

PKM PENINGKATAN VALUE ADDED MELALUI PENERAPAN GOOD MANUFACTURING PRACTICE DAN DIGITAL MARKETING METHOD PADA UMKM INDUTRI MEBEL ANEKA JAYA

Supami Wahyu Setiyowati, Hari Lugis Purwanto, Asna

Universitas PGRI Kanjuruhan Malang, Malang, Jawa Timur, Indonesia

Corresponding author : Supami Wahyu Setiyowati

E-mail : setiyo@unikama.ac.id

Diterima 16 Oktober 2023, Direvisi 23 November 2023, Disetujui 24 November 2023

ABSTRAK

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Mebel Aneka Jaya ialah mekanisme produksi yang masih menggunakan peralatan sederhana sehingga berdampak pada terbatasnya kapasitas produksi, selain itu model yang dihasilkan juga tidak mengikuti trend model terkini, pem asaran yang dilakukan dengan cara tradisional dan tidak memanfaatkan teknologi informasi yang ada, permasalahan lainnya yaitu pemahaman manajemen keuangan yang rendah. Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan solusi kepada UMKM Mebel Aneka Jaya dengan cara pengadaan alat produksi yang tepat guna, pemberian pelatihan digital marketing dan pelatihan manajemen keuangan sehingga diharapkan dapat menambah *Value Added*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah dengan pelatihan dan pendampingan *good manufacturing practice* dengan memanfaatkan alat yang modern, memberikan pelatihan manajemen keuangan serta memberikan pelatihan tentang strategi marketing berbasis digital supaya produk dapat dipasarkan sesuai dengan target pasarnya, sehingga mampu memperluas pangsa pasar dan memenangkan persaingan dengan kompetitornya. Hasil pengabdian ini berupa Mebel Aneka Jaya dibantu oleh tim Unikama dapat memajukan usahanya dan juga mampu bersaing dengan kompetitor. Peningkatan produksi 50%. Peningkatan penjualan naik 50% dengan adanya digital marketing. Peningkatan pendapatan naik 50%. Mitra bisa membuat laporan keuangan.

Kata kunci: PKM; mebel aneka jaya; produk olahan kayu; value added; market orientation.

ABSTRACT

The problems faced by Aneka Jaya Furniture UMKM are the production mechanism which still uses simple equipment, which has an impact on limited production capacity, apart from that the models produced do not follow the latest model trends, marketing is carried out using traditional methods and does not utilize existing information technology, problems Another is low understanding of financial management. This service aims to provide solutions to Aneka Jaya Furniture MSMEs by procuring appropriate production equipment, providing digital marketing training, and financial management training so that it is hoped that it can increase Value Added. The method used in this research is training and mentoring good manufacturing practices by utilizing modern tools, providing financial management training and providing training on digital-based marketing strategies so that products can be marketed according to their target market, so they can expand market share and win the competition by its competitors. The result of this service is that Aneka Jaya Furniture, assisted by the Unikama team, can advance its business and also be able to compete with competitors. 50% increase in production. Sales increased by 50% with digital marketing. Increase in revenue up 50%. Partners can make financial reports.

Keywords: PKM; aneka jaya furniture; processed wood products; value added; market orientation.

PENDAHULUAN

Economic Value Added (EVA) merupakan alat komunikasi yang efektif sekaligus menciptakan nilai yang dapat dicapai oleh manajer lini, yang pada akhirnya mendorong efisiensi perusahaan terhadap pasar modal. Dengan demikian EVA ditentukan berdasarkan dua hal, yaitu: (1). Keuntungan usaha setelah pajak dan (2).

Persentase biaya modal. Laba operasi setelah pajak menggambarkan hasil penciptaan nilai perusahaan, sedangkan biaya modal dapat diartikan sebagai pengorbanan yang dilakukan untuk menciptakan nilai tersebut. Eva memberikan ukuran yang baik tentang seberapa besar perusahaan telah memberikan nilai tambah bagi pemiliknya. Oleh karena itu, ketika manajer fokus pada EVA, hal ini

membantu memastikan bahwa mereka bertindak sesuai dengan tujuan memaksimalkan kekayaan pemegang saham (Silalahi & Manullang, 2019).

