



Journal of Human And Education
Volume 4, No. 4, Tahun 2024, pp 110-122
E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876
Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

Pendampingan dan Penyuluhan Harga Pokok Produksi dan Strategi Pemasaran UKM Agar- Agar Rumput Laut Desa Mancagahar Kecamatan Pameungpeuk Garut

Akmala Hadita^{1*}, Dida Farida Latipatul Hamdah², Husni Muharam³, Deri Alan Kurniawan⁴

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik; Fakultas Ekonomi Universitas Garut, Indonesia
Email: akmala.hadita@fisip.uniga.ac.id^{1*}

Abstrak

Agar-agar Laut cap Apel merupakan salah satu Usaha Kecil Menengah (UKM) yang terdapat di Kampung Bunisari Desa Mancagahar Kecamatan Pemeungpeuk Kabupaten Garut berdiri sejak 1993 secara turun temurun. Permasalahan-permasalahan yang dihadapi mitra berkaitan dengan Laporan keuangan diantaranya pembukuan, harga pokok produksi, kemasan produk yang kurang menarik (tidak tahan lama) dan strategi pemasaran yang masih konvensional hanya menggunakan teman relasi. Tujuan dari program Proyek Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) bertujuan untuk memberikan solusi terhadap tantangan yang dihadapi oleh mitra melalui kegiatan pendampingan dan penyuluhan terkait harga pokok produksi, pengemasan produk, dan strategi pemasaran digital. Selain memberikan bantuan praktis, proyek ini juga berfokus pada pengembangan pengetahuan dan keterampilan mitra untuk meningkatkan kemandirian mereka dalam aspek-aspek tersebut. Dampak yang diharapkan adanya program tersebut diharapkan mitra dapat memiliki pemahaman dan keahlian dalam penyusunan harga pokok produksi, pengemasan produk yang lebih menarik dan pembuatan sosial media serta akun online shop, sehingga produk yang dipasarkan lebih menarik dan memberikan informasi secara lengkap terkait produk yang terdapat dalam label. Metode pelaksanaan program PKM yang dilakukan adalah pendampingan dan penyuluhan. Target PKM yang diharapkan yaitu peningkatan pemahaman mengenai harga pokok produksi, kemasan produk bagi mitra, peningkatan keterampilan dalam pembuatan kemasan produk mitra, peningkatan pemahaman mitra mengenai pemasaran produk secara online baik di media sosial maupun di online shop.

Abstract

The Apple-Flavored Seaweed Jelly is one of the Small and Medium Enterprises (SMEs) located in the Bunisari Village of Mancagahar Subdistrict, Garut District, established since 1993 through generations. The challenges faced by the partner include financial reporting issues such as bookkeeping, production costs, less attractive product packaging (not durable), and conventional marketing strategies using only word of mouth. The objective of the Community Service Project (PKM) program is to provide solutions to the challenges faced by the partner through mentoring and counseling activities related to production costs, product packaging, and digital marketing strategies. In addition to providing practical assistance, this project also focuses on developing the knowledge and skills of the partner to enhance their independence in these aspects. The expected

impact of this program is for the partner to gain understanding and expertise in determining production costs, creating more attractive product packaging, and establishing social media and online shop accounts, so that the marketed products are more appealing and provide comprehensive information about the products on the label. The implementation methods of the PKM program include mentoring and counseling. The expected targets of the PKM are an improvement in understanding of production costs, product packaging for partners, an increase in skills in making partner product packaging, and an enhancement of partner understanding of online product marketing, both on social media and in online shops.

PENDAHULUAN

Pendampingan dan Penyuluhan literasi keuangan dan Strategi Pemasaran memiliki peran sentral dalam meningkatkan keberlanjutan dan pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM), khususnya di wilayah-wilayah pedesaan. Berbagai pendampingan dan penyuluhan telah banyak dilakukan oleh berbagai pihak terhadap UKM, namun yang menjadi tantangan ke depannya adalah keberlanjutan dari pendampingan dalam upaya mendorong UKM lebih bertahan dan terus maju (Arifqi, 2021; Widnyani et al., 2021). Saat ini, UKM telah menjadi tulang punggung ekonomi di Indonesia, menyediakan pekerjaan bagi jutaan orang dan berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal (Muharam, 2019; Hanifah et al., 2023; Wulansari et al., 2022).

Salah satu usaha yang bergerak di bidang olahan hasil laut adalah pembuatan agar-agar laut berbahan dasar rumput laut. Di Indonesia, rumput laut telah lama dikonsumsi oleh masyarakat terutama di daerah pesisir (Dewi, 2012; Priono, 2016). Agar-agar rumput laut merupakan inovatif kombinasi ekstrak dari satu varietas rumput laut dan bauran beragam jenis rumput laut lainnya. Keunggulan agar-agar yang dihasilkan dari perpaduan ini tidak hanya dilihat dari kualitasnya yang tinggi, tetapi juga mampu bersaing dengan agar-agar lain yang berasal dari bahan tunggal. Kesuksesan formulasi agar-agar kertas ini terletak pada harmonisasi komposisi yang teliti, disesuaikan dengan proporsi yang telah ditetapkan dengan cermat (Priono, 2016).

Rumput laut merupakan salah satu komoditas hasil laut yang hasil panennya cukup besar. Rumput laut saat ini dikembangkan oleh Pemerintah Kabupaten Garut sehubungan dengan permintaan pasar yang cukup tinggi serta Kecamatan Pameungpeuk sebagai kawasan pesisir yang juga merupakan objek wisata laut di Kabupaten Garut. Kebutuhan rumput laut dunia sebesar 30 juta ton, sedangkan pada tahun 2019 hasil rumput laut Indonesia mencapai 9,9 juta ton, sehingga masih terbuka peluang untuk membudidayakan rumput laut dengan signifikan.

