

## Pengembangan Tata Kelola Manajemen Keuangan, Produksi, dan Pemasaran pada UMKM Rumah Lemon

Alvi Nabila<sup>1</sup> Siti Samsiah<sup>2</sup> Dhea Rahman Putri<sup>3</sup> May Inggri Br Sihombing<sup>4</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau, Kota pekanbaru, Provinsi Riau, Indonesia<sup>1,2,4</sup>

Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Riau, Kota pekanbaru, Provinsi Riau, Indonesia<sup>3</sup>

Email: [alvinabila927@gmail.com](mailto:alvinabila927@gmail.com)<sup>1</sup> [siti.samsiah@umri.ac.id](mailto:siti.samsiah@umri.ac.id)<sup>2</sup> [dherhmnptri@gmail.com](mailto:dherhmnptri@gmail.com)<sup>3</sup> [mayyinggrisihombing65@gmail.com](mailto:mayyinggrisihombing65@gmail.com)<sup>4</sup>

### Abstrak

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memegang peran krusial dalam perekonomian Indonesia, berkontribusi sekitar 60% dari PDB dan menyerap lebih dari 90% tenaga kerja. Rumah Lemon, sebuah UMKM yang memproduksi sari jeruk lemon, menghadapi berbagai tantangan seperti pengelolaan arus kas, efisiensi produksi, dan pemasaran digital. Melalui bantuan modal dari PLN dan pelatihan yang intensif, Rumah Lemon berhasil meningkatkan kapasitas produksi dan kualitas produk serta memperluas jangkauan pasar melalui strategi pemasaran yang mencakup kerjasama lokal dan pemanfaatan media sosial. Evaluasi berkelanjutan diperlukan untuk memastikan pertumbuhan usaha yang optimal.

**Kata Kunci:** Pemasaran Digital, Pengembangan Usaha, Rumah Lemon, Tata Kelola Produksi, UMKM

### Abstract

*SMEs (Small and Medium Enterprises) play a crucial role in the Indonesian economy, contributing approximately 60% of GDP and absorbing over 90% of the workforce. Rumah Lemon, an SME producing lemon juice, faces various challenges such as cash flow management, production efficiency, and digital marketing. Through financial support from PLN and intensive training, Rumah Lemon has successfully enhanced production capacity and product quality, and expanded market reach through local partnerships and social media utilization. Ongoing evaluation is necessary to ensure optimal business growth.*

**Keywords:** Digital Marketing, Business Development, Lemon House, Production Management, MSMEs



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

## PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran yang sangat vital dalam perekonomian Indonesia. Mereka menyumbang sekitar 60% dari total PDB (Produk Domestik Bruto) dan menyerap lebih dari 90% tenaga kerja di Indonesia. UMKM juga memainkan peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi tingkat pengangguran, dan mendukung stabilitas sosial ekonomi. Kemajuan suatu negara juga didukung oleh para wirausaha (Sandri et al., 2017). Selain itu, UMKM membantu mempercepat pertumbuhan ekonomi daerah dengan mendistribusikan pendapatan secara lebih merata dan mempromosikan inovasi serta kewirausahaan di berbagai sektor ekonomi. Dalam konteks globalisasi dan persaingan pasar yang semakin ketat, UMKM juga berperan sebagai pelopor dalam mendukung daya saing nasional melalui adaptasi teknologi dan peningkatan kualitas produk dan layanan. Praktek bisnis Rumah Lemon memberikan wawasan mendalam tentang pengelolaan dan pengembangan bisnis UMKM dalam menghadapi berbagai tantangan pasar. Rumah Lemon menekankan pentingnya tata kelola yang baik, efisiensi produksi, dan strategi pemasaran yang efektif untuk mencapai kesuksesan. Melalui pendekatan terstruktur dalam manajemen keuangan, produksi, dan pemasaran, Rumah Lemon telah berhasil membangun bisnis yang berkelanjutan dan kompetitif. Studi ini juga mengilustrasikan bagaimana inovasi,

pemanfaatan teknologi digital, dan kemitraan strategis dapat meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar UMKM. Dengan memahami langkah-langkah yang diambil oleh Rumah Lemon, UMKM lain dapat mengadopsi dan menyesuaikan praktik terbaik ini dengan konteks bisnis mereka sendiri.

