



Strategi pengembangan dan implementasi perencanaan bisnis sanggar rias anggun pasca pandemi Covid-19

Antonius Matthew Arifine¹, Michael Darmaja², Kezia Taslim³, Han Surya Tandy⁴, Ni Made Ari Cahyani⁵, Melati Bunga Miarsono⁶, Kevin Nathanael⁷, Sonny Agustiawan⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8}Universitas Prasetya Mulya

¹antonius.arifin@student.pmsbe.ac.id, ²michael.darmaja@student.pmsbe.ac.id, ³kezia.taslim@student.pmsbe.ac.id,

⁴han.tandy@student.pmsbe.ac.id, ⁵ni.cahyani@student.pmsbe.ac.id, ⁶melati.miarsono@student.pmsbe.ac.id,

⁷kevin.nathanael@student.pmsbe.ac.id, ⁸sonny.agustiawan@pmsbe.ac.id

Info Artikel :

Diterima :

15 Juli 2022

Disetujui :

20 Juli 2022

Dipublikasikan :

25 Juli 2022

ABSTRAK

Pandemi covid-19 memberikan dampak yang signifikan terhadap keberlanjutan UMKM tak terkecuali pada industri tata rias dan dekorasi acara. Banyak kegiatan ditunda dan dibatasi pelaksanaannya yang menyebabkan terhambatnya perkembangan usaha pada industri ini. Hal tersebut secara tidak langsung merupakan faktor penyebab menurunnya pendapatan per tahun salah satu mitra *community development* 2022 'Sanggar Rias Anggun' yang mencapai 95%. Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan jenis data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi online serta data sekunder dari jurnal penelitian sebelumnya dan telaah literatur. Hasil dari kegiatan PKM ini adalah, pertama dari aspek operasional berhasil mengurangi HPP sebesar Rp9.906 atau 37.95% dari Rp26.105 menjadi Rp16.199, dan pengembangan skill mitra melalui pembelajaran 2 video make up setiap bulannya, Kedua, dari aspek SDM terbentuknya perhitungan durasi pelaksanaan jasa dan jumlah freelance yang dibutuhkan sesuai skema rundown pelaksanaan jasa. Ketiga dari aspek keuangan, total pendapatan mitra per Mei 2022 naik 132% dibandingkan dengan 2021 dengan target sales dapat tercapai 60%, terbentuknya template HPP/COGS dan target sales, Mitra mengerti dan memahami penggunaan aplikasi pencatatan digital BukuKas dan google sheet sebesar 80%. Keempat dari aspek pemasaran, meningkatkan brand awareness mitra melalui pengelolaan konten pada sosial media dan strategi pemasaran yang paling efektif untuk mitra adalah *word of mouth* melalui kolaborasi. Terakhir terbentuknya *Standard Operating Procedure* yang komprehensif dari semua aspek pengembangan.

Kata Kunci: Covid-19, operasional, keuangan, pemasaran, SDM

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has had a significant impact on the sustainability of UMKM, including the make-up and event decoration industry. Many activities have been postponed and their implementation limited, which has hampered business development in this industry. This is indirectly a factor causing the decline in annual income of one of the 2022 Community Development partners 'Sanggar Rias Anggun' which reaches 95%. This research method is qualitative research with primary data obtained through interviews and online observations as well as secondary data from previous research journals and literature review. The results of this PKM activity are, first from the operational aspect, it succeeded in reducing the HPP by Rp. 9,906 or 37.95% from Rp. 26,105 to Rp. 16,199, and developing partner skills through learning 2 makeup videos every month. Second from the HR aspect, calculation is formed. the duration of service implementation and the number of freelancers required according to the service implementation rundown schedule. Third, from the financial aspect, partners' total income as of May 2022 increased by 132% compared to 2021 with a sales target of 60% being achieved, the formation of HPP/COGS templates and sales targets. Partners understand and understand the use of the BukuKas digital reporting application and google sheets by 80%. Fourth, from the marketing aspect, increasing partner brand awareness through content management on social media and the most effective marketing strategy for partners is word of mouth through collaboration. Finally, the establishment of a comprehensive Standard Operating Procedure from all aspects of development.

Keywords: Covid-19, Finance, Human Resource, Marketing, Operations



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Arka Institute. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi Creative Commons Attribution NonCommercial 4.0 International License. (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Pandemi Covid - 19 membuat banyak orang kehilangan mata pencahariannya. Berdasarkan data International Labour Organization (ILO), tercatat sekitar 114 juta lapangan kerja di seluruh dunia hilang sejak pandemi Covid - 19. Oleh karena itu, banyak orang “*shifting*” menjadi pebisnis yang menyediakan produk ataupun jasa. Data dari Bank Indonesia menyatakan bahwa 87,5% masyarakat menjadi UMKM karena pandemi Covid-19. Dari data tersebut terdapat 12,5% responden yang tidak terkena dampak ekonomi dari pandemi Covid-19, bahkan 27,6% diantaranya mengalami peningkatan penjualan. Namun, dari total 6 sektor UMKM, hanya usaha masyarakat di bidang pertanian yang masih bertumbuh sebesar 16,7% pada Desember 2020. Sementara itu, industri pengolahan tumbuh sebesar 1,5%, konstruksi turun 17,9%, perdagangan turun 3,2%, real estate naik 13%, dan jasa kemasyarakatan meningkat 2%.

Pemerintah telah selalu mendukung UMKM dengan memberi berbagai bantuan. Bantuan yang diberikan oleh pemerintah seperti pelatihan, adanya subsidi bunga, dan lainnya. Menurut survei Badan Pusat Statistik tahun 2020, sekitar 69,02% UMKM mengalami kesulitan permodalan di awal pandemi Covid-19. Sementara, menurut Laporan Pengaduan ke Kemenkop UKM per Oktober 2020, sebanyak 39,22% UMKM mengalami kendala sulitnya permodalan selama pandemi Covid-19. Data tersebut menyatakan bahwa bantuan permodalan bagi UMKM adalah sebuah hal yang penting. Maka dari itu, pemerintah memberikan dukungan bagi UMKM dari sisi permodalan melalui program restrukturisasi kredit. Per 31 Juli 2021, tercatat terdapat lebih dari 3,59 juta UMKM telah memanfaatkan program ini dengan nilai sebesar Rp 285,17 triliun. Disisi lain, realisasi BPUM telah disalurkan kepada 12,8 juta usaha mikro dengan masing-masing nilai bantuan sebesar Rp1,2 juta. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan jiwa dagang dari setiap pesona dan juga peningkatan produk domestik bruto Nasional (Risnansih et al., 2020).

Sebagai salah satu bentuk kontribusi terhadap masyarakat, Universitas Prasetya Mulya juga ikut serta dalam membantu pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan UMKM melalui Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) yang bernama *Community Development atau Comdev*. Community Development merupakan program pengembangan usaha mitra yang wajib dilaksanakan oleh mahasiswa semester 6 Universitas Prasetya Mulya. Berbeda dari KKN Universitas lainnya, disini peneliti diberikan tanggung jawab untuk mendampingi dan membantu mengembangkan satu usaha kecil menengah masyarakat selama kurang lebih 6 bulan untuk setiap peneliti. Pada kesempatan kali ini, peneliti Builder 093 bertanggung jawab untuk mendampingi salah satu mitra usaha yang bernama Ibu Herni Risanti. Beliau merupakan pemilik dari usaha kecil menengah di bidang jasa tata rias dan dekorasi dengan *brand* Sanggar Rias Anggun.

Sebelum pandemi covid-19 melanda, usaha ini menjadi sumber penghasilan utama untuk kebutuhan rumah tangga mitra. Bahkan bila dibandingkan penghasilan per tahun antara 2018 dan 2021 sudah menurun sebesar 95%. Semenjak tahun 2019 usaha mitra dipindahkan ke rumah beliau karena kontrakan salon habis dan tidak ada biaya untuk sewa lagi dan saat itu juga beliau sedang membangun rumah. Meskipun sudah diberi plang di pinggir jalan yang mengarahkan usahanya, namun tetap saja mengalami penurunan. Selain lokasi yang tidak strategis, bertambahnya kompetitor lain juga menjadi salah satu penyebab menurunnya usaha mitra peneliti (Supriyatni & Nurjamil, 2021).

Dilansir dari heikamu.com, Sanggar Rias Anggun tidak termasuk kedalam 10 MuA Rias Pengantin Terbaik di Kuningan pada artikel yang diterbitkan pada tahun 2021. Hal ini mengindikasikan bahwa persaingan perias di Daerah Kuningan sangat kompetitif dan menjadi *concern* peneliti terkait keberlangsungan usaha mitra. Semakin banyak dan tingginya pesaing dalam industri ini juga menjadi faktor penurunan pendapatan usaha mitra peneliti. Menilik dari permasalahan tersebut, maka diperlukanlah Strategi Pengembangan dan Implementasi Perencanaan Bisnis Sanggar Rias Anggun Pasca Pandemi Covid-19 dengan fokus pengembangan yang terbagi kedalam 4 aspek yaitu *operation, marketing, dan, financing, dan Human Resource* agar mitra dapat tetap bisa bertahan dan bersaing pada industri ini (Setiawati, 2020).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian ini didasarkan dengan landasan teori melalui studi literatur yang dimanfaatkan untuk membantu penelitian agar sesuai dengan fakta di lapangan. Penelitian kualitatif ini mendapatkan data primer dari wawancara dan observasi dengan mitra usaha secara online melalui *Google Meet* dan *zoom meeting*.

Lokasi penelitian

Dikarenakan Pandemi COVID-19, hal ini menyebabkan penelitian ini dilakukan secara Online untuk melakukan wawancara dengan mitra usaha yaitu Ibu Herni Risanti yang berada di Jl Karang Anyar no 164, RT 04/03, Pasapen 3, Kuningan Timur 45511, dibantu dengan online platform seperti *Google Meet* dan *Zoom*. penelitian ini juga difasilitasi dengan bantuan program Community Development 2022 Universitas Prasetiya Mulya.

