



Implementasi Manajemen Operasional dan Pemasaran Digital pada Usaha Brentano Store dalam Meningkatkan Penjualan Produk Sepatu dan Sandal Kulit

Sri Utari Febrianti ^{1*}, Ida Farida Oesman ²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Universitas Indonesia Membangun

*Penulis Korespondensi: tari95701@gmail.com

Abstract. *This Independent Entrepreneurship MBKM activity aims to implement operational management and digital marketing at Brentano Store, a marketplace-based business selling leather shoes and sandals, to increase product sales. The implementation methods include human resource management through division of tasks and performance evaluation, application of digital marketing strategies covering market segmentation, 4P marketing mix, AIDA model, and TikTok digital funnel, as well as financial management through cash flow recording and income statement preparation. The activity was carried out from February to July using a participatory approach and direct observation. The results showed significant business performance improvement with total revenue of Rp136,575,000, positive cash flow, and net profit reaching Rp113,915,000. The implementation of digital marketing through promotional content, live streaming on Shopee and TikTok, and marketplace optimization successfully expanded market reach and increased sales. This program also positively impacted the development of students' entrepreneurial competencies, including improved analytical skills, discipline, responsibility, and readiness to face business challenges. In conclusion, the integration of structured operational management and appropriate digital marketing strategies can drive the growth of MSMEs in the digital economy era.*

Keywords: *cash flow; digital marketing; financial management; income statement; marketing management; MSMEs*

Abstrak. Kegiatan MBKM Wirausaha Mandiri ini bertujuan untuk mengimplementasikan manajemen operasional dan pemasaran digital pada Brentano Store, usaha penjualan sepatu dan sandal kulit berbasis marketplace, guna meningkatkan penjualan produk. Metode pelaksanaan mencakup pengelolaan sumber daya manusia melalui pembagian tugas dan penilaian kinerja, penerapan strategi pemasaran digital meliputi segmentasi pasar, bauran pemasaran 4P, model AIDA, dan digital funnel TikTok, serta pengelolaan keuangan melalui pencatatan arus kas dan laporan laba rugi. Kegiatan dilaksanakan selama periode Februari hingga Juli dengan pendekatan partisipatif dan observasi langsung. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kinerja usaha yang signifikan dengan total pendapatan sebesar Rp136.575.000, arus kas positif, dan laba bersih mencapai Rp113.915.000. Implementasi pemasaran digital melalui konten promosi, siaran langsung di Shopee dan TikTok, serta optimalisasi marketplace berhasil meningkatkan jangkauan pasar dan penjualan. Program ini juga memberikan dampak positif terhadap pengembangan kompetensi kewirausahaan mahasiswa, meliputi peningkatan kemampuan analisis, kedisiplinan, tanggung jawab, dan kesiapan menghadapi tantangan dunia usaha. Kesimpulannya, integrasi manajemen operasional yang terstruktur dan strategi pemasaran digital yang tepat mampu mendorong pertumbuhan usaha UMKM di era ekonomi digital.

Kata kunci: arus kas; laba rugi; manajemen keuangan; manajemen pemasaran; pemasaran digital; UMKM

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak yang signifikan terhadap dunia bisnis, khususnya pada sektor perdagangan platform digital. Masyarakat kini semakin mudah melakukan transaksi pembelian secara daring melalui berbagai platform marketplace seperti Shoope dan Tiktok Shop. Perubahan perilaku konsumen mendorong para pelaku usaha untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran dan penjualan produk agar mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Industri

alas kaki, khususnya produk sepatu dan sandal kulit, memiliki peluang usaha yang besar di tingkat nasional. Tingginya kebutuhan masyarakat terhadap produk yang nyaman, berkualitas, dan menarik mendorong pertumbuhan usaha di bidang ini. Selain sebagai kebutuhan sehari-hari, sepatu dan sandal kulit menjadi bagian dari gaya hidup, sehingga membuka peluang bagi pelaku usaha untuk bersaing dan berkembang di pasar digital. Mitra usaha dalam kegiatan MBKM Kewirausahaan mandiri ini merupakan usaha yang bergerak dibidang penjualan sepatu dan sandal kulit melalui marketplace seperti Shoope dan Tiktok Shop. Selain melakukan penjualan, usaha ini juga menjalankan berbagai kegiatan operasional, seperti pengelolaan produk, pembuatan konten promosi, pemasaran melalui siaran langsung melalui platform marketplace, pengemasan dan pengiriman barang ke ekspedisi. Strategi pemasaran digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan penjualan dan daya saing usaha di era perdagangan online.