Meluasnya penerapan Good Manufacturing Practice (GMP) berdampak pada banyak aspek terkait higiene dan sanitasi karyawan perusahaan dalam proses produksi. Sebab yang menjadi prioritas penerapan good manufacturing (GMP) di lapangan adalah produk tidak terkontaminasi pada saat proses produksi, sehingga produk yang sampai ke konsumen merupakan produk yang aman untuk dikonsumsi. Demikian Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 75/M-IND/PER/7/2010 tentang Cara Pembuatan Obat Yang Baik/Pedoman GMP Pangan Olahan. Praktik Manufaktur yang Baik (GMP) sebagai program dasar yang layak dari sistem manajemen mutu. GMP merupakan pedoman yang menjelaskan bagaimana pangan diproduksi sehingga berkualitas tinggi, aman dan layak dikonsumsi. (Herdhiansyah et al., 2021)

GMP (Good Manufacturing Practices) adalah suatu prosedur untuk memantau dan mengendalikan pelaksanaan pembuatan yang baik, prosedur penerapan dan pelaksanaan proses produksi. Tahapan pengolahan menjadi perhatian utama karena sanitasi peralatan pengolahan dan pekerja merupakan faktor penting dalam pengolahan pangan untuk menghasilkan produk konsumen yang baik dan aman (M. Ismail et al., 2022). Selain memperhatikan bahan baku dan proses, pengelolaan fasilitas produksi juga harus diperhatikan dengan baik sesuai dengan persyaratan keamanan pangan yang berlaku saat ini. Sebagai bagian dari tindakan pencegahan, pengendalian produk olahan dan penjaminan mutu, pemeriksaan fasilitas dilakukan pada setiap tahap produksi. Penerapan GMP dalam bidang manufaktur sangat penting untuk menghasilkan produk yang memenuhi persyaratan dan aman dikonsumsi (Hasan et al., 2018). Penerapan GMP dalam industri makanan mempunyai banyak manfaat, antara lain: meningkatkan kepercayaan pelanggan, reputasi dan pengetahuan perusahaan/organisasi, memungkinkan UKM mengakses pasar global dengan produk/kemasan yang tidak mengandung bahan beracun (kimia, fisik, dan biologi), serta menambah pengetahuan dan pemahaman tentang produk.

Pemasaran digital mengacu pada pemasaran di mana pesan disampaikan menggunakan media yang mengandalkan komunikasi digital. Namun sekarang internet adalah lingkungan yang paling digital (Afrilia,

2018). Banyak tokoh yang berpendapat bahwa pemasaran telah berubah seiring dengan berkembangnya teknologi, khususnya Internet. Keuntungan pemasaran digital menggunakan Internet adalah komunikasi lebih mudah, murah atau cepat.

UMKM dapat memberikan nilai tambah (added value) terhadap produksi dan kinerja usahanya apabila tata cara pengelolaan manajemen kinerja produksi diterapkan dengan baik dan benar. Nilai tambah hasil produksi biasanya dinyatakan dalam hasil produksi yang baik, kemasan yang menarik, kesehatan, kebersihan, keamanan, versi produk yang beragam dan pasar yang lebih luas. (Hayami et al., 1987) dalam Kementerian Keuangan, 2012 Orientasi pasar didefinisikan sebagai budaya organisasi yang menciptakan perilaku paling efisien dan efektif untuk menghasilkan objek terbaik bagi customer dalam menghasilkan superior performance untuk Perusahaan. Orientasi pasar adalah suatu perspektif yang menempatkan konsumen sebagai fokus perhatian dalam kegiatan perusahaan. (Cravens, D.W., Piercy, 2013). Terdapat dua orientasi pasar yaitu market orientation dan competitor orientation. Aktivitas kedua orientasi ini mencakup semua kegiatan yang berkaitan dengan perolehan informasi tentang pembeli dan pesaing yang tersebar di seluruh perusahaan, sedangkan informasi pelanggan serta pesaing terdiri dari usaha bisnis yang terkoordinasi yang menjadi dasar koordinasi antar fungsional (Oscarius, 2020). Pelaku UMKM yang terletak di Jalan Raya Mulyo RT 14 RW 04 Desa Kidangbang Kecamatan Wajak Kabupaten Malang Jawa Timur pada masa pemulihan ekonomi harus memiliki berbagai strategi untuk meningkatkan penjualan produk mebel. Usaha yang sudah dirintis 7 tahun ini mengalami penurunan yang besar pada masa pandemic. Mitra dalam melakukan produksi dan pemasaran produk mempekerjakan 6 orang karyawan. Kapasitas Jumlah produksi yang dihasilkan oleh mitra dalam seminggu hanya mampu menghasilkan rata-rata 4 unit.

Permasalahan yang terdapat pada Mitra meliputi: a) Proses produksinya masih tradisional menggunakan alat yang sederhana; b) Model mebel sangat terbatas dan kurang mengikuti tren yang sedang berjalan.; c) Belum memiliki merk dagang; d) Pemasaran masih bersifat konvensional dengan cara hanya di pajang ditoko; e) Pencatatan keuangan masih dilakukan secara tradisional; f) Sumber daya manusia yang dimiliki mitra belum memiliki kemampuan menjalankan sistem inventarisasi bahan baku.