Jenis dan sumber data

Data primer merupakan data tangan pertama yang digabungkan dan dikumpulkan oleh peneliti sendiri dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan penelitian. Data primer yang didapat oleh peneliti adalah melalui wawancara dan observasi yang dilakukan secara online. Data Sekunder. Data sekunder adalah data yang diambil berdasarkan data yang sudah ada atau yang sudah diperoleh dari jurnal penelitian sebelumnya dan telaah literatur (Ermaya & Mujdalipah, 2019). Data sekunder dari penelitian ini merupakan data yang diambil melalui teknik analisis media, observasi, studi pustaka dan lainnya. Pada penelitian ini peneliti mengambil data sekunder untuk keperluan informasi mengenai keadaan UMKM saat pandemi COVID-19.

Teknik pengumpulan data

Saat melakukan penelitian ini, peneliti melakukan wawancara langsung kepada mitra usaha melalui platform online untuk mendapatkan data-data yang mendukung. Data-data tersebut terkait informasi usaha, data keuangan dan kehidupan mitra usaha itu sendiri dalam menjalankan usaha beliau. Selanjutnya metode dokumentasi. Teknik pengumpulan data dengan metode dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data kualitatif dengan cara menganalisis dokumen yang sudah dimiliki oleh mitra usaha (Irfani & Gunadi, 2021). Terdapat banyak informasi yang didapatkan dikarenakan fakta yang terdapat dalam bentuk dokumentasi. Terakhir metode observasi. Teknik pengumpulan data dengan metode observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan datang langsung kelapangan, namun dikarenakan comdev berjalan secara online maka data yang diperoleh bersumber dari observasi panggilan video atau kunjungan virtual di Sanggar Rias Anggun untuk mengetahui kondisi riil dari mitra usaha.

Tahapan Penelitian

Waktu pelaksanaan pendampingan berlangsung selama kurang lebih 6 bulan (Januari 2022 sampai Juni 2022) yang dibagi menjadi 3 tahap yaitu Studi Pendahuluan, Pendampingan intensif dan Pendampingan Lanjutan. Dalam tahap studi pendahuluan, peneliti mengidentifikasi usaha mitra Sanggar Rias Anggun terkait kajian awal mengenai gambaran dan alur bisnis usaha mitra, kemampuan kepemimpinan mitra, kolaborasi, kondisi lingkungan usaha dan industri, serta kendala yang dihadapi saat ini yang berlangsung selama Bulan Januari 2022. Setelah tahapan ini dilaksanakan kelompok kemudian membuat analisis SWOT untuk membantu proses penentuan strategi kedepannya.

Tahapan Penelitian

Waktu pelaksanaan pendampingan berlangsung selama kurang lebih 6 bulan (Januari 2022 sampai Juni 2022) yang dibagi menjadi 3 tahap yaitu Studi Pendahuluan, Pendampingan intensif dan Pendampingan Lanjutan. Dalam tahap studi pendahuluan, peneliti mengidentifikasi usaha mitra Sanggar Rias Anggun terkait kajian awal mengenai gambaran dan alur bisnis usaha mitra, kemampuan kepemimpinan mitra, kolaborasi, kondisi lingkungan usaha dan industri, serta kendala yang dihadapi saat ini yang berlangsung selama Bulan Januari 2022. Setelah tahapan ini dilaksanakan kelompok kemudian membuat analisis SWOT untuk membantu proses penentuan strategi kedepannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Divisi Keuangan

Berikut ini merupakan hasil pendapatan yang mitra berhasil peroleh selama pendampingan kegiatan Comdev 2022 dari Bulan Januari sampai Bulan Juni ini berlangsung.

No	Bulan	Jumlah Credit	Nominal	Channel Pendapatan	Target Tercapai/Tidak
1.	Januari	0	-	-	Tidak
2.	Februari	1	Rp 190.000	World of Mounth	Tidak
3.	Maret	5	Rp 1.350.000	World of Mounth (informasi dari teman mitra) Berkolaborasi membantu job merias. 4 klien make up untuk paket Rp 300.000 1 klien make up untuk paket Rp 150.000	33% Tercapai
4.	April	0	-	-	Tidak
5.	Mei	12	Rp 3.100.000	World of Mounth (informasi dari teman mitra) Berkolaborasi membantu job merias. 5 klien make up untuk paket Rp 300.000 2 klien make up untuk paket Rp 200.000 3 klien make up untuk paket Rp 250.000 (wisuda) 1 klien make up untuk paket Rp 500.000 1 klien make up untuk paket Rp 150.000 1 klien sewa kebaya + Beskop Rp 100.000 1 klien sewa kotak hantaran Rp 200.000	60% tercapai untuk make up biasa dan busana
Total		18	Rp 4.640.000		

Berdasarkan data dari tabel diatas, dapat diinterpretasikan bahwa dari bulan Januari hingga bulan Juni 2022, Sanggar Rias Anggun belum bisa memenuhi target penjualan yang telah disusun kelompok sebelumnya. Pada Bulan Januari tidak terdapat pelanggan satupun. Kemudian saat pendampingan intensif berlangsung selama bulan februari, mitra kami hanya mendapatkan pelanggan 1 orang saja yang menyewa baju pengantin. Barulah pada bulan Maret, mitra kami berhasil mendapatkan 5 pelanggan yang memakai jasa mitra kami untuk make up. Artinya 33% dari target sales yang telah disusun kelompok dapat terpenuhi meskipun tidak mendapatkan pelanggan dengan paket nikah 10-15 Juta. Sayangnya performa ini turun kembali pada bulan april dikarenakan bulan puasa. Meskipun pada bulan april mitra tidak mendapatkan pelanggan satupun, namun di bulan berikutnya yaitu Mei jumlah pelanggan mengalami kenaikan yang sangat signifikan. Mitra berhasil mendapatkan sebanyak 12 orang pelanggan dalam sebulan meskipun beliau mendapatkannya dengan menjadi asisten make up/ freelance dengan pencapaian target sales sebesar 60%.

Kemudian apabila kita bandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, total pendapatan per akhir mei Sanggar Rias Anggun telah melebihi perolehan pada tahun sebelumnya yaitu 2021 yang hanya memperoleh pendapatan sebesar Rp 2 Juta rupiah dibandingkan pendapatan 2022 sementara per bulan Mei sebesar Rp 4,64 Juta naik sebesar 132%. Meskipun tetap lebih rendah daripada total pendapatan yang diterima pada periode 2018-2020 yang ditunjukkan pada gambar 1 grafik dibawah.



Gambar 1 Grafik Penghasilan Sanggar Rias anggun Periode 2018 - 2022

Sumber : (Dokumentasi Pribadi)

Apabila kita analisis menggunakan analisis komparatif, maka pada bulan mei telah mencapai kenaikan sebesar 130% jika dibandingkan dengan bulan april yang turun hingga 100%. Adapun grafik hasil analisis komparatif ditunjukkan pada gambar 2 berikut ini.



Gambar 2 Grafik Comparative Analysis Total Pendapatan Sanggar Rias Anggun
Sumber : (Dokumentasi Pribadi)



Gambar 3 Grafik jumlah Pelanggan Sanggar Rias Anggun per Tahun
Sumber : (Dokumentasi Pribadi)

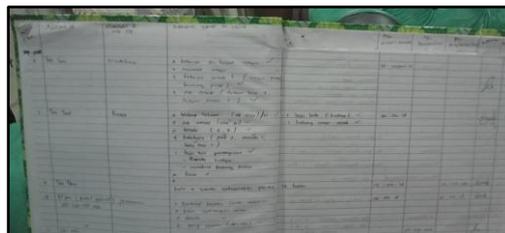
Dalam realisasi target kelompok telah melakukan strategi-strategi yang telah dirancang untuk mewujudkan goal tersebut. Namun dalam prakteknya tidak semudah yang dibayangkan. Terdapat kendala baik karena faktor waktu, adaptasi pengetahuan baru, jaringan, dan lainnya. Berikut ini akan dijabarkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh divisi keuangan dari bulan Januari hingga Mei selama proses pendampingan Comdev 2022 berlangsung.

Pada bulan Januari kelompok difokuskan untuk pengenalan mitra yang lebih dalam baik dari memahami proses bisnis mitra, mengetahui kendala yang sedang dihadapi saat ini, risiko bisnis yang tengah dihadapi mitra dan lainnya yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan potensi usaha mitra agar dapat merumuskan program pengembangan dan strategi yang akan dilakukan untuk pengembangan usaha mitra. Dari aspek keuangan, dikarenakan mitra kami belum pernah membuat laporan keuangan yang tersusun secara sistematis, maka kelompok telah membuat laporan keuangan awal periode 2022 pada bulan januari untuk dijadikan dasar laporan untuk periode bulan berikutnya.

Meningkatkan pengetahuan mitra terkait Financial Management system pada bisnisnya.

