

Pelatihan Manajemen Keuangan dan Strategi Peningkatan Penjualan Produk Sambal TJS

Kris Suryowati¹, Rokhana Dwi Bakti², Yudi Setyawan³, Virginia Dawul⁴

^{1,2,3,4}Jurusan Statistika, Institut Sains dan Teknologi Akprind

e-mail: ¹suryowati@akprind.ac.id, ²rokhana@akprind.ac.id, ³setyawan@akprind.ac.id

Abstrak

Sambal TJS yang terletak di Dusun Tanjungsari Desa Sukoharjo, Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman salah satunya memiliki produk sambal TJS dengan tiga varian rasa 3 varian rasa, diantaranya rasa Original, Teri dan Pete. UMKM ini masih tergolong muda dalam artian baru berdiri pada pertengahan tahun 2023 pada saat petani cabe panen raya sehingga KWT cabe berinisiasi untuk memproduksi sambel supaya menaikkan nilai jual cabe dan meningkatkan ekonomi petani cabe. Oleh karena itu muncul permasalahan yang dihadapi diantaranya belum adanya manajemen keuangan yang memadai dan penjualan produk belum sesuai target. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan manajemen keuangan dan pelatihan strategi peningkatan penjualan produk sambal TJS. Target yang ingin dicapai yaitu dapat meningkatkan penjualan produk dan manajemen keuangan lebih baik. Metode yang digunakan dengan memberikan Pelatihan bagaimana menyusun keuangan sampai dengan pentuan harga produk dan desain kemasan yang menarik dengan rasa yang sesuai selera konsumen. Diharapkan setelah kegiatan ini berlangsung sehingga kepuasan konsumen meningkat yang akan berdampak pada peningkatan produk penjualan sambal TJS.

Kata Kunci: Sambal TJS, manajemen keuangan

Abstract

TJS chili sauce located in Tanjungsari, Sukoharjo Village, Ngaglik District, Sleman Regency has TJS chili sauce products with three flavors, including Original, Teri and Pete. This UMKM is still relatively young in the sense that it was only founded in mid-2023 when chili farmers had the big harvest, so KWT chilies took the initiative to produce chili sauce in order to increase the selling value of chilies and improve the economy of chili farmers. Therefore, problems arise, including the absence of adequate financial management and product sales not meeting targets. This community service program aims to provide financial management training and strategy training to increase sales of products of TJS chili products. The target to be achieved is to increase product sales and better financial management. The method used is to provide training on how to arrange finances to determine product prices and attractive packaging designs with flavors that suit consumer tastes. It is hoped that after this activity takes place, consumer satisfaction will increase which will have an impact on increasing sales of TJS chili products.

Keywords: *TJS chili sauce, financial management*

Pendahuluan

Dusun Tanjungsari merupakan sebuah wilayah yang terletak di Desa Sukoharjo, Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman. Dusun Tanjungsari memiliki potensi besar dalam sektor pertanian yang dapat dijadikan produk unggulan. Salah satu hasil pertanian yang dapat ditemukan di wilayah ini adalah cabai. Sebagian besar petani di dusun tersebut membudidayakan tanaman cabai. Hasil pertanian cabai biasanya langsung dijual ke pasar-pasar terdekat tanpa melalui proses pengolahan lebih lanjut. Hal ini dapat merugikan petani karena harga dapat turun drastis akibat dipengaruhi oleh musim, kendala lain dalam mengoptimalkan hasil cabai adalah sumber daya manusia yang belum mendukung, yaitu belum memiliki kemampuan mengolah produk dan memasarkannya. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, telah diterapkan Program Desa Wirausaha yang bertujuan untuk mengembangkan produk-produk dari hasil pertanian cabai guna meningkatkan perekonomian masyarakat Dusun Tanjungsari, Desa Sukoharjo.

