



Manajemen Persediaan Pada UMKM Zhi Carica: Peran terhadap Peningkatan Produksi

Lutfi Laely Nikmah^{1*}

¹Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia

*Corresponding Author: lutfilaely.2024@student.uny.ac.id

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article history

Received : 11-06-2025

Revised : 23-12-2025

Accepted : 29-06-2026

Keywords

Digitalization,

Inventory

Management, MSME,

SWOT

Kata Kunci

Digitalisasi,

Manajemen

Persediaan,

SWOT,

UMKM

Zhi Carica's micro, small and medium enterprises are the place of research in discussing inventory management in MSMEs. This study aims to determine how the inventory management system used by Zhi Carica MSMEs, the obstacles faced in managing inventory and the efforts made by Zhi Carica in overcoming existing obstacles. The method used in conducting inventory management research at Zhi Carica MSMEs is the application of the direct interview method with business owners accompanied by literature studies. The results of the interview research show that Zhi Carica still uses a manual and simple inventory recording system, and experiences various kinds of obstacles such as scarcity of main ingredients in the dry season and swelling in operational costs.

ABSTRAK

Usaha mikro, kecil, dan menengah Zhi Carica menjadi tempat penelitian dalam membahas manajemen persediaan pada UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana sistem pengelolaan persediaan yang digunakan oleh UMKM Zhi Carica, kendala yang dihadapi dalam mengelola persediaan dan upaya yang dilakukan Zhi Carica dalam mengatasi kendala yang ada. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian pengelolaan persediaan pada UMKM Zhi Carica berupa penerapan metode wawancara langsung dengan pemilik usaha disertai studi literatur. Hasil penelitian wawancara menunjukkan bahwa Zhi Carica masih menggunakan sistem pencatatan persediaan secara manual dan sederhana, serta mengalami berbagai macam kendala seperti kelangkaan bahan utama pada musim kemarau dan pembengkakan pada biaya operasional.

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan sektor penting yang mendukung dan menopang perekonomian negara di mana UMKM dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru sehingga dapat mengurangi pengangguran di Indonesia (Lina & Indriyana, 2020). Tidak hanya menjadi wadah besar yang menyerap banyak tenaga kerja, UMKM pun turut andil dalam menambah Produk Domestik Bruto (PDB) serta meratakan perekonomian di berbagai daerah di Indonesia. Salah satu bidang UMKM yang mempunyai peluang besar untuk berkembang adalah industri makanan olahan, terutama bahan baku yang dihasilkan dari daerah setempat. Di wilayah dataran tinggi Dieng, Kabupaten Wonosobo, terdapat satu produk unik yang terkenal, yaitu manisan carica. Carica, atau nama ilmiahnya *Vasconcellea cundinamarcensis*, merupakan salah satu komoditas buah-buahan yang jarang ditemukan di Indonesia namun tumbuh subur di dataran tinggi Dieng, Wonosobo, menjadikannya buah khas pegunungan yang bentuknya menyerupai pepaya kecil namun rasanya sangat berbeda dan unik (Nurjannah et al. 2023). Buah ini hanya dapat hidup di dataran tinggi dengan ketinggian tertentu, sehingga menjadikannya komoditas khusus yang mempunyai nilai jual tinggi. Warga sekitar mengolah Carica menjadi manisan, dalam bentuk sirup maupun potongan buah, yang kemudian dikemas dengan cantik dan dijual sebagai oleh-oleh khas dari Dieng.