Perlu diketahui pada bulan januari tidak ada pendapatan usaha yang masuk dan laporan ini. Namun sebelum itu, akan ditunjukkan beberapa dokumentasi pencatatan kondisi mitra sebelum dan sesudah pendampingan intensif. Kondisi pencatatan pengeluaran dan pendapatan **sebelum pendampingan**, tidak terdapat laporan keuangan :

SEBELUM



Gambar 4 Pencatatan Mitra Sebelum Pendampingan
Sumber : (Dokumentasi Pribadi)

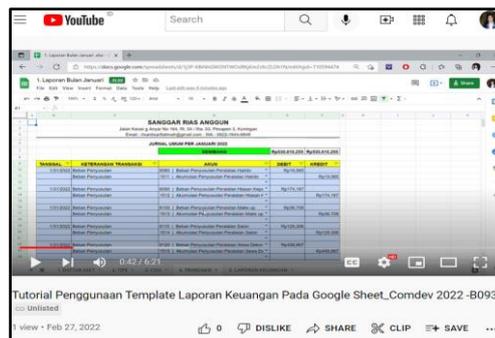
Kondisi pencatatan dan pengeluaran pendapatan sesudah pendampingan, sudah terdapat pencatatan digital melalui buku kas dan pembuatan jurnal pada google sheet sebagai dasar pembuatan laporan keuangan :

SESUDAH

SANGGAR RIAS ANGGUN				
Jalan Karang Anyar No 164, Rt. 04 / Rw. 03, Perseben 3, Kuningan				
Email : risantiarifalimah@gmail.com - WA : 0822-1644-6848				
JURNAL UMUM PER JANUARI 2022				Rp530.610.295
TANGGAL	KETERANGAN TRANSAKSI	AKUN	DEBIT	KREDIT
1/31/2022	Beban Penyusutan	6980 Beban Penyusutan Peralatan Haerd	Rp19.565	
	Beban Penyusutan	1511 Akumulasi Penyusutan Peralatan Haerd		Rp19.565
1/31/2022	Beban Penyusutan	6980 Beban Penyusutan Peralatan Hsasan Kaps	Rp174.167	
	Beban Penyusutan	1512 Akumulasi Penyusutan Peralatan Hsasan Kaps		Rp174.167
1/31/2022	Beban Penyusutan	6100 Beban Penyusutan Peralatan Make up	Rp30.708	
	Beban Penyusutan	1513 Akumulasi Penyusutan Peralatan Make up		Rp30.708
1/31/2022	Beban Penyusutan	6110 Beban Penyusutan Peralatan Ssaton	Rp129.306	
	Beban Penyusutan	1514 Akumulasi Penyusutan Peralatan Ssaton		Rp129.306

Gambar 5 Penjurnalan Mitra Setelah Pendampingan

Gambar 6 Laporan Keuangan Mitra Setelah Pendampingan
Sumber : (Dokumentasi Pribadi)



Gambar 7 Video tutorial Penggunaan Template Laporan Keuangan
Sumber : (Dokumentasi Pribadi)

Setelah tools atau peralatan untuk menunjang pengetahuan mitra terkait kondisi bisnisnya, Kelompok telah membentuk SOP keuangan yang menjelaskan sistem pencatatan dan pelaporan berbasis digital serta cara membaca laporan keuangan yang detail dan mudah dimengerti untuk mengetahui kondisi usaha terkini. Panduan penggunaan google sheet untuk membaca laporan keuangan, sistem pencatatan dan pelaporan yang sistematis yang dibuat dalam 2 minggu. Untuk target ini kelompok sudah membuat pencatatan laporan keuangan yang sistematis. Kelompok juga sudah mengajarkan kepada mitra bagaimana untuk menggunakan template yang sudah digunakan, namun dikarenakan ini merupakan hal yang baru maka dari itu mitra masih sedikit mengalami kesulitan untuk mengoperasikan template keuangan ini. Solusinya adalah kelompok menyediakan video tutorial yang sudah dibagikan kepada mitra sehingga jika mitra merasa kesulitan atau merasa lupa apa yang harus dilakukan, mitra dapat melihat video tutorial yang sudah disediakan. Di sisi lain kelompok juga akan terus mengingatkan mitra selama seminggu sekali untuk mengisi template keuangan jadi tidak ada yang tidak tercatat untuk pengeluaran dan pemasukan. Rencana kedepannya adalah untuk terus memastikan mitra mencatat pengeluaran dan pendapatan setiap bulannya dengan cara mengingatkan setidaknya seminggu sekali, dan memastikan mitra memahami cara mengoperasikan template keuangan.

Melalui template yang telah dibuat dengan data-data yang telah dikumpulkan dan diverifikasi oleh mitra, Kelompok menganalisa data keuangan yang sudah diperoleh selama pendampingan intensif. Dengan mengetahui pendapatan dan pengeluaran mitra pada tahun 2018-2021 sehingga mitra mengetahui kondisi keuangan untuk saat ini. Setelah menganalisa kondisi keuangan mitra cukup buruk

dimana terdapat penurunan pendapatan sebesar 95% dari tahun 2020 ke tahun 2021. Mitra tidak ada kendala untuk mengetahui kondisi keuangan mitra saat ini. Untuk kedepannya, dengan terupdatenya pemasukan dan pengeluaran perbulan yang sudah terorganisir, kelompok lebih mudah untuk mengetahui dan menganalisa kondisi keuangan mitra. Kelompok memiliki harapan untuk mitra mengalami kenaikan penjualan sebesar 30% untuk setiap bulannya. Baik mitra maupun kelompok mengetahui total pendapatan serta pengeluaran pada tahun 2018-2021 untuk data sebelum dan sesudah covid-19 yang tersaji dalam grafik.



Gambar 8 Grafik Perbandingan Total Pendapatan dan Pengeluaran Mitra
Sumber : (Dokumentasi Pribadi)

Mengetahui Book Value dari Aset Mitra

Sebelum mengikuti kegiatan Comdev 2022, kondisi pencatatan keuangan mitra masih manual dan juga tidak teratur. Selain itu tidak terdapat jurnal dan data rekapan lengkap terkait aset-aset mitra. Kelompok telah berhasil untuk membuat daftar aset-aset yang dimiliki dan mengelompokkannya ke dalam akun aset lancar dan tidak lancar beserta tahun beli sebagai landasan untuk pembuatan laporan keuangan yang lebih relevan. Ditunjukkan pada gambar berikut ini.

SESUDAH

No	Nama Aset	Kategori	Jumlah	Harga satuan	Total Harga	Tahun	Masa Pakai	Residual Value	Depresiasi / Tahun	Tahun 2021	Akumulasi
	Bendo	Peralatan	30	Rp2,700	Rp81,000	2018	60	Rp1,350	Rp1,350	2021	Rp48,000
	Maki Dryer	Peralatan	3	Rp27,000	Rp81,000	2018	96	Rp2,100	Rp2,100	2021	Rp48,000
	Gasolien	Peralatan	2	Rp13,500	Rp27,000	2018	96	Rp1,111	Rp1,111	2021	Rp14,400
	Gunting	Peralatan	2	Rp400,000	Rp800,000	2018	72	Rp11,111	Rp11,111	2021	Rp480,000
	Sisir	Peralatan	3	Rp45,000	Rp135,000	2018	144	Rp1,042	Rp1,042	2021	Rp45,000
				Rp1,485,000				Rp15,965		2021	Rp704,400
	Masakan Kepala	Peralatan	15	Rp1,000,000	Rp15,000,000	2018	120	Rp125,000	Rp125,000	2021	Rp4,500,000
	Mesinora	Peralatan	3	Rp5,000,000	Rp15,000,000	2018	120	Rp1,111	Rp1,111	2021	Rp3,333,000
	Biangkron Nihah	Peralatan	15	Rp180,000	Rp2,700,000	2018	120	Rp22,500	Rp22,500	2021	Rp810,000
	Biangkron Bawa	Peralatan	100	Rp22,000	Rp2,200,000	2017	120	Rp18,333	Rp18,333	2021	Rp680,000
				Rp30,900,000				Rp174,182		2021	Rp4,900,000
	Kaki pipit	Peralatan Make	1	Rp500,000	Rp500,000	2018	72	Rp6,944	Rp6,944	2021	Rp250,000
	Tim Beauty	Peralatan Make	3	Rp1,450,000	Rp4,350,000	2018	96	Rp45,175	Rp45,175	2021	Rp171,250
	Kuas Make up	Peralatan Make	2	Rp150,000	Rp300,000	2018	120	Rp2,500	Rp2,500	2021	Rp150,000
	Kuas	Peralatan Make	1	Rp375,000	Rp375,000	2018	72	Rp5,208	Rp5,208	2021	Rp187,500
	Ropak	Peralatan Make	2	Rp500,000	Rp1,000,000	2018	240	Rp4,171	Rp4,171	2021	Rp15,000
	Kuas	Peralatan Make	1	Rp485,000	Rp485,000	2018	72	Rp6,736	Rp6,736	2021	Rp242,500
	Pemangki Bulu	Peralatan Make	2	Rp55,000	Rp110,000	2018	240	Rp457	Rp457	2021	Rp44,000

Gambar 9 Tabel Data Rekap Aset Mitra
Sumber : (Dokumentasi Pribadi)

Kemudian kelompok mengelompokkan semua aset habis pakai kedalam perlengkapan, contohnya perlengkapan hairdo, make up, dan nikah. Sedangkan untuk aset equipment atau peralatan yang menunjang kegiatan operasional mitra seperti peralatan yang digunakan untuk merias wajah rambut, peralatan salon, tempat penyimpanan kami kategorikan sebagai aset tidak lancar. Template daftar aset beserta perhitungan depresiasi menggunakan metode garis lurus sesuai dengan aturan standar akuntansi. Dengan ini diharapkan mitra mengetahui berapa jangka penggunaan aset-aset yang sudah ada dan komponen biaya overhead yang harus diakui mitra setiap akhir bulan pelaporan keuangan.

Mengetahui Profit Margin pada setiap paket jasa rias milik mitra

Sebelumnya mitra tidak mengetahui berapa persentase keuntungan dari tiap-tiap produk jasa yang beliau tawarkan. Maka dari itu, perhitungan HPP/ COGS dilakukan secara teliti dengan mengkategorikan biaya- biaya yang termasuk ke dalam fix cost dan variable cost setiap paket rias serta biaya overhead guna menghasilkan template perhitungan HPP yang akurat yang dikerjakan dalam waktu 2 minggu selama pendampingan intensif. Kelompok juga telah menyampaikan hasil perhitungan kepada mitra untuk mendapatkan persetujuan mitra. Setelah kelompok mengetahui COGS per produk, maka dapat ditentukan persentase profit margin yang didapat dari setiap paket rias yang ditawarkan mitra agar harga jual dapat bersaing dengan kompetitor mitra. Selain itu dengan mengetahui HPP/ COGS ini dapat membantu kelompok dan mitra menentukan target sales untuk 1

tahun kedepan. Berikut ini merupakan dasar perhitungan HPP/COGS produk dengan profit marginnya.