Hasil olahan dari tanaman cabai tersebut adalah Sambal yang dikenal dengan merek Sambal Juara TJS. Sambal Juara TJS sendiri memiliki 3 varian rasa, diantaranya rasa Original, Teri dan Pete. Umumnya proses pengolahan sambal adalah cuci bersih cabai dan bahan lainnya, goreng cabai dan bawang, *chopper* semua bahan, masak selama 1 jam, koreksi rasa, proses pengemasan, dan dipasarkan. Setelah dilakukannya pemasaran pelaku usaha menerima banyak tanggapan positif dari pelanggan, serta beberapa masukan mengenai faktor-faktor yang perlu ditingkatkan agar pelanggan memiliki minat yang lebih tinggi dalam membeli produk Sambal Juara TJS dan mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Untuk mengetahui bagaimana meningkatkan membeli produk sambal TJS maka dilakukan analisis untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Oleh karena itu muncul permasalahan yang dihadapi diantaranya belum adanya manajemen keuangan yang memadai dan penjualan produk belum sesuai target. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan manajemen keuangan (Darsono, 2014) dan pelatihan strategi peningkatan penjualan produk, media sosial, pembuatan kemasan yang menarik dan peningkatan kualitas rasa pada produk sambal TJS (Fitriani, Ramdani, dan Maghriby, 2019). Target yang ingin dicapai yaitu dapat meningkatkan penjualan produk dan dapat mengelola keuangan lebih baik. Metode yang digunakan dengan memberikan Pelatihan bagaimana mengelola keuangan yang baik dan pelatihan media pemasaran, desain kemasan yang menarik dengan rasa yang sesuai selera konsumen. Diharapkan setelah kegiatan ini berlangsung sehingga kepuasan konsumen meningkat yang akan berdampak pada peningkatan produk penjualan sambal TJS dan mendapatkan strategi pemasaran (Tjiptono, 2015).

Penelitian dan Pengabdian sebelumnya yang terkait yaitu pelatihan strategi peningkatan penjualan produk dan pembuatan laporan keuangan sederhana pada Befo oleh Efi F, dkk 2019 [2] Pelatihan Strategi Pemasaran Produk Bagi Calon Wirausahawan Muda, oleh Perwitasari dan Rosalina (2021). Dan juga penelitian terkait riset pasar tentang kepuasan konsumen oleh Nurfadila dan Pramudita (2022)

dengan topik pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian Imon, Tumbel, dan Mandagie (2018) yang melakukan analisis faktor yang mempengaruhi keberhasilan dan kegagalan pada strategi pemasaran toko sepatu Payless Cabang MegaMall. Sukma, Sulistiyowati, dan Saidi (2017) yang memberikan pelatihan manajemen keuangan untuk meningkatkan kemampuan tenant dalam mengelola keuangan usaha. Pratiwi et al (2023) juga melakukan pelatihan dan potensi usaha buah nipah di daerah pesisir.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka pokok permasalahan dalam penelitian ini bagaimana pengelolaan keuangan yang memadai dan bagaimana strategi peningkatan produk pemasaran sambal TJS berdasarkan data kepuasan pelanggan.

Metode

Metodologi pelaksanaan pada pengabdian ini menggunakan proses pelatihan dan konsultasi dengan tahapan sebagai berikut

1. Tim berkunjung ke mitra untuk melakukan survey dan interview antara tim dengan mitra untuk mengetahui hambatan dan kendala yang dihadapi oleh mitra Sambal TJS.
2. Tim memberikan pemahaman terkait strategi peningkatan penjualan produk sambal TJS [5] berdasarkan media pemasaran, kemasan produk dan rasa dan juga memberikan pemahaman dalam menyusun laporan keuangan yang sederhana
3. Pelatihan metode strategi peningkatan penjualan produk melalui media pemasaran, kemasan dan variasi rasa agar sesuai dengan selera konsumen. Pelatihan ini dilaksanakan pada Oktober - November 2023.
4. Pelatihan manajemen keuangan, diberikan petunjuk singkat penyusunan laporan keuangan sederhana. Pelatihan ini dilaksanakan pada Oktober 2023.
5. Monitoring dan Evaluasi : pendampingan sampai terjadi peningkatan penjualan produk dan sampai mampu membuat laporan keuangan sederhana

Beberapa dokumentasi kegiatan yang dilakukan di rumah produksi pada Oktober-November 2023 disajikan pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Dokumentasi Pelatihan manajemen keuangan dan strategi peningkatan produk pemasaran

Hasil dan Pembahasan

Pada produk TJS utamanya yaitu kripik gadung dan sambal TJS dengan 3 varian rasa yaitu TJS sambal Teri, TJS sambal original serta TJS sambal Pete. Produk Sambal TJS seperti pada Gambar 2 diproduksi perdana pada Agustus 2023. Perlu banyak strategi yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas dan pasar.