Saat ini komoditas dari olahan rumput laut sangat diminati seiring dengan kesadaran masyarakat dalam mengkonsumsi makanan yang sehat (Antari & Utama, 2019; Hartanti, 2020). Olahan rumput laut yaitu agar-agar laut sangat membantu asupan Manfaat nutrisi bagi mereka yang tengah mengikuti regimen penurunan berat badan merupakan alasan penting untuk pertumbuhan signifikan dalam permintaan produk agar-agar. Seiring berjalannya waktu, kebutuhan akan agar-agar semakin berkembang, menciptakan peluang bisnis yang sangat menarik dan berpotensi memberikan hasil yang menggiurkan. (Hartanti, 2020). Hal ini pula yang dikembangkan di daerah Pameungpeuk yang merupakan daerah pesisir, salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Garut. Salah satu usaha yang mengembangkan produk dari rumput laut yaitu Bapak Entus yang memproduksi olahan rumput laut secara sederhana beralamat di Kampung Bunisari Desa Mancagahar. Bapak Entus mengolah bahan baku rumput laut menjadi agar- agar kertas dan dodol agar-agar.



Gambar 1. Perusahaan Agar-agar Rumpit Laut

Pada perusahaan yang dikelola oleh Bapak Entus, bahan baku rumput laut yang digunakan untuk memproduksi agar-agar kertas dan dodol agar-agar dapat menghabiskan 5 ton per bulan. Proses produksi ada beberapa tahap, yaitu dimulai dari pengeringan alga di bawah sinar matahari, begitu kering tahap selanjutnya alkalisasi alga. Setelahnya, alga akan dibilas menggunakan air dingin untuk menghilangkan kotoran yang menempel. Proses berikutnya melibatkan memasak alga selama sekitar dua jam, sehingga alga dapat dipisahkan dari limbah yang dihasilkan. Setelah itu, alga akan didinginkan hingga mencapai suhu antara 25 hingga 80 derajat Celsius. Setelah semua proses dilalui alga akan ditumbuk.



Gambar 2. Bahan Baku Rumput Laut



Gambar 3. Proses Pembuatan Agar-agar Kertas

Perusahaan yang dikelola Bapak Entus menghasilkan produk berupa dodol agar-agar dan agar-agar kertas. Permasalahan akuntansi yang ditemui yaitu perusahaan belum menerapkan prinsip biaya sesuai dengan akuntansi yang dapat diterima oleh umum, terutama Fokus utama saat ini adalah pada penentuan harga pokok produksi yang sesuai dengan prinsip-prinsip akuntansi keuangan. Namun, hingga saat ini, perusahaan menghadapi kendala dalam mengidentifikasi secara akurat biaya overhead pabrik. Ketidakakuratan dalam menghitung biaya produksi mungkin memiliki implikasi besar pada penentuan harga jual produk, membawa potensi konsekuensi terhadap strategi

pemasaran, dan menimbulkan tantangan bagi kelangsungan bisnis. Pentingnya memahami secara akurat biaya overhead pabrik menjadi kunci utama dalam menetapkan harga pokok produksi. Adanya ketelitian ini memberikan landasan yang kuat untuk menghadapi dinamika pasar dan menjaga keberlanjutan operasional perusahaan. Dengan memahami dan mengelola biaya produksi dengan cermat, perusahaan dapat mengoptimalkan strategi pemasaran, meningkatkan daya saing, dan mencapai tujuan keberlanjutan bisnis yang berkelanjutan. yang bersifat kompetitif dan mendukung kesinambungan operasional perusahaan. Oleh karena itu, langkah-langkah yang tepat dalam identifikasi dan pengelolaan biaya overhead pabrik perlu diambil guna mengoptimalkan perhitungan harga pokok produksi dan memastikan strategi pemasaran yang efektif.

Daya tarik terhadap produk tidak hanya dilihat dari sisi rasa saja akan tetapi juga dari kemasan yang menarik (Muharam et al., 2022). Namun, pada kenyataannya kemasan yang digunakan pada agar-agar ini masih menggunakan kemasan yang sangat sederhana, yaitu dengan plastik mika, sehingga hal ini mempengaruhi terhadap ketahanan produk untuk dikonsumsi, dengan kata lain produk sering mengalami kebocoran yang akan menyebabkan produk mudah rusak misalnya tengik. Konsumen sangat menginginkan produk dengan kualitas yang baik. Kualitas menjadi dimensi yang penting baik untuk perusahaan jasa maupun manufaktur (Limanto et al., 2023; Muharam et al., 2022; Suhendri, 2019; Widjaja & Rahmat, 2017).