Jenis Package	No	Rincian Harga Paket	Harga	Harga Satuan
Paket Dasar (Basic Package)				
	1	Makeup pengantin dan hijab/tanggul	Rp1.000.000	
	2	Busana pengantin 3 set (1 untuk akad dan 2 untuk resepsi)	Rp2.100.000	Rp700.000
	3	Busana, Makeup dan hijab/tanggul orang tua kedua belah pihak	Rp1.000.000	Rp500.000
	4	Busana dan rias pagar ayu 2 orang	Rp500.000	Rp250.000
	5	Dekorasi palaminan 6 m dan taman, dekorasi kamar pengantin, tempat uang, gapura		
	7	Pendataan Tapak Peresmian	Rp3.000.000	
	8	Penataan Tapak Maje Penerima Tamu		
	9	2 buah tempat uang		
	10	Gapura pintu gerbang		
	11	Upacara Adat + Kidung	Rp250.000	
		Total	Rp7.250.000	
		Keuntungan	Rp2.150.000	
		Persentase Keuntungan	21,50%	

Gambar 10 Perhitungan Persentase Profit Margin
Sumber : (Dokumentasi Pribadi)

Target sales yang terukur setiap bulannya

Untuk mencapai tujuan ini, kelompok telah membuat target sales dengan 3 kategori yaitu *realistic*, *optimistic* dan *pessimistic*. Dalam proses penerapannya kelompok telah menyesuaikan target sales sebanyak dua kali menyesuaikan dengan kondisi per bulannya yang dihadapi mitra. Berikut ini merupakan target sales dari awal hingga per akhir mei.

Tabel 4 Target Sales Februari

Case	Client	Per Bln	Makeup Pendapatan	Client (1 Thn)	Wedding Pendapatan	Total Client	Total Pendapatan 2022	Paket
Target sales 1 Pessimistic	54	5	Rp 13.500.000	8	Rp 80.000.000	62	Rp 93.500.000	10 juta
Target sales 2 Realistic	52	5	Rp 13.000.000	5	Rp 75.000.000	57	Rp 88.000.000	15 juta
Target Sales 3 Optimistic	19	2	Rp 4.750.000	10	Rp 100.000.000	29	Rp 104.750.000	10 juta

Kelompok optimis dalam mencapai target sales 3 dimana setiap bulannya dari february-desember 2020, setidaknya mitra mendapat 2 klien untuk make up yang harganya Rp 250.000 dan 10 klien wedding paket 10 jt sepanjang 2022. Namun berdasarkan perkembangan selama bulan april, mitra hanya mendapatkan 1 klien dengan pendapatan usaha sewa pakaian pernikahan. Maka dari itu kelompok belum mencapai target sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya. Sehingga untuk rencana bulan maret, kelompok perlu menyesuaikan target sales dengan opsi dari pendapatan-pendapatan lainnya tidak hanya melalui jasa make up. Untuk itu adapun target sales yang terbaru untuk bulan maret kelompok harapkan dapat tercapai setidaknya 50% untuk pendapatan usaha di luar paket wedding. Berikut ini merupakan revisi target sales untuk bulan Maret.

Tabel 5 Target Sales Maret

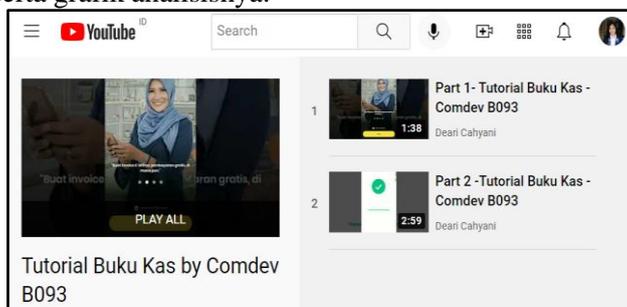
Case	Keterangan	Client	Per Bulan	Pendapatan
Target Sales 1 Optimistic	Makeup + Hairdo	36	3	Rp 6.103.383
	Makeup+ Busana	9	1	Rp 19.143.754
	Wedding 10 Juta	9	1	Rp 30.402.029
Target Sales 2 Pessimistic	Makeup + Hairdo	126	14	Rp 21.361.842
Target Sales 3 Realistic	Makeup+ Busana	18	2	Rp 34.183.169
Target Sales 3 Realistic	Wedding 10 Juta	9	1	Rp 30.402.029

Penjualan pada bulan maret untuk produk jasa make up tidak dapat mencapai target 100% hanya 33% saja dimana mitra berhasil mendapatkan total 5 client, 4 client dari ajakan teman dan 1 client melalui mitra langsung. Meskipun demikian, mitra kami menggunakan seluruh penghasilannya untuk pemenuhan kebutuhan hidup yang memang secara akuntansi tidak dapat digabungkan dengan kegiatan usaha. Target bulan maret masih kelompok gunakan untuk bulan april. Namun sayangnya pada bulan tersebut mitra tidak mendapatkan pelanggan akibat bulan puasa. Maka dari itu target sales

masih digunakan untuk bulan Mei. Bulan mei menjadi bulan dengan perolehan pelanggan yang paling banyak yaitu 12 orang meskipun hanya memenuhi 60% dari target awal.

Pemanfaatan teknologi pada proses pencatatan dan pelaporan keuangan secara digital

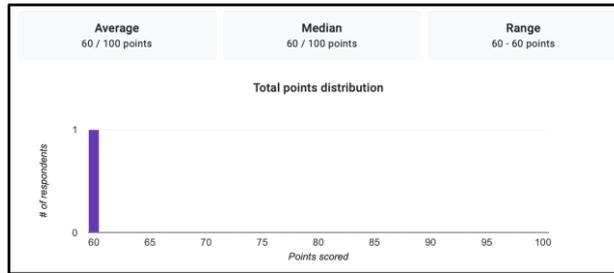
Pada awal penerapan strategi ini kelompok optimis bahwa mitra dapat menggunakan microsoft excel karena mitra memiliki laptop. Namun ketika proses pendampingan laptop yang dimiliki mitra tidak berfungsi dengan baik sehingga kami memutuskan untuk menggunakan google sheet agar dapat dibuat dan dipantau secara bersama-sama. Kelompok membuat template pencatatan yang sistematis melalui aplikasi google sheet, yang mana mitra hanya perlu memasukkan penjumlahan dan 4 laporan keuangan yang terdiri dari laba rugi, perubahan modal, neraca saldo, dan arus kas akan terbentuk secara otomatis. Pada Google sheet ini, kelompok juga telah membantu mitra dalam membuat list aset beserta perhitungan depresiasi sehingga dapat diketahui nilai penyusutannya. Tidak hanya itu, bersama mitra kelompok juga membantu menetapkan HPP dan target sales per bulannya. Mitra juga sudah dijelaskan cara mengoperasikan Google sheet dan kelompok juga sudah memberikan video tutorial cara penggunaan template kepada mitra jika masih bingung. Sebagai alternatif akibat keterbatasan laptop, maka dari itu kelompok melakukan sosialisasi penggunaan aplikasi BukuKas yang dapat digunakan melalui HP saja. Kelompok juga sudah menjelaskan cara mengoperasikan aplikasi BukuKas dan sudah memberikan video tutorial cara penggunaan aplikasi BukuKas. Aplikasi ini juga membantu mitra untuk menghasilkan laporan laba rugi secara otomatis beserta grafik analisisnya.



Gambar 11 Tutorial Video Menggunakan Aplikasi Buku Kas
Sumber : (Dokumentasi Pribadi)

Kelompok memastikan bahwa sistem pencatatan dan pelaporan keuangan mitra yang 100% mengikuti standar PSAK Akuntansi selama satu bulan pendampingan intensif dengan pemanfaatan teknologi pencatatan digital. Dalam mencapai target ini kelompok sudah memperbaiki sistem pencatatan dan pelaporan usaha mitra agar sesuai dengan standar PSAK. Dengan terbaruhinya sistem pencatatan dan pelaporan keuangan mitra, kelompok berharap agar mitra terus melakukan pencatatan dan pelaporan dengan sistematis yang sudah sesuai dengan template. Walaupun awalnya mitra sempat bingung dengan sistem yang baru tetapi setelah beberapa arahan dan ajaran dari kelompok, mitra sudah mengerti apa yang harus dilakukan. Tetapi terdapat kendala baru yaitu mitra sering lupa untuk mencatat pemasukan dan pengeluarannya. Namun hal ini dapat kami atasi dengan rutin memintanya via chat.

Kemudian untuk mengukur tingkat keberhasilan target ini, pada bulan April kami menargetkan mitra mengerti setidaknya 70% cara pemakaian buku kas dan mengisi laporan keuangan. Target ini dapat dilihat dengan cara kelompok membuat quiz dalam bentuk google form untuk melihat kemampuan mitra untuk mengisi dan mengetahui sejauh apa mitra mengetahui cara pemakaian buku kas. Dengan ini kelompok dapat menilai seberapa jauh mitra sudah dapat mengisi dan mengerti mengenai pengisian laporan keuangan sehingga pada kedepannya mitra memiliki laporan keuangan yang sistematis. Adapun hasil kuis pertama ditunjukkan pada gambar dibawah ini.