Sebagai mahasiswa Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Kewirausahaan Mandiri, penulis memilih Brentano Store sebagai objek pelaksanaan kegiatan magang karena usaha tersebut memiliki model bisnis berbasis digital yang relevan dengan bidang studi yang ditempuh. Kegiatan magang di Brentano Store memberikan kesempatan kepada penulis untuk memperoleh pengalaman praktis dalam pengelolaan operasional usaha, penerapan strategi pemasaran digital, serta pengelolaan pelayanan konsumen melalui platform marketplace. Melalui kegiatan ini, penulis diharapkan mampu meningkatkan kompetensi, wawasan, dan keterampilan dalam bidang kewirausahaan serta memahami secara lebih mendalam penerapan konsep bisnis digital dalam praktik usaha.

Laporan kegiatan ini disusun untuk mendokumentasikan seluruh proses yang dilakukan penulis dalam menjalankan usaha selama periode 23 Februari hingga 23 Juli. Tujuan penyusunan laporan ini adalah untuk memenuhi persyaratan akademik Program MBKM Kewirausahaan Mandiri, sekaligus menjadi bukti nyata perkembangan usaha Brentano Store selama mengikuti program. Dengan adanya laporan ini, diharapkan pembaca dapat memahami proses perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan hasil yang dicapai dari proyek kewirausahaan mandiri ini.

2. KAJIAN TEORITIS

A. Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Amstrong (2016), Manajemen sumber daya manusia adalah pendekatan

strategis terhadap pengelolaan orang dalam organisasi yang berfokus pada peningkatan kinerja, produktivitas, dan kepuasan kerja. Sementara itu, Robbins & Judge (2019), menyatakan bahwa keberhasilan organisasi modern termasuk usaha mikro, sangat bergantung pada kemampuan mengelola sumber daya manusia secara efektif. Prinsip sumber daya manusia yang relevan untuk UMKM: 1) Spesialisasi pekerjaan – meski skala kecil, peran tiap orang harus jelas; 2) Pelatihan & Peningkatan keterampilan baru – memastikan SDM mampu mengikuti perkembangan teknologi pemasaran digital; 3) Motivasi & Sistem Penghargaan – memberikan apresiasi dalam bentuk bonus kecil, makan siang atau pujian; 4) Pengendalian Kualitas – memantau kualitas pekerjaan harian; dan 5) Efikasi pekerjaan – meminimalkan waktu yang terbuang dan meningkatkan produktivitas.

B. Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler (2016), pemasaran modern berorientasi pada kebutuhan pelanggan, didukung oleh pemanfaatan data, serta memanfaatkan perkembangan teknologi digital. Dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), pemasaran digital berperan sebagai salah satu strategi pemasaran yang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk, memperkuat interaksi dengan pelanggan, serta mendorong peningkatan penjualan.

1. Marketing Mix 4P

- Produk : Sepatu dan sandal kulit berkualitas dengan berbagai model, ukuran dan warna
- Harga : Rp. 100.000 – Rp. 275.000
- Tempat : Marketplace dan media sosial
- Promosi : Pemasaran siaran langsung, konten promosi, potongan harga

2. Model AIDA

- Perhatian – Konten FYP Tiktok
- Ketertarikan– menampilkan kualitas bahan, desain dan kenyamanan produk
- Keinginan– menawarkan berbagai model, harga kompetitif
- Tindakan – link pembelian live