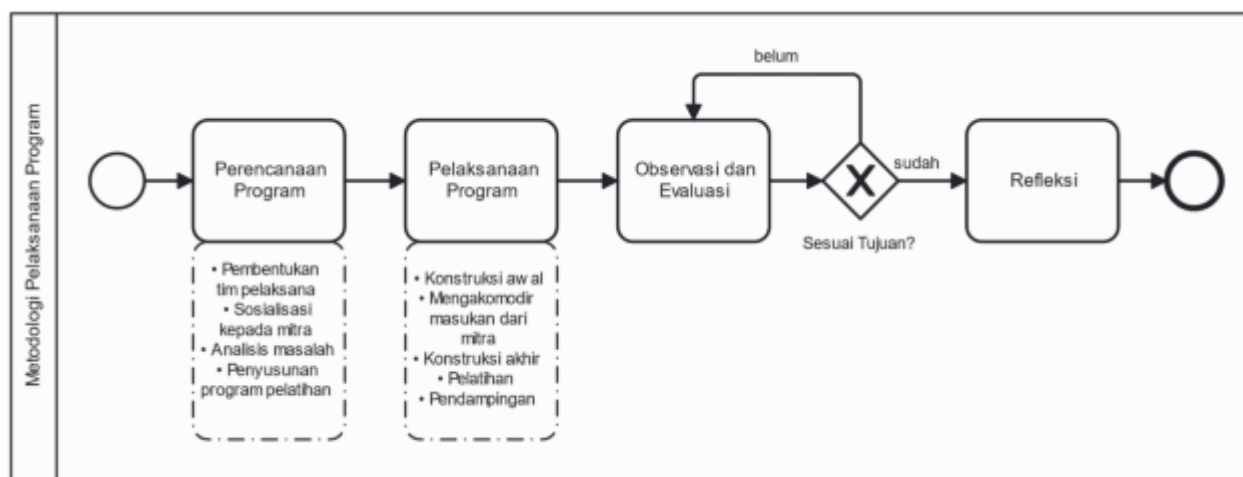
Produk yang dihasilkan oleh perusahaan dipasarkan hanya di sebagian wilayah Kabupaten Garut. Keterbatasan wilayah pemasaran salah satunya disebabkan oleh kurangnya promosi serta kemasan yang masih sederhana. Dodol agar-agar dikemas dengan plastik mika yang tidak terlalu rapat hanya distepler pada sisi-sisinya. Sedangkan agar-agar kertas dikemas dengan plastik yang sederhana yang hanya direkatkan dengan menggunakan api dari lilin. Permasalahan ini teridentifikasi dari mitra dimana belum berkembangnya atau belum adanya peningkatan dari sisi pemasaran karena selama ini pemasaran hanya sebatas melalui relasi pertemanan. Permintaan yang selalu sama dalam beberapa tahun bahkan kecenderungan adanya penurunan selama dan setelah covid-19 membuat mitra hidup segan mati tak mau. Berdasarkan hasil survey dan diskusi yang sangat panjang dengan mitra, tim pengabdian mencoba merancang penyuluhan dan pemetaan strategi pemasaran diantaranya dengan menjangkau pasar yang lebih luas dengan membuat akun media sosial dan akun marketplace atau online shop. Tentunya harapan besar ketika pemasaran dengan menggunakan media digital, tetapi sebelum ke arah pembuatan akun tersebut tim pengabdian memberikan gambaran atau penjelasan terlebih dahulu mengenai apa itu pemasaran digital.

Beberapa permasalahan yang teridentifikasi diantaranya Pertama, pengetahuan perusahaan akan pentingnya time scheduling produksi, dan pengendalian bahan baku. Kedua, pegawai pada perusahaan mempunyai keterbatasan pengetahuan tentang akuntansi. Berkaitan dengan produksi perusahaan belum dapat mengidentifikasi biaya overhead pabrik sehingga perhitungan harga pokok produksi belum sesuai dengan standar akuntansi keuangan (Putri et al., 2020). Ketiga, pengemasan produk dodol agar-agar dan agar-agar kertas masih sangat sederhana yaitu menggunakan plastik mika yang hanya di stepler, sehingga produk kurang menarik dan akan berpengaruh terhadap ketahanan produk itu sendiri. Sedangkan agar- agar kertas dikemadengan plastik yang sederhana tidak menggunakan plastik yang di *sealer*. Keempat, perencanaan strategi pemasaran pada perusahaan masih belum terencana dengan baik sehingga tingkapingkatan pendapatan yang sedikit. Begitu pula target pangsa pasar belum tersebar secara luas, masih dalam ruang lingkup daerah Pameungpeuk.

1. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan dengan menerapkan pola penelitian berbasis tindakan yang melibatkan empat tahap utama. Tahapan tersebut mencakup perencanaan program, di mana program pengabdian dirancang dengan cermat untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan yang diinginkan. Selanjutnya, dilakukan tahap pelaksanaan program, di mana rencana yang telah dibuat diimplementasikan secara nyata. Setelah itu, dilakukan observasi dan evaluasi, di mana kegiatan yang telah dilaksanakan diamati dengan seksama dan dievaluasi untuk mengukur efektivitas dan mencari area perbaikan. Tahap terakhir adalah refleksi, di mana tim pengabdian melakukan evaluasi diri untuk mengevaluasi keseluruhan proses, mengidentifikasi pembelajaran,

dan menentukan langkah-langkah untuk perbaikan di masa mendatang. Pendekatan berbasis tindakan ini memberikan kerangka kerja yang sistematis dan berkelanjutan untuk memastikan kesuksesan dan pengembangan dalam kegiatan pengabdian tersebut. Rancangan langkah-langkah kegiatan ini tersaji secara visual pada Gambar 4. UMKM yang menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian dipimpin oleh Bapak Entus, seorang pengusaha, menambah dimensi keragaman dan keunikan pada inisiatif ini. Agar-agar Rumput Laut di Kampung Bunisari, Desa Mancagahar Kecamatan Pameungpeuk Kabupaten Garut. Kegiatan ini merupakan kegiatan perdana yang dilakukan dengan mitra.



Gambar 4. Proses Pelaksanaan Pengabdian

Sumber: (Limanto et al., 2023)

Berikut tahapan proses pengabdian yang dilakukan dengan mengadopsi dari (Limanto et al., 2023):

a. Tahap Perencanaan Program

Proses perencanaan program ini melibatkan serangkaian kegiatan yang mencakup:

