

# Peningkatan Keterampilan Manajemen Keuangan dan Pemasaran Briket Limbah Kulit Jeruk

## *(Enhancing Financial Management and Marketing Skills of Orange Peel Waste Briquettes)*

Dana Marsetiya Utama<sup>1\*</sup>, Tyas Yuli Rosiani<sup>2</sup>, Teguh Baroto<sup>3</sup>

Universitas Muhammadiyah Malang, Malang, Indonesia<sup>1,2,3</sup>

[dana@umm.ac.id](mailto:dana@umm.ac.id)<sup>1\*</sup>, [tyasyulirosiani@umm.ac.id](mailto:tyasyulirosiani@umm.ac.id)<sup>2</sup>, [teguh@umm.ac.id](mailto:teguh@umm.ac.id)<sup>3</sup>



### Riwayat Artikel:

Diterima pada 1 November 2024

Revisi 1 pada 4 Desember 2024

Revisi 2 pada 6 Desember 2024

Revisi 3 pada 20 Januari 2025

Disetujui pada 20 Januari 2025

### Abstract

**Purpose:** This program aims to enhance the financial management and marketing skills of Karang Taruna Desa Tlogowaru, which has been experiencing difficulties optimally managing the production of briquettes from citrus waste. This activity is expected to accelerate the development of business scale through more effective cost management and marketing strategies.

**Research methodology:** A participatory approach was implemented, involving several stages: initial knowledge assessment, socialization, training, mentoring, and evaluation. Pre- and post-test evaluations were conducted and analyzed using the Wilcoxon test to measure improvements in the participants' understanding and skills.

**Results:** The study found significant improvements in the participants' abilities to manage cash flow, maintain structured financial records, and design appealing product packaging.

**Conclusions:** This program positively contributes to community empowerment by strengthening local resource-based economic skills and enabling sustainable development of a citrus waste briquette business.

**Limitations:** This study is limited to a single village and target group, so application in other areas may require contextual adjustments.

**Contribution:** This study is beneficial for community empowerment, micro-financial management, and small business marketing and can serve as a reference for similar programs in other communities.

**Keywords:** *Limbah Jeruk, Manajemen Keuangan, Manajemen Pemasaran, Pemberdayaan Masyarakat, Produksi Briket.*

**How to cite:** Utama, D. M., Rosiani, T. Y., Baroto, T. (2025). Peningkatan Keterampilan Manajemen Keuangan dan Pemasaran Briket Limbah Kulit Jeruk. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6 (1), 73-83.

## 1. Pendahuluan

Pengelolaan sumber daya alam yang berkelanjutan semakin penting dalam menghadapi tantangan perubahan iklim global dan upaya untuk mengurangi ketergantungan pada bahan bakar fosil (Kurnia et al., 2024). Briket menjadi salah satu alternatif bahan bakar yang semakin populer di tengah isu global terkait kelangkaan energi dan kebutuhan untuk beralih ke sumber energi yang lebih ramah lingkungan (Irfan et al., 2021; Setyono & Kiono, 2021). Briket ini dihasilkan dari berbagai limbah organik, seperti tempurung kelapa, serbuk kayu, dan sisa-sisa pertanian lain yang menawarkan solusi untuk mengurangi ketergantungan pada energi fosil serta menekan emisi karbon (Katili, Retnowati, & Husain, 2021). Di Desa Tlogowaru, Kabupaten Malang, limbah jeruk telah dimanfaatkan sebagai bahan baku briket,

menciptakan peluang ekonomi baru bagi masyarakat setempat dan mendukung peralihan ke energi terbarukan. Dalam hal ini, diperlukan strategi manajemen keuangan dan pemasaran yang efektif untuk memastikan keberlanjutan dan perkembangan produksi (Wibowo, 2021). Manajemen keuangan berperan penting dalam pengelolaan biaya, pembukuan, serta perencanaan keuangan yang baik sehingga usaha dapat berjalan efisien dan menguntungkan (Munte & Ompusungu, 2023). Sementara itu, pemasaran yang efektif menjadi kunci untuk memperluas jangkauan produk dan meningkatkan kesadaran konsumen (Djogo, 2022; Latif, Latuconsina, & Lesmana, 2024). Oleh karena itu, diperlukan upaya serius untuk membekali para pelaku usaha dengan keterampilan manajemen keuangan dan pemasaran yang memadai.

Peningkatan manajemen keuangan dan pemasaran sangat penting dalam produksi briket dari limbah jeruk untuk mencapai keberlanjutan dan skalabilitas yang optimal. Dalam hal manajemen keuangan, para pelaku usaha perlu memiliki keterampilan dalam mengelola arus kas, mencatat transaksi dengan teliti, menetapkan harga pokok penjualan (HPP) secara tepat, serta menemukan cara untuk menekan biaya produksi (Askhar, Winarsih, & Fauzi, 2024; Sembiring et al., 2024). Melalui pelatihan ini, masyarakat akan mampu mengoptimalkan keuntungan dan memastikan stabilitas finansial yang mendukung operasional jangka panjang (Fauzi, 2020). Di sisi pemasaran, pentingnya desain kemasan yang menarik dan informatif semakin terlihat. Kemasan yang baik tidak hanya menambah daya tarik visual produk, tetapi juga membangun citra produk yang profesional dan ramah lingkungan (Ahmas, Sutrisno, & Ratnasari, 2022). Kemasan yang efektif mampu menyampaikan manfaat briket limbah jeruk sebagai alternatif energi yang lebih berkelanjutan dan menarik konsumen yang peduli lingkungan. Dengan desain kemasan yang tepat, briket dari limbah jeruk dapat lebih mudah dikenali dan bersaing di pasar, terutama di era digital saat ini di mana tampilan produk menjadi salah satu aspek utama dalam menarik minat konsumen.