3. Digital Funner Tiktok

Kesadaran → keterlibatan → menambahkan ke keranjang belanja

↓
Penyelesaian pembelian

↓
Pembelian ulang

C. Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan merupakan proses pengelolaan sumber daya keuangan organisasi yang meliputi kegiatan perencanaan, penganggaran, pengendalian, pemeriksaan dan pengembalian keputusan terkait penggunaan dana. Menurut Brigham & Houston (2018), tujuan utama manajemen keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan dengan memastikan penggunaan dana secara efisien, menjaga likuiditas, dan mengoptimalkan profit. Teori penting yang menjadi dasar antara lain perencanaan keuangan, analisis rasio, pengelolaan arus kas, keputusan investasi, serta keputusan pembiayaan. Perencanaan keuangan berfungsi untuk memperkirakan kebutuhan dana dalam jangka pendek maupun jangka panjang.. Analisis keuangan dilakukan untuk menilai kesehatan usaha melalui rasio profitabilitas, likuiditas, dan efisiensi. Pengelolaan arus kas memastikan operasi bisnis memiliki kas yang cukup untuk memenuhi kewajiban dan membeli bahan baku. Keputusan investasi berkaitan dengan penempatan dana pada aset produktif seperti peralatan. Sedangkan keputusan pembiayaan menentukan apakah usaha menggunakan modal sendiri atau pinjaman. Pemahaman teori-teori tersebut penting bagi Brentano Store karena usaha kecil sangat rentan terhadap kesalahan pengelolaan dana, sehingga manajemen keuangan yang baik menjadi pondasi keberlangsungan bisnis.

D. Laporan Arus Kas

Laporan arus kas merupakan laporan keuangan yang menggambarkan seluruh aliran masuk dan aliran keluar kas dalam suatu periode tertentu. konsep ini penting karena menunjukkan kemampuan suatu bisnis dalam menghasilkan kas untuk membiayai operasional, membayar kewajiban, serta mendukung pertumbuhan usaha. Secara teori arus kas dikelompokkan ke dalam tiga aktivitas utama. aktivitas operasi, aktivitas investasi, aktivitas pendanaan. Namun dalam usaha kecil seperti Brentano Store sepatu dan sandal kulit, fokus terbesar berada aktivitas operasi, yang mencakup penerimaan dari penjualan tunai, penerimaan dari piutang pelanggan, serta penerimaan lain-lain seperti retur atau komisi penjualan. Arus kas operasional juga mengikuti pengeluaran seperti

pembayaran kepada pemasok, pembelian bahan baku, pembayaran gaji, dan bebas operasional lainnya.

Penerimaan kas dari penjualan produk atau jasa merupakan sumber utama yang menjaga kelancaran operasional bisnis. Penerimaan ini dapat berupa penjualan tunai langsung, hasil penjualan melalui marketplace, serta bentuk pemasukan lain seperti refund atau insentif platform. Sementara itu pengeluaran kas mencakup pembayaran kepada pemasok bahan baku, pembelian barang dagang, pembayaran gaji karyawan, biaya listrik dan internet hingga biaya promosi pemasaran. Secara teori, pencatatan arus kas yang baik berperan dalam menjaga likuiditas usaha sehingga kemampuan usaha dalam memenuhi kewajiban jangka pendek tetap terpelihara. menghindari kekurangan kas, dan memberikan dasar pengambilan keputusan terkait belanja, produksi, maupun pengembangan.

Selain sebagai indikator likuiditas, laporan arus kas juga digunakan untuk menilai kemampuan bisnis dalam menghasilkan kas bersih dari kegiatan utamanya. Pemahaman teori arus kas penting karena memberikan gambaran apakah usaha berjalan secara efisien terutama dalam mengubah pendapatan menjadi kas nyata. Pada usaha kecil, sering kali terjadi selisih antara penjualan dan kas yang diterima akibat piutang atau penundaan pembayaran pelanggan. Oleh karena itu, teori arus kas menekankan pentingnya pengendalian kredit, pengaturan pembayaran ke pemasok, dan penyusunan jadwal pembayaran yang relevan dengan siklus kas usaha.

E. Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi merupakan laporan keuangan yang menyajikan informasi mengenai kinerja keuangan suatu usaha dalam periode tertentu. Laporan ini menunjukkan kemampuan usaha dalam menghasilkan laba melalui perbandingan antara pendapatan dan seluruh biaya yang dikeluarkan selama kegiatan operasional. Dalam teori akuntansi, laporan laba rugi menjadi alat utama untuk menilai tingkat profitabilitas dan efisiensi pengelolaan biaya suatu bisnis.