- 1) Pembentukan tim pelaksana teknis kustomisasi sistem melibatkan upaya untuk mengumpulkan anggota tim dalam sebuah pertemuan persiapan pelaksanaan. Dalam pertemuan ini, anggota tim diberikan pembekalan yang mendalam mengenai maksud dan tujuan dari program, serta rancangan mekanisme program secara terinci. Informasi yang diberikan juga mencakup aspek teknis yang terkait dengan metode dan teknik pelaksanaan, memastikan bahwa setiap anggota tim memiliki pemahaman yang komprehensif tentang tugas mereka dalam mengadaptasi sistem sesuai kebutuhan. Pertemuan ini menjadi momen penting dalam menyatukan visi dan mempersiapkan tim secara optimal untuk menjalankan tugas teknis kustomisasi sistem dengan sukses.
- 2) Sosialisasi program kepada mitra UMKM. Dalam tahap ini, Tim Pelaksana bersama Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat (LPKM) Universitas Garut melakukan kunjungan langsung ke mitra dan menyampaikan informasi mendalam mengenai rincian pelaksanaan program, serta menggambarkan hasil yang diharapkan dari inisiatif ini.
- 3) Analisis masalah pada mitra. Proses analisis dilakukan melalui metode wawancara dan pengamatan langsung terhadap seluruh aspek bisnis mitra. Sementara itu, pengamatan terhadap dokumen terkait keuangan dan pola pemasaran juga dilakukan, sehingga hasilnya dapat membentuk dasar untuk menyusun solusi yang sesuai dengan permasalahan yang dihadapi.
- 4) Penyusunan program penyuluhan. Dengan merujuk pada hasil identifikasi masalah, analisis permasalahan, literasi mitra, dan kebutuhan yang teridentifikasi, tahap ini melibatkan penyusunan jadwal dan konten yang spesifik untuk program penyuluhan, memberikan panduan yang tepat untuk menyikapi permasalahan yang ada.

b. Tahap Implementasi Program

Langkah-langkah dalam menjalankan program ini melibatkan konstruksi dan adaptasi sistem pemasaran online serta keuangan yang mengikuti standar akuntansi (Alma, 2016; Maulanal et al., 2022; Septinor, 2016; Sumarwan et al., 2011) (Hadita et al., 2021; Hamdah, 2018; Limanto et al., 2023). Kegiatan-kegiatan dalam tahap implementasi mencakup:

- 1) Konstruksi awal: Berdasarkan hasil analisis mitra, dilakukan kustomisasi dua modul utama sesuai rencana sebelumnya, yakni penyuluhan literasi keuangan meliputi harga pokok produksi, efisiensi penggunaan bahan baku, proses produksi yang efisien, dan pengendalian biaya overhead pabrik. Modul kedua melibatkan strategi pemasaran yang meliputi pengemasan produk yang higienis dan menarik, serta memanfaatkan media sosial dan online shop (Muharam et al., 2023).
- 2) Konstruksi akhir: Setelah setiap modul disesuaikan sepenuhnya dengan kebutuhan mitra terkait masalah pemasaran dan keuangan, dilakukan penyatuan modul-modul tersebut.
- 3) Penyuluhan: Dilakukan penyuluhan terkait penggunaan sistem untuk mendukung implementasi yang sukses. Selain itu, penyuluhan non-teknis seperti pengemasan produk dan pengaturan keuangan dilakukan untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai kedua aspek ini kepada mitra.
- 4) Pendampingan merupakan suatu proses yang melibatkan bimbingan intensif dalam menyusun dan mencatat setiap transaksi keuangan selama satu periode, khususnya selama satu bulan, dengan tujuan memastikan bahwa laporan keuangan yang dihasilkan memiliki tingkat akurasi yang optimal. Selain aspek keuangan, pendampingan juga merangkum aspek strategi pemasaran dan pengemasan produk, dengan fokus pada penjaminan bahwa teknik-teknik pemasaran telah diterapkan secara tepat. Pendampingan tidak hanya bertujuan untuk memberikan arahan, namun juga untuk memastikan bahwa mitra dapat secara mandiri dan berkelanjutan menjalankan sistem yang telah diimplementasikan. Proses ini memberikan dukungan holistik yang mencakup aspek keuangan, pemasaran, dan keberlanjutan bisnis secara keseluruhan.

c. Tahap observasi dan evaluasi

Melalui penggunaan catatan lapangan, Pemantauan dilakukan terhadap proses masuknya transaksi keuangan dan proses pengemasan produk oleh mitra sebagai titik fokus observasi. Selama proses ini, berbagai aspek diidentifikasi dan diperhatikan dengan cermat, termasuk pengenalan kendala-kendala, temuan kekurangan, serta analisis terhadap kelemahan-kelemahan yang timbul dalam penggunaan dan penyusunan setiap item. Observasi ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang proses tersebut, sehingga dapat diidentifikasi dan diatasi potensi masalah yang mungkin muncul. Dengan memahami dengan baik setiap tahapan dalam proses ini, mitra dapat diberikan bimbingan yang lebih efektif untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi dalam pengelolaan transaksi keuangan dan pengemasan produk diperlukan. (Limanto et al., 2023). Penilaian dilakukan terhadap mutu data yang diinput, serta kualitas hasil yang dihasilkan oleh sistem, bersamaan dengan mengevaluasi sejauh mana keluaran tersebut bermanfaat bagi mitra (Limanto et al., 2023). Inisiatif ini menghasilkan implementasi strategi pemasaran online melalui platform market place serta peningkatan literasi keuangan yang dapat dimanfaatkan secara optimal oleh mitra. Keberhasilan inisiatif ini tercermin dari pertumbuhan yang signifikan dalam jumlah konsumen, pengurangan risiko kehilangan jejak keuangan dari transaksi yang dilakukan, dan peningkatan kemudahan bagi mitra dalam mengambil keputusan berdasarkan informasi keuangan yang diperoleh. Dengan adanya penerapan strategi pemasaran online, mitra dapat menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan visibilitas produk, dan secara keseluruhan mencapai perkembangan positif dalam aspek pemasaran. Peningkatan literasi keuangan juga memberikan dampak positif dengan memberdayakan mitra dalam mengelola keuangan mereka dengan lebih bijak, mengurangi risiko, dan meningkatkan daya saing di pasar.

d. Tahap refleksi

Proses refleksi diterapkan terhadap pelaksanaan kegiatan dengan tujuan utama untuk mengidentifikasi aspek-aspek positif dan negatif dari setiap aktivitas yang telah dilakukan.