Gambar 2. Produk Sambal TJS

Strategi pemasaran yang sebaiknya dilakukan oleh UMKM TJS dalam peningkatan penjualan yaitu

1. Mengenali Pelanggan

Dalam hal ini produsen harus mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen, dapat memberikan pelayanan yang baik. Dengan demikian pelanggan akan lebih loyal. Sehingga TJS harus mengenali pelanggannya dan mengetahui kebutuhan pelanggan tersebut. Berdasarkan reponden merupakan konsumen yang sudah membeli produk sambal TJS, terkait pelayanannya terhadap penjual diperoleh seperti pada Gambar 3. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden, yakni sekitar 72%, memberikan layanan baik terhadap penjual.



Gambar 3. Pelayanan penjualan sambal TJS

2. Pemilihan Lokasi Strategis

Lokasi yang strategis terkait dengan masalah pemilihan tempat, dalam hal ini misalkan membuat *outlet di supermarket*, bisa juga di pinggir jalan dimana lalu lalang orang sangat tinggi merupakan strategi dalam membidik pelanggan potensial. Maka,

diusahakan untuk memilih lokasi yang tepat, strategis, agar kesempatan bisnis tersebut untuk dapat diakses oleh pelanggan lebih terbuka. Sambal TJS saat ini belum memiliki outlet, masih proses survey lokasi yang cocok.

3. Menggunakan media sosial berupa internet marketing

Metode strategi pemasaran di era saat ini yang sedang gencar dilakukan melalui internet marketing, yaitu menampilkan produk usaha Sambal TJS situs jejaring sosial, sehingga mengetahui bagaimana selera konsumen dan apa yang mereka butuhkan. Semakin hari aktivitas jual beli melalui online shop semakin marak dilakukan. Konsumen cenderung ingin berbelanja dalam ruang yang terhindar dari keramaian, dan juga belanja dari tempat kerja dll. Produk usaha dapat ditampilkan di website, blog, facebook, dan situs lainnya, dengan memasang foto-foto yang sekiranya dapat menarik konsumen. Dan juga menggunakan internet marketing, dapat berinteraksi secara langsung dengan konsumen tanpa dibatasi ruang dan waktu. Sambal TJS setelah mendapatkan pelatihan media sosial untuk pemasaran, sehingga membuat akun di FB dan IG untuk pemasaran sambal TJS.



Gambar 4. Pemasaran sambal TJS di FB dan IG

4. Melakukan Promosi

Kegiatan promosi dilakukan secara rutin walaupun hanya skala kecil, karena dengan promosi maka akan terjadi penjualan yang kreatif supaya pelanggan tidak merasa bosan. Sehingga perlu disiapkan diri untuk membuat pelanggan lebih nyaman berbisnis. Pelanggan yang merasa puas dengan produk akan menjadi pelanggan loyal yang dapat menarik pelanggan baru. Contoh promosi untuk mengenal sambal TJS dilakukan melalui facebook dan juga Instagram

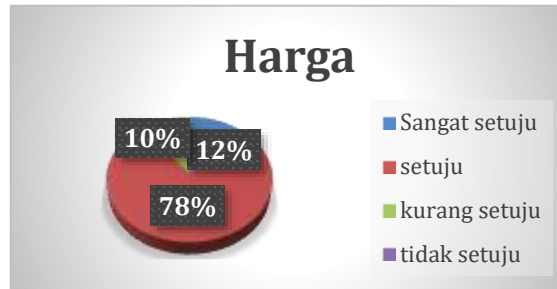
5. Menentukan Harga, bentuk kemasan dan rasa

Dalam menentukan harga yang sesuai untuk produk, memenuhi ketentuan yaitu harus dapat memberikan pengaruh yang baik bagi pembentukan dan pertumbuhan pasar, sedapat mungkin mencegah timbulnya persaingan harga dan menetapkan harga produk baru berdasarkan *skimming pricing*, *penetration pricing*, dan

initial pricing. Berikut harga produk yang ditawarkan Sambal TJS kemasan botol plastik, dengan berat 100 gr sebagai berikut,