Solusi yang ditawarkan Universitas PGRI Kanjuruhan Malang kepada mitra kelompok PKM adalah: a) Bantuan peralatan produksi yang diperlukan. b) Pelatihan desain produk modern; c) pengajuan merk, d) pelatihan pemasaran digital dan bantuan dari mitra; e) Pelatihan dan bantuan kepada mitra dalam pengelolaan keuangan hasil perusahaan, analisis berbasis pasar dan pengawasan pengendalian produksi mitra. f) pelatihan dan bimbingan metode inventarisasi.

Usulan kegiatan yang ditawarkan kepada mitra berdasarkan solusi yang ditawarkan adalah a). Pelatihan dan pendampingan penggunaan mesin produksi yang lebih modern; b) Pelatihan dan bantuan dalam pengembangan desain; c) bantuan dalam permohonan merk dagang; d) Pelatihan dan pendampingan pemasaran digital online; e). Pelatihan dan pendampingan pengelolaan keuangan dan analisis pasar hasil usaha mitra; f). Pelatihan dan bimbingan metode inventarisasi bahan dalam proses dan produk jadi.

Tabel 1. Profil Mitra.

No	Uraian Profil	Data
1	Nama Kelompok	Mebel Aneka Jaya
2	Alamat	Jl. Raya Mulyo RT 14 RW 04
3	Nama Ketua	Mariana Purwanti
4	Jumlah Anggota/Karyawan	6
5	Jumlah Produksi	4 Unit Perminggu
6	Rerata Omzet Per Bulan	48 Juta
7	Rerata Pendapatan Per Bulan	4.800.000

Namun terdapat sejumlah masalah yang dihadapi owner mebel Aneka Jaya diantaranya: a) Proses produksi masih bersifat tradisional yang masih menggunakan peralatan yang sederhana, yang berdampak pada tingkat produktifitas rendah sehingga memerlukan waktu yang lama dalam membuat produk; b) Model produk mebel tidak menarik karena selama ini selalu memproduksi model yang kuno dan tidak orientasi pada trend model masa kini. Hal ini juga akhirnya banyak produk yang tidak laku dijual karena tidak diminati pasar; c) Produk mebel ini belum memiliki merk dagang sehingga tidak memiliki ciri khusus. Dengan tidak adanya merk dagang ini mengakibatkan produk sulit untuk dikenali konsumen; d) Pemasaran masih di pajang di toko saja dan belum memanfaatkan teknologi informasi; e) Tidak mengelola hasil

usaha perusahaan secara finansial dan kurang memiliki pengetahuan analisis pasar yang baik, tidak mampu mengendalikan persediaan bahan baku, persediaan produksi, dan permintaan pasar dengan baik; f) Kualitas SDM sangat rendah sehingga perlu ditingkatkan kualitas SDM nya.

Permasalahan Proses produksi masih bersifat tradisional yang masih menggunakan peralatan yang sederhana, Hal ini sangat menghambat efisiensi produksi, proses awal berupa pemilihan bahan baku seperti kayu, kemudian dilakukan pemotongan bahan baku sesuai pola produk. Pemotongan masih dilakukan menggunakan alat berupa gergaji sederhana yang membuang banyak waktu, selain itu produsen kesulitan dalam melakukan pekerjaan karena fasilitas yang kurang nyaman.

Permasalahan Model produk yang dihadapi dalam bisnis pembuatan mebel kami adalah kurang menariknya model produk. Selama ini, fokus utama kami adalah memproduksi desain mebel yang cenderung klasik dan kuno tidak lagi sesuai dengan preferensi pasar masa kini. hal ini menyebabkan berbagai masalah, terutama dalam hal penurunan minat pasar terhadap produk-produk kami. Ketidaksiesuaian dengan tren desain saat ini telah menghambat kemampuan memungkinkan kami memperoleh pangsa pasar yang lebih besar dan mempertahankan daya saing di pasar.

Permasalahan berikutnya adalah produk mebel ini belum memiliki merk dagang sehingga tidak memiliki ciri khusus. Merek dagang tidak hanya merupakan nama atau logo, tetapi juga merepresentasikan kualitas, nilai-nilai, dan pengalaman yang terkait dengan produk. Merek yang kuat memberikan identitas produk yang jelas dan membantu mengkomunikasikan karakteristik unik yang membedakan produk kita dari pesaing. Hal ini sangat penting dalam dunia mebel, di mana konsumen sering mencari produk yang mencerminkan gaya, kualitas, dan citra tertentu dalam rumah mereka. Tidak adanya merek dagang juga berdampak pada kurangnya kesadaran merek di antara konsumen (Murjiyanto, 2017). Hal ini menyebabkan mitra kehilangan peluang untuk memikat lebih banyak pembeli sehingga penjualan akan semakin meningkat.

