program pengabdian kepada masyarakat (*Community Development*) dengan program pendampingan UMKM minuman sari buah NezzFit yang berada di wilayah Cianjur terhadap mitra cukup besar terkait dengan pengembangan bisnis dari kemasan baru hingga masalah internal. Hal ini dapat dilihat dari beberapa aspek penilaian dalam pengabdian masyarakat yang dilakukan yakni sebagai berikut:

Tahap Persiapan dan Perencanaan

Pada tahap persiapan dan perencanaan dilakukan observasi, wawancara, dan memberikan pertanyaan-pertanyaan yang dapat menghasilkan jawaban mengenai kebutuhan dari pemilik usaha, masalah serta kekurangan yang ada pada dalam diri

pemilik usaha ataupun usaha tersebut. Dari hasil tersebut, maka ditemukan beberapa masalah yang dialami oleh mitra, antara lain sebagai berikut:

- a. Mitra belum dapat memaksimalkan penggunaan *social media* dan media digital lain sebagai alat promosi dan penjualan.
- b. Penurunan penjualan akibat pandemi COVID-19 yang membuat masyarakat enggan berbelanja tatap muka dan musim hujan yang menurunkan minat masyarakat.
- c. Ketergantungan bahan baku yang tergantung dengan cuaca, dan penjualan juga dipengaruhi oleh cuaca.
- d. Label produk dan media promosi offline yang masih terbatas dan kurang menarik.
- e. Mitra belum dapat melakukan pengembangan varian rasa berdasarkan hasil riset pasar sesuai dengan keinginan atau demand konsumen.
- f. Tidak adanya proposal tertulis resmi sehingga masih sulit untuk menitipkan produk di toko-toko lain.
- g. Dalam sumber daya manusia, sering terjadinya pergantian pekerja yang mengakibatkan terganggunya keberlangsungan usaha terutama kegiatan produksi dan tidak adanya standar dalam merekrut dan mengevaluasi pekerja
- h. Mitra belum dapat melakukan pembukuan dan pencatatan transaksi pemasukan dan pengeluaran dengan baik, dan keuangan usaha masih bercampur dengan keuangan pribadi.
- i. Mitra belum memanfaatkan teknologi yang ada secara maksimal dalam beberapa masalah dan aspek seperti pencatatan keuangan dan perekrutan pekerja.
- j. Keterbatasan alat sehingga waktu produksi yang kurang efektif dan tidak adanya SOP dalam meracik produk.

Dengan adanya permasalahan-permasalahan diatas, tentunya harus diatasi sesegera mungkin agar usaha mitra dapat terus berkembang. Oleh karena itu, solusi yang ditawarkan untuk UMKM NezzFit sebagai mitra dalam kegiatan pengabdian ini terbagi pada beberapa bidang yaitu:

- a. Bidang Strategis
 - a) Penyampaian program kerja dan konsultasi pembiayaan pada mitra
 - b) Edukasi mitra mengenai cara pengembangan varian baru dan produk melalui riset
 - c) Pembahasan hasil survei
- b. Bidang Pemasaran
 - a) Memperkenalkan *promosi bundling*
 - b) Pembuatan proposal resmi tertulis untuk tempat penitipan produk
 - c) Edukasi mengenai *tools* pengeditan gambar
 - d) Mendesain untuk *promosi bundling*, label
 - e) Edukasi foto produk dan foto produk baru
 - f) Edukasi mendesain feeds instagram
 - g) Digital marketing menggunakan Tiktok dan Instagram
 - h) Memperkenalkan *marketplace* dan pendaftaran
 - i) Memasukan produk usaha mitra ke *marketplace* Tokopedia
 - j) Mendesain dan mencetak label, kartu nama, sticker, serta X banner