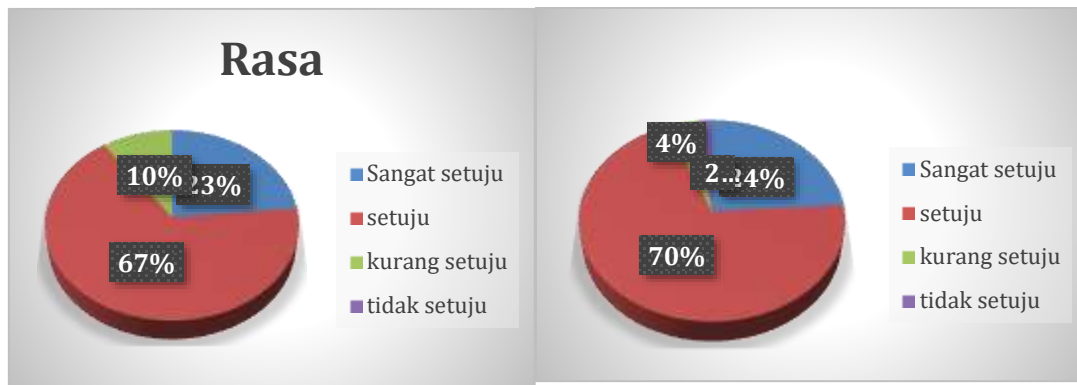
- A. TJS sambal original harga Rp. 20.000
- B. TJS sambal Teri harga Rp. 25.000
- C. TJS sambal Petai harga Rp. 22.000

Dalam hal penentuan harga, harga untuk Sambal TJS masih tergolong tidak mahal. Berdasarkan responden dari konsumen yang membeli produk sambal TJS menunjukkan 78%konsumen setuju dengan harga tersebut, lebih jelasnya ditampilkan dalam diagram berikut



Gambar 5 Hasil kuesener pelanggan terkait harga

Terkait dengan rasa sambal TJS, menunjukkan 67 % konsumen setuju dengan rasa sambal TJS. Dan bentuk kemasan sambal TJS yaitu 70% konsumen setuju . Diagram pie , disajikan pada Gambar 6.

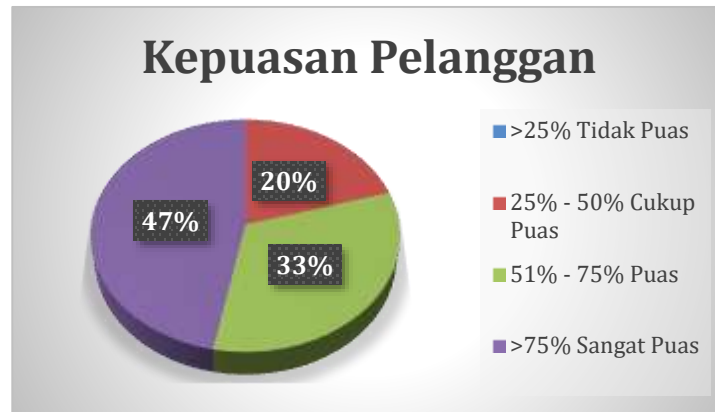


Gambar 6 Hasil kuesener pelanggan terkait rasa dan bentuk kemasan

Namun tekstur sambal yang belum memenuhi selera konsumen sehingga konsumen bisa saja membeli produk sambal yang lain yang sudah terkenal di Yogyakarta.

6. Menjalin Hubungan dengan Pelanggan

Di era saat ini, pelanggan tidak lagi hanya berhubungan dengan produsen atau perusahaan tetapi juga dengan sesama pelanggan lainnya. *Image* baik dan sudah melekat mungkin bisa tiba-tiba menjadi *Image* sangat buruk karena hal yang mungkin dianggap sepele. Oleh karena itu, menjalin hubungan yang baik dengan konsumen merupakan kunci terakhir yang harus dipegang untuk mencapai kesuksesan dalam berbisnis.