Gambar 12 Hasil nilai quiz pengetahuan penerapan buku kas

Sumber : (Dokumentasi Pribadi)

Gambar 13 Dokumentasi mitra mengisi quiz melalui google form

Sumber : (Dokumentasi Pribadi)

Setelah melihat hasil dari quiz pemakaian buku kas dan template laporan keuangan yang dapat dilihat pada gambar diatas, mitra mendapatkan nilai 60 yang artinya belum mencapai target bulan April. Mitra hanya mengerti 60% dari cara penggunaan buku kas, hampir mencapai target. Walaupun belum mencapai target tetapi mitra sudah mulai mengerti cara menggunakan buku kas, oleh karena itu untuk kedepannya kelompok terus mengingatkan mitra untuk menggunakan buku kas dalam pencatatan pengeluaran dan pemasukan serta mengadakan quiz lagi untuk memastikan pemahaman mitra menggunakan aplikasi buku kas dan template keuangan.

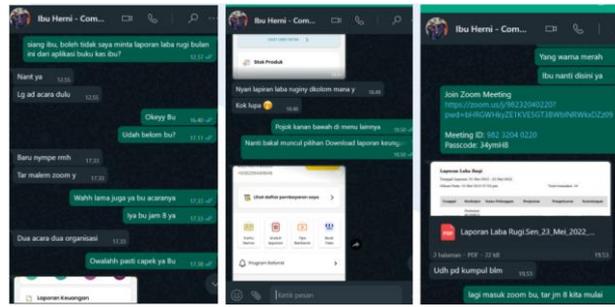
Kemudian pada bulan mei kembali diadakan pengambilan kuis untuk memastikan mitra benar-benar paham terkait penggunaan google sheet dan buku kas. Sehingga untuk target bulan Mei Mitra sudah mengerti setidaknya 75% untuk mengisi laporan keuangan sehingga dapat mengoptimalkan laporan keuangan untuk bulan kedepannya. Adapun hasilnya, mitra kami memperoleh score 80, yang artinya sudah mencapai target pemahaman kompetensi terkait pelaporan dan pencatatan keuangan mitra yang ditunjukkan pada gambar berikut ini.

Gambar 14 Dokumentasi mitra mengisi quiz melalui google form

Sumber : (Dokumentasi Pribadi)

Selain itu mitra kami juga sering melakukan konsultasi terkait penggunaan aplikasi yang biasanya dikomunikasikan via whatsapp. Melihat hal ini dapat kami simpulkan bahwa mitra sudah

dapat melakukan pencatatan dan pelaporan keuangan secara mandiri yang ditunjukkan oleh gambar berikut ini.



Gambar 15 Percakapan Mitra Kepada Anggota Kelompok Melakukan Konsultasi
Sumber : (Dokumentasi Pribadi)

Analisis Keuangan

Berikut ini merupakan data dasar perhitungan yang digunakan untuk menghitung rasio profitabilitas mitra.

Tabel 6 Rangkuman Data Keuangan

No	Keterangan	Januari	Februari	Maret	April	Mei
1.	Total Pendapatan	Rp 0	Rp 190.000	Rp 1.350.000	Rp 0	Rp 3.100.000
2.	Total Beban Umum dan Administrasi	Rp 54.462.300	Rp 1.058.007	Rp 1.458.057	Rp 908.056	Rp 3.058.057
3.	EBITDA	Rp 0	Rp 1.322.700	Rp 800.000	Rp 0	Rp 950.000
4.	Net Income	Rp 54.462.300	Rp 414.644	Rp 108.056	-Rp 908.056	Rp 41.933
5.	Total Aset	Rp421.685.655	Rp422.100.299	Rp421.992.243	Rp420.094.187	Rp420.094.187
6.	Total Liabilitas	Rp 0	Rp 0			
7.	Total Ekuitas	Rp421.685.655	Rp422.100.299	Rp421.992.243	Rp420.094.187	Rp420.094.187

Adapun analisis terkait rasio profitabilitas disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 7 Rasio Profitabilitas

No	Rasio Profitabilitas	Januari	Februari	Maret	April	Mei
1.	GPM/Gross Profit Margin (Gross Profit/Pendapatan usaha) x 100%	-	218.23%	8.00%	-	1.35%
2.	OPM/Operating Profit Margin (Operating profit/pendapatan)	-	-4.57	-0.08	-	0.01
3.	NPM/Net Profit Margin (Net Profit /pendapatan) Net Profit = Laba setelah pajak dan bunga	-	218.23%	8.00%	-%	1.35%
4.	ROA / return on Asset (net Profit / Average Asset)	-	0.10%	0.03%	-0.22%	0.01%
5.	ROE / Return on Equity (Net Income/ Average Equity)		0.10%	0.03%	-0.22%	0.01%

Rasio GPM membantu kita dalam mengukur persentase laba kotor terhadap pendapatan yang dihasilkan dari penjualan. Semakin tinggi rasio ini maka usaha semakin baik. Meskipun hanya mendapat 1 pelanggan pada februari, dan belum mampu menutupi pengeluaran mitra untuk beban yang ditanggung, namun setidaknya terdapat kas masuk pada bulan februari. Dikarenakan terdapat pendapatan lain-lain terlihat rasio ini sangat besar. Kemudian menurun pada bulan maret sebesar 8% dikarenakan net income menurun karena beban umum dan administrasi yang tinggi. Tetapi EBITDA mitra tinggi. Kemudian pada bulan april tidak dapat dihitung karena tidak ada pemasukan dan pada bulan mei menurun menjadi 1.35%.

Rasio OPM merupakan ukuran dari laba setelah dikurangi semua beban pengeluaran kecuali beban bunga dan pajak dibagi pendapatan. Rasio ini mencerminkan pure profit (keuntungan murni) yang diterima atas setiap penjualan. Semakin tinggi rasio ini maka semakin bagus. Rasio ini

menunjukkan angka minus yang - artinya tidak untung selama bulan february-maret dan memperoleh rasio yang positif pada bulan mei.

Rasio margin laba bersih merupakan rasio profitabilitas untuk menilai apakah laba perusahaan setelah dikurangi pajak dan bunga masih menghasilkan keuntungan atau tidak. Ini juga bisa digunakan evaluasi dalam pengendalian beban-beban yang berkaitan dengan penjualan dan usaha. Semakin tinggi margin laba bersih maka akan semakin baik. Namun dengan rasio 0 pada bulan april tentunya hal ini tidak menggambarkan kondisi yang bagus. Tetapi pada february, maret, dan mei laba perusahaan setelah dikurangi pajak dan bunga masih menghasilkan keuntungan meskipun terjadi penurunan.

ROA mengukur kemampuan perusahaan atau mitra dalam menghasilkan laba melalui semua aset yang dimiliki. Dikarenakan Mitra tidak memiliki utang usaha, sehingga total aset = total ekuitas. Rasio ini hanya negatif pada bulan april. Secara keseluruhan mitra belum mampu menghasilkan laba yang bagus dikarenakan pemanfaatan aset yang kurang optimal.

ROE mengukur kemampuan perusahaan dalam menggunakan ekuitas/modal mitra untuk menghasilkan laba bersih. ROE mitra juga tidak menunjukkan rasio yang bagus karena dari sekian banyaknya modal yang dimiliki hanya mampu menghasilkan laba kurang dari 1%

Divisi Operasional

Dari segi operasional, tujuan pertama yang ingin dilakukan penulis adalah menurunkan HPP agar *gross profit margin* yang didapatkannya bisa lebih tinggi. Hal ini dilakukan dengan cara mencari alat dan bahan makeup yang lebih murah, tetapi tetap memiliki kualitas yang bagus. Dalam pelaksanaannya, penulis menggunakan pendanaan yang dimiliki untuk fokus menurunkan HPP dari foundation dan pensil alis, dikarenakan kedua hal tersebut yang dibutuhkan oleh mitra dan paling dibutuhkan. Untuk melihat perbandingan penurunan HPP, berikut merupakan tabel perhitungan HPP lama yang dimiliki oleh Mitra.

HPP LAMA			
Perlengkapan Kosmetik	Harga	Habis Pakai (orang)	Biaya 1 Orang
Primer	Rp60,000	60	Rp1,000
Foundation Cair	Rp730,000	100	Rp7,300
Foundation Kental	Rp399,000	200	Rp1,995
Concealer	Rp78,300	200	Rp392
Loose Powder	Rp 186,200	50	Rp3,724
Eye Shadow	Rp285,000	200	Rp1,425
Eyeliners	Rp79,000	50	Rp1,580
Maskara	Rp81,000	100	Rp810
Pensil Alis	Rp28,800	50	Rp576
Blush on	Rp49,000	200	Rp245
Contour	Rp175,500	100	Rp1,755
Highlighter	Rp50,000	200	Rp250
Lipstick	Rp35,000	150	Rp233
Bulu Mata Palsu	Rp4,000	1	Rp4,000
Lip liner	Rp41,000	50	Rp820
Total HPP			Rp26,105

Gambar 16 HPP Lama Mitra

Dimana sebelum dilakukannya program pengembang, HPP yang dikeluarkan untuk merias 1 pelanggan adalah sebesar Rp 26.105. Setelah dilakukannya program pengembangan, berikut merupakan tabel perhitungan HPP saat ini.

HPP BARU (SEKARANG)			
Perlengkapan Kosmetik	Harga	Habis Pakai (orang)	Biaya 1 Orang
Primer	Rp60,000	60	Rp1,000
Foundation Cair	Rp 186,000	200	Rp930
Foundation Kental	Rp138,000	200	Rp690
Concealer	Rp78,300	200	Rp392
Loose Powder	Rp120,000	50	Rp2,400
Eye Shadow	Rp285,000	200	Rp1,425
Eyeliners	Rp50,500	75	Rp673
Maskara	Rp81,000	100	Rp810
Pensil Alis	Rp28,800	50	Rp576
Blush on	Rp49,000	200	Rp245
Contour	Rp175,500	100	Rp1,755
Highlighter	Rp50,000	200	Rp250
Lipstick	Rp35,000	150	Rp233
Bulu Mata Palsu	Rp4,000	1	Rp4,000
Lip liner	Rp41,000	50	Rp820
Total DM			Rp16,199

Gambar 17 HPP Baru Mitra

Dapat dilihat pada tabel diatas, penulis menurunkan HPP menjadi Rp16.199 untuk merias 1 pelanggan. Oleh karena itu, penulis berhasil mengurangi HPP sebesar Rp9.906 atau 37.95% dari Rp26.105 menjadi Rp16.199. Dalam realisasinya, pada bulan Mei 2022, mitra memberikan jasa makeup kepada 12 orang dan mendapat pendapatan sebesar Rp1.400.000. Oleh karena itu, kelompok membuat perhitungan untuk membandingkan gross profit margin dengan HPP lama dan HPP baru.