Permasalahan metode pemasaran masih di pajang di toko saja dan belum memanfaatkan teknologi informasi. Saat ini, strategi pemasaran yang terbatas pada penampilan produk-produk dengan memanfaatkan teknologi informasi merupakan hal penting dalam bisnis. Meskipun mitra

memproduksi produk unggul, terbukti bahwa dunia telah bergerak menuju penggunaan teknologi informasi untuk mempromosikan dan menjual produk secara lebih efisien. Oleh karena itu, pentingnya menyadari integrasi teknologi informasi ke dalam strategi pemasaran guna mencapai lebih banyak pelanggan, meningkatkan eksposur merek, dan meningkatkan penjualan secara keseluruhan (Slater & Narver, 2000).

Salah satu permasalahan krusial lain yang saat ini dihadapi adalah kurangnya manajemen keuangan yang efektif dalam menjalankan usaha ini. Kita belum memiliki sistem manajemen keuangan yang kuat yang dapat membantu mengelola keuangan hasil usaha dengan baik. Hal ini mencakup pemantauan pendapatan, pengeluaran, serta alokasi dana untuk berbagai kebutuhan bisnis. Selain itu, pengetahuan analisis pasar yang baik juga merupakan hal yang kurang dalam bisnis ini. Analisis pasar yang baik sangat penting untuk memahami tren pasar, perilaku konsumen, serta persaingan di industri ini. Kurangnya pemahaman tentang pasar dapat menyebabkan kesalahan dalam perencanaan stok bahan baku dan produk jadi. Hal ini dapat mengakibatkan ketidakseimbangan antara pasokan dan permintaan, yang pada akhirnya dapat mengganggu operasional bisnis dan pemborosan sumber daya.

Permasalahan yang terakhir yang menjadi fokus utama adalah tingkat kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dalam usaha ini yang dinilai sangat rendah. Kualitas SDM yang merujuk pada kemampuan, keterampilan, pengetahuan, dan produktivitas anggota tim kami saat ini perlu mendapat perhatian lebih untuk ditingkatkan. Kualitas SDM rendah mengakibatkan penurunan produktivitas, kualitas produk atau jasa yang diberikan kepada pelanggan, dan kemampuan organisasi untuk bersaing di pasar. Karyawan yang tidak memiliki keterampilan dan pengetahuan yang cukup mungkin mengalami kesulitan dalam menjalankan tugas-tugas mereka dengan efisien, dan ini bisa berdampak negatif pada pencapaian tujuan bisnis (Muhammad Ismail & Sahabuddin, 2022).

Berdasarkan hasil diskusi permasalahan mitra yang diteruskan kepada tim PKM Universitas PGRI Kanjuruhan Malang, mereka sepakat bahwa permasalahan inti yang harus segera diatasi adalah:

1. Kurang canggihnya proses produksi akan berdampak dengan kurangnya efisiensi dan ketidakmampuan untuk memenuhi permintaan konsumen dengan cepat.

Solusi yang kami upayakan adalah memberi bantuan alat produksi yang dibutuhkan yakni alat produksi siap pakai berupa jigsaw table dan combo air bread neil.

2. Model mebel sangat terbatas dan kurang mengikuti tren yang sedang berjalan yang berpengaruh terhadap penurunan minat pasar terhadap produk yang dihasilkan pihak mitra meminta bantuan untuk pendampingan dan bimbingan untuk menciptakan desain produk yang up to date dan relevan dengan menghasilkan 2 desain mebel terbaru yang sesuai dengan tren saat ini.
3. Tidak adanya merek dagang yang berdampak pada kurangnya kesadaran merek di antara konsumen, terkait dengan pengajuan merek dagang, pihak mitra meminta bantuan kami untuk mengurus proses ini ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DGIP)
4. Kurangnya kemampuan dalam manajemen keuangan hasil usaha dan keterbatasan dalam pemahaman analisis pasar telah mengakibatkan kendala dalam mengendalikan persediaan bahan baku, stok produk jadi, dan memenuhi permintaan pasar dengan efektif. Sebagai respons terhadap situasi ini, mitra meminta bantuan untuk pelatihan dan pendampingan dalam strategi pemasaran digital, termasuk mengelola akun Instagram, Facebook, Tokopedia, dan WhatsApp Business, serta memasarkan produk-produk yang telah diunggah di platform-platform tersebut (Zainudin et al., 2021).
5. Untuk mengatasi masalah pencatatan keuangan yang masih bersifat konvensional, kami akan memberikan melatih dan mendukung mitra dalam pengelolaan keuangan hasil bisnis, analisis pasar, dan pengendalian produksi yang tepat. yang tepat, dan pengendalian produksi. Kami juga akan menyediakan template pencatatan keuangan berbasis Excel yang siap digunakan untuk membantu mereka dalam mengelola keuangan secara lebih efisien.
6. Untuk mengatasi tantangan yang dihadapi mitra terkait kemampuan sumber daya manusia dalam menjalankan sistem inventarisasi produk, bahan dalam proses, dan bahan baku, kami akan memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai metode inventarisasi. Kami juga akan menyediakan template siap pakai berbasis Excel untuk pencatatan inventarisasi, yang akan membantu mitra

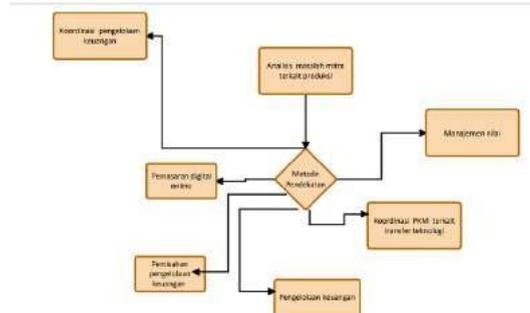
dalam mengelola inventarisasi dengan lebih efektif.