Rumah Lemon merupakan usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang didirikan pada tahun 2017 dan berfokus pada produksi sari jeruk lemon. UMKM ini bertujuan untuk memperkenalkan kekayaan jeruk lemon lokal dari Indonesia. Sari lemon dikenal kaya akan vitamin C, yang dapat memperkuat sistem kekebalan tubuh, membantu melawan penyakit, dan melindungi sel-sel tubuh dari kerusakan radikal bebas (Santoso, 2021). Kandungan asam sitrat dalam lemon merangsang produksi cairan pencernaan dan enzim, meningkatkan pencernaan dan mencegah pembentukan batu ginjal. Lemon juga dikenal sebagai sumber serat yang baik, membantu menjaga berat badan dan meningkatkan rasa kenyang. Sifat antimikroba lemon dapat menyegarkan napas dan membersihkan mulut. Dengan kandungan antioksidan yang tinggi, sari lemon merupakan tambahan yang menyegarkan dan bermanfaat bagi kesehatan secara keseluruhan (Hadi, 2019). Pendiri Rumah Lemon, kakak Ina, terinspirasi oleh keinginannya untuk memiliki keturunan dan mengadopsi gaya hidup sehat. Ia memulai usaha ini dengan mengembangkan produk minuman lemon menggunakan lemon yang dibeli langsung dari petani. Dalam perjalanan usahanya, ia bekerja sama dengan seorang pedagang untuk memasarkan produknya dan memanfaatkan platform penjualan melalui Facebook. Sekarang, produk Rumah Lemon sudah terjual di media sosial lainnya (Komalasari, 2020). Rumah Lemon menawarkan berbagai produk seperti sari lemon, obat batuk, dan minuman lainnya, yang semuanya terbuat dari 100% jeruk lemon dan memiliki banyak manfaat bagi kesehatan. Produk-produknya dikenal memiliki kualitas yang sangat tinggi, seperti Le Fame, OBH Lemon, dan Sulemon.

UMKM Rumah Lemon memiliki target pasar yang luas dan beragam. Produk-produk mereka menarik bagi pecinta makanan dan minuman sehat yang mencari alternatif menyegarkan dan bernutrisi. Target pasar utamanya meliputi konsumen berusia 20-45 tahun, khususnya ibu muda atau wanita yang ingin melangsingkan atau merawat badan. Rumah Lemon berencana untuk memperluas jangkauan produk dengan menambah variasi dan inovasi baru berdasarkan feedback pelanggan serta tren pasar terkini. Mereka juga berencana meningkatkan penetrasi pasar melalui ekspansi ke outlet ritel yang lebih luas, baik secara offline maupun online. Pendiri Rumah Lemon juga ingin memiliki kemasan minuman gelas kecil seperti merek minuman teh gelas. Mengelola arus kas harian menjadi tantangan utama bagi banyak UMKM, termasuk Rumah Lemon. Kesulitan dalam mencocokkan pemasukan dan pengeluaran harian dapat menyebabkan ketidakstabilan keuangan, yang berdampak negatif terhadap operasional harian dan pengembangan jangka panjang bisnis. Kurangnya edukasi, pelatihan, kurangnya dukungan sumber daya manusia juga menjadi pemicu keterbatasan dalam hal penyajian arus kas (Samsiah & Lawita, 2017).

Selain itu, keterbatasan akses ke sumber pendanaan formal seperti pinjaman bank seringkali menghambat kemampuan UMKM untuk mendapatkan modal yang diperlukan untuk ekspansi atau memperbaiki infrastruktur bisnis. Meningkatkan efisiensi produksi merupakan tantangan signifikan bagi UMKM. Kendala seperti keterbatasan teknologi, tenaga kerja yang kurang terampil, dan proses produksi yang tidak optimal dapat menyebabkan biaya produksi yang tinggi. Dampaknya, harga jual produk menjadi kurang kompetitif di pasar. Selain itu, masalah konsistensi kualitas produk seringkali muncul akibat variabilitas dalam proses produksi. Upaya untuk mempertahankan standar kualitas membutuhkan investasi dalam pelatihan karyawan, pemeliharaan peralatan, dan pengawasan yang ketat. Dalam era digital, pemanfaatan platform digital seperti media sosial dan *e-commerce* menjadi krusial.

