

ANALISIS KONSEP KELAYAKAN DAN RISIKO PEMBIAYAAN UKM MINUMAN ES TEH SUPER JUMBO

Muhammad Chandra Fauzan ^{1*)}
Adam Mario Handra ²

^{1,2} Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

Correspondence author : mchandrafauzdan37@gmail.com *)

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk mendampingi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) minuman Es Teh Super Jumbo dalam memahami kelayakan usaha serta risiko yang dihadapi dalam menjalankan bisnis sehari-hari. Usaha minuman ini berkembang pesat seiring meningkatnya minat konsumen terhadap produk minuman praktis dengan harga terjangkau. Namun demikian, pelaku usaha masih menghadapi berbagai kendala, seperti persaingan usaha yang ketat, fluktuasi harga bahan baku, serta keterbatasan dalam pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran. Kegiatan pengabdian dilakukan melalui observasi langsung, diskusi, dan pendampingan sederhana yang disesuaikan dengan kondisi mitra. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya pengelolaan risiko usaha, penetapan harga yang realistis, serta menjaga kualitas produk secara konsisten. Pendampingan ini diharapkan dapat membantu mitra dalam meningkatkan keberlanjutan usaha dan daya saing di tengah dinamika pasar.

Kata kunci : UMKM, Es Teh Super Jumbo, Risiko Usaha, Kelayakan Usaha, Pengabdian Masyarakat

Pendahuluan

Es Teh Super Jumbo telah menjelma menjadi fenomena bisnis minuman yang menonjol di Indonesia, termasuk di Tangerang Selatan. Daya tarik utamanya terletak pada kombinasi porsi yang besar dan harga yang tetap terjangkau, menjadikannya populer di berbagai lapisan masyarakat. Tren ini muncul seiring dengan pergeseran pola konsumsi, di mana konsumen kini mencari produk yang menawarkan keunikan, nilai ekonomis, dan kesesuaian selera. Masuknya bisnis Es Teh Super Jumbo di Tangerang Selatan menunjukkan pasar yang dinamis, di mana diferensiasi dan inovasi produk krusial untuk menarik dan mempertahankan konsumen (Wahyudi, 2022).

Mayoritas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Tangerang Selatan bergerak di industri makanan dan minuman, salah satunya adalah minuman Es Teh yang populer. Dengan banyaknya produk kuliner yang bersaing di pasaran saat ini, model bisnis minuman ini mungkin bisa menjadi pilihan. Kesadaran tersebut telah meningkatkan konsumsi teh sehingga diperlukan peningkatan produksi teh untuk memenuhi permintaan pasar.

Keberhasilan Es Teh Super Jumbo sebagai tren baru didukung kuat oleh kemampuan produk ini menjadi viral di media sosial. Popularitas yang didorong oleh platform digital telah

menciptakan peluang besar bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk memasarkan produknya secara lebih luas dengan biaya yang efisien (Setiawan, 2021). Namun, semakin tinggi tingkat viralitas Es Teh Super Jumbo, semakin besar potensi risiko bisnis yang menyertainya. Di Indonesia, UMKM memegang peranan dalam perekonomian. Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008, Pasal 1 mendefinisikan usaha mikro sebagai usaha produktif milik perseorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. UMKM memiliki peran strategis dalam penciptaan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan, dan peningkatan kesejahteraan (Suryana, 2020). Khusus di kota Tangerang Selatan, UMKM bertindak sebagai tulang punggung ekonomi lokal, memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) (Hidayat, 2019).

Saat ini, Es Teh Super Jumbo menghadapi beberapa permasalahan utama, antara lain penurunan penjualan di beberapa gerai, persaingan ketat di pasar minuman ringan, dan sulitnya mempertahankan pelanggan. Selain itu, tren konsumsi minuman sehat dan rendah gula semakin meningkat, membuat produk Es Teh Super Jumbo harus beradaptasi dengan preferensi konsumen yang berubah. Dalam mendirikan bisnis ini, beberapa faktor penting perlu diperhatikan. Biaya awal meliputi pengadaan bahan baku, peralatan, sewa tempat, dan biaya operasional lainnya. Target pasar yang dituju adalah orang-orang yang tidak hanya membutuhkan minuman segar, tetapi juga terjangkau dan praktis. Es Teh Super Jumbo ini menawarkan berbagai rasa seperti teh hijau dan teh tarik yang memberikan sensasi baru pada setiap tegukan. Produk ini juga di kemas secara praktis dan menarik.