METODE

Lokasi pelatihan dan pendampingan ada dirumah mitra di desa kidangbang kecamatan wajak kabupaten malang Jawa Timur. Mebel Aneka jaya memiliki karyawan 6 orang untuk bagian produksi. Pelaksanaan kegiatan selama 1 tahun. Untuk bagian digital marketing dan keuangan di tangani mitra sendiri. Untuk pelatihan desain yang terlibat mitra dan bagian produksi. Berdasarkan permasalahan yang dijelaskan di atas, metode penerapan yang digunakan antara lain:

Metode Pendekatan

Pendekatan yang disarankan untuk membantu masalah pasangan tampak pada Gambar 1.

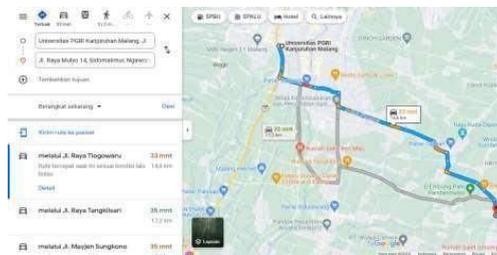


Gambar 1. Pendekatan pelaksanaan kegiatan.

1. Kelompok PKM melakukan pendekatan yang menarik terhadap mitra dan bersama-sama menganalisis permasalahan mitra terkait produksi mebel sebagai berikut: a) Proses produksinya masih tradisional dengan alat yang sederhana menggunakan alat yang sederhana. b) Model mebel sangat terbatas dan kurang mengikuti tren yang sedang berjalan.; c) Belum ada merek; d) Pemasaran selalu di pajang di toko; e) Pencatatan keuangan masih dilakukan tradisional; f) Sumber daya manusia yang dimiliki mitra belum mampu menjalankan sistem inventarisasi bahan baku, bahan belum jadi, dan produk jadi.
2. Membuat mitra memahami pentingnya pemasaran digital online dalam memperluas jaringan dan relasi sehingga meningkatkan pendapatan mitra
3. Membuat pasangan memahami pentingnya pengelolaan keuangan untuk hasil usaha agar keuangan tidak tertukar dengan keuangan keluarga.
4. Memberikan pemahaman dan dukungan terhadap manajemen nilai tambah dan orientasi pasar sehingga dapat mengendalikan permintaan pasar
5. Mengkoordinasikan dan melaksanakan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) bagi

mitra transfer teknologi terkait produksi sebagai berikut: (a). Proses produksinya menggunakan alat-alat sebagai berikut, yaitu mesin pemotong dan pembelah kayu, (b) perlunya penambahan model mebel agar omzetnya meningkat, (c) pengajuan izin merk dagang.

6. Mengkoordinasikan dan melaksanakan pemasaran digital online untuk memperluas jaringan dan relasi, membantu meningkatkan pendapatan mitra.
7. Mengkoordinasikan dan melaksanakan pengelolaan keuangan hasil usaha agar keuangan tidak tertukar dengan keuangan keluarga dan pengelolaan analitis berorientasi pasar.



Gambar 2. Peta Lokasi UMKM Mebel Aneka Jaya

Metode Pelaksanaan dan Pendampingan

Tahapan solusi guna mendukung metode pelaksanaan dan pendampingan yang ditawarkan untuk perencanaan masalah mitra adalah:

1. Pelatihan dan pendampingan yang mencakup: (a) produksi dengan menggunakan alat modern agar kuantitas dan kualitas semakin baik, (b) penambahan varian produk mebel dengan model terbaru agar omzetnya meningkat, (c) peningkatan kualitas produk mebel yang trendi, (d) pengajuan merk dagang.
2. Pelatihan serta pendampingan *digital marketing* secara *daring* untuk memperluas jaringan dan hubungan, sehingga pendapatan mitra meningkat. Pelatihan dan bimbingan penggunaan manajemen keuangan hasil usaha agar keuangan tidak bercampur aduk dengan keuangan keluarga dan analisis pasar yang berorientasi.

Partisipasi Mitra Dalam Pelaksanaan Program.