Berbagai kegiatan pelatihan dan pemberdayaan masyarakat untuk meningkatkan manajemen keuangan dan pemasaran telah diadakan di berbagai sektor usaha, mencerminkan kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran yang efektif bagi keberhasilan dan keberlanjutan usaha mikro dan kecil (Friadi, Diana Titik, & Abdul Malik, 2024). Fadila, Sholihah, and Nugraheni (2021) memberikan pembinaan pada usaha kecil dan menengah (UKM) di Bogor tentang pengelolaan keuangan dan pemasaran digital. Di sisi lain, Pontoan, Merung, Kelana, and Lengkong (2021) melakukan pelatihan manajemen keuangan & pemasaran digital kepada para petani pada masa pandemic COVID-19. Selain itu, Wutun et al. (2023) melakukan pelatihan bagi pengurus dan pengawas Koperasi Kredit Harapan Sejahtera terkait manajemen keuangan dan pemasaran digital untuk memperkuat koperasi sebagai pilar ekonomi lokal. Meskipun program pelatihan telah dilaksanakan di berbagai sektor, terdapat kesenjangan signifikan dalam bisnis pengolahan briket limbah jeruk, terutama terkait aspek desain kemasan sebagai bagian dari strategi pemasaran dan manajemen keuangan yang disesuaikan dengan karakteristik unik sektor ini. Pelatihan yang ada umumnya berfokus pada usaha mikro dan kecil secara umum dan jarang, bahkan belum, secara khusus menargetkan kebutuhan spesifik dari bisnis briket limbah jeruk, baik dari segi desain kemasan yang mampu menarik perhatian konsumen maupun dalam pengelolaan keuangan yang mendukung efisiensi produksi dan keberlanjutan usaha. Kesenjangan ini menyoroti kebutuhan mendesak akan penelitian dan program pemberdayaan yang lebih spesifik bagi sektor pengolahan briket limbah jeruk. Melalui pelatihan yang berfokus pada desain kemasan untuk meningkatkan daya tarik produk serta manajemen keuangan yang memungkinkan produksi efisien, diharapkan usaha briket limbah jeruk ini dapat mencapai keberhasilan dan keberlanjutan yang optimal, memberikan dampak ekonomi dan lingkungan yang positif bagi masyarakat lokal.

Dalam bisnis usaha briket kulit jeruk, manajemen keuangan dan pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan usaha (Amanah, Handayani, Fuadati, & Susanti, 2022). Pengelolaan keuangan yang baik memungkinkan produsen untuk memantau dan mengendalikan biaya produksi, mengelola pendapatan, serta memastikan kelancaran arus kas, yang semuanya berdampak pada kemampuan usaha untuk berkembang dan berinovasi (Juniyanto, Nugraha, & Dewindaru, 2023; Setyahuni & Zakaria, 2023). Dengan manajemen keuangan yang terstruktur, usaha briket dapat mengidentifikasi peluang efisiensi biaya dan merencanakan ekspansi bisnis secara lebih

strategis. Di sisi lain, pemasaran yang efektif menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan produk briket dari limbah jeruk, yang masih baru dan belum banyak dikenal. Namun, desain kemasan yang menarik dan informatif tidak hanya meningkatkan daya tarik visual produk, tetapi juga memperkuat pesan ramah lingkungan yang relevan dengan citra produk briket ini (Prasetyawati et al.). Kemasan yang efektif tidak hanya mencakup informasi penggunaan dan peringatan keselamatan, tetapi juga ikon-ikon ramah lingkungan yang menunjukkan nilai keberlanjutan produk, menjadikan produk lebih edukatif dan meyakinkan bagi konsumen yang peduli lingkungan (Relawati, Ariadi, & Tain, 2021a, 2021b). Sementara berbagai pelatihan manajemen keuangan dan pemasaran telah diterapkan di sektor usaha kecil lainnya, jarang ada program yang dirancang khusus untuk mengatasi tantangan unik dalam pengolahan briket limbah jeruk, terutama terkait desain kemasan yang efektif dan pengelolaan keuangan yang mendukung keberlanjutan usaha ini. Tanpa desain kemasan yang tepat, produk briket limbah jeruk berisiko kurang dikenal dan sulit bersaing dengan bahan bakar konvensional lainnya. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang berfokus pada desain kemasan informatif dan edukatif, yang disertai dengan manajemen keuangan yang baik, sangat penting untuk mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan usaha briket limbah jeruk ini.

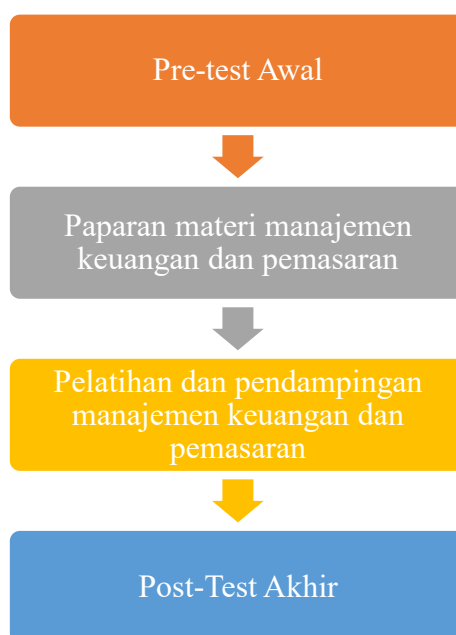
Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan manajemen keuangan dan desain kemasan sebagai bagian dari strategi pemasaran pada usaha produksi briket limbah jeruk di Desa Tlogowaru, sehingga para pelaku usaha dapat mengelola bisnisnya secara lebih efisien dan menarik bagi konsumen. Melalui pelatihan dan pendampingan yang diberikan, diharapkan para peserta dapat memahami dan menerapkan prinsip-prinsip dasar manajemen keuangan, seperti pengaturan aliran kas, pencatatan transaksi, serta perencanaan anggaran yang baik. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk memperkuat keterampilan pemasaran mereka, khususnya melalui pengembangan desain kemasan yang informatif dan menarik. Desain kemasan yang efektif berperan penting dalam memperkuat identitas produk, sehingga lebih mudah dikenali dan diminati konsumen. Kontribusi kegiatan ini bagi masyarakat setempat sangat signifikan, karena tidak hanya mendukung peningkatan pendapatan dan stabilitas usaha para pelaku bisnis, tetapi juga mendorong pemanfaatan limbah jeruk sebagai sumber daya lokal secara lebih bijaksana. Dengan berkembangnya usaha briket limbah jeruk ini, masyarakat memperoleh sumber penghasilan tambahan yang berkelanjutan, sekaligus berkontribusi dalam mengurangi dampak negatif limbah jeruk terhadap lingkungan.