Paket Makeup (Dengan COGS LAMA)		Paket Makeup (Dengan COGS BARU)	
Variable Cost Per Bulan	Biaya	Variable Cost Per Bulan	Biaya
Biaya Bulu Mata	Rp4,000	Biaya Bulu Mata	Rp4,000
Perlengkapan Kosmetik	Rp22,105	Perlengkapan Kosmetik	Rp12,199
Total Biaya Makeup per orang	Rp26,105	Total Biaya Makeup per orang	Rp16,199
Total Biaya Makeup bulan Mei	Rp313,258	Total Biaya Makeup bulan Mei	Rp194,390
Biaya Gaji	Rp440,000	Biaya Gaji	Rp440,000
Biaya Transportasi	Rp200,000	Biaya Transportasi	Rp200,000
Total Biaya bulan Mei	Rp953,258	Total Biaya bulan Mei	Rp834,390
Pendapatan Jasa Makeup di bulan Mei	Rp1,400,000	Pendapatan Jasa Makeup di bulan Mei	Rp1,400,000
Keuntungan bulan Mei	Rp446,742	Keuntungan bulan Mei	Rp565,610
Gross Profit	31.91%	Gross Profit	40.40%

Berdasarkan perhitungan diatas, gross profit margin mitra mengalami kenaikan sebesar 8.49% dengan surplus keuntungan sebesar Rp 118.868 ketika mitra menggunakan alat dan bahan makeup baru yang dibelikan oleh kelompok.

Selanjutnya, selama Covid-19, mitra tidak bisa bebas keluar dan belajar atau mengambil kursus makeup. Padahal, sebelum Covid-19, mitra rajin untuk mengikuti kursus makeup dan mengambil banyak sertifikasi untuk perias. Oleh karena itu, divisi operasional mencari cara untuk tetap mengajarkan mitra dan menambah wawasannya dalam merias, dengan cara memberikan video tutorial dari Youtube. Video tutorial yang diberikan merupakan video tutorial kekinian dengan trend yang disukai oleh masyarakat saat ini. Video tersebut juga menyangkut review makeup yang bagus dan murah, cara membuat hairdo pengantin Jawa, dan trend mengenai style baju pengantin yang diminati oleh masyarakat saat ini. Dalam

Dalam pelaksanaannya, mitra mempelajari 2 video setiap bulannya, dan menerapkannya kepada seorang model pada saat divisi marketing melakukan photoshoot untuk keperluan katalog. Hasilnya, makeup mitra lebih terlihat flawless dan tahan lama. Berikut merupakan perbedaan hasil makeup Mitra sebelum dan setelah mempelajari teknik makeup baru lewat video yang diberikan.



**Gambar 18 Foto before (kiri) dan after (kanan)
setelah mempelajari teknik makeup lewat video tutorial**

Hal ketiga yang divisi operasional lakukan adalah membuat Standard Operating Procedure, yang ditujukan agar bisnis mitra bisa berjalan dengan lebih rapi, efektif, dan memiliki standar kerja yang jelas. Dengan adanya standar ini, Mitra lebih terjadwal dalam melakukan stock opname terhadap alat dan bahan makeup yang dimilikinya, yaitu setiap satu kali dalam 2 minggu dan/atau sebelum serta setelah melakukan jasa makeup kepada pelanggan. Hal ini dilakukan agar alat dan bahan makeup yang digunakan untuk pelanggan selalu dalam kondisi bersih dan lengkap. Selain itu, dalam SOP yang telah dibuat, peneliti juga mencantumkan kriteria, harga, dan referensi tempat membeli produk alat dan bahan makeup sehingga memudahkan mitra saat membeli dan terus memiliki standar yang sama. Contoh list bahan dan alat makeup pada SOP adalah sebagai berikut.

No	Jenis Makeup	Merek	Keterangan Tambahan	Kriteria
1		Ultima	Putih	Harga : Kualitas : Di Kulit Adem, Hasil makeup Bagus. Ringan di Kulit Referensi tempat beli :
2	Primer	Embryolisse	-	Harga : Rp40.000 - Rp120.000 Kualitas : Referensi tempat beli : https://shopee.co.id/Embryolisse-Concentrated-Lait-Cream-Face-Primer-Moisturizer-76-ML-i.518445453.4397739814?sp_atv=2c6ca0d4e40dc4e65b7ef8429ce31eb75
3	Foundation	Shu Uemura	Light	Harga : Rp700.000-Rp800.000 Kualitas : - Coverage yang bagus di kulit - Menempel dengan baik di kulit - Efek Flawless pada kulit Referensi tempat beli : https://tinyurl.com/shu-uemura-foundation

Dan list tersebut mencakup juga foundation kental, *loose powder*, *eyeshadow*, *eyeliner*, *mascara*, *pensil alis*, *blush on*, *contour*, *highlighter*, *lipstick*, *lip liner*, bulu mata palsu, dan *concealer*. Selain untuk alat dan bahan, pada SOP juga tertera ketentuan untuk penyewaan baju serta biaya harga sewa dan jasa.

Program keempat yang dilakukan divisi operasional adalah memperbaharui paket jasa yang ditawarkan. Sebelum program pengembangan, mitra memiliki 5 paket usaha yang berisikan makeup, sewa baju, dan dekorasi. Kelima paket tersebut adalah :

1. Basic Package - Rp10.000.000
2. Paket Bronze - Rp15.000.000
3. Paket Silver - Rp20.000.000
4. Pake Gold - Rp25.000.000
5. Pake Platinum - Rp30.000.000

Namun, selama Pandemi Covid-19, dekorasi yang dimiliki mitra banyak yang rusak dikarenakan disimpan di gudang dan tidak dipakai, sehingga beberapa diantara dekorasi itu harus dijual/dibuang. Selain itu, demand pasar juga menurun dan banyak target pasar yang tidak jadi menggunakan jasa mitra dikarenakan harga yang mahal. Oleh karena itu, peneliti melakukan pembaharuan paket yang berisikan makeup dan jasa sewa baju, dengan harga yang lebih terjangkau. Paket baru tersebut adalah sebagai berikut :



Gambar 19 Paket Baru Sanggar Rias Anggun

Dengan adanya paket ini, harga yang ditawarkan lebih terjangkau, yaitu di kisaran 1 sampai 5 juta rupiah. Saat ini, paket tersebut sudah dipromosikan dan dipasarkan pada *social media* Sanggar Rias Anggun.

Divisi Sumber Daya Manusia

Dalam mempekerjakan freelancer, Mitra belum memiliki standar yang jelas dan rundown pelaksanaan jasa yang jelas dengan durasi yang tepat, sehingga pelaksanaan jasa dan biaya gaji belum optimal. Berikut merupakan perhitungan durasi pelaksanaan jasa dengan jumlah freelance yang dibutuhkan :

Durasi Jam Kerja	Mulai	Selesai	Durasi Pelaksanaan		
	05.00	07.30	2.5 jam = 150 menit		
	Tempat Wanita		Tempat Pria		
Keterangan Orang	Kegiatan	Durasi	Keterangan Orang	Kegiatan	Durasi
Pengantin Wanita	Makeup + Hairdo	120 menit	Pengantin Pria	Makeup + Hairdo	5 menit
	Busana	30 menit		Busana	10 menit
Pagar Ayu	Makeup + Hairdo	60 menit	Ibu Pengantin Wanita	Makeup + Hairdo	60 menit
	Busana	20 menit		Busana	20 menit
Ibu Pengantin Wanita	Makeup + Hairdo	60 menit	Bapak Pengantin Wanita	Makeup + Hairdo	0 menit
	Busana	20 menit		Busana	10 menit
Bapak Pengantin Wanita	Makeup + Hairdo	0 menit			
	Busana	10 menit			
Pagar Bagus	Makeup + Hairdo	0 menit			
	Busana	10 menit			
Note Tambahan					
Setiap kelipatan 150 menit, perlu tambahan 1 freelance					
Butuh 1 freelancer khusus untuk pergi ke tempat pria					

Gambar 20 Tabel perhitungan durasi pelaksanaan jasa dan jumlah freelance yang dibutuhkan

Selain itu, penulis juga membuat skema rundown yang lebih jelas dan membagi shift kerja agar biaya gaji yang dikeluarkan bisa optimal dengan tenaga kerja yang didapatkan.