Dalam pelaksanaan program kemitraan masyarakat (PKM) keikutsertaan mitra sangat berpengaruh pada keberhasilan dan keberlangsungan program. Dalam pelaksanaan program (PKM) terdapat beberapa cara untuk memaksimalkan mitra agar terlibat secara aktif, kreatif dan inovatif

yaitu :

1. Mitra berpartisipasi penuh dalam mengikuti pelatihan dan pendampingan produksi mebel mulai dari: (a) Peningkatan kualitas dan kuantitas produk, (b) penambahan varian produk, (c) pengajuan Merk Dagang. Semua mekanisme pelatihan dan pendampingan dilakukan di rumah mitra.
2. Mitra terlibat sepenuhnya dalam pelatihan dan pendampingan pemasaran digital melalui internet, di mana kegiatan juga dilakukan di rumah mitra.
3. Aktif terlibat dalam mengikuti pelatihan, dan pendampingan implementasi manajemen keuangan hasil usaha untuk mencegah pencampuran keuangan pribadi dengan keuangan bisnis dan analisis manajemen orientasi pasar juga dilakukan di tempat mitra.

Evaluasi Pelaksanaan dan Keberlanjutan Program

Evaluasi pelaksanaan kegiatan program kemitraan masyarakat (PKM) bisa terukur apabila :

1. Tim mitra "Mebel Aneka Jaya" telah meningkatkan kuantitas produksi secara efisien sehingga omzet mengalami kenaikan
2. Tim mitra "Mebel Aneka Jaya" sudah bisa memasarkan produknya secara online.
3. Tim mitra "Mebel Aneka Jaya" bisa mengimplementasikan manajemen keuangan, manajemen analisa orientasi pasar secara mandiri agar keuangan usaha tidak akan tercampur dengan keuangan lainnya yang tidak ada hubungannya dengan usaha mebel

HASIL DAN PEMBAHASAN

Survey adalah kegiatan yang dilakukan dengan tujuan untuk melihat lingkungan organisasi (Ahmadi & Supriyono, 2008). Survey Awal ke Lokasi UMKM Aneka Jaya dilakukan oleh tim pada tanggal 26 Agustus 2023 survey menjadi langkah awal dalam pengembangan usaha ini adalah melakukan survei ke lokasi UMKM Aneka Jaya untuk memahami lingkungan sekitar, kendala yang dihadapi dan bagaimana proses produksi yang berjalan selama ini



Gambar 3. Survey Awal
(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian)

Desain grafis adalah aplikasi dari ketrampilan seni dan komunikasi (Suyanto, 2004) Berikutnya pelatihan pembuatan desain yang dilakukan pada tanggal 3 September 2023, tim Unikama mengadakan pelatihan untuk mengasah keterampilan dalam desain produk. Hasilnya adalah dua desain yang inovatif dan sesuai dengan tren pasar saat ini.

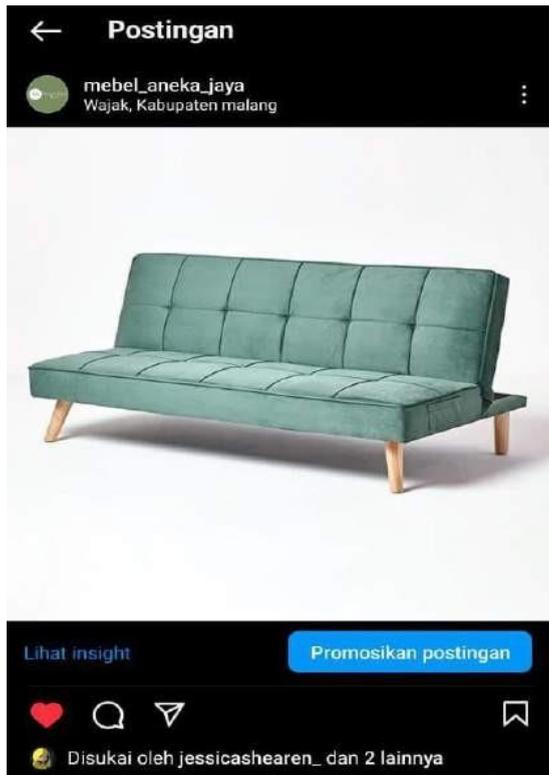


Gambar 4. Pelatihan Pembuatan Desain.
(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian)

Digital marketing adalah aktivitas marketing untuk memasarkan produk dengan media digital (Kotler; & Armstrong, 2018) Pada tanggal 17 September 2023 dilakukan pelatihan digital marketing: Untuk memperluas pangsa pasar, UMKM Aneka Jaya mengadakan pelatihan digital marketing hal ini akan membantu mereka memanfaatkan platform online untuk promosi dan penjualan.



