

Transformasi Produk “Madu Silvia”: Optimalisasi Pembukuan, Manajemen, dan *Branding* untuk Pertumbuhan Bisnis Berkelanjutan

Danang Satrio¹, Kharismatul Khasanah^{2*}, Rika Adriyana³,
Dina Amalia Mahmudah⁴, Rizki Silva Pinusa Aprihandarti⁵, Nila Fikriyah⁶

^{1, 3, 4, 5} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pekalongan

^{2, 6} Fakultas Farmasi, Universitas Pekalongan

* Corresponding Author: khaskharisma@gmail.com

Abstrak

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, Madu Silvia menghadapi tantangan untuk terus berkembang dan mempertahankan posisinya di pasar. Untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan, optimalisasi dalam manajemen usaha menjadi kunci yang sangat penting. Madu Silvia merupakan Unit usaha perorangan dibidang peternakan lebah madu hingga produk siap untuk dipasarkan. Permasalahan yang dihadapi yaitu kurangnya manajemen usaha lebah madu pasca panen. Oleh karena itu, dilakukan pelatihan pembukuan dan manajemen yang tepat guna meningkatkan efisiensi operasional Madu Silvia, serta peran strategis *branding* dalam memperkuat identitas produk di mata konsumen. Dengan penerapan pembukuan yang akurat, Madu Silvia dapat memonitor keuangan secara lebih baik, membuat keputusan bisnis yang tepat, dan mengurangi risiko kesalahan. Di sisi lain, pendampingan *branding* memberikan panduan untuk menciptakan citra yang kuat dan autentik, yang akan membantu produk Madu Silvia lebih dikenal, dipercaya, dan diminati di pasar. Hasil dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pemilik usaha Madu Silvia terhadap pentingnya pembukuan dan manajemen yang baik serta strategi *branding* yang efektif. Pemilik kini lebih mampu mengelola keuangan usaha secara mandiri, dan mengimplementasikan strategi *branding* yang sesuai dengan karakteristik produk mereka. Dengan kombinasi yang tepat antara pembukuan, manajemen, dan *branding*, Madu Silvia diharapkan dapat mencapai pertumbuhan yang lebih cepat dan berkelanjutan.

Kata Kunci: pelatihan pembukuan, manajemen usaha, *branding*, Madu Silvia, identitas produk

Pendahuluan

Madu Silvia adalah unit usaha peternakan lebah madu yang berbasis di Desa Kedawung, Kecamatan Banyuputih, dengan lokasi peternakan yang berpindah-pindah sesuai musim di berbagai wilayah seperti Wonosobo, Parakan, Candioto, Subah, Pati, Kudus, Jepara, dan Grobogan. Pemilik usaha bekerja sama dengan Perhutani untuk menggunakan lahan peternakan, yang memberikan manfaat khususnya dalam berbagi pengetahuan dan pengalaman dengan peternak lebah lainnya. Berdasarkan observasi yang dilakukan, usaha ini masih tergolong kecil dengan keterbatasan modal, akses ke pasar, dan teknologi.