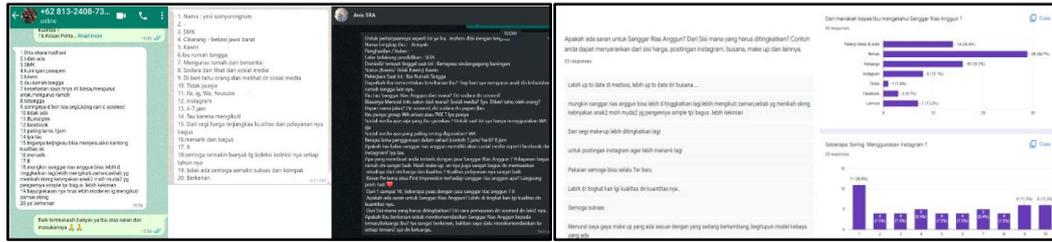
Skema Rundown Pelaksanaan					
Waktu	Ibu Risa	Freelance 1	Freelance 2	Freelance 3	
Pk04.45	Tiba dan siap-siap				
Pk05.00	Meriasi Pengantin Wanita	Merias Pagar Ayu 1	Merias Ibu Pengantin Wanita	Merias Ibu Pengantin Pria	Shift 1 : Rp200.000
Pk06.00		Memasangkan Busana ke Pagar Ayu 1	Memasangkan Busana ke Ibu Pengantin Wanita	Memasangkan Busana ke Ibu Pengantin pria	
Pk06.20			Memasangkan Busana ke Ayah Wanita	Mulai Memasangkan Busana ke Ayah Pria	
Pk06.30				Mulai Merias Pengantin Pria	
Pk06.35				Mulai Memasangkan Busana Pengantin Pria	
Pk06.45		Merias Pagar Ayu 2	Membantu Hairdo Pagar Ayu 2	done	
Pk07.00	Mulai Memasangkan Busana Pengantin Wanita	done	done		
Pk07.30	done				
Pk11.00	retouch	retouch	retouch	retouch (tentatif)	Shift 2 : Rp50.000
Pk12.00			retouch done		
Pk 14.00	retouch	retouch	retouch	retouch (tentatif)	Shift 3 : Rp 50.000
Pk15.00			retouch done		

Dengan adanya pembagian shift, maka freelance yang bekerja tanpa melakukan retouch akan mendapat gaji yang lebih sedikit dengan yang melakukan retouch. Hal ini akan membuat biaya gaji untuk freelance menjadi lebih optimal agar sesuai dengan tenaga kerja yang diberikan.

Selanjutnya, dikarenakan mitra bekerja sendiri dalam mengurus bisnisnya, sehingga mitra tidak bisa maksimal dalam mencari job. Karena itu, penulis mendorong agar mitra berkolaborasi dan bekerjasama dengan perias lain dan atau vendor pernikahan lain. Dengan strategi ini, pada bulan Mei 2022, mitra berhasil mendapatkan 3 job sebagai asisten perias dan bisa menambah pemasukan pada bulan tersebut.

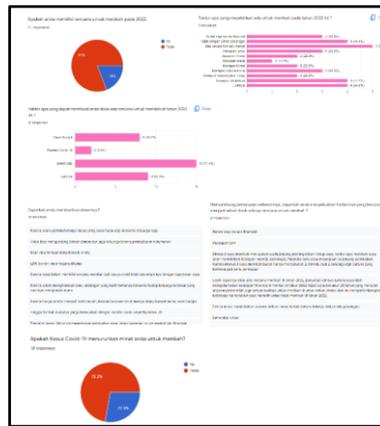
Divisi Marketing

Berikut adalah hasil dari divisi Marketing. Diawali dengan kelompok melakukan analisis konsumen untuk mencari informasi bagaimana konsumen bisa mengetahui dan ingin menggunakan jasa Sanggar Rias Anggun menggunakan platform Google Form dan juga menggunakan Whatsapp secara personal hasilnya sebagai berikut;



Gambar 21 Data yang didapat melalui survey

Selanjutnya kelompok melakukan peneliti mencari informasi feedback dari customer, dan “kenapa Sanggar Rias Anggun ini sepi dan hampir tidak ada untuk menggunakan jasa pernikahan”, jadi peneliti membuat google form kembali untuk mengetahui minat menikah di masa pandemi COVID-19



Gambar 22 Feedback yang diperoleh melalui survey

Dari survey yang peneliti buat ternyata COVID-19 bukanlah penyebab utamanya tetapi dari kesiapan mental dan fisik, dan selain itu juga terdapatnya perubahan pola dalam pernikahan yang biasanya dilakukan secara meriah dan mengundang banyak orang ketika sebelum pandemi menjadi lebih sederhana dan hanya melakukan pesta pernikahan dengan mengundang orang-orang terdekat saja alhasil jasa perias lebih rendah peminatnya. Maka dari itu kelompok mengupayakan peningkatan usaha milik Mitra dari segi marketing yaitu dengan :

Membantu Mitra mengelola sosial media

Dalam rangka untuk meningkatkan *engagement* dan juga *awareness* dari sosial media milik mitra, peneliti menggunakan *Instagram ads* untuk meningkatkan awareness dari sosial media Sanggar Rias Anggun dengan tujuan utama yaitu meningkatkan sales melalui online marketing. Hasilnya dari iklan berupa meningkatnya 16 followers dan juga reach sebesar 2559 orang. Namun cukup disayangkan belum berhasil menarik konsumen baru, walaupun sudah terdapat beberapa orang yang bertanya melalui dm *Instagram*.



Gambar 23 Tampilan Instagram Sanggar Rias Anggun



Gambar 24 Tampilan hasil dari Instagram ads Sanggar Rias Anggun
Meningkatkan offline marketing Mitra

Dalam rangka meningkatkan offline marketing, pertama-tama kelompok memperbaharui plang nama Sanggar Rias Anggun di pinggir jalan yang sudah terlihat kusam dengan informasi yang kurang jelas dengan plang baru yang lebih jelas informasinya, selanjutnya kelompok juga melakukan pembuatan flyer yang dibagikan oleh mitra di sekitar dan luar daerah tempat operasional Sanggar Rias Anggun untuk meningkatkan awareness dan langkah terakhir yang ditujukan bagi *offline marketing* dari Sanggar Rias Anggun adalah pembuatan kartu nama dimana sebelumnya mitra tidak memiliki kartu nama, hal ini diharapkan dalam mendorong terjadinya *repeat purchase*. Namun sejauh ini dari offline marketing, belum terdapat konsumen yang melakukan pembelian terhadap mitra selain dari melihat plang nama baru yang lebih jelas.



Gambar 25 Tampilan plang nama sebelum dan sesudah diubah



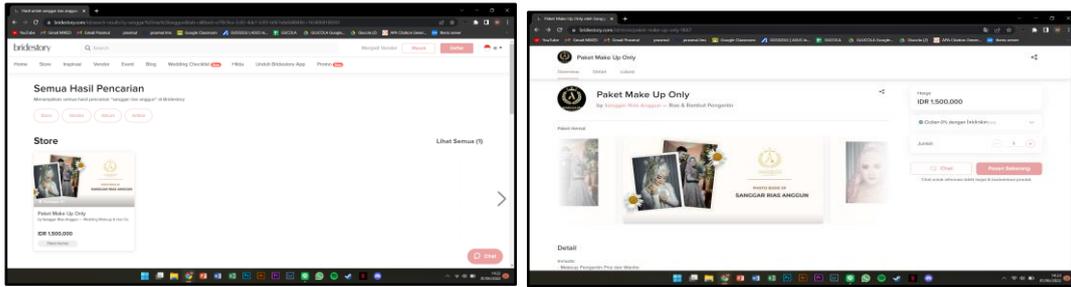
Gambar 26 Tampilan flyer Sanggar Rias Anggun



Gambar 27 Tampilan kartu nama Sanggar Rias Anggun

Memperluas channel penjualan Mitra

Dalam rangka memperluas channel dan meningkatkan peluang, kelompok mendaftarkan Mitra dengan *online marketing* yaitu memasukkan toko milik mitra ke dalam website bridal yaitu *bridestory* agar semakin dikenal dan juga mendapatkan konsumen via *online*.



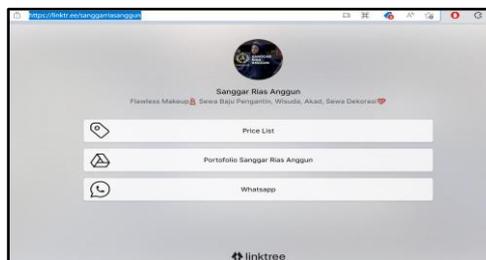
Gambar 28 Tampilan toko mitra di website *Bridestory*

Hal lainnya yaitu dengan melakukan pembuatan *photobook* dengan tahapan awal mencarikan model serta fotografer agar hasilnya maksimal. Foto yang dihasilkan dipergunakan sebagai tabungan konten yang akan di posting di sosial media dan juga dikumpulkan dan dibukukan menjadi *photobook* yang dapat dipamerkan saat adanya pameran atau sekedar kepada konsumen yang berminat.



Gambar 29 Tampilan photos of book Sanggar Rias Anggun

Photobook Sanggar Rias Anggun dapat diakses melalui <https://linktr.ee/sanggarriasanggun> yang telah kelompok buatkan untuk memudahkan akses komunikasi, informasi, dan harga kepada para calon pelanggan.



Gambar 30 Tampilan linktr.ee Sanggar Rias Anggun

Divisi Sumber Daya Manusia

Dari segi sumber daya manusia, disaat pandemi Covid-19 terjadi, mitra terpaksa memecat dan melepas karyawan yang biasa membantunya. Hal ini disebabkan karena permintaan yang datang ke mitra berkurang, sehingga mitra tidak membutuhkan bantuan dari karyawan dalam pelaksanaan pemberian jasa rias. Oleh sebab itu, selama pandemi Covid-19, mitra menggunakan sistem freelance, dimana ia akan memanggil orang untuk membantunya merias ketika ada tawaran pekerjaan.