Komponen utama dalam laporan laba rugi meliputi pendapatan, harga pokok penjualan, laba kotor, beban operasional, laba usaha dan laba bersih. Pendapatan merupakan seluruh hasil yang diperoleh dari penjualan produk sepatu dan sandal kulit kepada konsumen. Harga pokok penjualan mencerminkan biaya langsung yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk. Seperti biaya produksi, dan biaya pengemasan.

Selisih antara pendapatan dan harga pokok penjualan menghasilkan laba kotor yang menunjukkan kemampuan usaha dalam menghasilkan keuntungan dari aktivitas penjualan.

Beban operasional mencakup seluruh biaya yang dikeluarkan untuk mendukung aktivitas usaha, seperti gaji karyawan, biaya listrik dan internet, biaya iklan serta biaya operasional lainnya. Setelah seluruh beban operasional dikurangkan dari laba kotor, diperoleh laba bersih yang menjadi keberhasilan usaha. Pemahaman laporan teori laporan laba rugi sangat penting untuk membantu pemilik usaha dalam mengevaluasi kinerja bisnis, mengendalikan biaya, serta mengambil keputusan yang tepat dan berkelanjutan.

3. METODE PENELITIAN

Metode pelaksanaan kegiatan MBKM Wirausaha Mandiri ini menggunakan pendekatan partisipatif dan observasi langsung selama periode Februari hingga Juli. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan desain studi kasus pada Brentano Store, usaha penjualan sepatu dan sandal kulit berbasis marketplace Shopee dan TikTok. Subjek penelitian meliputi seluruh elemen operasional usaha, terdiri dari pemilik, tim produksi, tim pemasaran, dan administrasi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam dengan pemilik dan karyawan, dokumentasi kegiatan operasional, serta pencatatan transaksi keuangan harian selama lima bulan pelaksanaan program. Instrumen pengumpulan data meliputi lembar observasi, pedoman wawancara, dan format pencatatan keuangan sederhana. Analisis data menggunakan pendekatan analisis deskriptif untuk menggambarkan implementasi manajemen sumber daya manusia, pemasaran digital, dan keuangan. Validitas data diperoleh melalui triangulasi sumber dengan membandingkan informasi dari berbagai informan serta triangulasi metode yang menggabungkan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Model penelitian mengintegrasikan tiga aspek manajemen utama: (1) implementasi manajemen SDM yang terdiri dari pembagian tugas dan penilaian kinerja, (2) implementasi manajemen pemasaran digital yang mencakup segmentasi pasar, bauran pemasaran 4P, model AIDA, dan digital funnel TikTok, serta (3) implementasi manajemen keuangan melalui penyusunan laporan arus kas dan laporan laba rugi. Evaluasi keberhasilan diukur melalui indikator kinerja utama (KPI) yang meliputi respons chat, kecepatan pengemasan, kehadiran, konsistensi konten, tingkat kesalahan pengiriman, total pendapatan, dan laba bersih.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia

Selama MBKM. Brentano Store mengelola SDM dengan beberapa strategi:

Pembagian Tugas

Tabel 1 Pembagian Tugas Brentano Store

Posisi	Rincian Tugas Lebih Lengkap
Pemilik/Pengelola	Pengambilan keputusan, pengelolaan produk, Pelayanan pelanggan, pegemasan evaluasi harian, dan koordinasi dengan pemasok serta pengrajin.
Tim Produksi	Pengadaan bahan baku, proses produksi, Pemotongan bahan, penjahitan, proses Penyelesaian akhir, pemeriksaan kualitas Produk dan pengemasan produk.
Tim Pemasaran	Pembuatan konten media sosial, pengelolaan marketplace, pemasaran siaran langsung, pelayanan pelanggan, dan monitoring pelanggan.
Administrasi/Pemilik Usaha	Rekap HPP, pencatatan arus kas, manajemen Stock administrasi.