<https://madaniya.biz.id/journals/contents/article/view/956>

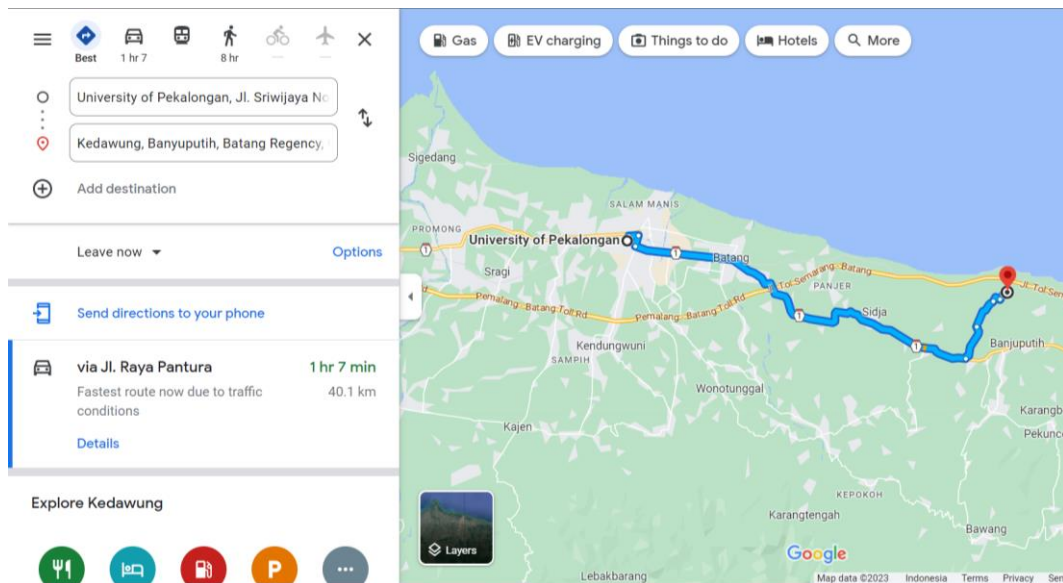
Kegiatan usaha madu silvia, tidak hanya perternakan madu, namun dilakukan produksi hingga pemasaran produk. Dalam produksi dalam sistem pembukuan akuntansi mencakup serangkaian kegiatan dan operasi yang berkaitan dengan pembuatan produk secara berkelanjutan. Jika sistem informasi yang digunakan tidak efektif, hal ini bisa menyebabkan masalah serius bagi pelaku usaha. Sistem informasi akuntansi sangat penting dalam siklus produksi karena membantu menyediakan data biaya yang akurat dan informasi waktu kerja yang jelas. Informasi ini digunakan oleh manajemen untuk membuat keputusan penting terkait perencanaan produk atau jasa, menghitung biaya produksi, serta merencanakan dan mengalokasikan sumber daya yang diperlukan. Selain itu, sistem ini juga membantu merencanakan, mengendalikan biaya produksi, dan mengevaluasi kinerja produktivitas (Fitriani & Hwihanus, 2023).

Sistem informasi akuntansi ini berkaitan dengan keuangan sebuah usaha, Mencatat transaksi keuangan adalah salah satu tugas penting dalam pencatatan bisnis. Namun, seringkali pembukuan ini diabaikan oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) karena keterbatasan pengetahuan dalam bidang akuntansi. UMKM sering kali lebih fokus pada strategi pemasaran daripada pada pembukuan yang rapi (Digdowiseiso, dan Ria, 2023) . Kendala utama yang dihadapi mitra madu silvia adalah kurangnya manajemen usaha yang efisien, pencatatan keuangan yang tidak terstruktur, serta *branding* yang belum kuat sehingga menyulitkan pengembangan bisnis. Berdasarkan Survei mayoritas UMKM yang termasuk dalam usaha mikro belum melakukan pencatatan dan pelaporan keuangan dikarenakan rumitnya sistem pembukuan sehingga sebagian besar pelaku usaha tidak memiliki pembukuan yang rapi (Sambodo, dkk., 2023). Oleh karena itu, diperlukan intervensi dalam bentuk pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan kapasitas manajerial dan pemasaran mereka.

Tujuan dari pengabdian ini yaitu Meningkatkan pemahaman dan keterampilan mitra usaha, terutama pemilik Madu Silvia, dalam hal pembukuan dan manajemen usaha yang baik; Memperkuat identitas merek Madu Silvia melalui strategi *branding* yang efektif, sehingga mampu bersaing lebih baik di pasar lokal maupun nasional; dan Mendorong pertumbuhan usaha Madu Silvia dengan menerapkan teknologi dan strategi pemasaran yang sesuai dengan perkembangan pasar modern.