Fenomena bisnis yang menarik dan kompleks ini memotivasi peneliti untuk melakukan studi mendalam mengenai bagaimana UMKM Es Teh Super Jumbo mengatasi berbagai risiko bisnis yang muncul. Penelitian ini secara spesifik menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis risiko bisnis dari sudut pandang tren konsumen, persaingan waralaba, dan strategi penetapan harga. Dengan fokus kualitatif ini, diharapkan dapat dihasilkan gambaran komprehensif mengenai tantangan serta peluang yang dihadapi pelaku UMKM Es Teh Super Jumbo di tengah ketatnya persaingan (Riyanto, 2021).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian nasional, khususnya dalam penciptaan lapangan kerja dan penguatan ekonomi lokal. Di Kota Tangerang Selatan, sektor UMKM didominasi oleh usaha makanan dan minuman yang berkembang seiring dengan perubahan pola konsumsi masyarakat. Salah satu usaha yang tengah berkembang pesat adalah minuman Es Teh Super Jumbo, yang dikenal dengan porsi besar, harga terjangkau, dan kemasan menarik.

Popularitas Es Teh Super Jumbo meningkat signifikan seiring dengan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif dan berbiaya rendah. Kondisi ini membuka peluang bagi pelaku UMKM untuk memperluas pasar, namun di sisi lain juga menimbulkan berbagai permasalahan, seperti persaingan usaha yang semakin ketat, ketergantungan pada tren viral, serta risiko penurunan kualitas akibat tekanan biaya produksi.

Berdasarkan hasil observasi awal, mitra UMKM Es Teh Super Jumbo masih menghadapi keterbatasan dalam memahami konsep kelayakan usaha dan manajemen risiko. Permasalahan yang dihadapi meliputi penetapan harga yang belum berbasis perhitungan biaya yang matang, pencatatan keuangan yang sederhana, serta minimnya strategi mitigasi risiko terhadap perubahan tren konsumen. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada pendampingan mitra UMKM dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan pengelolaan usaha yang berkelanjutan.

Dalam konteks tersebut, penting bagi pelaku UMKM untuk tidak hanya berfokus pada peningkatan penjualan, tetapi juga memahami aspek kelayakan usaha dan manajemen risiko secara lebih komprehensif. Kelayakan usaha tidak hanya dilihat dari kemampuan usaha dalam menarik konsumen, tetapi juga dari kemampuan dalam menghasilkan keuntungan yang

berkelanjutan. Sementara itu, manajemen risiko berperan penting dalam mengantisipasi berbagai ketidakpastian yang dapat memengaruhi kinerja usaha.

Selain itu, perkembangan teknologi digital juga memberikan peluang sekaligus tantangan bagi pelaku UMKM. Di satu sisi, media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi yang efektif dan berbiaya rendah. Namun di sisi lain, ketergantungan terhadap tren digital yang bersifat sementara dapat menimbulkan risiko jika tidak diimbangi dengan strategi yang tepat. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang lebih mendalam agar pelaku usaha mampu beradaptasi dengan dinamika pasar yang terus berubah.

Metode Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 9 Desember 2025 di Kedai Es Teh Super Jumbo yang berlokasi di Jalan H. Usman, Rempoa, Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan. Mitra kegiatan adalah pelaku UMKM Es Teh Super Jumbo yang menjalankan usaha minuman ringan secara mandiri.

Metode pelaksanaan kegiatan meliputi beberapa tahapan, yaitu:

1. Identifikasi masalah mitra melalui observasi langsung dan wawancara singkat terkait pengelolaan usaha, pembiayaan, dan risiko bisnis.
2. Penyampaian materi pendampingan mengenai konsep kelayakan usaha, penetapan harga, manajemen risiko sederhana, dan pentingnya kualitas produk.
3. Diskusi interaktif dan tanya jawab untuk menggali permasalahan yang dihadapi mitra serta merumuskan solusi yang aplikatif.
4. Evaluasi kegiatan berdasarkan respons mitra dan perubahan pemahaman setelah pendampingan dilakukan.