Penilaian Kinerja

Tabel 2 Penilaian Kinerja

KPI SDM	Target	Realisasi	Keterangan
Respon chat	1-5 menit	2 menit	Tercapai
Pengemasan barang	< 15 menit	8 menit	Sangat Baik
Kehadiran	100%	98%	Sangat Baik
Konten harian	1 video/minggu	6 video/bulan	Konsisten
Kesalahan pengiriman	< 3%	1,2%	Sangat Baik

B. Implementasi Manajemen Pemasaran

Implementasi manajemen pemasaran pada usaha Brentano Store dilakukan melalui serangkaian strategi yang meliputi segmentasi pasar, penyusunan bauran pemasaran, pengembangan produk, pelaksanaan kegiatan promosi, penerapan strategi penetrasi pasar, serta analisis terhadap kondisi persaingan

Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar dilakukan dengan mengidentifikasi karakteristik konsumen yang relevan terhadap produk sepatu dan sandal kulit. Khususnya berdasarkan demografis (usia 20- 50 tahun), geografis (wilayah tingkat nasional) khususnya pengguna aktif marketplace, konsumen yang mengutamakan kualitas, kenyamanan dan gaya dalam penggunaan alas kaki, serta perilaku belanja (pengguna aktif marketplace dan pemasaran siaran langsung). Melalui pemahaman segmentasi ini, Brentano Store dapat menentukan target audiens secara lebih tepat.

Bauran Pemasaran

Bauran Pemasaran diterapkan dengan mengelola empat elemen utama, produk, harga, distribusi dan promosi. Berdasarkan aspek produk, Brentano Store menyediakan sepatu dan sandal kulit bahan kulit sapi premium memiliki keunggulan kualitas produk yang tinggi dan nyaman digunakan. Brentano Store menerapkan strategi penetapan harga dengan menetapkan kisaran harga produk antara Rp100.000 hingga Rp275.000, yang disesuaikan dengan jenis, model, dan kualitas produk yang ditawarkan. untuk menyesuaikan daya beli konsumen dan bersaing dengan toko lain. Penyaluran produk dilakukan melalui platform marketplace sebagai saluran pemasaran dan penjualan, seperti Shopee dan TikTok Shop. Pemanfaatan platform tersebut memungkinkan produk menjangkau konsumen yang lebih luas serta mempermudah proses transaksi. Sementara itu, strategi promosi dijalankan melalui konten promosi, pemasaran siaran langsung, optimalisasi pencarian pada marketplace, serta program promosi dilaksanakan dalam periode tertentu dengan memberikan kupon potongan harga kepada konsumen. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan jangkauan promosi, menarik minat calon konsumen, serta mendorong peningkatan penjualan.

Pengembangan Produk

Pengembangan produk dilakukan melalui riset kebutuhan pelanggan, analisis tren pasar, serta evaluasi kualitas secara berkala. Brentano juga menambah varian model, warna dan ukuran sepatu dan sandal kulit guna memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen yang terus berkembang.

Promosi

Media Promosi yang digunakan

Tabel 3 Media Promosi

Media Publikasi Konten	• Konten edukasi • Konten hiburan pendek • Demo pembuatan sepatu dan sandal kulit • Review pelanggan
Shoope live & Tiktok live	• Memberikan potongan harga khusus kepada konsumen selama pelaksanaan siaran langsung. • Berinteraksi langsung dengan penonton • Meningkatkan tingkat pembelian produk oleh konsumen
Marketplace Optimization	• Deskripsi produk SEO • Foto HD • Video Produk

Strategi Penetrasi Pasar

Dalam penetrasi pasar, Brentano Store menggunakan kombinasi harga yang kompetitif, pemberian diskon dan voucher, promosi melalui pemasaran siaran langsung,

serta pelayanan yang cepat dan responsif. Hasil kegiatan tersebut menunjukkan perkembangan yang positif, ditandai dengan bertambahnya jumlah pengunjung toko, meningkatnya penjualan produk, serta bertambahnya jumlah pengikut akun selama pelaksanaan Program MBKM.