Pemanfaatan platform digital juga dapat menciptakan unit usaha yang mandiri dan tangguh (Jusnita et al., 2020). Namun, banyak UMKM mengalami kesulitan dalam mengelola kampanye pemasaran digital yang efektif. Tantangan ini meliputi kurangnya pengetahuan tentang strategi digital, keterbatasan anggaran untuk iklan online, dan persaingan yang ketat. Selain itu, memperluas pangsa pasar dan menarik pelanggan baru sambil mempertahankan yang lama memerlukan pendekatan yang cerdas dan berkelanjutan. Strategi yang efektif termasuk promosi yang konsisten, layanan pelanggan yang baik, dan inovasi produk yang terus-menerus. Rumusan Masalah: Bagaimana tata kelola usaha yang diterapkan oleh UMKM Rumah Lemon dalam menjalankan kegiatan bisnisnya? Bagaimana tata kelola produksi yang dilakukan oleh UMKM Rumah Lemon untuk menjaga kualitas produk? Apa saja tantangan dan peluang yang dihadapi oleh UMKM Rumah Lemon dalam mengembangkan usahanya? Strategi apa yang diterapkan oleh UMKM Rumah Lemon untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan?

### **METODE PENGABDIAN**

Metode ini menggunakan Metode Pelatihan dan pendampingan yang berfokus pada pengembangan tata kelola manajemen keuangan, produksi, dan pemasaran pada UMKM Rumah Lemon telah dilaksanakan selama empat bulan. Program ini dirancang untuk memberikan peningkatan keterampilan dan pengetahuan bagi para pelaku usaha dalam mengelola berbagai aspek penting dalam bisnis mereka, sehingga dapat beroperasi secara lebih efisien dan kompetitif. Dalam aspek manajemen keuangan, peserta pelatihan diberikan pemahaman mendalam mengenai pentingnya pencatatan keuangan yang rapi dan akurat. Mereka diajarkan cara menyusun laporan keuangan, membuat anggaran, serta melakukan analisis keuangan untuk mengambil keputusan yang tepat. Workshop ini juga mencakup materi tentang manajemen kas, pengendalian biaya, dan strategi pengelolaan utang piutang yang efektif. Di bidang produksi, pelatihan difokuskan pada peningkatan efisiensi dan kualitas produk. Para peserta diajarkan mengenai teknik produksi yang lebih baik, pemanfaatan teknologi, dan penerapan standar kualitas. Selain itu, mereka juga diberikan pengetahuan tentang pengelolaan persediaan dan rantai pasok yang efektif untuk memastikan ketersediaan bahan baku dan produk jadi dengan biaya yang optimal. Sementara itu, dalam aspek pemasaran, program pelatihan menekankan pada pentingnya memahami pasar dan konsumen.

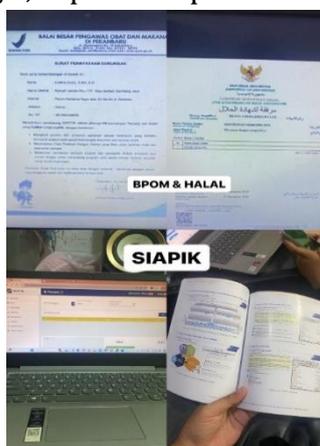
Peserta diberikan wawasan tentang strategi pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial dan platform *e-commerce* untuk memperluas jangkauan pasar. Mereka juga diajarkan teknik promosi yang kreatif dan efektif, serta cara membangun merek yang kuat dan konsisten. Sepanjang pelatihan, peserta mendapatkan pendampingan intensif dari para mentor yang berpengalaman di bidang masing-masing. Pendampingan ini meliputi sesi konsultasi, kunjungan lapangan, dan evaluasi berkala untuk memantau perkembangan dan memberikan masukan yang konstruktif. Para pelaku UMKM juga diberikan kesempatan untuk berbagi pengalaman dan belajar dari praktik terbaik sesama peserta, sehingga tercipta lingkungan belajar yang kolaboratif. Hasil dari kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi UMKM Rumah Lemon. Dengan penerapan tata kelola manajemen keuangan yang lebih baik, produksi yang efisien, dan strategi pemasaran yang efektif, UMKM ini diharapkan dapat meningkatkan daya saingnya di pasar, mencapai pertumbuhan usaha yang berkelanjutan, serta memberikan kontribusi yang lebih besar bagi perekonomian lokal.