Pendekatan ini bertujuan untuk merumuskan rekomendasi yang berfokus pada keberlanjutan dan pengembangan optimal dari kegiatan-kegiatan mendatang.

b. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembuatan agar-agar rumput laut yang diproduksi oleh Bapak Entus diantaranya rumput laut dan powder agar-agar. Dalam satu hari produksi Bapak Entus menghabiskan kurang lebih 30 kg rumput laut dan 15 kg powder. Penggunaan 30 kg rumput laut dan 15 kg powder didasarkan pada kapasitas tungku pengolahan agar-agar dan jumlah pekerja yang tersedia, dari komposisi tersebut menghasilkan 20 kg agar-agar kertas. Proses pembuatan agar-agar kertas ini dari awal proses sampai jadi membutuhkan waktu sekitar 3-4 hari, ini disesuaikan dengan kondisi teriknya matahari. Kalau matahari bisa terik setiap hari maka akan semakin cepat proses pengeringannya dan kondisi sebaliknya.

Selama ini kebutuhan akan bahan baku utama yaitu rumput laut didatangkan dari Kota Surabaya, dikarenakan ketersediaan bahan dari desa setempat sangat kurang meskipun daerah pesisir pantai selatan dan keadaan ini juga mengakibatkan ongkos produksi dari pengiriman bahan juga sangat besar. Kondisi ini yang menyebabkan proses produksi terhambat karena ketersediaan bahan baku tidak selamanya lancar, salah satu solusi yang dilakukan adalah dengan mencari berbagai sumber penyuplai rumput laut dari berbagai kota dan pengarangin budidaya rumput laut.

Rumput laut yang dikatakan berkualitas apabila rumput laut tersebut diperoleh dari hasil budidaya di perairan yang tenang seperti di pesisir laut utara (Antari & Utama, 2019), berbeda dengan budidaya di perairan yang besar ombaknya yang notabene dari pesisir pantai selatan. Kualitas rumput laut ini akan menentukan kualitas dari agar-agar kertas yang diproduksi. Tentu saja dengan produk agar-agar kertas dan dodol agar-agar rumput laut ini berkualitas maka konsumen akan merasakan kepuasan. Dengan banyaknya konsumen yang puas tentunya harapan dari mitra adalah banyaknya pesanan agar-agar kertas dan dodol agar-agar rumput laut akan semakin meningkat dan imbasnya terhadap penghasilan profit akan meningkat pula.

Perencanaan pelaksanaan pengabdian ini diantaranya berupa:

1. Koordinasi internal tim pengabdian dan tim pelaksana untuk menjelaskan maksud dan tujuan dari kegiatan PKM
2. Melaksanakan survey langsung ke lokasi mitra untuk menjelaskan dan sosialisasi kegiatan PKM yang dimaksud. Menggali berbagai informasi dan permasalahan dengan melakukan wawancara terhadap mitra.
3. Analisis masalah yang muncul yang diolah berdasarkan hasil wawancara berupa pengetahuan tentang keuangan, pengemasan produk dan strategi pemasaran.
4. Merujuk pada analisa permasalahan yang muncul tim pengabdian menyusun berbagai kegiatan diantaranya penyuluhan harga pokok produksi, pengemasan produk dan strategi pemasaran.

Pelaksanaan penyuluhan yang pertama adalah mengenai permasalahan yang teridentifikasi dari mitra ialah bahwa proses pembukuan keuangan yang sangat jauh dari laporan keuangan yang semestinya, ini terbukti bahwa tidak adanya dokumen pencatatan transaksi keuangan perusahaan. Jelas kondisi ini mengakibatkan perusahaan tidak mampu mengidentifikasi arus kas masuk dan keluar. Akibat yang lain ialah perusahaan juga tidak mampu mengukur berapa laba bersih dari setiap aktivitas produksi. Untuk mengatasi permasalahan tersebut tim pelaksana pengabdian merencanakan kegiatan penyuluhan literasi keuangan khususnya pemahaman mitra terhadap harga pokok produksi. Dalam penyuluhan ini mitra diberikan pengetahuan dan pemahaman bagaimana menyusun biaya komponen produksi, penentuan harga pokok produksi dan tentunya mengukur seberapa besar peluang mendapatkan laba (Hadita et al., 2021; Hamdah, 2018; Putri et al., 2020).

Tahap yang dilakukan dalam memberikan solusi terhadap permasalahan dalam bidang keuangan khususnya kepada mitra adalah:

- a. Melakukan survei terlebih dahulu terhadap mitra yang dalam hal ini berperan dalam produksi dodol agar-agar dan agar-agar kertas.
- b. Mempersiapkan sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam proses pemecahan masalah dan solusi yang akan diberikan.
- c. Secara bertahap melakukan penyuluhan sesuai dengan proses alur perhitungan harga pokok produksi.

Langkah-langkah dalam menentukan harga produk melibatkan serangkaian tahap yang perlu diperhatikan secara seksama:

- 1) Tahap awal melibatkan pengetahuan mendalam tentang biaya bahan baku yang digunakan selama proses produksi. Ini mencakup evaluasi dan pemahaman menyeluruh terhadap biaya yang terkait dengan materi mentah yang digunakan dalam menciptakan produk.
- 2) Setelah mengetahui biaya bahan baku, tahap kedua melibatkan perhitungan biaya tenaga kerja langsung yang terkait secara langsung dengan proses produksi. Pemahaman yang jelas tentang biaya tenaga kerja ini menjadi kunci untuk menetapkan harga yang akurat.
- 3) Tahap berikutnya melibatkan perhitungan biaya overhead pabrik dari awal proses produksi hingga produk siap dijual. Biaya overhead pabrik mencakup aspek-aspek yang tidak langsung terkait dengan produksi, seperti biaya penyusutan peralatan dan utilitas.
- 4) Tahap terakhir mencakup identifikasi biaya administrasi dan pemasaran yang berkontribusi pada penetapan harga jual produk. Ini melibatkan pemahaman tentang biaya yang terlibat dalam mengelola dan memasarkan produk, yang kemudian diperhitungkan dalam menentukan harga jual yang kompetitif.