Analisis Persaingan

Analisis persaingan dilakukan melalui pengamatan terhadap strategi yang diterapkan oleh pesaing di platform marketplace, meliputi penetapan harga, kualitas produk, konten pemasaran, ulasan pelanggan, serta kegiatan promosi. Hasil analisis tersebut digunakan sebagai bahan evaluasi dalam penyusunan strategi pemasaran usaha. Tindakan yang diambil mencakup peningkatan kualitas visual produk, penyesuaian harga, Pengembangan variasi produk dan warna serta peningkatan kecepatan dan ketepatan pelayanan kepada pelanggan.. Implementasi strategi pemasaran ini secara keseluruhan berhasil meningkatkan performa bisnis Brentano Store dan memperkuat posisinya di pasar industri alas kaki.

C. Penerapan Manajemen Keuangan

Penerapan manajemen keuangan pada Brentano Store dilakukan dengan menerapkan langkah nyata dalam mengelola pendapatan, pengeluaran, arus kas, serta memastikan perencanaan keuangan yang terarah.

Pengelolaan Keuangan

Pengelolaan keuangan dilakukan dengan menyusun anggaran bulanan untuk kebutuhan bahan baku, biaya operasional, promosi, serta dana antipasi usaha. Brentano Store merancang keuangan jangka pendek untuk mengatur kelancaran produksi dan penjualan harian, serta rencana jangka panjang berupa peningkatan kapasitas produksi. Penganggaran dilakukan secara sederhana melalui format pencatatan arus kas yang mencatat pemasukan dan pengeluaran setiap hari.

Analisis Keuangan

Analisis keuangan dilakukan dengan mengevaluasi tingkat keuntungan usaha dan kemampuan usaha memenuhi kewajiban jangka pendek usaha secara berkala. Pemilik usaha memeriksa perbandingan antara pendapatan dan biaya, menghitung HPP, laba kotor dan laba bersih untuk memastikan bahwa usaha mampu menghasilkan keuntungan rasio-rasio sederhana seperti margin laba bersih dan pertumbuhan pendapatan dihitung untuk menilai kesehatan kondisi keuangan. Brentano Store juga menggunakan tren

penjualan dari marketplace sebagai data pendukung analisis.

Pengelolaan Arus Kas

Pengelolaan arus kas dilakukan dengan mencatat seluruh aliran kas masuk dari penjualan marketplace, pemasaran siaran langsung, serta pesanan langsung. Kas keluar dicatat dari pembelian bahan baku, ongkos produksi, listrik, internet, serta biaya pengemasan. Pemilik usaha memastikan bahwa kas untuk kegiatan operasional sehari-hari tetap terjaga. untuk memenuhi kebutuhan produksi dan pembelian bahan baku. Setiap akhir minggu dilakukan pencocokan data keuangan kas untuk memastikan tidak terjadi kekurangan atau tidak kesesuaian data.

Investasi dan portofolio

Dalam aspek investasi dan portofolio, Brentano Store tidak melakukan investasi keuangan besar, namun melakukan investasi kecil berupa pembelian peralatan pendukung bisnis seperti lampu pencahayaan, peralatan pendukung pembuatan konten siaran langsung serta mikrofon jepit tanpa kabel. Investasi ini dinilai berdasarkan potensi manfaat jangka panjang dan pengaruhnya terhadap produktivitas.

Pembiayaan

Pembiayaan usaha selama program MBKM dilakukan sepenuhnya menggunakan modal pribadi tanpa memanfaatkan pinjaman bank atau platform kredit lainnya. Hal ini dilakukan agar risiko finansial tetap rendah dan pengelolaan utang tidak membebani arus kas. Jika ada kebutuhan mendesak, pemilik menggunakan dana cadangan usaha.

Pengendalian Keuangan

Pengendalian keuangan dilakukan dengan menerapkan aturan pencatatan harian dan evaluasi mingguan untuk mencegah pengeluaran berlebihan. Pemilik memastikan pengeluaran mengikuti anggaran, memeriksa bukti transaksi, dan menghentikan biaya yang tidak produktif, seperti iklan yang tidak memberikan dampak terhadap peningkatan penjualan. Dengan pengendalian yang ketat, Brentano Store dapat menjaga kestabilan arus kas dan meningkatkan laba bersih.