### **HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **Tata Kelola Manajemen Keuangan**

Tata kelola manajemen keuangan merupakan aspek krusial dalam operasional sebuah usaha (Rivaldo et al., 2023), termasuk dalam konteks UMKM seperti Rumah Lemon.

Pengelolaan keuangan yang efektif melibatkan berbagai kegiatan, mulai dari perencanaan anggaran hingga pengendalian pengeluaran. Salah satu elemen penting dalam tata kelola ini adalah penyusunan anggaran yang realistis dan sesuai dengan tujuan strategis UMKM. Dengan anggaran yang baik, UMKM dapat mengalokasikan sumber daya secara efisien, mengidentifikasi kebutuhan investasi, dan merencanakan pengeluaran yang mendukung pertumbuhan. Rumah Lemon, menggunakan anggaran untuk memandu alokasi dana ke berbagai departemen seperti produksi, pemasaran, dan inovasi produk, sehingga mampu menjaga keseimbangan antara pengeluaran dan pendapatan. Selain itu, pengelolaan arus kas menjadi komponen utama dalam tata kelola manajemen keuangan. Arus kas yang baik memastikan bahwa perusahaan memiliki likuiditas yang cukup untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya, seperti membayar gaji karyawan dan membeli bahan baku. Rumah Lemon juga menerapkan sistem pelaporan keuangan yang akurat dan tepat waktu, memungkinkan pemantauan kinerja keuangan secara berkala. Hal ini tidak hanya membantu dalam mengidentifikasi potensi masalah keuangan sedini mungkin, tetapi juga memberikan dasar bagi pengambilan keputusan strategis, seperti ekspansi bisnis



Gambar 1. Dokumentasi Tata Kelola Usaha UMKM, BPOM, Halal, dan SIAPIK

### Tata Kelola Produksi

Tata kelola produksi di Rumah Lemon berfokus pada optimalisasi penggunaan sumber daya dan efisiensi proses produksi. Berkat bantuan modal dari PLN, UMKM ini dapat membeli peralatan baru seperti mesin pemeras lemon dan mesin penyaring sari lemon, serta melatih karyawan dalam pengolahan lemon dan manajemen produksi yang efisien. Proses produksi dimulai dengan pemilihan bahan baku lemon yang segar dari petani lokal, yang dicuci, dipotong, dan diperas untuk mendapatkan sari lemon yang murni. Proses ini dilakukan dengan mesin peras higienis untuk mencegah kontaminasi. Sari lemon kemudian dipasteurisasi dan dikemas dalam botol kaca steril. Program pelatihan yang diberikan juga berfokus pada peningkatan kapasitas produksi dan pengelolaan kualitas produk yang lebih baik.



Gambar 2. Dokumentasi Tata Kelola Produksi

### Tata Kelola Pemasaran

Dalam pasar yang lebih kecil, merek (brand) memiliki peluang besar untuk mengambil pangsa pasar dari merek-merek besar yang sudah ada. Hal ini disebabkan oleh kemampuan mereka untuk melayani pelanggan dengan lebih fleksibel dan menggunakan pendekatan yang lebih kreatif dibandingkan dengan perusahaan besar yang sudah terkenal (Ardi et al., 2017). Rumah Lemon adalah contoh nyata dari strategi ini, dengan penerapan berbagai metode pemasaran yang inovatif untuk memaksimalkan kehadirannya di pasar dengan membranding Rumah Lemon. Strategi pemasaran di Rumah Lemon mencakup pemasaran offline dan online. Pemasaran offline dilakukan melalui kerjasama dengan toko oleh-oleh dan bazar lokal, serta pihak purchasing hotel di Pekanbaru. Untuk pemasaran digital, Rumah Lemon memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan platform *e-commerce* seperti Shopee dengan melakukan live. Mereka secara aktif memposting konten menarik seperti tips kesehatan, resep minuman lemon, dan testimoni pelanggan untuk menarik perhatian dan membangun hubungan dengan konsumen.