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan yang dikembangkan pada program ini dengan Pendekatan *Participatory Rural Appraisal* (PRA) yang bertujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat untuk berperan dalam program ini (Muhsin dkk., 2018). Pendekatan *Participatory Rural Appraisal* (PRA) yang digunakan permasalahan lain yaitu masih kurangnya pengetahuan dan ketrampilan dalam pembukuan dan manajemen yang baik serta strategi *branding* yang efektif. Kegiatan penyelesaian permasalahan dilaksanakan secara bertahap dengan tim dosen yang terlibat adalah 3 orang dosen pelaksana dan 2 orang mahasiswa MBKM yang dilibatkan dan ada keterkaitan dengan IKU dan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada bulan Juli-Agustus 2023. Sasaran program ini yaitu pelaku usaha Produk Madu Silvia yang berlokasi di Desa Kedawung, Kecamatan Banyuputih, Kabupaten Batang dengan jarak tempuh sekitar 40,1 km dari Kampus Universitas Pekalongan (Gambar 1).



Gambar 1. Jarak Lokasi Mitra dengan Kampus Universitas Pekalongan

Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu:

1. Persiapan

Sebelum kegiatan dilaksanakan, dilakukan observasi melalui wawancara kepada mitra usaha madu silvia. Kegiatan ini dilakukan untuk memahami kondisi dari usaha mitra.

2. Pelatihan dan Pendampingan

Pelatihan Pembukuan dan Manajemen Usaha, Program ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang pentingnya pembukuan yang baik dan pengelolaan keuangan yang efisien. Pelatihan akan mencakup pembuatan laporan keuangan sederhana, pencatatan transaksi harian, hingga perencanaan keuangan jangka panjang.

Pendampingan *Branding* dan pemasaran, Program ini dirancang untuk membantu Madu Silvia memperkuat identitas merek, mulai dari desain logo, kemasan produk, hingga strategi pemasaran digital dan offline yang efektif. Pendampingan akan difokuskan pada penetapan positioning produk madu lokal dengan memanfaatkan keunikan proses produksi yang alami dan ramah lingkungan.

3. Evaluasi Program

Kegiatan ini dilakukan untuk mengevaluasi keberhasilan program melalui pengisian form kuisioner.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian ini diawali dengan persiapan terlebih dahulu yaitu melakukan kunjungan atau survey ke Lokasi mitra yang dilaksanakan pada 29 juli 2023. Koordinasi yang dilakukan dengan mitra ini dilakukan untuk persiapan/ sosialisasi program yang akan dilaksanakan. Tim pengabdian berjumlah 3 (tiga) orang dosen dan 2 (dua) orang mahasiswa melakukan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan pelaku usaha Madu Silvia.

Hasil dari FGD tersebut dirumuskan program yang akan diterapkan pada mitra dan penjadwalan program selama bulan Agustus 2023.

Pelatihan Pembukuan dan Manajemen Usaha

Usaha madu yang dilakukan oleh Madu Silvia dilakukan sendiri oleh pemilik dan keluarganya (Gambar 2). Sehingga pemilik dan keluarganya selain mengetahui proses budidaya lebah juga harus bisa mengelola bisnis usaha lebah madu dengan baik. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pemilik dan keluarga Madu Silvia dalam pengelolaan bisnis lebah madu. Sebelum pelatihan, proses pencatatan dan manajemen usaha belum terstruktur dengan baik, mengakibatkan kesulitan dalam evaluasi dan perencanaan bisnis. Selama pelatihan, mitra belajar tentang manajemen usaha terutama mengenai pencatatan pasca panen, perencanaan anggaran, dan pembuatan buku catatan harian/mingguan. Program pelatihan ini menggunakan Microsoft Excel dengan fitur PivotTable, yang mempermudah pembuatan neraca saldo dan laporan keuangan secara infografis.



Gambar 2. Pelatihan dalam melakukan pencatatan dan manajemen usaha

Dalam pelatihan pembukuan dan manajemen usaha ini mitra diberikan pemahaman mengenai pengenalan pembukuan usaha, pencatatan transaksi, perencanaan anggaran, pembuatan laporan keuangan, penggunaan teknologi dalam pembukuan, dan manajemen usaha.