D. Implementasi Laporan Arus Kas

Implementasi laporan arus kas pada usaha yang dijalankan selama program MBKM dilakukan dengan mencatat seluruh transaksi penerimaan dan pengeluaran kas secara rutin selama periode empat bulan. Pencatatan difokuskan pada aktivitas operasional usaha, mengingat sumber pendapatan utama berasal dari penjualan produk melalui

marketplace Shoope dan Tiktok. Selama periode tersebut, total pendapatan yang di peroleh dari hasil penjualan mencapai Rp. 136.575.000 yang dicatat sebagai penerimaan kas usaha.

Penerimaan Kas

Selama periode Maret hingga Juni, penerimaan kas usaha sepenuhnya berasal dari hasil penjualan produk melalui marketplace Shoope dan Tiktok. Penjualan dilakukan secara non-kredit sehingga tidak terdapat penerimaan dari piutang pelanggan. Penerimaan lain-lain tidak bersifat signifikan dan tidak tercatat secara terpisah.

Tabel 4 Penerimaan Kas

Sumber Penerimaan	Maret	April	Mei	Juni	Total
Penjualan Tunai	1000.000	750.000	600.000	500.000	2.850.000
Marketplace (Shoope & Tiktok)	54.000.000	28.000.00	30.00.000	21.775.000	133.775.000
Total Penerimaan Kas	55.000.000	28.700.00	30.600.00	22.275.000	136.575.000

Pengeluaran Kas

Pengeluaran kas digunakan untuk menunjang kegiatan produksi dan operasional usaha, yang meliputi pembelian bahan baku, biaya promosi marketplace, biaya listrik & internet, serta biaya operasional lainnya. Pengeluaran disesuaikan dengan tingkat aktivitas usaha pada masing-masing bulan.

Tabel 5 Pengeluaran Kas

Jenis Pengeluaran	Maret	April	Mei	Juni	Total
Pembuatan stock sepatu dan sandal	13.500.000	10.800.000	27.800.000	13.500.000	65.600.000
Biaya pemasaran & promosi	1.500.000	3.000.000	1.500.000	1.500.000	7.500.000
Listrik & Internet	550.000	550.000	550.000	550.000	2.200.000
Gaji karyawan	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	6.000.000
Biaya administrasi & operasional lainnya	100.000	100.000	100.000	100.000	400.000
Total Pengeluaran kas	16.915000	15.715000	31.215000	16.915000	80.760.000

E. Implementasi Laporan Laba Rugi

Implementasi laporan rugi pada Brentano Store sepatu dan sandal kulit dilakukan dengan menghitung seluruh pendapatan, harga pokok penjualan, beban operasional, laba kotor, laba usaha, hingga laba bersih selama periode program MBKM. Seluruh komponen disusun berdasarkan catatan transaksi bulanan dan direkap dalam format laporan laba rugi sederhana.

Pendapatan

Pendapatan usaha diperoleh dari hasil penjualan produk melalui marketplace

Shoope dan Tiktok selama empat bulan. Selain pendapatan utama dari penjualan, tidak terdapat pendapat lain-lain yang signifikan.

Tabel 6 Pendapatan

Jenis Pendapatan	Jumlah (Rp)
Penjualan produk (Shoope & Tiktok)	136.575.000
Total Pendapatan	136.575.000

Harga Pokok Penjualan

Harga pokok penjualan mencakup seluruh biaya langsung yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk, yaitu pembelian bahan baku dan biaya produksi.

Tabel 7 HPP

Komponen HPP	Jumlah (Rp)
Pembelian persediaan produk sepatu dan sandal kulit dari pemasok	65.600.000
Total HPP	65.600.000

Laba Kotor

Laba kotor di peroleh dari selisih antara total pendapatan dan harga pokok penjualan.

$$\begin{aligned}\text{Laba kotor} &= \text{Total pendapatan} - \text{Total Harga pokok penjualan} \\ &= \text{Rp.}136.575.000 - 65.600.000 = 130.015.000\end{aligned}$$

Beban Operasional

Tabel 8 Beban Operasional

Jenis Beban Operasional	Jumlah (Rp)
Listrik & Internet	2.200.000
Biaya pemasaran/promosi	7.500.000
Biaya administrasi & operasional lainnya	400.000
Biaya tenaga kerja untuk kegiatan siaran langsung	6.000.000
Total Beban Operasional	16.100.000