Permintaan manisan carica khas Wonosobo biasanya meningkat tajam saat musim libur dan hari raya. Pada periode tersebut, permintaan dapat naik dari sekitar 300 kardus hingga 1.000 kardus per hari, sehingga pelaku UMKM perlu menaikkan kapasitas produksi hingga kurang lebih 700 kg per hari untuk memenuhi kebutuhan pasar, baik dari wisatawan lokal, wisatawan mancanegara, maupun pemudik (ANTARA News, 2023). Kondisi ini tentu menjadi peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan produksi dan memperluas pasar. Namun, dibalik peluang tersebut, UMKM juga dihadapkan pada tantangan dalam pengelolaan usaha, terkait manajemen persediaan. Pengelolaan persediaan menjadi hal yang sangat penting karena berkaitan langsung dengan ketersediaan bahan baku seperti buah carica segar, gula, air, kemasan, stiker, dan kardus, yang menentukan kelancaran proses produksi, efisiensi biaya, serta ketepatan waktu distribusi produk. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa bahan baku dan kemasan merupakan komponen biaya terbesar dalam produksi manisan carica, sementara pasokan buah carica sendiri bersifat terbatas dan musiman karena hanya tumbuh di wilayah dataran tinggi Dieng. Kondisi ini sering menyebabkan ketidakstabilan persediaan dan harga bahan baku. Jika persediaan tidak

dikelola dengan baik, UMKM berisiko mengalami kelebihan stok yang meningkatkan biaya penyimpanan atau kekurangan stok yang dapat menghambat proses produksi dan menurunkan kemampuan memenuhi permintaan pasar. Oleh karena itu, masalah penelitian yang muncul adalah belum optimalnya sistem pengendalian persediaan bahan baku dan produk jadi pada UMKM manisan carica di tengah fluktuasi permintaan dan keterbatasan pasokan. Sementara itu, celah penelitian masih terlihat pada minimnya kajian yang secara khusus membahas model pengelolaan persediaan dan perencanaan produksi yang terintegrasi, terukur, dan mudah diterapkan bagi UMKM manisan carica, karena sebagian besar penelitian sebelumnya lebih menitikberatkan pada aspek pemasaran dan pengembangan usaha secara umum.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengelolaan persediaan merupakan bagian penting dari manajemen operasional yang bertujuan untuk memastikan ketersediaan barang yang cukup, mengurangi biaya penyimpanan, serta mencegah terjadinya *stockout* maupun *overstock* yang dapat merugikan usaha. Secara teori, manajemen persediaan mencakup serangkaian aktivitas sistemik seperti pemesanan, penyimpanan, pengendalian, serta pemantauan aliran barang masuk dan keluar. Sistem pengelolaan persediaan yang efektif membantu perusahaan mendapatkan data stok akurat, merencanakan kebutuhan produksi, dan mengambil keputusan operasional yang tepat (Trisnawati & Suryaningsih, 2025). Salah satu pendekatan yang sering diterapkan dalam pengelolaan persediaan adalah metode FIFO, dimana barang yang pertama kali masuk akan menjadi yang pertama kali digunakan. Penerapan pendekatan ini dapat membantu usaha mengurangi risiko kerusakan pada bahan yang mudah rusak dan menjaga kualitas bahan baku (Aghniya et al., 2025).

Seiring berkembangnya teknologi, sistem informasi manajemen persediaan berbasis digital menjadi alternatif penting dalam mengatasi keterbatasan sistem manual yang sering menyebabkan kesalahan pencatatan, keterlambatan dalam pengambilan keputusan, dan ketidakakuratan data persediaan. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan sistem informasi berbasis web pada UMKM telah berhasil mempercepat pencatatan stok, mengurangi kesalahan input data, dan memberikan informasi persediaan secara *real-time* sehingga mendukung proses produksi yang lebih optimal (Cahyaningtyas & Darmanto, 2025).

Selain itu, penelitian lain juga menekankan bahwa penggunaan teknologi berbasis web untuk memantau persediaan dapat meningkatkan efisiensi operasional di UMKM dengan menyediakan data yang akurat dan terstruktur serta membantu pengambilan keputusan secara tepat (Tri Suhesti Ningrum et al., 2024). Penerapan sistem seperti ini terutama penting bagi UMKM yang menghadapi tantangan dalam pengelolaan bahan baku yang mudah rusak atau memiliki masa simpan terbatas, karena sistem digital memungkinkan *update* stok secara langsung dan meminimalkan risiko kesalahan yang terjadi pada pencatatan manual.