Pengenalan Pembukuan Usaha

Pencatatan bahan baku perlu dilakukan untuk mengetahui banyaknya hasil madu dari pasca panen. Pembukuan dalam usaha mikro, kecil, dan menengah biasanya memerlukan sistem pembukuan yang sederhana, yang merupakan bagian dari praktik akuntansi yang lebih luas. Ini melibatkan pencatatan aliran kas, termasuk proses penerimaan pendapatan dan pengeluaran baik secara tunai maupun kredit. Pada dasarnya, pembukuan adalah proses perekaman atau pencatatan semua informasi terkait transaksi dan kegiatan keuangan dari suatu usaha. Hasil dari akuntansi ini berupa laporan keuangan, yang

memberikan informasi keuangan kepada pihak-pihak yang membutuhkannya (Sari & Al Mudzakir, 2023).

Pencatatan Transaksi

Pembukuan adalah proses mencatat transaksi keuangan secara kronologis dan sistematis untuk menandai terjadinya transaksi pada periode tersebut. Contoh pencatatan termasuk nota, kuitansi, dan faktur. Langkah selanjutnya adalah menulis transaksi dalam jurnal dan mempostingnya ke buku besar. Untuk pencatatan keuangan sederhana, hitung modal dan utang untuk membuat neraca awal, catat transaksi di buku kas, rekap akun, dan buat laporan keuangan sederhana (Marsyela dkk., 2023).

Perencanaan Anggaran

Anggaran adalah alat krusial untuk perencanaan dan pengendalian jangka pendek yang efektif dalam suatu organisasi. Biasanya, anggaran operasi mencakup periode satu tahun dan mencantumkan pendapatan serta biaya yang diperkirakan untuk tahun tersebut. Dengan adanya anggaran, manajemen dapat mengevaluasi efektivitas dan efisiensi operasi dengan membandingkan anggaran yang direncanakan dengan hasil aktual yang dicapai (Adnyana, 2020). *Budgeting* adalah proses perencanaan untuk pengadaan inventaris, yang dikenal sebagai penganggaran. Pembuatan anggaran pengeluaran bertujuan untuk memeriksa keseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran (Ellysa & Marheni, 2023).

Penganggaran dilakukan untuk menentukan prioritas pengeluaran dan mengidentifikasi hal-hal penting yang harus diprioritaskan, sehingga dapat mengurangi pengeluaran yang tidak perlu. Manfaat dari penganggaran meliputi kemampuan untuk mengendalikan uang yang dimiliki, fokus pada tujuan pengeluaran, menekan pengeluaran yang tidak perlu, lebih waspada terhadap tabungan dan utang, serta membantu menghemat biaya yang tidak terduga.

Pembuatan Laporan Keuangan

Laporan laba/rugi adalah laporan keuangan yang berfokus pada pemasukan dan pengeluaran selama periode tertentu. Laporan ini menyajikan informasi mengenai pendapatan dan beban untuk periode tersebut, dan dapat menggambarkan operasional perusahaan, efisiensi manajemen, serta area-area yang perlu perbaikan. Sebagai alat akuntansi, laporan ini dirancang untuk menentukan kondisi perusahaan mengalami keuntungan atau kerugian dengan membandingkan seluruh pendapatan dengan berbagai biaya. Manfaat dari laporan laba/rugi meliputi kemampuan untuk mengevaluasi pendapatan dan pengeluaran, menilai pengeluaran biaya, serta membuat keputusan strategis untuk masa depan (Ellysa & Marheni, 2023).

Penggunaan Teknologi dalam Pembukuan

Tim pengabdian merancang program sistem menggunakan Microsoft Excel berbasis Pivot untuk memudahkan pengguna dalam penarikan informasi secara infrografis seperti pada gambar 3. Dengan fitur PivotTable dari Excel, neraca saldo bisa disiapkan dalam waktu yang sangat singkat. Jika semua data dalam jurnal umum benar, neraca saldo yang dihasilkan juga pasti benar.



Gambar 3. Dashboard Microsoft Excel berbasis Pivot

Manajemen Usaha

Manajemen usaha adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya, termasuk manusia, keuangan, dan material, untuk mencapai tujuan bisnis yang telah ditetapkan. Pelatihan manajerial usaha memungkinkan pemilik UKM untuk mengelola bisnis mereka dengan lebih efisien, membuat keputusan yang tepat, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, dan menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Pelatihan ini juga membantu dalam perencanaan strategis, pemasaran, manajemen keuangan, dan inovasi produk, yang semuanya penting untuk mendorong pertumbuhan ekonomi (Ernayani dkk., 2023).