## **2. Metodologi**

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini melibatkan beberapa tahap untuk meningkatkan keterampilan manajemen keuangan dan pemasaran pada Karang Taruna Desa Tlogowaru, Kabupaten Malang. Sasaran kegiatan adalah anggota Karang Taruna yang berpartisipasi dalam produksi briket dari limbah jeruk, dengan lokasi kegiatan di Desa Tlogowaru. Pemilihan lokasi didasarkan pada potensi pengembangan produk lokal dan kebutuhan peningkatan kapasitas dalam pengelolaan keuangan serta pemasaran. Gambar 1 memperlihatkan alur kegiatan yang terdiri dari empat tahap utama: penilaian awal, penyampaian materi manajemen keuangan dan pemasaran, pelatihan dan pendampingan, serta penilaian akhir (Utama, Baroto, & Yasa, 2024). Pada tahap pertama, penilaian awal dilakukan untuk mengukur pemahaman awal peserta tentang konsep manajemen keuangan dan pemasaran melalui pre-test. Pertanyaan pre-test mencakup aspek pengelolaan arus kas, pencatatan transaksi, dan konsep pemasaran dasar. Tahap kedua adalah penyampaian materi, yang mencakup konsep dasar pengelolaan keuangan seperti arus kas, pencatatan transaksi, dan desain kemasan yang efektif agar produk briket limbah jeruk lebih menarik di pasar. Tahap ketiga adalah pelatihan dan pendampingan intensif, di mana peserta dilibatkan dalam praktik langsung untuk mengaplikasikan keterampilan yang telah dipelajari. Setiap peserta diberikan latihan terkait pencatatan transaksi, perencanaan anggaran, dan strategi desain kemasan yang menarik untuk produk briket. Tahap ini dilengkapi dengan bimbingan yang memastikan peserta memahami konsep secara komprehensif dan dapat mengimplementasikan keterampilan ini dalam usaha mereka. Tahap terakhir adalah penilaian akhir melalui post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta. Hasil pre-test dan post-test dianalisis menggunakan uji Wilcoxon, yang merupakan metode statistik non-parametrik untuk membandingkan dua sampel terkait. Pertanyaan pre-test dan post-test tertera pada Tabel 1, yang berisi masing-masing 10 pertanyaan untuk manajemen keuangan dan manajemen

pemasaran dengan skor 10 untuk setiap pertanyaan terkait manajemen keuangan ataupun manajemen pemasaran yang dirancang guna mengukur kemajuan peserta selama pelatihan.

Metode pelaksanaan pelatihan dan pendampingan manajemen keuangan dan pemasaran ini didesain secara komprehensif untuk memberikan pemahaman yang mendalam kepada peserta mengenai pentingnya pengelolaan keuangan yang efisien dan strategi pemasaran yang efektif. Pelatihan ini mencakup praktik langsung dalam pengelolaan arus kas, penetapan harga jual berdasarkan perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP), pencatatan transaksi harian yang terstruktur, serta pengajaran desain kemasan yang menarik dan relevan guna menarik konsumen baru dan memperluas jangkauan pasar. Materi pelatihan ini dirancang dengan memperhitungkan kebutuhan dan tingkat pemahaman peserta, serta memastikan pokok-pokok penting tercakup dengan baik (Dwinarko, Sulistyanto, Widodo, & Mujab, 2021). Tahap awal dari pelatihan ini mencakup pemahaman mendalam tentang manajemen keuangan dan pemasaran, termasuk definisi yang jelas tentang konsep dan prinsip-prinsip dasar yang terkait. Setelah memperoleh pemahaman dasar, peserta akan diajarkan mengenai tahapan-tahapan dalam setiap proses manajemen keuangan dan pemasaran yang relevan bagi usaha briket limbah jeruk. Tahapan ini meliputi cara merencanakan anggaran, mengidentifikasi biaya produksi, serta strategi penetapan harga yang kompetitif. Dalam aspek pemasaran, peserta akan diajarkan cara membuat kemasan yang tidak hanya fungsional tetapi juga menarik perhatian konsumen, memperkuat citra ramah lingkungan produk, dan sesuai dengan standar pasar. Peserta dilatih untuk mempertimbangkan elemen desain seperti warna, logo, dan informasi produk agar kemasan dapat berperan sebagai alat pemasaran yang efektif. Tahapan ini disertai dengan praktik langsung dan simulasi desain agar peserta dapat mengaplikasikan konsep yang dipelajari dalam produk briket mereka. Evaluasi keberhasilan pelatihan dilakukan melalui uji pemahaman dengan menggunakan pre-test dan post-test, serta umpan balik dari peserta untuk memastikan bahwa materi dan metode yang digunakan telah memenuhi kebutuhan pembelajaran mereka.