- k) Kontak penitipan produk
- l) Menerapkan branding “minuman sehat”
- m) *Open Pre-order*
- c. Aspek Operasional
 - a) Edukasi pembuatan SOP
 - b) Mencetak SOP (*Hardcopy*)
 - c) Pengiriman produk *Pre-Order*
 - d) Edukasi *Inventory Management*
 - e) Edukasi *Quality Management System*
 - f) Mitra menunjukkan proses produksi
- d. Aspek Keuangan
 - a) Edukasi perhitungan HPP secara tepat
 - b) Edukasi penggunaan *Google Form* untuk mengumpulkan transaksi penjualan
 - c) Edukasi untuk menarik data dari *Google Form* ke *Google Sheet*
 - d) Edukasi untuk melakukan perhitungan omset dan laba atau rugi bersih
 - e) Evaluasi pengeluaran dan pemasukan hasil penjualan
 - f) Edukasi penggunaan Buku Kas untuk pencatatan keuangan
- e. Aspek Sumber Daya Manusia
 - a) Edukasi *assessment* dan evaluasi karyawan
 - b) Edukasi mengenai perekrutan karyawan secara digital
 - c) Edukasi mengenai kualifikasi karyawan NezzFit

Tahap Implementasi Kegiatan

Solusi yang ditawarkan pada tahap persiapan dari aspek pemasaran hingga tahap produksi dilaksanakan pada pelaksanaan ini adalah sebagai berikut:

- a. Aspek Strategis
 - a) Edukasi untuk mengetahui selera masyarakat melalui *survey* riset pasar
Dalam masalah strategis, mitra seringkali membuat varian rasa produk dengan cara melihat buah yang berada di pasar dan mengikuti *trend*, bukan berdasarkan selera masyarakat. Dalam aspek ini, kelompok mengajarkan mitra untuk membuat *survey online* dalam bentuk *Google Form* yang mendapatkan beberapa respon yang memberikan insight baru kepada mitra. Namun, mitra masih mempertimbangkan penambahan varian baru.
- b. Aspek Produksi
 - a) Meningkatkan kualitas produksi
Dalam produksi, mitra tidak mengalami permasalahan yang signifikan namun belum memiliki SOP yang jelas dan capaian produksi yang jelas sehingga bersama kami, mitra telah membuat SOP detail yang dapat digunakan.
 - b) Edukasi *Inventory Management* dan *Quality Management*
Kelompok memberikan edukasi mengenai cara melakukan *Inventory Management* dan pentingnya melakukan *Quality Management*. Kelompok juga memberikan

template untuk melakukan *Inventory Management* sehingga lebih mudah dilakukan oleh mitra.

c) Pemberian peralatan untuk membantu proses produksi

Selama masa pendampingan, kelompok mengidentifikasi kebutuhan peralatan yang dapat meningkatkan kinerja dan proses produksi menjadi lebih cepat. Kelompok memberikan blender plastik, panci *stainless steel*, kardus, *styrofoam*, dan *ice pack* untuk pengiriman luar kota, dan *ice box* untuk transportasi produk.

d) Persiapan *Pre-Order* Pengiriman Luar Kota

Selama masa pendampingan, kelompok terus mendukung mitra untuk mencoba pengiriman ke luar kota, dengan menyediakan kardus, *styrofoam*, dan *ice pack* dan memberi alternatif kurir yang mampu melayani pengiriman dengan cepat. Namun karena miskomunikasi dan berbagai kendala, pada saat ini mitra baru sempat mencoba satu kali yang belum 100% berhasil.

c. Aspek pemasaran

a) Pengembangan pemasaran secara online

Media sosial seperti Instagram dan TikTok digunakan sebagai tempat promosi dan transaksi jual beli. Tim membantu mitra dalam menggunakan sosial media dan membantu dalam pembuatan konten. Tim juga mendampingi mitra dan memberikan pelatihan terus menerus agar mitra dapat terbiasa dalam penggunaan teknologi dan media sosial. Selain itu, tim membantu mitra untuk memasukkan produk ke dalam *marketplace* Tokopedia.