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini bersifat partisipatif, di mana mitra dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih agar materi yang disampaikan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga dapat langsung dipahami dan diterapkan oleh mitra sesuai dengan kondisi usaha yang dijalankan.

Selain itu, metode diskusi interaktif digunakan untuk menggali permasalahan secara lebih mendalam. Dengan adanya komunikasi dua arah, mitra dapat menyampaikan kendala yang dihadapi secara langsung, sehingga solusi yang diberikan menjadi lebih relevan dan aplikatif.

Evaluasi kegiatan dilakukan secara sederhana dengan melihat perubahan pemahaman mitra sebelum dan sesudah kegiatan berlangsung. Hal ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana efektivitas kegiatan pendampingan yang telah dilakukan.

Pelaksanaan dan Hasil Kegiatan

Berdasarkan hasil observasi, usaha Es Teh Super Jumbo yang dijalankan oleh mitra memiliki potensi pasar yang cukup besar, terutama karena produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen akan minuman segar, praktis, dan terjangkau. Namun demikian, ditemukan beberapa permasalahan utama, antara lain belum adanya pencatatan keuangan yang sistematis, penentuan harga yang masih bersifat perkiraan, serta kurangnya strategi dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat. Selain itu, mitra juga belum memiliki perencanaan jangka panjang terkait pengembangan usaha.

Permasalahan tersebut terjadi karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman mitra dalam aspek manajerial, khususnya dalam pengelolaan keuangan dan manajemen risiko. Sebagian besar pelaku UMKM cenderung menjalankan usaha secara praktis tanpa didukung oleh perencanaan bisnis yang matang. Selain itu, tingginya ketergantungan terhadap tren viral di media sosial menyebabkan pelaku usaha lebih fokus pada peningkatan penjualan jangka pendek dibandingkan keberlanjutan usaha jangka panjang.

Kegiatan ini melibatkan pelaku UMKM sebagai mitra utama yang secara langsung menjalankan usaha Es Teh Super Jumbo. Selain itu, konsumen juga menjadi pihak yang terdampak secara tidak langsung, terutama terkait kualitas produk dan pelayanan yang diberikan. Tim pengabdian berperan sebagai fasilitator yang memberikan pendampingan dan solusi atas permasalahan yang dihadapi mitra.

Kegiatan dilaksanakan di lokasi usaha mitra yang berada di wilayah Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan. Wilayah ini memiliki tingkat persaingan usaha yang cukup tinggi, khususnya pada sektor makanan dan minuman. Kondisi lingkungan usaha yang kompetitif menuntut pelaku UMKM untuk memiliki keunggulan kompetitif agar dapat bertahan dan berkembang.

Permasalahan usaha mulai dirasakan oleh mitra seiring dengan meningkatnya jumlah kompetitor dan perubahan preferensi konsumen dalam beberapa waktu terakhir. Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada tanggal 9 Desember 2025 sebagai upaya untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang sedang dihadapi oleh mitra pada kondisi saat ini.

Solusi yang diberikan dalam kegiatan ini dilakukan melalui pendekatan partisipatif, yaitu dengan melibatkan mitra secara aktif dalam proses diskusi dan pemecahan masalah. Tim pengabdian memberikan pemahaman mengenai pentingnya pencatatan keuangan sederhana, seperti mencatat pemasukan dan pengeluaran harian, sehingga mitra dapat mengetahui kondisi keuangan usaha secara lebih jelas.

Dalam aspek penetapan harga, mitra diberikan pemahaman mengenai cara menghitung biaya produksi secara sederhana, termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja, dan biaya operasional lainnya. Dengan demikian, harga jual yang ditetapkan dapat mencerminkan biaya yang dikeluarkan serta memberikan keuntungan yang wajar.

Selain itu, dalam konteks manajemen risiko, mitra diberikan wawasan mengenai pentingnya mengidentifikasi potensi risiko usaha, seperti fluktuasi harga bahan baku, perubahan tren konsumen, dan persaingan usaha. Mitra juga didorong untuk melakukan inovasi produk, seperti variasi rasa dan penyesuaian tingkat gula, guna mengikuti perkembangan preferensi konsumen yang semakin mengarah pada gaya hidup sehat.