Gambar 1. Alur tahapan kegiatan pengabdian

Tabel 1. Pertanyaan pre-test dan post-test

| No | Aspek              | Pertanyaan                                                                                                     |
|----|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Manajemen Keuangan | Apa yang dimaksud dengan manajemen keuangan dalam berwirausaha?                                                |
| 2  |                    | Bagaimana perencanaan keuangan dapat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha?                                    |
| 3  |                    | Apa yang dimaksud dengan Harga Pokok Penjualan (HPP), dan mengapa penting bagi wirausahawan untuk memahaminya? |

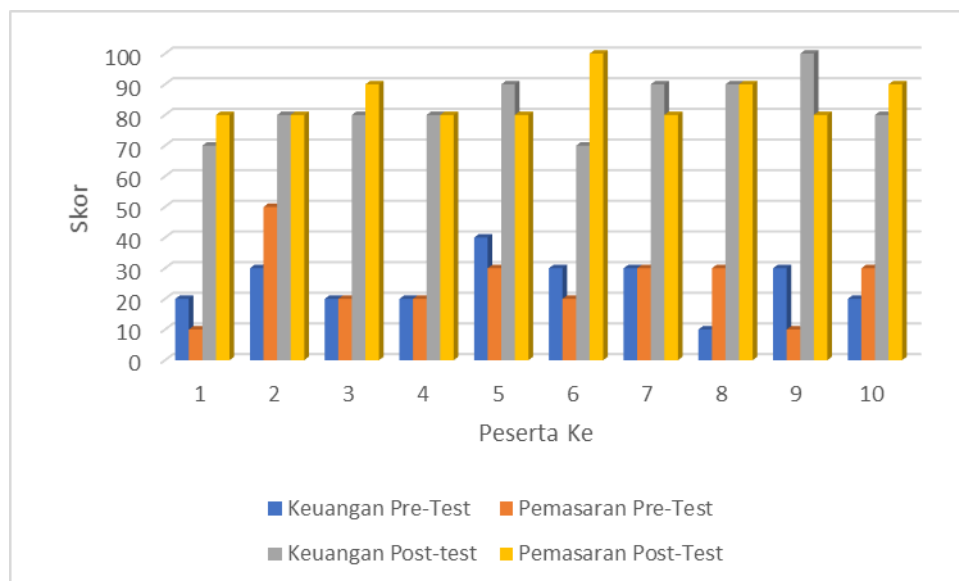
|    |                     |                                                                                             |
|----|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4  |                     | Bagaimana perubahan biaya tenaga kerja dapat mempengaruhi HPP?                              |
| 5  |                     | Apa saja langkah yang dapat dilakukan untuk melakukan analisis HPP yang efektif?            |
| 6  |                     | Mengapa pengelolaan arus kas penting bagi seorang wirausahawan?                             |
| 7  |                     | Apa yang dimaksud dengan laba, dan bagaimana cara menghitungnya?                            |
| 8  |                     | Langkah-langkah apa yang bisa dilakukan jika wirausahawan mengalami kesulitan arus kas?     |
| 9  |                     | Mengapa penting untuk mencatat pengeluaran dan pendapatan dalam usaha?                      |
| 10 |                     | Bagaimana teknologi informasi dapat membantu dalam manajemen keuangan?                      |
| 11 | Manajemen Pemasaran | Apa yang dimaksud dengan manajemen pemasaran?                                               |
| 12 |                     | Bagaimana menentukan target pasar untuk produk yang ditawarkan?                             |
| 13 |                     | Mengapa penting memahami kebutuhan atau keinginan pelanggan dalam pemasaran?                |
| 14 |                     | Strategi promosi apa yang efektif untuk menarik calon pelanggan?                            |
| 15 |                     | Bagaimana peran media sosial dalam memperluas jangkauan pemasaran produk?                   |
| 16 |                     | Apa yang dimaksud dengan merek, dan mengapa penting membangun merek yang kuat?              |
| 17 |                     | Bagaimana cara menjaga hubungan baik dengan pelanggan agar tetap loyal?                     |
| 18 |                     | Bagaimana memanfaatkan ulasan pelanggan untuk meningkatkan strategi pemasaran?              |
| 19 |                     | Apa peran kemasan dalam mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan?                         |
| 20 |                     | Bagaimana wirausahawan dapat menerapkan konsep pemasaran berkelanjutan dalam bisnis mereka? |

Pelatihan dan pendampingan ini melibatkan 10 anggota Karang Taruna. Sebelum memulai pelatihan, setiap peserta menjalani pre-test untuk mengukur pemahaman awal mereka tentang manajemen keuangan dan pemasaran dalam usaha briket limbah jeruk. Setelah pelatihan dan pendampingan selesai, peserta kembali mengikuti post-test yang sama guna mengevaluasi peningkatan pemahaman mereka. Hasil pre-test dan post-test dari tiap peserta dianalisis untuk menghitung nilai rata-rata dari kedua tes. Analisis ini bertujuan untuk menentukan seberapa besar peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan. Uji Wilcoxon digunakan untuk menguji perbedaan signifikan antara skor pre-test dan post-test, di mana uji ini merupakan metode statistik non-parametrik yang membandingkan dua sampel terkait, yaitu skor sebelum dan sesudah pelatihan. Melalui prosedur analisis ini, diperoleh gambaran yang mendalam tentang efektivitas pelatihan dalam meningkatkan pemahaman peserta terhadap manajemen keuangan dan pemasaran dalam usaha briket limbah jeruk.

### 3. Hasil dan pembahasan

Sebelum mengikuti program pelatihan, setiap peserta akan diberikan beberapa pertanyaan untuk mengukur pemahaman mereka mengenai manajemen keuangan dan pemasaran seperti pada table 1. Skor penilaian pretest dapat dilihat pada Gambar 2 akan menjadi dasar untuk merancang program yang efektif dan mengukur peningkatan kemampuan peserta setelah pelatihan. Hasil pre-test pelatihan dan pendampingan menunjukkan skor yang bervariasi di antara peserta. Pada aspek manajemen keuangan, skor pre-test awalnya relatif rendah, dengan sebagian besar peserta memperoleh nilai antara 10 hingga 30, yang mengindikasikan pemahaman awal yang sangat terbatas. Namun, setelah pelatihan, skor post-test meningkat drastis, dengan sebagian besar peserta mencapai nilai di atas 70 dan beberapa bahkan meraih skor maksimal 100. Hal ini menegaskan betapa pentingnya pelatihan ini dalam memberikan pemahaman yang mendalam mengenai aspek-aspek krusial dalam pengelolaan keuangan, seperti pengaturan arus kas, pencatatan transaksi, dan perhitungan biaya produksi. Tanpa keterampilan ini, usaha kecil seperti produksi briket limbah jeruk akan sulit mencapai stabilitas finansial dan pertumbuhan yang berkelanjutan.