b) Pengembangan pemasaran secara offline dan pembuatan proposal

Banyak masyarakat Cianjur ataupun pendatang yang kerap berbelanja di toko offline seperti toko oleh-oleh. Oleh karena itu, tim membantu mitra dalam mengumpulkan kontak toko oleh-oleh di daerah Cianjur agar produk mitra dapat lebih dikenal masyarakat dan membuat proposal pengajuan produk untuk lebih mudah menjangkau toko-toko di sekitar.

c) Desain kemasan

Pada tahap ini, desain kemasan dari NezzFit berubah menjadi lebih menarik dan tertata. Kemasan NezzFit yang baru sendiri pun memuat nama pangan, merk, berat bersih, komposisi, dan nomor PIRT. Pada saat tahap pendampingan, mitra juga mendapatkan sertifikasi halal yang ditambahkan ke kemasan.

d) Edukasi dan pemotretan foto produk, serta pemberian mini *photo booth*

Kelompok memberikan edukasi mengenai bagaimana cara dan pencahayaan pengambilan foto produk yang menarik. Selain itu, kelompok juga memberikan mini *photo booth* kepada mitra agar dapat mempraktekan secara langsung dan mengadakan sesi foto produk baru untuk usaha mitra.

e) Media pemasaran offline

Kelompok bersama dengan mitra mengidentifikasi media pemasaran offline apa saja yang dibutuhkan dan merancang label baru yang lebih menarik, kartu nama, sticker, serta X Banner untuk digunakan oleh mitra.

- f) Edukasi penggunaan aplikasi dan web untuk membuat konten pemasaran
Kelompok memberikan beberapa referensi aplikasi pengeditan gambar dan video, serta mengajarkan penggunaan website Canva untuk mengedit konten disusul dengan praktek langsung. Pada saat ini, mitra sudah bisa secara mandiri konten-konten digital.
 - g) Penerapan branding “Minuman Sehat”
Branding dilakukan dengan memberikan caption pada foto yang memberi informasi mengenai kandungan vitamin dan efek menyehatkan dari buah varian tertentu, tetapi tentunya kami tidak mengklaim NezzFit sebagai minuman sehat. Kelompok juga mengedukasi mitra mengenai cara pembuatan caption yang menarik juga informatif.
- d. Aspek Keuangan
- a) Edukasi Penghitungan HPP, omset, laba, dan rugi bersih.
Kelompok memberikan edukasi kepada mitra menggunakan slide presentasi dan *Google Sheet* dengan dipraktikkan secara langsung disusul dengan tanya jawab, sayangnya pada saat itu laptop mitra sedang rusak sehingga belum dapat mempraktekan secara langsung. Namun, mitra mengaku sudah paham dan mengerti.
 - b) Penggunaan aplikasi keuangan
Pencatatan keuangan di masa seperti ini banyak dilakukan secara online menggunakan *excel*, *forms*, dan aplikasi Buku Kas. Sebelumnya, tim mengedukasi dan menyediakan form dan template pencatatan di *Google Sheet*, namun tim juga membantu mitra dalam penggunaan aplikasi Buku Kas yang lebih praktis agar bisa memiliki pencatatan yang tertata dan rapi. Awalnya, tim mengajarkan mitra agar dapat mencatat melalui *excel* dan *forms*. Setelah tim merasa mitra dapat memahami penggunaan tersebut, tim mengajarkan mitra dalam penggunaan aplikasi Buku Kas yang lebih memudahkan pencatatan dan pembuatan laporan keuangan.
- e. Aspek Sumber Daya Manusia
- a) Edukasi dan pembuatan kualifikasi serta pertanyaan wawancara singkat
Kelompok memberikan edukasi mengenai pentingnya kualifikasi dan pertanyaan apa saja yang diperlukan saat melakukan wawancara karyawan, disini kelompok bersama mitra juga merancang apa saja yang mitra rasa butuh beliau ketahui sebelum menerima karyawan dalam bentuk pertanyaan.
 - b) Edukasi dan pembuatan evaluasi dan penilaian karyawan
Kelompok juga memberi edukasi bagaimana caranya untuk menilai kinerja karyawan secara lebih objektif sesuai dengan aspek yang ingin dinilai. Bersama mitra, kelompok membuat template penilaian yang nantinya akan digunakan oleh mitra.