UMKM manisan carica “Zhi Carica” merupakan usaha yang bergerak pada sektor industri pengolahan buah carica, dimana manisan carica ini merupakan makanan khas daerah Dieng, Wonosobo. Zhi Carica berdiri sejak tahun 2017 di Borobudur, Magelang. Pemilik Zhi Carica merupakan warga asli Wonosobo yang tinggal di Borobudur, sehingga mendorong untuk memperkenalkan makanan khas daerahnya dengan mendirikan Zhi Carica ini. Zhi Carica dikelola secara mandiri oleh keluarga dan mempekerjakan beberapa tenaga kerja dari lingkungan masyarakat sekitar. Produk utama Zhi Carica adalah manisan yang dikemas dalam kemasan cup plastik, dan dipasarkan secara langsung di toko oleh-oleh.

Proses produksi manisan carica masih dilakukan secara tradisional, namun pemilik tetap memastikan kebersihan tempat dan kualitas produk. Dalam kegiatan operasionalnya, tentu saja Zhi Carica mengalami berbagai macam kendala terutama dalam mengelola persediaan bahan baku yang mudah rusak, bahan baku langka, serta fluktuasi permintaan pasar. Untuk menjaga keberlanjutan usaha, Zhi Carica melakukan berbagai upaya untuk mengelola persediaan bahan baku dengan sebaik-baiknya, serta berupaya meningkatkan kualitas produk dan sistem manajemennya agar mampu bersaing dipasar nasional hingga internasional.

METODE PENELITIAN

Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana sistem pengelolaan persediaan yang digunakan oleh UMKM Zhi Carica, kendala yang dihadapi dalam mengelola persediaan dan upaya yang dilakukan Zhi Carica dalam mengatasi kendala yang ada. Selain itu, bertujuan untuk menganalisis SWOT usaha sehingga dapat melakukan perbandingan dengan usaha lain yang sejenis. Banyak hal yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha untuk memperbaiki kekurangan yang ada sehingga produksi semakin meningkat seperti melakukan diversifikasi produk, standardisasi dan sertifikasi produk, serta *branding* dan

pemasaran digital. Hal tersebut akan dibahas pada tulisan ini supaya dapat membantu UMKM Zhi Carica untuk meningkatkan pemasukan dari peningkatan produksi. Pembaca diharapkan mampu menyerap pengetahuan yang ada dalam tulisan ini, untuk kemudian direalisasikan dalam kehidupan nyata.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menggambarkan secara langsung bagaimana pengelolaan persediaan dilakukan pada UMKM Zhi Carica. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha sebagai sumber informasi utama. Penulis mengajukan pertanyaan seputar cara mengelola persediaan, proses pembelian dan penyimpanan bahan baku, kendala yang sering dihadapi, serta upaya yang dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut. Langkah penelitian dimulai dengan menentukan objek dan subjek penelitian, kemudian dilanjutkan dengan mengumpulkan data dari hasil wawancara serta data pendukung dari studi literatur dan studi pustaka, seperti jurnal dan buku yang relevan. Data yang diperoleh selanjutnya diseleksi dan dirangkum agar sesuai dengan fokus penelitian, lalu disajikan dalam bentuk narasi untuk memudahkan pemahaman. Tahap terakhir adalah menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis data sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kondisi pengelolaan persediaan pada UMKM Zhi Carica.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Wawancara UMKM Zhi Carica

Untuk mengetahui lebih banyak tentang Zhi Carica, saya mewawancarai pemilik dari usaha ini yaitu Ibu Wiwin. Informan dan suami merupakan warga asli Wonosobo yang tinggal di Borobudur dan mempunyai satu anak perempuan serta dua anak laki-laki. Informan ingin memperkenalkan makanan khas daerah Wonosobo yaitu manisan dari buah carica, sehingga mendirikan usaha Zhi Carica ini bersama dengan suami. Beliau menjelaskan bahwa produk carica merupakan manisan yang berbahan dasar utama dari buah carica segar, gula, dan air. Manisan carica sangat aman dikonsumsi dari anak-anak hingga dewasa karena tidak mengandung pengawet serta pemanis buatan. Zhi Carica memiliki berbagai macam persediaan bahan-bahan serta alat seperti buah carica, gula, cup, penutup segel, sedotan, plastik kemasan, stiker, serta tali pelintir.