Dalam mempekerjakan freelancer, Mitra belum memiliki standar yang jelas dan rundown pelaksanaan jasa yang jelas dengan durasi yang tepat, sehingga pelaksanaan jasa dan biaya gaji belum optimal. Berikut merupakan perhitungan durasi pelaksanaan jasa dengan jumlah freelance yang dibutuhkan :

Durasi Jam Kerja	Mulai 05.00	Selesai 07.30	Durasi Pelaksanaan 2.5 jam = 150 menit
	Tempat Wanita		Tempat Pria
Keterangan Orang	Magician	Durasi	Keterangan Orang
	Makeup + Hairdo	120 menit	Magician
	Makeup + Hairdo	120 menit	Makeup + Hairdo
Pengantin Wanita	Busana	30 menit	Pengantin Pria
	Makeup + Hairdo	60 menit	Busana
	Makeup + Hairdo	60 menit	Makeup + Hairdo
Pagar Ayu	Busana	20 menit	Ibu Pengantin Wanita
	Makeup + Hairdo	60 menit	Busana
	Makeup + Hairdo	60 menit	Makeup + Hairdo
Ibu Pengantin Wanita	Busana	20 menit	Bapak Pengantin Wanita
	Makeup + Hairdo	0 menit	Busana
Bapak Pengantin Wanita	Busana	10 menit	
	Makeup + Hairdo	0 menit	
Pagar Bagan	Busana	10 menit	
Note Tambahan			
Setiap kegiatan 150 menit, perlu tambahan 1 freelance			
Bundel 1 freelance/ khusus untuk pergi ke tempat pernikahan			

Gambar 31 Tabel perhitungan durasi pelaksanaan jasa dan jumlah freelance yang dibutuhkan

Selain itu, penulis juga membuat skema rundown yang lebih jelas dan membagi shift kerja agar biaya gaji

Waktu	Ibu Rias	Skema Rundown Pelaksanaan			Shift
		Freelance 1	Freelance 2	Freelance 3	
Pk04.45	Tiba dan siap-siap				
Pk05.00		Merias Pagar Ayu 1	Merias Ibu Pengantin Wanita	Merias Ibu Pengantin Pria	
Pk06.00		Memasang Busana ke Pagar Ayu 1	Memasang Busana ke Ibu Pengantin Wanita	Memasang Busana ke Ibu Pengantin pria	
Pk06.30	Merias Pengantin Wanita		Memasang Busana ke Ayah Wanita	Mulai Memasang Busana ke Ayah Pria	Shift 1 : Rp200.000
Pk06.30				Mulai Merias Pengantin Pria	
Pk06.35				Mulai Memasang Busana Pengantin Pria	
Pk.06.45		Merias Pagar Ayu 2	Membantu Hairdo Pagar Ayu 2		
Pk07.00	Mulai Memasang Busana Pengantin Wanita	done	done		
Pk07.30	done				
Pk11.00	retouch	retouch	retouch	retouch (tentatif)	Shift 2 : Rp50.000
Pk12.00			retouch done		
Pk.14.00	retouch	retouch	retouch	retouch (tentatif)	Shift 3 : Rp. 50.000
Pk.15.00			retouch done		

Gambar 32 Skema rundown pelaksanaan jasa

Dengan adanya pembagian shift, maka freelance yang bekerja tanpa melakukan retouch akan mendapat gaji yang lebih sedikit dengan yang melakukan retouch. Hal ini akan membuat biaya gaji untuk freelance menjadi lebih optimal agar sesuai dengan tenaga kerja yang diberikan.

Selanjutnya, dikarenakan mitra bekerja sendiri dalam mengurus bisnisnya, sehingga mitra tidak bisa maksimal dalam mencari job. Karena itu, penulis mendorong agar mitra berkolaborasi dan bekerjasama dengan perias lain dan atau vendor pernikahan lain. Dengan strategi ini, pada bulan Mei 2022, mitra berhasil mendapatkan 3 job sebagai asisten perias dan bisa menambah pemasukan pada bulan tersebut.

KESIMPULAN

Berikut adalah pencapaian peneliti dalam program yang dijalankan untuk membantu mitra dari segi Operasional, Pemasaran, Keuangan dan Sumber Daya Manusia (SDM):

Dari segi keuangan, peneliti berhasil melakukan perhitungan tersebut telah disesuaikan dengan aturan managerial accounting yang pernah didapatkan selama perkuliahan. Pada pencapaian berikutnya divisi keuangan berhasil membuat sales forecasting setiap bulan sebagai indikator target untuk dicapai oleh mitra. Per bulan Mei 2022, pendapatan berhasil naik 132% dibandingkan dengan 2021 dengan target sales dapat tercapai 60%, serta berdasarkan hasil kuis uji kompetensi terkait pelaporan keuangan, Mitra sudah mengerti dan memahami penggunaan aplikasi pencatatan digital BukuKas dan google sheet sebesar 80%.

Dari segi Pemasaran, selama Comdev ini, terdapat 6 keberhasilan pencapaian dalam peneliti. Hal pertama yang berhasil peneliti laksanakan yaitu melakukan pembaharuan Plang di jalan yang sesuai mitra inginkan. Pembaharuan plang tersebut dilakukan dikarenakan plang sebelumnya sudah mulai pudar warnanya dan kurang lengkap secara data informasi, dan menambahkan estetika dalam plang tersebut. Pencapaian kedua adalah melakukan melakukan desain dan pembuatan flyer untuk disebarluaskan di luar daerah Kuningan, flyer tersebut dibuat dengan tujuan menarik customer, dengan adanya informasi paket pernikahan yang sudah dipotong harganya agar customer tertarik. Pada pencapaian ketiga, peneliti melakukan instagram ads yang bertujuan untuk menarik dan juga menaikkan followers dan engagement, dan terbukti followers pada akun Instagram Sanggar Rias Anggun meningkat.

Pencapaian keempat adalah dalam team marketing peneliti melakukan pemasaran online melalui website *bridal (Bridestory)*, agar orang yang mencari jasa pernikahan, bertujuan untuk orang yang mencari jasa pernikahan bisa melihat di sebuah website bridal dan akan muncul Sanggar Rias Anggun dengan didalamnya yang berisikan photoshoot make up artist untuk pernikahan. Setelah itu pada pencapaian kelima peneliti melakukan *photoshoot* dengan menyewa model dan menyewa jasa *photographer*, dari pencapaian ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas *photoshoot* yang lebih elegan dan profesional agar dilihat oleh customer pada postingan instagram atau sebaliknya seperti customer yang ingin melihat contoh make up dan gaun. Pada pencapaian kelima peneliti membuatkan mitra kartu nama bertujuan untuk memberikan informasi kontak kita pada saat pertama bertemu dengan seseorang. Pada pencapaian keenam team marketing melakukan pembuatan

SOP dan GSM untuk mitra agar postingan *feeds* dan *story* tertata rapi dan teratur dari segi font yang dipilih dan penentuan warna yang memiliki ciri khas dari Sanggar Rias Anggun

Dari segi Sumber Daya Manusia, selama Comdev ini mempersiapkan mitra untuk memiliki target yang efektif dan efisien untuk mempekerjakan freelance, dari segi jumlah dan cost yang akan dikeluarkan untuk freelance. Setelah itu divisi SDM mendorong mitra untuk berkolaborasi dengan perias lain agar mitra bisa mendapatkan job dan tawaran untuk menghasilkan pendapatan dan sudah ditargetkan yaitu setidaknya mitra mendapatkan target minimal 2 job per bulan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ermaya, K., & Mujdalipah, S. (2019). Motivasi, Komitmen Organisasional Dan Kepuasan Kerja Karyawan di Waroeng Spesial Sambal, Jatinangor. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 29–42.
- Haryono, Al Jusup, “*Dasar-dasar Akuntansi*”, STIE YKPN, Jilid 1, Edisi 7, Yogyakarta
<https://www.ejurnal.stiedharmaputra-smg.ac.id/index.php/PRO/article/viewFile/263/229>
Diakses pada 2 Mei 2022
- Irfani, R. F., & Gunadi, T. (2021). Bauran Eceran Dalam Meningkatkan Partisipasi Anggota: Studi Pada Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia Kota Bandung. *Koalisi: Cooperative Journal*, 1(1), 1–16.
- Lasmini, dkk. 2021. *Pentingnya Penerapan Laporan Keuangan Pada Umkm Di Desa Jomin Timur*.
<https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/advance/article/view/1083> Diakses pada 25 Mei 2022
- Mulyani, Asri. 2017. *Perencanaan Strategis Sistem Informasi Taman Satwa Menggunakan Metodologi Ward and Peppard*. <https://jurnal.sttgarut.ac.id/index.php/algorithm/article/download/460/436/>. Diakses pada 28 Mei 2022
- Risnarningsih, I., Nurjamil, N., Nurpadi, D., Nurhayati, S., & Mulyani, D. (2020). Urgensi Kualitas Sumber Daya Manusia Dalam Penyaluran Pembiayaan Mudharabah Pada Bmt. *Jurnal Co Management*, 3(2), 518–524.
- Setiawati, Ira. 2014, *Pengaruh E-Marketing Pada Bisnis Online Menggunakan Media Sosial* (Studi Deskriptif Kualitatif), Seminar dan Call for Paper, FEB, Universitas Stikubank, Semarang
- Setiawati, Ira. 2017. 1. *Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba Umkm*
- Setiawati, R. (2020). Bimbingan Teknis Aspek Umum Manajemen Usaha Kecil Untuk Pengembangan Usaha Produk Umkm Kota Tasikmalaya. *E-Coops-Day*, 1(1), 73–78.
- Supriyatni, R., & Nurjamil, N. (2021). The Urgency of Handling Non-Performing Financing in Sharia Banks in the Development of Indonesian Sharia Economics. *PADJADJARAN Jurnal Ilmu Hukum (Journal of Law)*, 8(1), 26–46.
- Suci. Yuli Rahmini. 2017. *Perkembangan umkm (Usaha mikro kecil Dan menengah) Di Indonesia*. (n.d.). <https://journal.upp.ac.id/index.php/cano/article/view/627>. Diakses pada 27 Mei 2022
- Triwidatin Yuppy. 2021. *Standar operasional prosedur (Sop) sebagai upaya peningkatan produksi bagi pelaku umkm agritepa abadi Desa banjarsari kabupaten bogor*. (n.d.). Bajang Institute. <https://bajangjournal.com/index.php/J-ABDI/article/view/125>