Tahap *Monitoring* dan *Evaluasi*

a. Evaluasi Pengembangan Usaha Mitra

Pada tahap evaluasi ini, program pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan diukur keberhasilannya, evaluasi ini dilakukan dalam beberapa aspek, yaitu:

a) Aspek Strategis

Mitra sudah mampu membuat form dan melakukan riset pasar sederhana, namun belum merasa perlu untuk menambah varian rasa pada produk. Mitra juga berencana untuk menambah varian ukuran produk, tapi masih dilakukan riset.

b) Aspek Produksi

Kelayakan proses produksi telah mendapatkan jaminan dari Dinas kesehatan pada tahun 2021 mengenai sertifikat izin rumah tangga dan telah mendapatkan nomor Halal. Mitra juga memberikan laporan *inventory management* dengan rutin dan menggunakan peralatan yang kelompok berikan dalam proses produksi. Untuk proses pengiriman luar kota, masih dicoba karena mitra belum sempat dan terjadi kendala teknis.

c) Aspek Pemasaran

Dari segi pemasaran, mitra telah meningkatkan jumlah posting konten feed Instagram NezzFit, walaupun penjualan belum mengalami peningkatan yang signifikan. Mitra juga dengan rutin melakukan *post* Tik Tok bahkan membuat konten video secara mandiri. Proposal penitipan produk sudah disebar namun hingga saat ini belum ada toko yang merespon atau hanya sebatas menanyakan detail lalu menghilang. Label baru, banner, kartu nama, dan sticker pada saat ini sudah dimanfaatkan mitra untuk berbagai keperluan, sementara foto produk baru juga sudah dipublikasi.

d) Aspek Keuangan

Dari segi keuangan, mitra telah menggunakan aplikasi *excel*, *forms*, dan Buku Kas dalam mencatat pemasukan dan pengeluaran sehingga laporan keuangan dapat disusun secara rapi dan tertata. Namun mitra pada saat ini lebih sering menggunakan Buku Kas karena lebih mudah dan praktis.

e) Aspek SDM

Dari segi Sumber Daya Manusia, mitra belum merekrut karyawan karena memang masih bisa dilakukan sendiri tapi sudah siap untuk merekrut dan menerapkan ilmu yang diberikan pada saat pendampingan jika nanti ada karyawan baru.

b. Evaluasi Proses Kegiatan Pengabdian

Setiap tahap kegiatan pengabdian telah dilaksanakan sesuai jadwal kegiatan dan berhasil, walaupun ada beberapa perubahan atau kendala terkait pelaksanaannya. Berdasarkan wawancara yang ditanyakan kepada mitra, mitra merasa terbantu dalam program kegiatan pengabdian. Walaupun begitu, ada beberapa kendala yang terjadi saat pelaksanaan pengabdian seperti:

a) Sulitnya mengatur jadwal antara mitra dan tim karena kesibukan masing-masing.

b) Laptop mitra yang bermasalah sehingga menghambat beberapa proses pembelajaran yang sudah direncanakan sehingga mengalami pergantian jadwal.

- c) Proses pembuatan sertifikat Halal memerlukan waktu sehingga beberapa kegiatan tertunda.
- d) Banyaknya kegiatan mitra diluar kegiatan usaha membuat mitra menjadi jarang atau sulit melakukan kegiatan produksi secara konsisten.
- e) Penundaan berkali-kali dari mitra yang membuat proses percobaan pengiriman luar kota yang terhambat dan belum bisa mencoba membuka *order* luar kota.
- f) Beberapa kegiatan belum dilaksanakan dengan mitra karena merasa belum perlu, seperti penambahan varian dan perekrutan karyawan yang memang belum ada.