Dalam proses pengadaan persediaan, informan sangat memperhatikan kualitas bahan baku yang digunakan. Ia memiliki komitmen untuk menjaga menjaga mutu

produk dengan memastikan bahwa semua bahan baku persediaan adalah bahan-bahan berkualitas tinggi. Informan membeli bahan-bahan produksi setiap lima hari sekali untuk menjaga ketersediaan stok dan khusus untuk buah carica beliau membelinya langsung dari petani di Wonosobo karena terjamin kesegaran dan kualitasnya, sehingga informan dapat memastikan bahwa buah yang digunakan masih dalam kondisi yang bagus untuk diolah menjadi manisan carica.

Setelah persediaan tiba di tempat produksi, bahan baku ini kemudian disimpan dalam sebuah ruangan khusus sebagai tempat penyimpanan persediaan. Gula sebagai bahan utama produksi disimpan di dalam karung atau sak-sakan yang ditata dengan rapi sehingga memudahkan pengambilan ketika proses produksi. Informan memastikan bahwa ruang penyimpanan persediaan terjaga kebersihannya agar nantinya tidak mempengaruhi proses produksi. Sementara itu, untuk produk manisan carica yang sudah jadi akan disimpan dalam bentuk kemasan jadi atau *packingan*. Produk yang sudah jadi ditata dengan rapi dalam rak penyimpanan untuk menunggu proses pendistribusian barang kepada pelanggan maupun mitra bisnisnya.

Dalam mengatur keluar-masuknya stok, informan masih menggunakan sistem pencatatan stok secara manual karena Zhi Carica merupakan UMKM yang belum terlalu besar, sehingga pencatatan keluar masuknya stok secara digital belum terlalu dibutuhkan. Meskipun manual, informan memastikan bahwa pencatatan dilakukan secara terstruktur sehingga tidak terjadi kesalahan dalam pencatatan keluar-masuknya stok dalam buku pencatatan khusus. Dalam penentuan waktu *restock*, informan menggunakan patokan minimum jumlah stok minimal 1500 *pack* manisan carica. Jika stok mendekati angka tersebut maka informan akan secepatnya melakukan *restock* produk, hal ini dilakukan agar tidak terjadi kelebihan maupun kekurangan stok yang dapat merugikan usaha.

Untuk pengelolaan produk jadi, informan memiliki sistem distribusi yang cepat dan efisien, sehingga dapat dipastikan bahwa produknya tidak akan kadaluwarsa karena setelah produksi selesai, produk manisan carica akan langsung didistribusikan kepada pelanggan maupun mitra bisnis yang akhirnya selalu habis terjual. Zhi Carica mengandalkan sistem pendistribusian yang cepat untuk menjaga kualitas produk tetap bagus sampai ke tangan pelanggan. Namun, tidak semua produk yang sudah jadi dapat terdistribusi kepada konsumen dengan sempurna, untuk produk jadi yang rusak seperti terkena paparan sinar matahari secara langsung yang mengakibatkan manisan carica

berubah warna, maka produk akan langsung dibuang. Hal ini menunjukkan bahwa usaha informan mempunyai komitmen tinggi dalam menjaga kualitas produk serta tanggung jawab kepada pelanggan.