Di sisi lain, pada aspek pemasaran, skor pre-test peserta menunjukkan variasi dengan nilai terendah 10 dan tertinggi 50. Setelah pelatihan, hasil post-test menunjukkan peningkatan yang konsisten di seluruh peserta, dengan sebagian besar mencapai nilai di atas 80. Peningkatan ini menunjukkan bahwa pelatihan sangat efektif dalam membekali peserta dengan strategi pemasaran yang lebih baik, terutama dalam hal desain kemasan yang menarik untuk memperkuat daya tarik produk di pasar yang lebih luas. Tanpa pemahaman dan strategi pemasaran yang efektif, termasuk desain kemasan yang tepat, produk briket limbah jeruk berisiko kurang dikenal dan sulit bersaing dengan produk bahan bakar alternatif lainnya. Kenaikan skor yang signifikan pada kedua aspek ini menunjukkan bahwa pelatihan manajemen keuangan dan pemasaran benar-benar penting dan sangat bermanfaat bagi peserta. Pelatihan ini tidak hanya membantu mereka memahami konsep-konsep dasar yang krusial, tetapi juga memberikan keterampilan praktis yang dapat diterapkan langsung dalam usaha mereka. Dengan demikian, hasil ini menegaskan bahwa program pelatihan telah berhasil meningkatkan kemampuan peserta, yang diharapkan akan berdampak positif terhadap keberlanjutan dan perkembangan usaha briket limbah jeruk di Desa Tlogowaru, serta memperkuat ekonomi lokal secara keseluruhan.



Gambar 2. Skor Pre-test dan Post-test Peserta

Hasil dari kegiatan pelatihan peningkatan manajemen keuangan dan pemasaran ini terlihat jelas melalui tampilan desain kemasan seperti yang terlihat pada gambar 3. Hasil dari kegiatan pelatihan peningkatan manajemen keuangan dan pemasaran ini tampak jelas melalui perbaikan desain kemasan, seperti yang terlihat pada Gambar 3. Desain kemasan yang dihasilkan mencerminkan pemahaman peserta tentang pentingnya visual yang menarik dan informatif sebagai bagian dari strategi pemasaran. Kemasan yang efektif tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi dengan konsumen. Dalam pelatihan ini, peserta diajarkan untuk mempertimbangkan elemen-elemen desain kemasan seperti logo, petunjuk penggunaan, peringatan keselamatan, dan simbol ramah lingkungan, yang semuanya dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar. Penggunaan ikon daur ulang dan label "Eco Friendly" menegaskan bahwa produk ini ramah lingkungan, sementara petunjuk dan peringatan pemakaian memberikan informasi penting bagi konsumen. Dengan desain kemasan yang profesional dan informatif, persepsi konsumen terhadap kualitas produk dapat meningkat, dan produk briket limbah jeruk ini mampu bersaing lebih efektif di pasar. Implementasi desain kemasan yang lebih baik ini menunjukkan bahwa pelatihan berhasil meningkatkan keterampilan peserta dalam menciptakan nilai tambah untuk produk melalui aspek visual yang efektif dan komunikatif.

Dokumentasi kegiatan pelatihan peningkatan manajemen keuangan dan pemasaran yang ditampilkan dalam Gambar 4 juga memberikan gambaran yang jelas tentang proses yang dilalui peserta dalam memahami konsep-konsep dasar keuangan dan pemasaran. Melalui dokumentasi ini, terlihat bagaimana setiap tahapan pelatihan, mulai dari sosialisasi hingga pendampingan, diimplementasikan untuk

membantu peserta menguasai keterampilan yang diperlukan. Hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan dan pendampingan manajemen keuangan dan pemasaran memberikan dampak nyata dalam mempersiapkan peserta bersaing dipasar yang lebih luas. Dengan adanya desain kemasan yang menarik dan informatif, produk briket limbah jeruk dapat tampil lebih profesional dan memiliki daya tarik visual yang lebih kuat di pasar. Desain kemasan yang baik tidak hanya berfungsi sebagai pembungkus produk, tetapi juga sebagai alat promosi yang membantu menciptakan kesan positif dan meningkatkan kepercayaan konsumen (Oktaviani, Niazi, Thoha, Anwar, & Prasetya, 2024). Dengan adanya dokumentasi ini, pihak lain yang berminat melakukan program serupa dapat memperoleh panduan praktis mengenai metode dan tahapan yang efektif dalam pelatihan peningkatan manajemen keuangan dan pemasaran, khususnya dalam konteks usaha briket limbah jeruk.



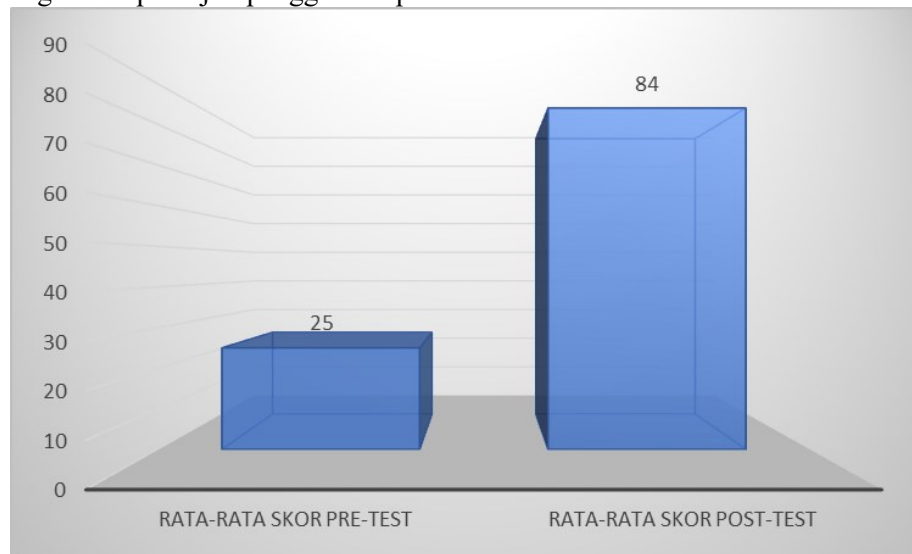
Gambar 3. Tampilan Desain Kemasan Briket Limbah Kulit Jeruk