Dari sisi pemasaran, mitra diarahkan untuk memanfaatkan media digital secara lebih terstruktur, tidak hanya mengandalkan viralitas, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen melalui kualitas produk dan pelayanan yang konsisten.



Gambar 1
Kedai Es Teh Super Jumbo

Selain hasil yang telah dipaparkan, kegiatan ini juga menunjukkan bahwa keberhasilan suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh besarnya permintaan pasar, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola usahanya secara menyeluruh. Dalam praktiknya, banyak pelaku UMKM yang masih menjalankan usaha secara sederhana tanpa didukung oleh sistem manajemen yang memadai. Kondisi ini menyebabkan usaha menjadi rentan terhadap berbagai perubahan yang terjadi di lingkungan bisnis.

Sebelum dilakukan pendampingan, mitra belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang terstruktur. Pencatatan yang dilakukan masih bersifat sederhana dan tidak konsisten, sehingga sulit untuk mengetahui kondisi keuangan usaha secara pasti. Hal ini berdampak pada kesulitan dalam menentukan apakah usaha yang dijalankan benar-benar menghasilkan keuntungan atau tidak.

Setelah dilakukan pendampingan, mitra mulai memahami bahwa pencatatan keuangan memiliki peran yang sangat penting dalam pengelolaan usaha. Dengan adanya pencatatan yang lebih teratur, mitra dapat mengetahui arus kas, mengidentifikasi pengeluaran yang tidak perlu, serta mengevaluasi kinerja usaha secara berkala. Hal ini menjadi langkah awal dalam menciptakan pengelolaan usaha yang lebih baik.

Dalam aspek kelayakan usaha, mitra juga mengalami perubahan pemahaman yang cukup signifikan. Sebelumnya, mitra beranggapan bahwa usaha yang ramai pembeli sudah pasti menguntungkan. Namun setelah diberikan pemahaman, mitra mulai menyadari bahwa keuntungan usaha sangat bergantung pada kemampuan dalam mengelola biaya. Tanpa perhitungan biaya yang jelas, usaha berpotensi mengalami kerugian meskipun memiliki tingkat penjualan yang tinggi.

Selain itu, dalam konteks manajemen risiko, mitra mulai memahami bahwa setiap usaha memiliki potensi risiko yang perlu diantisipasi sejak awal. Risiko tidak lagi dipandang sebagai sesuatu yang tidak dapat dihindari, tetapi sebagai faktor yang dapat dikelola melalui strategi yang tepat. Risiko seperti kenaikan harga bahan baku, perubahan tren konsumsi, serta meningkatnya persaingan usaha menjadi perhatian utama dalam menjalankan usaha.

Mitra juga mulai memahami pentingnya melakukan inovasi produk sebagai salah satu strategi dalam menghadapi persaingan. Inovasi tidak harus selalu dalam bentuk perubahan besar, tetapi dapat dilakukan melalui variasi rasa, peningkatan kualitas bahan, maupun perbaikan dalam pelayanan. Hal ini bertujuan untuk mempertahankan minat konsumen serta meningkatkan daya saing usaha.

Dalam aspek pemasaran, perubahan pemahaman mitra juga terlihat cukup signifikan. Jika sebelumnya mitra hanya mengandalkan promosi sederhana melalui media sosial, setelah pendampingan mitra mulai memahami pentingnya strategi pemasaran yang lebih terarah. Konsistensi dalam promosi serta interaksi dengan konsumen menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas pelanggan.

Lebih lanjut, kegiatan ini juga memberikan dampak terhadap peningkatan kepercayaan diri mitra dalam menjalankan usaha. Dengan pemahaman yang lebih baik, mitra menjadi lebih yakin dalam mengambil keputusan serta lebih terbuka terhadap berbagai peluang pengembangan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa pendampingan tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga membentuk pola pikir kewirausahaan yang lebih adaptif.