Pendampingan Branding

Branding merupakan aspek penting dalam komunikasi pemasaran untuk menanamkan citra positif produk di benak pelanggan. Program pendampingan *branding* berfokus pada pengemasan dan pemasaran produk madu. Peserta dilatih untuk mengemas madu dengan cara yang higienis dan menarik, serta memahami pentingnya *branding* untuk membedakan produk di pasar. Dalam proses pengemasan Madu Silvia juga menjadi sangat penting atau paling utama dan di kemas yang semenarik mungkin agar madu tersebut layak dan memiliki nilai jual yang tinggi. Pada sasaran pengabdian ini Madu Silvia dilatih melakukan proses mengemas dengan kemasan yang higienis dan menarik. Strategi desain kemasan yang efektif melibatkan beberapa aspek penting, antara lain: pemilihan warna yang tepat, memastikan desain kemasan sesuai dengan target pasar, dan menyediakan kemasan dalam berbagai ukuran. Selain itu, penting juga untuk menyertakan informasi yang lengkap pada label kemasan. Hal-hal ini berkontribusi pada daya tarik dan fungsionalitas kemasan, sehingga memenuhi kebutuhan konsumen secara optimal (Muhardono dkk., 2022). Kemasan memiliki beberapa fungsi penting dalam strategi pemasaran, antara lain: membantu konsumen mengenali merek produk dengan mudah, meningkatkan kepercayaan terhadap produk sebelum pembelian, dan memberikan daya tarik tambahan bagi pembeli (Anonim, 2024).

Pengemasan Madu Silvia merupakan langkah terakhir yang sangat penting agar madu yang dihasilkan memiliki daya jual yang tinggi. Pada pelaksanaan pengabdian ini, beberapa tahapan disampaikan:

- Tahap pertama, yaitu pengenalan materi atau pengetahuan kami beri contoh produk madu yang sudah ada di pasaran. Pada tahap ini, mitra dijelaskan seberapa penting

merek dan penggunaan merek untuk mengenalkan produk, ciri pembeda dari produk lain dan sebagai fitur penting yang menjadi asset yang mahal bagi entitas bisnis.

- b. Tahap kedua, yaitu penyampaian konsep dasar pemasaran secara umum dan implementasi konsep tersebut di pasar. Pada tahap ini peserta dijelaskan bagaimana konsep dasar pemasaran serta contoh perusahaan yang telah berhasil dalam menggunakan pemasaran profesional. Pada tahap ini juga disampaikan trend pemasaran, serta tips dan trik bagaimana membangun merek secara optimal dan baik.

Strategi *branding* yang akan ini dikembangkan dalam memasarkan produk Madu Silvia didukung dengan adanya media sosial yang berkembang pesat di kalangan masyarakat Indonesia secara luas. *Branding* produk dapat dilakukan melalui beberapa cara antara lain, membuat logo yang semenarik mungkin dan *iconic* serta jargon pendukung sehingga mudah diingat atau dihafal oleh kalangan masyarakat.



Gambar 4. Branding Sebelum (kiri) dan Sesudah Madu Silvia (Kanan)

Hasil evaluasi kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dari pelaku usaha terhadap pelatihan yang diberikan. Evaluasi dilakukan dengan cara bertanya langsung dan pengamatan terhadap mitra. Berdasarkan segi aspek Pemahaman dan Keterampilan: Setelah pelatihan, pelaku usaha Madu Silvia menunjukkan pemahaman yang lebih baik dalam hal pembukuan dan manajemen usaha. Evaluasi dilakukan melalui tes pemahaman dan praktik langsung menggunakan sistem baru yang diperkenalkan serta terlihat dari pengemasan produk Madu Silvia yang lebih menarik (Gambar 4) dan Higienis. Berdasarkan Penerapan sistem, setelah diberikan pelatihan penggunaan Microsoft Excel berbasis PivotTable telah diimplementasikan dengan baik. Data menunjukkan bahwa pembuatan laporan keuangan kini memakan waktu kurang dari setengah waktu sebelumnya, dengan tingkat akurasi laporan yang meningkat. Berdasarkan Penerapan Strategi *Branding* Penggunaan media sosial dan pembuatan logo baru telah meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk. Analisis media sosial menunjukkan peningkatan engagement dan pengikut baru.