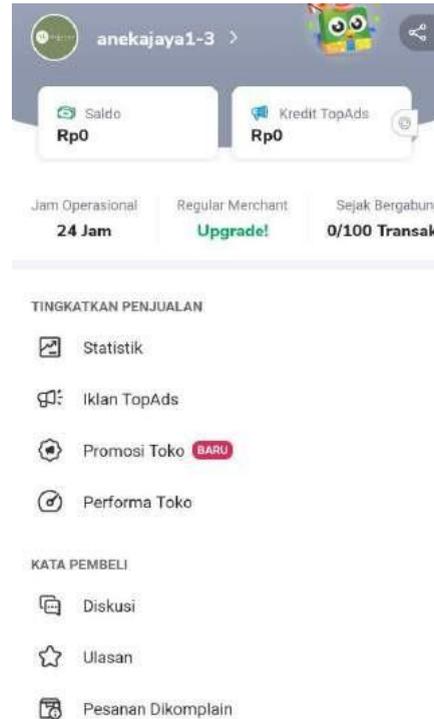
Gambar 5. Pelatihan Digital Marketing
(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian)



Gambar 4. Akun Instagram UMKM Aneka Jaya (Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian)



Gambar 5. Akun Facebook UMKM Aneka Jaya (Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian).



Gambar 6. Akun Tokopedia UMKM Aneka Jaya. (Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian)

Tahap selanjutnya yang dilakukan oleh tim unikama pada tanggal 23 September 2023 adalah Pelatihan Manajemen Keuangan: Manajemen keuangan yang baik adalah kunci keberhasilan usaha. Pelatihan ini akan membantu UMKM dalam mengelola keuangan mereka dengan efisien.



Gambar 7. Pelatihan Manajemen Keuangan (Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian)

Manajemen keuangan adalah aktivitas yang dilakukan pelaku usaha untuk mendapatkan modal dengan biaya yang rendah untuk di pergunakan dan dialokasikan

secara efisien (Sutrisno, 2012). Tahap berikutnya adalah pelatihan pembuatan laporan keuangan untuk memenuhi persyaratan akuntansi dan pelaporan, pelatihan ini akan membantu anggota tim dalam menyusun laporan keuangan yang akurat.

Catatan aktivitas Perusahaan Perusahaan yang menggambarkan informasi kinerja Perusahaan (Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil Dan Menengah, 2018). Laporan keuangan perusahaan UMKM adalah laporan keuangan yang berisi laporan harga pokok produksi, laporan laba rugi, laporan perubahan modal dan laporan posisi keuangan. Tim unikama melakukan tahap pelatihan laporan keuangan pada tanggal 24 September 2023 dengan melibatkan mahasiswa yang terjun langsung dengan menerapkan ilmu akuntansi yang telah dipelajari dan direalisasikan kedalam program PKM.

Pada tanggal 30 September 2023 dilakukan pembelian alat yang dibuatkan oleh mitra dan langsung diserahkan oleh ketua tim PKM, Supami Wahyu Setyowati, S.E.,M.SA.,MM.,Ak,CA Setelah alat tersebut diharapkan dapat digunakan sesuai kebutuhan sehingga usaha yang dilakukan pun dapat maksimal.



Gambar 8. Penyerahan Alat Dan Mesin (Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian)

Tahap berikutnya adalah pelatihan penggunaan alat yang dilakukan pada tanggal 1 Oktober 2023, mitra menerima pelatihan tentang cara menggunakan peralatan yang baru dibeli agar dapat memaksimalkan efisiensi produksi.



Gambar 9. Kegiatan Pelatihan Penggunaan Alat. (Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian)

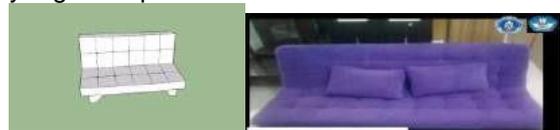
Selanjutnya dilakukan kegiatan uji coba produksi 1, tahap pertama uji coba

produksi ini dilakukan untuk memastikan bahwa peralatan dan proses produksi berjalan dengan baik.



Gambar 10. Kegiatan Pelatihan Uji Coba Produksi Tahap 1. (Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian)

Berikutnya dilakukan uji coba produksi tahap kedua dengan tujuan untuk mengidentifikasi dan memperbaiki proses produksi berdasarkan hasil dan temuan yang didapatkan dari uji coba sebelumnya. Manfaat dari uji coba tahap kedua ini adalah meningkatkan efisiensi produksi, mengurangi potensi kesalahan, serta menghasilkan produk yang lebih berkualitas sesuai dengan standar yang ditetapkan.