Laba Rugi Bersih

Laba usaha diperoleh dari laba kotor dikurangi total beban operasional.

$$\begin{aligned}\text{Laba Usaha} &= \text{Laba Kotor} - \text{Beban Operasional} \\ &= \text{Rp.} 130.015.000 - 16.100.000 = 113.915.000\end{aligned}$$

Laba Bersih

Karena Brentano Store masih dalam skala UMKM dan dalam laporan ini pengelolaan pajak penghasilan belum diperhitungkan secara terpisah, maka laba bersih yang diperoleh sama dengan laba usaha.

$$\text{Laba Bersih} = \text{Rp.} 113.915.000$$

Tabel 9 Laba Bersih

Keterangan	Jumlah (Rp)
Total Pendapatan	136.575.000
Total Harga pokok penjualan	65.600.000
Lab Kotor	130.015.000
Total Beban Operasional	16.100.000
Lab Usaha	113.915.000
Pengelolaan pajak penghasilan	-
Lab Bersih	113.915.000

F. KESIMPULAN

Pelaksanaan program MBKM Wirausaha Mandiri yang dijalankan selama periode Februari hingga Juli telah memberikan pengalaman komprehensif dalam menjalankan kegiatan kewirausahaan secara nyata. Selama pelaksanaan program, kegiatan usaha difokuskan pada pengembangan dan pemasaran produk melalui platform digital, khususnya marketplace Shoope dan Tiktok. Pendekatan ini sejalan dengan perkembangan ekonomi digital serta tuntutan adaptasi UMKM terhadap perubahan perilaku konsumen. Secara umum, tujuan program MBKM untuk membentuk kemandirian, kreativitas, dan kemampuan kewirausahaan mahasiswa telah tercapai dengan baik.

Dari sisi kinerja usaha, kegiatan kewirausahaan menunjukkan hasil yang cukup positif. Selama lima bulan pelaksanaan. Usaha berhasil memperoleh pendapatan sebesar Rp. 136.575.000 dengan arus kas positif. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital diterapkan mampu mendukung keberlangsungan operasional usaha meskipun dengan keterbatasan modal dan skala usaha. pengelolaan keuangan, khususnya pencatatan arus kas dan laporan laba rugi, memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pentingnya pengendalian biaya dan perencanaan keuangan dalam menjalankan stabilitas usaha.

Selain pencapaian finansial, program MBKM juga memberikan dampak signifikan terhadap pengembangan kompetensi non-akademik. Partisipasi dalam Business Model Canvas memperkaya wawasan tentang dunia industri digital, perencanaan bisnis serta pentingnya inovasi dan kesesuaian tema usaha terhadap kondisi ekonomi nasional. Meskipun belum berhasil meraih juara dalam kompetisi, pengalaman tersebut memberikan pengalaman yang berharga terkait evaluasi ide bisnis, standar penilaian profesional, serta pentingnya konsistensi antara konsep dan implementasi.

Secara keseluruhan, pelaksanaan MBKM wirausaha mandiri tidak hanya menghasilkan capaian berupa pendapatan dan pengalaman bisnis, tetapi juga membentuk pola pikir kewirausahaan yang lebih matang. Program ini membentuk meningkatkan

kemampuan analisis, kedisiplinan, tanggung jawab, serta kesiapan dalam menghadapi tantangan dunia usaha dan dunia kerja di masa depan.

DAFTAR REFERENSI

- Bank Indonesia. (2023). *Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025*. Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2024). *Penguatan UMKM melalui Digitalisasi dan Inklusi Keuangan*. Bank Indonesia.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Munawir, S. (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Riyanto, B. (2015). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno. (2017). *Manajemen Keuangan: Teori, Konsep, dan Aplikasi*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Widjaja, Y. R., & Prasetyo, A. (2021). Digital marketing strategy for MSMEs in Indonesia. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 23(2), 45–58.
- Yusuf, M., & Sari, R. (2020). Pengaruh pemasaran digital terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(1), 35–47.