Tahap Refleksi

Pada tahapan ini, dilaporkan semua proses dan hasil dari kegiatan yang sudah dijalankan. Beberapa hasil yang sudah berhasil untuk dikeluarkan adalah X banner, sticker, kartu nama, desain kemasan baru, *feeds instagram* yang lebih tersusun dan rapi serta menarik perhatian, dan mitra sudah dapat memanfaatkan teknologi yang ada seperti penggunaan aplikasi yang dapat membantu perkembangan usaha mitra seperti aplikasi untuk mengedit foto, edit poster, dan bahkan aplikasi yang dapat digunakan untuk pencatatan keuangan. Hal-hal tersebut juga dapat dijadikan sebagai indikator perubahan dalam tahap monitoring dan evaluasi program terhadap mitra. Dari indikator diatas menunjukkan bahwa mitra dapat menerima dan menerapkan apa yang diberikan selama kegiatan pendampingan berlangsung dengan baik dan harapannya mitra dapat secara mandiri mempertahankan bahkan meningkatkan ilmu yang telah diberikan oleh kelompok menjadi lebih baik lagi.

SIMPULAN

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (*Community Development*) yang dilaksanakan oleh Universitas Prasetiya Mulya untuk mendampingi UMKM di wilayah Cianjur, khususnya UMKM sari buah NezzFit oleh kelompok kami memberikan dampak positif bagi mitra dan usahanya, terutama dalam manajemen bisnis dan peningkatan pengetahuan mitra mengenai berbagai bidang seperti digitalisasi (pemasaran, penjualan, dan keuangan), produksi, sumber daya manusia, strategis, riset pasar, dan bidang - bidang lainnya seperti pengenalan teknologi dan aplikasi untuk membantu proses UMKM NezzFit kedepannya. Memang ada beberapa hal yang belum sukses secara sempurna dan tidak berjalan sesuai dengan rencana, namun kami berharap mitra dapat terus mengembangkan dan meningkatkan pengetahuan yang dimiliki agar menjadi semakin sukses dalam mengelola usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, B. (2002). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Arifudin, O. (2020). Pkm Pembuatan Kemasan Dan Perluasan Pemasaran Minuman Sari Buah Nanas Khas Kabupaten Subang Jawa Barat. *Aptekmas Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 3. 20-28. Retrieved May 30, 2021, from https://www.researchgate.net/publication/343403414_PKM_PEMBUATAN_KEMASAN_DAN_PERLUASAN_PEMASARAN_MINUMAN_SARI_BUAH_NANAS_KHAS_KABUPATEN_SUBANG_JAWA_BARAT.

Badan Pusat Statistik. (2021). *Ekonomi Indonesia 2020 Turun Sebesar 2,07 Persen (C-To-C)*. Retrieved June 2, 2021, from <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/05/1811/ekonomi-indonesia-2020-turun-sebesar-2-07-persen--c-to-c-.html>.

Caesaria, S. D. (2021). *Hasil Sensus 2020: Hanya 8,5 Persen Penduduk Indonesia Tamat Kuliah*. Retrieved June 2, 2021, from <https://www.kompas.com/edu/read/2021/02/04/144307671/hasil-sensus-2020-hanya-85-persen-penduduk-indonesia-tamat-kuliah?page=all>.

Ditlitabmas DITJEN DIKTI. (2012). *PKM Pengabdian Kepada Masyarakat*. Retrieved May 30, 2021, from <https://www.polsri.ac.id/p3m/PKMM%202012%20IA.pdf>.