Gambar 11. Kegiatan Pelatihan Uji Coba Produksi Tahap 2. (Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian)

Monitoring

Setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan terhadap mitra tahap selanjutnya adalah monitoring. Monitoring dilakukan untuk mengetahui hasil sebelum dan sesudah pengabdian melalui kuisioner yang di isi oleh mitra. Hasil kuisioner menunjukkan bahwa:

1. Mitra telah memiliki akun tokopedia, shopee, facebook, Instagram
2. Peningkatan produksi mencapai 50% yang awal 4 buah mebel per minggu menjadi 6 buah dengan adanya bantuan mesin dari Kemendikbudristek
3. Peningkatan omzet penjualan yang awalnya Rp 48 juta perbulan menjadi Rp 72 juta perbulan.
4. Peningkatan pendapatan yang awalnya Rp 4,8 juta menjadi Rp7,2 juta perbulan.
5. Mitra mampu membuat laporan keuangan mebel.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan yang dilakukan oleh tim UNIKAMA dengan MEBEL ANEKA JAYA telah berjalan dengan baik. Dapat dilihat bahwa tim UNIKAMA telah memberikan solusi dari setiap

permasalahan yang dihadapi oleh MEBEL ANEKA JAYA sehingga dapat meningkatkan value added perusahaan dengan desain yang inovatif dan sesuai dengan trend saat ini, selain itu pelatihan digital marketing dan juga Companies.pelatihan manajemen keuangan juga bisa menambah nilai usaha dan menjadikan usaha lebih efektif dan berdaya saing.Peningkatan softskill dan hardskill masih 50% Meskipun begitu masih perlu adanya pendampingan lebih lanjut dalam penggunaan platform online untuk kegiatan digital marketing.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim Unikama mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat (Kemendikbudristek) yang telah menyelenggarakan program hibah pengabdian dosen , sehingga kami dari Tim Unikama dapat terjun langsung membantu MEBEL ANEKA JAYA mengajukan bisnisya.

DAFTAR RUJUKAN

- Afrilia, A. M. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran “Waroenk Ora Umum” Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen. *Jurnal Riset Komunikasi*, 147–157.
- Ahmadi, A., & Supriyono, W. (2008). *Psikologi Belajar*. PT Rineka Cipta.
- Cravens, D.W., Piercy, N. F. (2013). *Strategic Marketing*. McGraw-Hill.
- Hasan, H. S., Akbar, M. A., & Surachman, A. E. (2018). Analisis Penerapan Program GMP dan 5P Terhadap Kinerja Karyawan di PT Kalbe Morinaga Indonesia. *Jurnal Ilmiah*, 17 No. (2), 11–22.
- Hayami, Y., Kawagoe, T., Morooka, Y., & Siregar, M. (1987). Agricultural Marketing and Processing in Upland Java A Perspective From A Sunda Village. In *CGPRT Centre* (Issue 8).
- Herdhiansyah, D., Gustina, G., Besse Patadjai, A., & Asriani, A. (2021). Kajian Penerapan Good Manufacturing Practices (Gmp) Pada Pengolahan Keripik Pisang. *Agrointek : Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 15(3), 845–853.
<https://doi.org/10.21107/agrointek.v15i3.10037>
- Ismail, M., Sahabuddin, R., Idrus, M. I., & Karim, A. (2022). Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Online Marketplace pada Mahasiswa Universitas Hasanuddin. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5 No. (1), 49–59.
- Ismail, Muhammad, & Sahabuddin, R. (2022). Pengaruh Sumber Daya Tanwujud terhadap Kinerja Usaha Kecil Mebel di Kecamatan Polombangkeng Utara Kabupaten Takalar. *YUME: Journal of Management*, 5(2), 189–201.
<https://doi.org/10.37531/yume.vxix.447>
- Kotler, P., & Armstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing* (Tujuh). Salemba Empat.
- Murjiyanto, R. (2017). Konsep Kepemilikan Hak Atas Merek di Indonesia (Studi Pergeseran Sistem “Deklaratif” ke dalam Sistem “Konstitutif.” *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum Faculty of Law. Fakultas Hukum Universitas Janabrada*, Volume 24.
- Oscarius, A. W. (2020). *Strategi Manajemen Hubungan Pelanggan Dan Orientasi Pasar: Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran Industri Furnituredi Jawa Timur*. Lakeisha.
- Silalahi, E., & Manullang, M. (2019). Pengaruh Economic Value Added dan Market Value Added Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 2(2), 71–77.
<https://doi.org/10.56858/jmpkn.v2i2.22>
- Slater, S. F., & Narver, J. C. (2000). The Positive Effect of a Market Orientation. *Journal of Business Research* 48, 48(98), 69–73.
- Sutrisno. (2012). *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi* (Ekonesia (ed.)). Ekonesia.
- Suyanto. (2004). *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan* (Andi (ed.)).
- Zainudin, A., Widiastuti, N. A., Sarwido, S., & Alim, S. (2021). Peningkatan Media Promosi di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pelatihan Internet Marketing pada Industri Mebel di Kabupaten Jepara. *E- Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 12(4), 658–662.
<https://doi.org/10.26877/e-dimas.v12i4.6725>