Gambar 5. Tim Pelaksana dan Mitra Peserta Berfoto bersama setelah Penyuluhan



Copyright: Akmala Hadita, Dida Farida Latipatul Hamdah, Husni Muharam, Deri Alan Kurniawan
Copyright: Akmala Hadita, Dida Farida Latipatul Hamdah, Husni Muharam, Deri Alan Kurniawan

Gambar 6. Narasumber memberikan materi Penyuluhan

Pelaksanaan kedua diantaranya dimana kurang menariknya kemasan produk yang selama ini dirasakan sendiri oleh mitra juga menjadi fokus utama tim pengabdian untuk melakukan penyuluhan dan pendampingan pembuatan kemasan yang lebih menarik. Berdasarkan diskusi dengan mitra sendiri dan memberikan contoh-contoh kemasan yang ditampilkan tim pengabdian, maka program kedua adalah merancang pembuatan kemasan yang lebih modern dan lebih disukai pasar. Pada kesempatan itu, penyuluhan yang diselenggarakan bagaimana kemasan ini selain menarik juga harus bisa menampilkan informasi tentang produk mulai dari komposisi, info gizi, info halal dan tentunya terdaftar di BPOM (Hadita, 2021; Muharam et al., 2022). Ditambah dengan bagaimana kemasan ini bisa membuat produk bisa lebih tahan banting jika dibawa bepergian jauh.

Permasalahan dalam bidang Pengemasan tahapan yang dilakukan adalah:

- Memberikan penyuluhan pengemasan hasil produksi agar lebih menarik dan tahan lama
- fase pertama yaitu pengenalan alat baru dan tata cara penggunaannya.
- Tahap selanjutnya yaitu pembuatan label dan posisi penempatan label yang tepat.

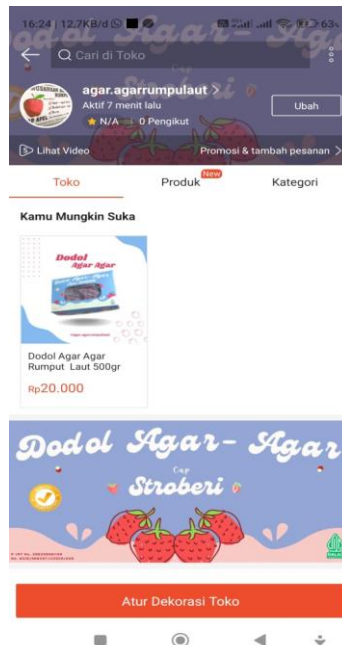


Gambar 7. Kemasan sebelum penyuluhan dan setelah penyuluhan

Pelaksanaan ketiga adalah penyuluhan yang dilandaskan pada teridentifikasinya dari mitra dimana masih belum berkembangnya atau belum adanya peningkatan dari sisi pemasaran karena selama ini pemasaran hanya sebatas melalui relasi pertemanan. Permintaan yang selalu sama dalam beberapa tahun bahkan kecenderungan adanya penurunan selama dan setelah covid-19 membuat mitra hidup segan mati tak mau. Berdasarkan hasil survey dan diskusi yang sangat panjang dengan mitra, tim pengabdian mencoba melaksanakan penyuluhan dan pemetaan strategi pemasaran diantaranya dengan menjangkau pasar yang lebih luas dengan membuat akun media sosial dan akun marketplace atau online shop (Widnyani et al., 2021). Tentunya harapan besar ketika pemasaran dengan menggunakan media digital, tetapi sebelum ke arah pembuatan akun tersebut tim pengabdian memberikan gambaran atau penjelasan terlebih dahulu mengenai apa itu pemasaran digital (Arifqi, 2021; Muharam et al., 2023). Mengingat mitra ini diisi oleh orang tua yang mungkin tidak terlalu melek teknologi, sehingga penyuluhan strategi pemasaran ini dilakukan dengan pendekatan yang penuh kehati-hatian. Tentunya tim pengabdian tidak terlalu memaksakan semua anggota mitra harus mahir, setidaknya bisa melibatkan generasi anaknya untuk bisa menjadi pengelola pemasaran ini.

Tahapan Penyuluhan dalam Strategi Pemasaran diantaranya:

- Memberikan penyuluhan strategi pemasaran berbasis online kepada mitra agar mampu menjangkau pasar baik pasar tradisional maupun modern.
- Tahap pertama yaitu pengenalan berbagai marketplace dan media sosial.
- Tahap kedua yaitu pembuatan akun/toko dari berbagai marketplace.
- Tahap selanjutnya yaitu pengiklanan akun/toko agar dapat dilihat oleh jangkauan luas.