Gambar 4. Dokumentasi Kegiatan Pelatihan Peningkatan Manajemen Keuangan dan pemasaran

Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta, yang terlihat dari peningkatan skor post-test dibandingkan dengan pre-test yang ditunjukkan pada gambar 5. Pada aspek manajemen keuangan, peserta awalnya memiliki pemahaman yang terbatas, dengan skor rata-rata pre-test sebesar 25. Setelah pelatihan, skor rata-rata meningkat menjadi 84. Peningkatan ini

menunjukkan bahwa peserta mampu memahami konsep seperti pengelolaan arus kas, pencatatan transaksi, dan penentuan harga pokok penjualan (HPP). Selain itu, keterampilan pemasaran peserta juga meningkat, dengan fokus pada desain kemasan yang informatif dan menarik, seperti penggunaan ikon ramah lingkungan dan petunjuk penggunaan produk.



Gambar 5. Rata-Rata Skor Pre-Test Dan Post-Test

Hasil uji Wilcoxon pre-test dan post-test dapat dilihat pada Tabel 2. Uji Wilcoxon digunakan untuk membandingkan hasil pre-test dan post-test peserta (Veronica, Meythi, & Martusa, 2023). Hasil analisis statistik menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan secara statistik antara skor pengetahuan awal dan akhir peserta. Nilai Z sebesar -2.869 dengan nilai signifikansi 0.004 (dua arah) yang membuktikan bahwa program pelatihan ini efektif dalam mencapai tujuan. Nilai signifikansi yang sangat rendah (0.004) Hasil ini mengindikasikan bahwa desain dan implementasi program pelatihan telah berhasil mencapai tujuannya. Hal ini memperkuat hipotesis bahwa program pelatihan telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan pemahaman peserta. Secara keseluruhan, hasil evaluasi menunjukkan bahwa metode pembelajaran yang digunakan dalam program ini telah berhasil mencapai tujuannya. Kombinasi antara paparan materi dan diskusi interaktif telah menciptakan lingkungan belajar yang kondusif bagi peserta untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam bidang manajemen keuangan dan pemasaran.

Tabel 2. Hasil uji Wilcoxon pre-test dan post-test

| Uji Statistik          | Post-test dan Pre-test |
|------------------------|------------------------|
| Z                      | -2.869                 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | 0.004                  |

Pelatihan manajemen keuangan yang diselenggarakan dengan pendekatan interaktif dan partisipatif serta pendampingan telah terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta. Pendekatan ini melibatkan berbagai metode pembelajaran, yang memungkinkan peserta untuk terlibat secara aktif dan mengaplikasikan konsep-konsep yang diajarkan secara langsung. Melalui diskusi kelompok, peserta dapat berbagi pengalaman dan berdiskusi tentang tantangan yang dihadapi dalam mengelola usaha briket limbah kulit jeruk (Rapini, Kristiyana, Santoso, & Setyawan, 2020). Sementara itu, metode studi kasus dan simulasi praktik dirancang untuk membantu peserta memahami penerapan konsep manajemen keuangan dan pemasaran dalam situasi nyata (Afriany, Suhartini, Ardiyanto, Basri, & Ningrum, 2019). Peserta diberikan skenario yang relevan dengan kondisi usaha mereka, yang kemudian diikuti dengan pembahasan cara mengatasi tantangan keuangan, seperti pengelolaan kas, perencanaan anggaran, dan strategi pemasaran. Dengan cara ini, peserta tidak hanya memperoleh pemahaman teoretis, tetapi juga belajar bagaimana menerapkan konsep tersebut dalam menghadapi masalah bisnis sehari-hari, sehingga keterampilan mereka menjadi lebih aplikatif.

Evaluasi berkelanjutan melalui pre-test, post-test, dan pendampingan lapangan memberikan informasi penting mengenai perkembangan pemahaman peserta (Rofiq, Anggraeni, Rabbani, & Reza, 2023). Dengan evaluasi ini, instruktur dapat mengidentifikasi aspek-aspek yang masih memerlukan penguatan, serta memberikan umpan balik yang tepat untuk memastikan setiap peserta memiliki pemahaman yang memadai. Pendampingan lapangan juga memungkinkan peserta untuk mendapatkan bimbingan langsung dalam mengimplementasikan konsep-konsep yang dipelajari, membantu mereka merancang strategi pengelolaan keuangan dan pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan usaha mereka (Hayati, Asmalah, Arianto, Kencana, & Noviyanti, 2020). Metode-metode ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan peserta tetapi juga memberikan keterampilan praktis yang relevan, sehingga mereka siap untuk mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh dalam usaha sehari-hari mereka.

Meski demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, cakupan pelatihan terbatas pada satu desa dan target kelompok tertentu, sehingga generalisasi hasil untuk konteks yang lebih luas memerlukan kehati-hatian. Kedua, evaluasi jangka panjang terhadap keberlanjutan usaha setelah pelatihan belum dilakukan. Oleh karena itu, penelitian lanjutan perlu mengeksplorasi dampak program ini terhadap profitabilitas dan pertumbuhan usaha dalam jangka panjang. Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa pendekatan partisipatif dapat menjadi metode yang efektif dalam meningkatkan keterampilan masyarakat dalam pengelolaan usaha. Program serupa dapat diterapkan di komunitas lain dengan modifikasi sesuai kebutuhan lokal. Selain itu, desain kemasan yang berorientasi pada keberlanjutan tidak hanya meningkatkan daya saing produk tetapi juga mendukung kampanye lingkungan.