Gambar 3. Dokumentasi Tata Kelola Pemasaran

### Pengembangan Usaha dan Permodalan

UMKM Rumah Lemon berkomitmen untuk memperluas pasar melalui strategi kemitraan dan penyebaran booth di beberapa titik strategis di Pekanbaru. Mereka menjalin kerjasama dengan pihak kedua yang memiliki jaringan luas untuk penempatan booth dan memilih lokasi strategis berdasarkan kepadatan pengunjung dan potensi penjualan tinggi. Untuk mendukung pengembangan usaha mereka, Rumah Lemon juga mengajukan permohonan dana hibah dari pemerintah melalui DPRD. Dukungan ini diharapkan dapat membantu mereka dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing di industri minuman segar berbasis lemon.



Gambar 4. Dokumentasi Pengembangan Usaha dan Permodalan

Peningkatan signifikan dalam tata kelola usaha dan produksi di Rumah Lemon menunjukkan dampak positif dari bantuan modal dan program pelatihan yang diberikan oleh PLN. Bantuan modal memungkinkan UMKM ini untuk membeli peralatan baru seperti mesin pemeras dan penyaring sari lemon, yang meningkatkan kapasitas produksi dan kualitas produk secara keseluruhan. Selain itu, pelatihan dalam budi daya dan pengolahan lemon memberikan pengetahuan berharga bagi para pelaku UMKM tentang pengelolaan produksi yang lebih efisien, sehingga proses produksi menjadi lebih terstruktur dan higienis. Namun, untuk menilai efektivitas program secara keseluruhan, diperlukan analisis lebih mendalam tentang peningkatan penjualan dan kepuasan pelanggan setelah penerapan perubahan tersebut. Strategi pemasaran yang mencakup pemasaran offline dan online telah membantu memperluas jangkauan pasar Rumah Lemon, namun keberhasilan ini perlu diukur melalui data penjualan konkret dan umpan balik konsumen. Dengan demikian, meskipun ada indikasi awal yang positif, evaluasi berkelanjutan diperlukan untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan usaha yang optimal.

#### KESIMPULAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, berkontribusi sekitar 60% dari PDB dan menyerap lebih dari 90% tenaga kerja. Mereka mendorong penciptaan lapangan kerja, mengurangi pengangguran, dan mendukung stabilitas sosial ekonomi. Dalam menghadapi globalisasi dan persaingan pasar, UMKM meningkatkan daya saing nasional melalui adaptasi teknologi dan peningkatan kualitas produk. Tantangan utama yang dihadapi oleh Rumah Lemon meliputi pengelolaan arus kas, efisiensi produksi, dan pemasaran digital. Mereka meningkatkan efisiensi produksi dengan bantuan modal dari PLN untuk membeli peralatan baru dan pelatihan karyawan. Strategi pemasaran mencakup kerjasama dengan toko dan bazar lokal, serta pemanfaatan media sosial dan platform *e-commerce*. Melalui pelatihan dan program pengembangan, UMKM Rumah Lemon memperoleh peningkatan keterampilan dalam manajemen keuangan, produksi, dan pemasaran. Program ini berdampak positif pada peningkatan kapasitas produksi, kualitas produk, dan jangkauan pasar. Namun, evaluasi berkelanjutan diperlukan untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan usaha yang optimal.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ardi, H. A., Samsiah, S., Busyro, W., Sandri, S. H., Misral, M., & Rahmayanti, S. (2017). Pemberdayaan Usaha Masyarakat Melalui Branding Produk. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 1(2), 54–59. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v1i2.236>
- Jusnita, J., Siti Samsiah, Asrinda Amalia, & Edo Aribé. (2020). Implementasi Pengembangan Pojok Wirausaha Mahasiswa Sebagai Business Centre Berbasis Online Web Marketing Di Universitas Muhammadiyah Riau. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 4(2), 266–275. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v4i2.2214>
- Rivaldo, Samsiah, S., & Marlina, E. (2023). Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Pada Umkm Rumah Makan Dan Restoran Di Kota Pekanbaru. *Sneba*, 3, 79–88.
- Samsiah, S., & Lawita, N. F. (2017). Review the Readiness of MSMEs in Indonesia Compliance with Accounting Standards Micro, Small and Medium Enterprise (SAK EMKM). *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 7(2), 115–120.
- Sandri, S. H., Busyro, W., Samsiah, S., & Bakaruddin, B. (2017). Meningkatkan Kualitas Masyarakat Dengan Entrepreneurship. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 1(1), 62–66. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v1i1.37>