Jika dilihat dari perspektif yang lebih luas, kondisi yang dialami mitra mencerminkan permasalahan umum yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Indonesia. Keterbatasan dalam aspek manajerial menjadi salah satu faktor utama yang menghambat perkembangan usaha. Oleh karena itu, kegiatan pendampingan seperti ini memiliki peran penting dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha.

Selain itu, pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini terbukti efektif karena melibatkan mitra secara langsung dalam proses pembelajaran. Dengan adanya interaksi yang aktif, mitra dapat memahami materi dengan lebih baik serta mampu mengaplikasikannya dalam

kegiatan usaha sehari-hari. Pendekatan ini juga memungkinkan terjadinya proses pembelajaran yang lebih kontekstual dan relevan dengan kondisi nyata di lapangan.

Keberhasilan kegiatan ini menunjukkan bahwa pengembangan UMKM tidak selalu memerlukan intervensi yang kompleks, tetapi dapat dimulai dari langkah-langkah sederhana yang dilakukan secara konsisten. Penerapan pencatatan keuangan, penetapan harga yang tepat, serta peningkatan kualitas produk merupakan langkah awal yang dapat memberikan dampak signifikan terhadap keberlanjutan usaha.

Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat secara langsung bagi mitra, tetapi juga memberikan gambaran mengenai pentingnya peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan bisnis yang semakin kompleks. Pendekatan yang dilakukan dapat menjadi model yang dapat diterapkan pada pelaku usaha lainnya dengan kondisi yang serupa.

Lebih jauh lagi, hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa proses pembelajaran yang dialami oleh mitra tidak hanya bersifat kognitif, tetapi juga menyentuh aspek sikap dan perilaku dalam menjalankan usaha. Perubahan ini terlihat dari meningkatnya kesadaran mitra terhadap pentingnya perencanaan usaha yang lebih terstruktur. Sebelumnya, kegiatan usaha dijalankan secara spontan tanpa adanya target atau evaluasi yang jelas. Namun setelah pendampingan, mitra mulai memahami bahwa setiap keputusan usaha perlu didasarkan pada pertimbangan yang rasional.

Dalam praktiknya, mitra mulai mencoba menerapkan perencanaan sederhana, seperti memperkirakan kebutuhan bahan baku, menghitung potensi penjualan, serta mempertimbangkan kemungkinan risiko yang dapat terjadi. Meskipun masih dalam tahap awal, langkah ini menunjukkan adanya perkembangan dalam cara berpikir yang lebih sistematis.

Selain itu, pemahaman mitra terhadap pentingnya efisiensi juga mengalami peningkatan. Sebelumnya, penggunaan bahan baku belum dikelola secara optimal, sehingga berpotensi menimbulkan pemborosan. Setelah mendapatkan pendampingan, mitra mulai lebih memperhatikan penggunaan bahan secara lebih efisien tanpa mengurangi kualitas produk yang dihasilkan. Hal ini menjadi salah satu upaya untuk menjaga keseimbangan antara biaya dan kualitas.

Dalam aspek hubungan dengan konsumen, mitra juga mulai memahami bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh produk yang dijual, tetapi juga oleh pengalaman yang dirasakan oleh konsumen. Pelayanan yang ramah, kecepatan dalam penyajian, serta konsistensi kualitas menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Dengan adanya pemahaman ini, mitra mulai lebih memperhatikan aspek pelayanan sebagai bagian dari strategi usaha.

Lebih lanjut, kegiatan ini juga mendorong mitra untuk lebih terbuka terhadap perubahan dan inovasi. Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, kemampuan untuk beradaptasi menjadi sangat penting. Mitra mulai menyadari bahwa usaha yang tidak berkembang akan sulit untuk bertahan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, inovasi menjadi salah satu kunci dalam menjaga keberlanjutan usaha.

Jika dilihat dari sudut pandang keberlanjutan, perubahan yang terjadi pada mitra merupakan langkah awal yang cukup positif. Meskipun belum sepenuhnya sempurna, peningkatan pemahaman dan kesadaran ini menjadi fondasi yang penting dalam pengembangan usaha ke depan. Dengan adanya pendampingan yang berkelanjutan, diharapkan perubahan ini dapat terus berkembang dan memberikan dampak yang lebih besar.