#### **4. Kesimpulan**

Kegiatan pelatihan manajemen keuangan dan pemasaran untuk Karang Taruna Desa Tlogowaru bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam aspek pengelolaan keuangan dan pemasaran usaha briket limbah jeruk. Dengan pendekatan interaktif dan partisipatif, program ini berhasil memberikan dampak positif yang signifikan. Hasil pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan signifikan pada pemahaman peserta, terutama dalam pengelolaan arus kas, pencatatan transaksi, perencanaan anggaran, serta strategi pemasaran yang efektif seperti pengembangan desain kemasan yang menarik dan informatif. Pelatihan ini juga memperkuat keterampilan praktis peserta, yang relevan untuk mendukung keberlanjutan usaha briket limbah jeruk mereka. Temuan utama menunjukkan bahwa peningkatan manajemen keuangan dan pemasaran secara signifikan meningkatkan daya saing produk di pasar. Selain itu, program ini berkontribusi pada penguatan ekonomi lokal dengan memanfaatkan limbah jeruk sebagai sumber daya lokal yang berkelanjutan.

Untuk penelitian dan program serupa di masa depan, disarankan untuk memperluas cakupan pelatihan ke kelompok masyarakat lain dengan usaha sejenis. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengevaluasi dampak jangka panjang pelatihan ini terhadap kinerja usaha, terutama dalam aspek profitabilitas dan keberlanjutan usaha. Pengembangan metode pelatihan inovatif, seperti penggunaan teknologi digital atau platform pembelajaran daring, juga diharapkan dapat meningkatkan efektivitas dan jangkauan pelatihan.

#### **Ucapan terima kasih**

Ucapan terimakasih kepada Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Malang atas hibah pengabdian Puskareka Tahun 2024 sehingga kegiatan berjalan lancar. Terimakasih juga ditujukan kepada semua mitra yang mampu bekerja sama dengan baik dalam terselenggaranya kegiatan ini

## Referensi

- Afriany, A. N., Suhartini, Y., Ardiyanto, F., Basri, A. I., & Ningrum, N. R. (2019). Pelatihan dan Pembinaan Penerapan Ilmu Manajemen Keuangan, Manajemen Sumber Daya Manusia dan Manajemen Pemasaran dalam Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kecamatan Klaten Selatan. *ABDIMAS NUSANTARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1-8.
- Ahmas, A. A. N., Sutrisno, T., & Ratnasari, I. (2022). Upaya Peningkatan Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Melalui Inovasi Desain Kemasan Dan Pemasaran Produk Di Kabupaten Karawang. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(1), 124-128. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i1.7625>
- Amanah, L., Handayani, N., Fuadati, S. R., & Susanti, S. (2022). PELATIHAN MANAJEMEN KEUANGAN DAN STRATEGI PEMASARAN DI ERA NEW NORMAL. *Jurnal Kreativitas dan Inovasi (Jurnal Keanova)*, 2(2), 43-47. <https://doi.org/10.24034/keanova.v2i2.4985>
- Askhar, B. M., Winarsih, T., & Fauzi, M. N. (2024). Strategi Manajemen Keuangan dan Digital Marketing Terhadap Peningkatan Omset Penjualan Produk. *Jurnal USAHA*, 5(1), 74-81. <https://doi.org/10.30998/juuk.v5i1.2897>
- Djogo, O. (2022). Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Era Digital Pada Masa Sekarang. *Kebijakan: Jurnal Ilmu Administrasi*, 13(1), 43-47. <https://doi.org/10.23969/kebijakan.v13i1.5028>
- Dwinarko, D., Sulistyanto, A., Widodo, A., & Mujab, S. (2021). Pelatihan Manajemen Komunikasi pada Badan Permusyawaratan Desa (BPD) dalam Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 217-225. [10.35912/yumary.v1i4.314](https://doi.org/10.35912/yumary.v1i4.314)
- Fadila, A., Sholihah, D. R., & Nugraheni, S. (2021). Pembinaan Pengelolaan Keuangan dan Pemasaran Digital pada pelaku UKM Kecamatan Ciomas Bogor. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 221-230. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v4i2.782>
- Fauzi, H. (2020). Pelatihan manajemen keuangan bagi pelaku UMKM sebagai upaya penguatan UMKM Jabar Juara naik kelas. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 247-255. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i3.324>
- Friadi, J., Diana Titik, W., & Abdul Malik, M. (2024). Pemberdayaan Masyarakat UMKM dalam Pemasaran Produk Lokal Batam. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 159-167. doi:[10.35912/yumary.v5i1.3608](https://doi.org/10.35912/yumary.v5i1.3608)
- Hayati, F. A., Asmalah, L., Arianto, N., Kencana, P. N., & Noviyanti, I. (2020). Pelatihan Manajemen Pemasaran Digital Pada Warga Belajar PKBM Insan Karya. *Dedikasi PKM*, 1(3), 62-67. [10.32493/dedikasipkm.v1i3.6688](https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v1i3.6688)
- Irfan, M., Masagus Ahmad, A., Chairul, N., Syamidi, P., Wiwik, D., & Riskaviana, K. (2021). Pemanfaatan Briket Arang Tempurung Kelapa sebagai Bahan Bakar Alternatif di Desa Banjar Wangi, Pandeglang, Provinsi Banten. *Jurnal Abdimas dan Kearifan Lokal*, 2(1). doi:[10.25105/akal.v2i1.9040](https://doi.org/10.25105/akal.v2i1.9040)
- Juniyanto, E., Nugraha, E., & Dewindaru, D. (2023). Pendampingan Pengelolaan dan Pelaporan Keuangan Pondok Pesantren Al-Firdaus. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 103-115. doi:[10.35912/yumary.v4i1.1864](https://doi.org/10.35912/yumary.v4i1.1864)
- Katili, A. S., Retnowati, Y., & Husain, I. H. (2021). Pemanfaatan Limbah Bongkol Jagung Untuk Pembuatan Briket Arang Sebagai Potensi Energi Alternatif. *Jurnal Sibermas (Sinergi Pemberdayaan Masyarakat)*, 10(3), 487-500. <https://doi.org/10.37905/sibermas.v10i3.11044>
- Kurnia, M., Dianita, F., Sajida, N. A., Febriani, A. D., Finanda, A., & Fauzan, N. J. A. J. P. D. N. (2024). Berdaya Lingkungan Berkelanjutan: Inovasi Konsep 3R Untuk Pemanfaatan Sumber Daya Daur Ulang di Dusun Bleder Ngadiharjo. 2(1), 158-164. <https://doi.org/10.61132/ardhi.v2i1.153>
- Latif, I. S., Latuconsina, H., & Lesmana, S. J. (2024). Digitalisasi UMKM di Kelurahan Selapajang Jaya: Strategi Social Media Marketing Dalam Menyongsong Era Modern. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 45-55. doi:[10.35912/yumary.v5i1.2939](https://doi.org/10.35912/yumary.v5i1.2939)
- Munte, R., & Ompusungu, D. P. (2023). Strategi Pengelolaan Keuangan Perusahaan Untuk Meningkatkan Kinerja Keuangan (Literature Review Manajemen Keuangan). *Advances In Social Humanities Research*, 1(2), 67-71. <https://doi.org/10.46799/adv.v1i2.14>
- Oktaviani, R. F., Niazi, H. A., Thoha, M. N. F., Anwar, S., & Prasetya, R. E. (2024). Penguatan Branding dan Pengemasan Produk UMKM di Desa Duren Seribu Kota Depok. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 551-561. doi:[10.35912/yumary.v4i4.2717](https://doi.org/10.35912/yumary.v4i4.2717)