Gambar 8. Akun Online Shop Shopee

Pendampingan diimplementasikan dengan tujuan untuk memverifikasi efektivitas penyuluhan dan memastikan bahwa penggunaan strategi pemasaran online telah sesuai dengan harapan, sambil memastikan bahwa UMKM dapat mandiri dalam melanjutkan penerapan pemasaran online. Dua metode pendampingan, yakni secara langsung dan online, diterapkan untuk mencapai tujuan tersebut. Pendampingan langsung dilaksanakan dalam periode 2-3 minggu setelah penyuluhan, sementara pendampingan online dilakukan melalui komunikasi aplikasi chat. Selama pendampingan, pengamatan dan evaluasi menunjukkan fokus pada beberapa aspek, termasuk kebiasaan UMKM yang masih kurang terampil dalam Sistem pencatatan keuangan sering dianggap sebagai suatu proses yang kompleks dengan berbagai tahapan, terutama dalam hal penentuan Harga Pokok Produksi (HPP). Untuk mengatasi kompleksitas tersebut, penjelasan tambahan disampaikan secara langsung kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan tujuan memastikan pemahaman yang lebih mendalam. Penjelasan ini mencakup serangkaian langkah-langkah yang diperlukan agar UMKM dapat menguasai dan melaksanakan dengan efektif setiap tahapan dalam sistem pencatatan keuangan, termasuk strategi untuk memastikan bahwa laporan keuangan yang dihasilkan memiliki akurasi dan relevansi yang optimal. Dengan pendekatan ini, diharapkan UMKM dapat mengatasi persepsi kompleksitas dan menerapkan sistem pencatatan keuangan dengan lebih percaya diri dan efisien yang dihasilkan sesuai dengan standar, memudahkan analisis. Hasil pendampingan menunjukkan peningkatan pemahaman mitra, sebagaimana tercermin dalam hasil kuesioner yang disediakan. Selain itu, ditemukan bahwa UMKM perlu lebih terbiasa dengan model pencatatan menggunakan sistem pembukuan standar, dan hal ini mengalami perbaikan seiring dengan peningkatan frekuensi penggunaan sistem pembukuan ini oleh mitra.

Tabel.1 Hasil Pre Test dan Post Test Penyuluhan

Pernyataan	Pre Test	Post Test	Kesimpulan
Pemahaman mengenai biaya bahan baku dan perhitungan harga pokok penjualan.	15%	70%	Naik
Pengetahuan komponen biaya yang termasuk dalam kategori biaya overhead pabrik.	15%	65%	Naik
Pengetahuan perbedaan biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.	15%	70%	Naik
Pemahaman biaya overhead pabrik yang harus diperhitungkan dalam harga pokok penjualan.	10%	75%	Naik

Tabel.2 Hasil Pre Test dan Post Test Pendampingan

Pernyataan	Pre Test	Post Test	Kesimpulan
Keterampilan dalam pemasaran produk.	25%	80%	Naik
Keterampilan membuat kemasan yang menarik.	30%	85%	Naik
Keterampilan dalam perhitungan harga pokok penjualan.	15%	70%	Naik
Keterampilan pengendalian persediaan bahan baku.	15%	65%	Naik

Dalam proses refleksi, tim pengabdian meminta umpan balik dari mitra terkait penyuluhan literasi keuangan dan penerapan Aplikasi Online Market Place. Pihak mitra menyampaikan bahwa penyuluhan literasi keuangan telah memberikan kontribusi positif, membantu dalam perhitungan HPP, serta mempermudah Melakukan pemantauan keuangan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran krusial dalam mengoptimalkan operasional bisnis. Keberhasilan dalam mengetahui Harga Pokok Produksi (HPP) suatu produk bukan hanya sekedar informasi, melainkan sebuah kunci penting yang memberikan keyakinan kepada UMKM dalam menetapkan harga jual yang kompetitif di pasar. Implementasi sistem keuangan yang terstandar tidak hanya menyediakan kerangka kerja yang jelas untuk mengelola keuangan, tetapi juga memberikan kemudahan yang signifikan bagi UMKM dalam pengambilan keputusan keuangan yang tepat. Di samping itu, kehadiran Online Market Place menjadi sebuah inovasi yang mendukung UMKM dalam merapikan administrasi transaksi penjualan dan pembelian secara efisien, membuka peluang lebih luas untuk pertumbuhan bisnis, dan meningkatkan visibilitas produk di pasar digital. Dengan demikian, integrasi pemantauan keuangan, implementasi sistem terstandar, dan pemanfaatan platform digital menjadi kombinasi strategis yang menguntungkan bagi perkembangan berkelanjutan UMKM, memudahkan manajemen kegiatan bisnis mereka secara keseluruhan.

SIMPULAN

Adanya pendampingan dan penyuluhan harga pokok produksi dan strategi pemasaran berbasis online yang dilakukan tim pengabdian kepada mitra UKM produsen Agar-agar Rumput Laut, menjadi harapan besar bagi para UKM produsen Agar-agar Rumput Laut khususnya Perusahaan Bapak Entus ditengah ketidakpastian ekonomi yang melanda hampir di seluruh tempat di dunia ini. Pandemi covid-19 dan setelahnya telah membuat sebagian besar pelaku UKM menjadi gulung tikar dikarenakan permintaan yang sangat berkurang. Kehadiran pendampingan dan penyuluhan ini tentunya geliat pelaku UKM Agar-agar Laut ini kembali hadir, dimana fokus kegiatan ini menekankan kepada pengelolaan keuangan perusahaan yang terstandar sehingga perusahaan mampu mengontrol kondisi keuangan baik pengeluaran maupun pemasukan.

Fokus kegiatan lain dari pengabdian ini yaitu bagaimana pengemasan produk dari agar-agar rumput laut ini yang sebelumnya hanya menggunakan plastik yang di stepler dengan label sederhana, berubah menjadi menggunakan kemasan dalam bentuk kardus yang minimalis, gambar yang lebih fresh dan tentunya memberikan info produk lebih detail.