Selain itu, kegiatan ini juga memberikan gambaran bahwa pendekatan yang bersifat praktis dan kontekstual lebih mudah diterima oleh pelaku UMKM dibandingkan dengan pendekatan yang terlalu teoritis. Hal ini menunjukkan bahwa dalam upaya pengembangan UMKM, metode penyampaian materi menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan.

Secara keseluruhan, tambahan hasil ini semakin memperkuat bahwa kegiatan pendampingan tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga berpotensi memberikan dampak jangka panjang terhadap keberlanjutan usaha. Dengan meningkatnya kemampuan dalam mengelola usaha, pelaku UMKM diharapkan dapat lebih siap dalam menghadapi tantangan bisnis yang semakin kompleks.

Kesimpulan dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa usaha Es Teh Super Jumbo memiliki potensi yang cukup besar untuk berkembang, terutama karena didukung oleh tingginya minat konsumen terhadap produk minuman yang praktis dan terjangkau. Namun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya didukung oleh kemampuan manajerial yang memadai, khususnya dalam aspek pengelolaan keuangan, penetapan harga, dan manajemen risiko.

Sebelum dilakukan pendampingan, mitra cenderung menjalankan usaha secara sederhana tanpa perencanaan yang terstruktur. Penetapan harga masih dilakukan secara perkiraan, pencatatan keuangan belum sistematis, dan kesadaran terhadap risiko usaha masih rendah. Kondisi ini berpotensi menghambat keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Setelah dilakukan pendampingan, terjadi peningkatan pemahaman mitra dalam mengelola usaha secara lebih baik. Mitra mulai memahami pentingnya pencatatan keuangan, penetapan harga berbasis biaya, serta perlunya menjaga kualitas produk dan melakukan inovasi. Selain itu, mitra juga mulai menyadari pentingnya strategi dalam menghadapi persaingan dan perubahan tren pasar.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif tidak hanya dalam peningkatan pengetahuan, tetapi juga dalam perubahan pola pikir mitra menjadi lebih rasional dan terarah dalam mengambil keputusan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan dapat menjadi salah satu upaya efektif dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM.

Secara lebih luas, kegiatan ini menunjukkan bahwa pengembangan UMKM tidak hanya dapat dilakukan melalui bantuan modal, tetapi juga melalui peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam pengelolaan usaha. Pendampingan yang dilakukan terbukti mampu membantu pelaku usaha dalam memahami konsep dasar manajemen secara lebih praktis dan aplikatif.

Namun demikian, kegiatan ini masih memiliki keterbatasan karena dilakukan dalam waktu yang relatif singkat, sehingga implementasi secara menyeluruh belum dapat diamati dalam jangka panjang. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan lanjutan agar perubahan yang telah terjadi dapat diterapkan secara konsisten.

Adapun rekomendasi yang dapat diberikan adalah:

1. Pelaku UMKM perlu menerapkan pencatatan keuangan secara rutin;
2. Penetapan harga harus didasarkan pada perhitungan biaya yang akurat;
3. Inovasi produk perlu dilakukan secara berkelanjutan;
4. Pemanfaatan media digital harus dilakukan secara lebih strategis; serta
5. Kegiatan pendampingan serupa perlu dilakukan secara berkelanjutan untuk mendukung perkembangan UMKM.

Daftar Pustaka

- Dewi, A. C., Fathaniah, N., & Octaviani, N. A. (2024). Model bisnis dan strategi pemasaran pada produk es teh jumbo di industri minuman.
- Hidayat, R. (2019). Peran UMKM dalam penguatan ekonomi lokal. *Jurnal Ekonomi Daerah*, 5(2), 45–53.
- Riyanto, B. (2021). *Manajemen risiko usaha mikro dan kecil*. Jakarta: Salemba Empat.

- Sari, R. (2023). Tren konsumsi minuman ringan pada UMKM perkotaan. *Jurnal Manajemen UMKM*, 4(1), 22–30.
- Setiawan, A. (2021). Pemanfaatan media sosial sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal Pemasaran Digital*, 3(2), 60–68.
- Suryana. (2020). *Kewirausahaan: Konsep dan realita pada UMKM Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wijaya, D. (2023). Strategi penetapan harga pada usaha mikro sektor minuman. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 6(1), 15–24.