Kesimpulan

Kegiatan pelatihan dan pendampingan telah memberikan dampak positif yang signifikan bagi Madu Silvia, meningkatkan efisiensi operasional dan daya tarik produk di pasar. Pemilik usaha kini memiliki keterampilan yang lebih baik dalam hal pembukuan,

manajemen, dan strategi *branding*, yang diharapkan dapat mendorong pertumbuhan serta memperkuat daya saing usaha mereka. Evaluasi menunjukkan adanya perbaikan yang signifikan dalam kedua aspek tersebut. Untuk memastikan keberlanjutan dan pengembangan lebih lanjut, disarankan untuk melanjutkan pelatihan secara berkala dan menyesuaikan dengan tren pemasaran terkini.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan banyak terima Kasih kepada Mitra Produk Silvia serta petani Madu di desa kedawung Kecamatan Banyuputih yang telah bersedia menjadi mitra pada kegiatan ini. Selain itu, juga terimakasih kepada KemenristekDikti telah memberikan dukungan terhadap keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Referensi

- Adnyana, I. M. (2020). *Penganggaran Perusahaan* (Melati, Ed.; 1 ed., Vol. 1). LPU-UNAS.
- Anonim. (2024). *Fungsi Kemasan dan Packaging pada Strategi Pemasaran Produk*. Digibook. <https://digibook.id/blog/fungsi-kemasan-pada-strategi-pemasaran/>
- Ellysa, C., & Marheni, D. K. (2023). Perencanaan Anggaran UMKM The Aroma. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(2.2), 1558–1568. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/601>
- Ernayani, R., Rakhmawati, E., Leuhery, F., Sari, S. H. P., & Djaniar, U. (2023). Pelatihan Manajemen Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi. *Communnity Development Journal*, 4(4), 8393–8397. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/cdj.v4i4>
- Fitriani, D., & Hwihanus. (2023). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Dalam Penerapan Siklus Produksi dan Pengendalian Internal untuk Meningkatkan Efektifitas Kinerja UMKM. *Jkpim:Jurnal Kajian dan Penalaran IlmuManajemen*, 1, 1. <https://jurnal.aksaraglobal.co.id/index.php/jkpim/article/view/47>
- Marsyela, M., Marpaung, D. P. Br., & Putri, S. R. (2023). Mengelola Keuangan Dan Sumber Daya Manusia Dalam Usaha Kecil. *Journal of International Multidisciplinary Research*, 1(2), 833–841.
- Muhardono, A., Satrio, D., Sa'adah, A., & Firmansyah, M. F. (2022). Peningkatan Kesejahteraan Kelompok Usaha “Wanita Telang Mandiri” Melalui Strategi Pemasaran Inovatif Produk Teh Bunga Telang. *JOMPA ABDI : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 176–187.
- Muhsin, A., Nafisah, L., & Siswanti, Y. (2018). *Participatory rural appraisal (PRA) for corporate social responsibility (CSR)* (Vol. 1). Deepublish.
- Ria, R., & Digdowiseiso, K. (2023). Pelatihan Pembukuan Sederhana Bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Jaticempaka Kota Bekasi. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 4(1), 633–641. <https://doi.org/10.46306/jabb.v4i1>

- Sambodo, B., Filicia, Pratama, N., Jaya, S., Maisyarah, S., & Amelia, S. (2023). Pentingnya Laporan Keuangan pada UMKM. *Community Development Journal*, 4(2), 4153–4157. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i2.15791>
- Sari, Y., & Al Mudzakir, T. (2023). Penerapan Pembukuan Sederhana Pada Pelaku UMKM Dodol di Desa Segarjaya. *Abdimajurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(2), 5284–5295. <https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/AJPM/article/view/4369>