Perhatian lain tentunya pengabdian ini diarahkan kepada bagaimana proses pemasaran yang lebih luas dari sebelumnya. Dimana area pemasaran agar-agar rumput laut ini hanya sebatas relasi pertemanan dan permintaan. Jangkauan pemasaran lebih luas ini diantaranya pemanfaatan media sosial dan pembuatan akun online shop dalam hal ini aplikasi shopee. Harapannya tentu penggunaan pemasaran digital dapat mendongkrak permintaan produk agar-agar rumput laut dan semakin mengenalkan lebih luas produk olahan berbahan rumput laut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan tulus dan penuh rasa syukur, kami ingin mengungkapkan Kami ingin menyampaikan rasa terima kasih yang besar kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi Kemendikbudristek atas dukungan finansial yang sangat berarti dalam mendukung proyek ini. Penghargaan dan terima kasih kami juga tak terhingga kepada Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat (LPKM) Universitas Garut yang turut serta berperan dalam kesuksesan proyek ini. Dukungan dan kerjasama dari kedua pihak ini menjadi pilar utama bagi keberhasilan pelaksanaan program, dan kami sangat menghargai kontribusi yang mereka berikan, yang turut serta dalam mendukung dan mewujudkan keberhasilan program ini. Semangat kolaborasi dan dukungan ini menjadi pilar utama bagi kelancaran dan kesuksesan langkah-langkah pengabdian kami, yang dengan tindakan nyata memberikan dukungan yang berarti, memainkan peran penting dalam kesuksesan pelaksanaan program pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. In *Bandung: CV Alfabeta*.
- Antari, N. K. N., & Utama, M. S. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Rumput Laut. *E-Jurnal EP Unud*, 8(1), 194. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/eep/article/view/42871>
- Arifqi, M. M. (2021). Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3(2), 192–205. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i2.311>
- Dewi, R. (2012). Potensi Sumberdaya Rumput Laut. *Jurnal Harpodon Borneo*, 5(2), 125–129.
- Hadita, A. (2021). Peningkatan Keterampilan Industri Rumah Tangga Bidang Pangan Kader UP2K PKK Kecamatan Bungbulang. *Padma*, 1(2), 153–161. <https://doi.org/10.56689/padma.v1i2.496>
- Hadita, A., Yusuf, R., & Darmawan, E. D. (2021). Metode Partisipatif Pada Pelatihan Financial Life Skills Untuk Meningkatkan Literasi Keuangan Pengajar Tridaya Group Bandung. *Sebatik*, 25(1), 188–194. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1266>
- Hamdah, D. F. L. (2018). *Jurnal Wacana Ekonomi Analisis Kinerja Keuangan dengan Menggunakan Metode Economic*.
- Hanifah, H. S., Muharam, H., & Kartiko, E. (2023). *Ekonomi Pembangunan Edisi Revisi* (H. Muharam (ed.); Edisi Revi). Universitas Garut. <https://uniga.ac.id/penerbit/index.php?page=buku&id=6>
- Hartanti, N. B. (2020). Pelatihan Kewirausahaan dalam Mengolah Rumput Laut menjadi Manisan dan Dodol pada Kelompok Belajar Sipatuo di LKP BBEC Bontang. *Learning Society: Jurnal CSR, Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 23–27.
- Limanto, S., Soesanto, D., & Prijambodo, B. (2023). *Peningkatan Kualitas Proses Bisnis pada Unit Usaha Kerupuk di Kecamatan Krembung Kabupaten Sidoarjo*. 26(3), 289–299.
- Maulana¹, R., Purnama, D. R., Utari, C. E., Sari, J., & Trimerani, R. (2022). *STRATEGI PEMASARAN PRODUK BAKSO KULIT PISANG*. 5(2), 113–121.
- Muharam, H. (2019). Orientasi Kewirausahaan dan Karakteristik Perusahaan terhadap Perkembangan Usaha (Studi pada Industri Kecil Bidang Agro dan Hasil Hutan di Kabupaten

- Garut). *Jurnal Wacana Ekonomi*, 18(2), 77.
- Muharam, H., Nuroni, A. M., & Swarastika, S. H. (2022). Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Ramen Gorilla Kabupaten Garut. *Jurnal Wacana Ekonomi*.
- Muharam, H., Susilawati, W., & Sarofah, S. (2023). Strategi pengembangan pada pasar tradisional guntur ciawitali garut. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 6(1), 85–94. <http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/kewirausahaan/article/view/1556>
- Priono, B. (2016). Budidaya Rumput Laut Dalam Upaya Peningkatan Industrialisasi Perikanan. *Media Akuakultur*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.15578/ma.8.1.2013.1-8>
- Putri, C. A., Hamdah, D. F. L., & Pansuri, C. H. (2020). Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Rotan Terhadap Kelancaran Proses Produksi Pada CV. Home Fashions Indonesia Cirebon. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 19(3), 167. <https://doi.org/10.52434/jwe.v19i3.1024>
- Septinor, B. (2016). Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Honda Pada Cv. Semoga Jaya Di Area Muara Wahau Kabupaten Kutai Timur. *EJournal Administrasi Bisnis*, 4(1), 116–127. [https://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/02/Jurnal Septi \(02-11-16-05-36-45\).pdf](https://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/02/Jurnal Septi (02-11-16-05-36-45).pdf)
- Suhendri. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran A&W Supermall Karawaci. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(2), 48. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i2.175>
- Sumarwan, U., Fachrodji, A., & Nursal, A. (2011). Pemasaran Strategik Perspektif Value-Based Marketing & Pengukuran Kinerja. IPB (Bogor Agricultural University).
- Widjaja, Y. R., & Rahmat, F. D. J. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Kampong Sawah Kabupaten Bandung. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan, Dan Akuntansi*, 9(1), 71–95.
- Widnyani, N. M., Astitiani, N. L. P. S., & Putri, B. C. L. (2021). Penerapan Transformasi Digital Pada Ukm Selama Pandemi Covid-19 Di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 79–87. <https://doi.org/10.38043/jimb.v6i1.3093>
- Wulansari, W., Fauziyah, D., Hidayat, T., & ... (2022). Perkembangan Industri Kreatif Di Kota Tasikmalaya Pada Era Digital. *Jurnal Industri Kreatif ...*, 5(2), 122–129. <http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/kewirausahaan/article/view/1313%0Ahttp://jurnal.usahid.ac.id/index.php/kewirausahaan/article/download/1313/641>