- Pontoan, K. A., Merung, Y. A., Kelana, G., & Lengkong, M. R. (2021). Peningkatan Kapasitas Petani Pada Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pelatihan Manajemen Keuangan & Pemasaran Digital. *COMSERVA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 1(5), 178-186. <https://doi.org/10.59141/comserva.v1i5.28>
- Prasetyawati, M., Sudarwati, W., Jaharuddin, J., Nelfiyanti, N., Setiawan, A., & Saputra, A. (2022). *Pelatihan pembuatan desain kemasan untuk meningkatkan pemasaran pada umkm olahan makanan di kelurahan kelapa dua wetan*.
- Rapini, T., Kristiyana, N., Santoso, A., & Setyawan, F. (2020). Strategi pengembangan produk jipang berbasis pelatihan manajemen usaha dan pemasaran yang kreatif. *Masyarakat Berdaya Dan Inovasi*, 1(1), 12-18. [10.33292/mayadani.v1i1.7](https://doi.org/10.33292/mayadani.v1i1.7)
- Relawati, R., Ariadi, B. Y., & Tain, A. (2021a). Eco-friendly packaging training for women farmers group to support digital marketing in Tawangargo Village, Malang Regency. *Community Empowerment*, 6(5), 849-855. <https://doi.org/10.31603/ce.4531>
- Relawati, R., Ariadi, B. Y., & Tain, A. (2021b). Pelatihan kemasan ramah lingkungan pada kelompok wanita tani untuk mendukung pemasaran digital di Desa Tawangargo Kabupaten Malang. *Community Empowerment*, 6(5), 849-855. <https://doi.org/10.31603/ce.4531>
- Rofiq, A., Anggraeni, R., Rabbani, F. R., & Reza, A. A. (2023). Peningkatan Kapasitas UKM Kab. Malang Melalui Pelatihan Manajemen Keuangan dan Pemasaran Digital. *MANGENTE: JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 2(2), 164-169. <https://doi.org/10.33477/mangente.v2i2.3495>
- Sembiring, D. A., Azis, M. L., Lathifah, A., Khoirunissa, O., Fauzi, A. F., Ockta, N., . . . Maulana, A. I. (2024). Pendampingan dan Pelatihan UMKM di Desa Kalijati oleh Kelompok KKN Universitas Singaperbangsa Karawang. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 87-97. doi:[10.35912/yumary.v5i1.2963](https://doi.org/10.35912/yumary.v5i1.2963)
- Setyahuni, S. W., & Zakaria, F. (2023). Pelatihan Manajemen Keuangan Bagi Kelompok Tirtamigunani Desa Kalisidi, Kabupaten Semarang. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 182-190. [10.31294/jabdimas.v6i2.14853](https://doi.org/10.31294/jabdimas.v6i2.14853)
- Setyono, A. E., & Kiono, B. F. T. (2021). Dari energi fosil menuju energi terbarukan: potret kondisi minyak dan gas bumi Indonesia tahun 2020–2050. *Jurnal Energi Baru Dan Terbarukan*, 2(3), 154-162.
- Utama, D. M., Baroto, T., & Yasa, A. D. (2024). Pelatihan dan pendampingan digital marketing untuk bisnis jasa landscaping di Kabupaten Lamongan. 2024, 7(3), 10 %J KACANEGARA Jurnal Pengabdian pada Masyarakat. doi:[10.28989/kacanegara.v7i3.2165](https://doi.org/10.28989/kacanegara.v7i3.2165)
- Veronica, M. S., Meythi, M., & Martusa, R. (2023). Strategi perencanaan keuangan pada usaha mikro kecil dan menengah di Desa Cipanjalu. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 9(2), 1229-1234. <http://dx.doi.org/10.37905/aksara.9.2.1229-1234.2023>
- Wibowo, J. (2021). Efektivitas Strategi Pemasaran Dan Manajemen Keuangan Pada UMKM Roti. *DIKEMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(1). <https://doi.org/10.32486/JD.V5I1.574>
- Wutun, M. B. M. G., Adrianus, J. S., Djuang, G., Paridy, A., Man, S., & Manafe, H. A. (2023). Pelatihan Manajemen Keuangan dan Manajemen Pemasaran pada Kopdit Harapan Sejahtera Lasiana Kupang. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(1), 17-21.