FEB Unpas. (2018). *Pengabdian Kepada Masyarakat*. Retrieved May 30, 2021, from https://feb.unpas.ac.id/fe_app/index.php?TF4HWFNTSlouNTFsJyorKicnZSOpEj4_PXc8PmkFMzk_ODg_NTwwfzAABgJEKAcUEQgYCgcMGg

Kementerian Keuangan. (2020). *Daftar Insentif untuk UMKM di Masa dan Usulan Pasca Pandemi*. Retrieved June 2, 2021, from <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel-dan-opini/daftar-insentif-untuk-umkm-di-masa-dan-usulan-pasca-pandemi/>

Kementerian Koperasi dan UKM. (2020). *Kemenkop dan UKM Berharap Lulusan Perguruan Tinggi Dituntut Berkarya Kreatif dan Inovatif*. Retrieved June 2, 2021, from <https://kemenkopukm.go.id/read/kemenkop-dan-ukm-berharap-lulusan-perguruan-tinggi-dituntut-berkarya-kreatif-dan-inovatif>

Kementerian Riset dan Teknologi. 2010. *Teknologi Pangan dan Agroindustri*. Retrieved May 30, 2021, from <http://www.warintek.ristek.go.id>.

Kojo, C., Rogi, M., & Lintong, D. (2018). *PKM Pengembangan Inovasi Produk Makanan dan Minuman yang Dijual di Seputaran Kampus Unsrat Bahu. Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*. 4(2).

Kurniawan, M. K. & Haryati, N. (2017). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Minuman Sari Buah Sirsak. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 6(2), 97-102.

- Muliawati, N. (2017). *Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Melalui Pendekatan Housewife Creative terhadap Hasil Belimbing di Rejotangan Tulungagung. J-ADIMAS Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Retrieved May 30, 2021, from <https://jurnal.stkipppgritulungagung.ac.id/index.php/jadimas/article/view/628/295>
- Mulyadi, A. F., & Santoso, E.F. S. M. (2015). Peningkatan Kapasitas dan Efisiensi Produksi UMKM Minuman Sari Buah. *Journal of Innovation and Applied Technology*, 1(1). 37-43.
- Niko, R. (2020). *Pengertian Manajemen Bisnis dan Contoh Penerapannya yang Baik*. Retrieved June 4, 2021, from <https://www.akseleran.co.id/blog/manajemen-bisnis/>.
- Nugraha, A. (2008). *Penyiapan Sirup/Larutan Gula untuk Medium Pengisi dalam Pengalengan Buah dengan Target Kadar Gula Sirup Final Setelah Sterilisasi*. Retrieved May 30, 2021, from <http://sudarmantosastro.wordpress.com/category/buah-sayur/>.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Retrieved May 31, 2021, from <https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undangundang/Documents/Undang-Undang%20Nomor%2020%20Tahun%202008%20Tentang%20Usaha%20Mikro,%20Kecil,%20dan%20Menengah.pdf>.
- Rahma, K. (2020). *Untungnya Minuman Sari Buah Rumahan*. Retrieved 1 June, 2021, from <https://berempat.com/bisnis/umkm/12841/mereguk-segarnya-untung-minuman-sari-buah-rumahan/>.
- Riadi, M. (2020). *Pengembangan Produk (Pengertian, Tujuan, Strategi, dan Tahapan)*. Retrieved May 31, 2021, from <https://www.kajianpustaka.com/2020/03/pengembangan-produk.html>.
- Sastroatmodjo, S. (2006). *Pemberdayaan Peran Serta Masyarakat Dalam Program Anak Usia Dini*. Makalah seminar Nasional: Penyelenggara Dirjen PLS Departemen Pendidikan Nasional.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancah Pasar Global. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 2(1). 117-127.
- Simamora, Henry. (2000). *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta: Salemba Empat
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI
- Walfajri, Maizal. (2018). *Jumlah Pelaku UMKM di 2018 Diprediksi Mencapai 58,97 Juta Orang*. Retrieved June 2, 2021, from <https://keuangan.kontan.co.id/news/jumlah-pelaku-umkm-di-2018-diprediksi-mencapai-5897-juta-orang>.

Wicaksono, A. (2020). *Pengangguran RI Melonjak Jadi 9,77 Juta per Agustus 2020*. Retrieved June 2, 2021, from <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20201105124256-532-566255/pengangguran-ri-melonjak-jadi-977-juta-per-agustus-2020>.