Gambar 7 Hasil kuesener pelanggan terkait kepuasan pelanggan

Berdasarkan pelaksanaan pelatihan manajemen keuangan, pencatatan laporan keuangan sederhana telah dibuat oleh TJS Sambal setelah diberikan pelatihan manajemen keuangan oleh tim. Sehingga pelatihan tersebut bermanfaat bagi TJS Sambal. Bentuk laporan keuangan secara sederhana yang dapat digunakan yaitu:

1. Pencatatan melalui metode cash basis,
2. Pencatatan khusus penjualan dan pembelian secara terpisah,
3. Pencatatan inventaris aset tetap atas usaha.
4. Pencatatan terhadap hutang-piutang terkait usaha.

Setelah tim melakukan kegiatan pendampingan dan pelatihan, luaran yang didapatkan adalah peserta dapat memahami mekanisme peningkatan penjualan produk Sambal TJS dan dapat membuat Laporan keuangan sederhana.

Simpulan

Kesimpulan dari kegiatan diatas adalah bahwa pengusaha Sambal TJS awalnya belum memahami cara untuk meningkatkan penjualan produk TJS dan juga belum memahami cara mengelola keuangan. Sehingga dengan adanya pelatihan pihak mitra dapat memahami cara untuk meningkatkan penjualan produk TJS dan juga dapat menyusun laporan keuangan sederhana. Melalui pengabdian ini, dapat memberikan solusi terhadap masalah tersebut dengan memberikan pelatihan. Disamping itu juga tim dapat memberikan solusi melalui layanan konsultasi pada pelatihan ataupun setelahnya sesuai kesepakatan waktu yang ditentukan. Berdasarkan hasil pengabdian dapat diketahui bahwa peningkatan penjualan dapat dilakukan melalui mengenali pelanggan, memilih Lokasi Strategis, menggunakan media Sosial, Melakukan Promosi, Penetapan Harga, kemasan, rasa dan teksture sambal yang sesuai, dan menjalin hubungan baik dengan pelanggan. Berdasarkan usaha yang dilakukan dari Produk TJS maka dapat disusun laporan keuangan secara sederhana.

Daftar Pustaka

- Darsono, A. (2014). Pedoman praktis memahami laporan keuangan. Yogyakarta: Andi, 109-138.
- Fitriani, E., Ramdani, D., & Maghriby, B. (2019). PELATIHAN STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK DAN PEMBUATAN LAPORAN KEUANGAN SEDERHANA PADA BEFO. *Jurnal Publika Pengabdian Masyarakat*, 1(01), 27-32.
- Imon, W., Tumbel, A., & Mandagie, Y. (2018). Analisis faktor yang mempengaruhi keberhasilan dan kegagalan pada strategi pemasaran toko sepatu payless cabang megamall. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3), 1308-1317
- Nurfadila, F., & Pramudita, A. S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT XYZ dengan Metode Analisis Regresi Logistik Ordinal. *Jurnal Logistik Bisnis*, 12(1), 93-104.
- Perwitasari, E., & Rosalina, V. (2021). Pelatihan Strategi Pemasaran Produk Bagi Calon Wirausahawan Muda Untuk Mahasiswa Semester Akhir Universitas Mathlaul Anwar, Pandeglang. *Jurnal Inovasi Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 133-140.
- Pratiwi, S. R., Rahmawati, M., Lestari, T. T., Kartini, K., Hatta, D., Utomo, M. N., & Waluyo, M. B. (2023). Pelatihan dan Potensi Usaha Buah Nipah di Daerah Pesisir. *BEGAWI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 21-29.
- Sukma, N. Q. N., Sulistiyowati, W., & Saidi, I. A. (2017). Pelatihan Manajemen Keuangan untuk Meningkatkan Kemampuan Tenant dalam Mengelola Keuangan Usahanya pada Program Iptek bagi Kewirausahaan di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
- Sulistya Rini Pratiwi, dkk, 2023, Pelatihan Dan Potensi Usaha Buah Nipah Di Daerah Pesisir, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung*, Vol. 1 No. 1 Tahun 202
- Tjiptono, Fandy. (2015). Strategi Pemasaran. Edisi 4. Yogyakarta: Andi