Dalam mengelola persediaan bahan baku pada UMKM, tentu saja terdapat waktu di mana usaha akan mengalami kelebihan maupun kekurangan stok persediaan. Informan mengungkapkan bahwa Zhi Carica belum pernah mengalami kelebihan stok bahan baku, namun sering mengalami kekurangan stok buah carica. Kekurangan stok tersebut terjadi karena adanya kelangkaan buah carica seperti pada musim kemarau yang terlalu panjang. Buah carica merupakan buah yang dapat tumbuh dengan baik di daerah yang memiliki kelembapan tinggi dan suhu yang sejuk, seperti di Wonosobo. Ketika musim kemarau datang pohon carica akan sulit untuk berbuah hal ini yang mengakibatkan terjadinya kelangkaan buah carica pada musim kemarau karena pasokan dari petani buah carica yang semakin menurun. Untuk mengatasi hal tersebut informan mempunyai strategi produksi yang efisien yaitu dengan memproduksi manisan carica sesuai jumlah buah yang tersedia tanpa memaksakan kapasitas produksi seperti biasanya. Untuk menjaga hubungan baik dengan para pemasok, informan secara konsisten tetap memesan buah carica sehingga kekurangan stok buah carica dapat diminimalisir.

Pengelolaan persediaan bahan baku bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan terutama bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah. Pada praktiknya tidak hanya dibutuhkan perencanaan yang matang saja tetapi juga biaya dalam pengelolaannya. Ketika biaya pengelolaan persediaan semakin bertambah maka biaya produksi juga akan bertambah. Untuk usaha Zhi Carica, pemilik mengungkapkan bahwa ketika terjadi kelangkaan bahan baku maka usaha tetap harus harus berjalan, sehingga tetap melakukan pembelian persediaan secara berkala serta mendistribusikan produk yang sudah jadi meskipun dalam jumlah yang sedikit, hal ini menyebabkan biaya operasional menjadi membengkak terutama pengeluaran untuk biaya bensin. Lebih banyak biaya yang harus dikeluarkan untuk membeli bensin daripada pemasukan yang dihasilkan dari penjualan produk carica.

Meskipun dengan berbagai macam kendala yang dihadapi, informan tetap mempunyai rencana untuk mengembangkan usaha Zhi Carica ini di masa depan. Informan akan melakukan *upgrade* sistem pencatatan dan pengelolaan persediaannya yang semula manual menjadi berbasis digital. Untuk mendukung kegiatan produksinya

informan juga berencana untuk membeli persediaan baru yaitu mesin otomatis. Mesin otomatis ini dapat membantu kegiatan produksi terutama pada saat pengolahan maupun pengemasan manisan carica, sehingga diharapkan dapat mempersingkat waktu produksi dan kualitas produk tetap terjaga.

2. Analisis SWOT

Tabel 1. Analisis SWOT

Aspek	Keterangan
<i>Strength</i> (Kekuatan)	Produk manisan yang merupakan ciri khas daerah yang unik sehingga sulit ditemukan di daerah lain.
<i>Weakness</i> (Kelemahan)	Pencatatan persediaan yang masih manual dan berisiko terjadi kesalahan pencatatan serta produk yang belum dipasarkan secara <i>online</i> .
<i>Opportunity</i> (Peluang)	Permintaan tinggi saat musim wisata dan peluang pasar yang besar secara <i>online</i> .
<i>Threat</i> (Ancaman)	Keterbatasan bahan baku saat musim tertentu dan produk pesaing dari UMKM sejenis.

3. Perbandingan UMKM Zhi Carica dengan UMKM Sejenis

Perbandingan dilakukan dengan membandingkan antara UMKM Zhi Carica dengan UMKM CV Gemilang Kencana yang saya ambil dari Jurnal Surya Agritama yang berjudul “*Strategi pengembangan usaha manisan carica (studi kasus di CV Gemilang Kencana Kabupaten Wonosobo)*”

Tabel 2. Perbandingan UMKM Zhi Carica dengan CV Gemilang Kencana

Aspek	UMKM Zhi Carica	CV Gemilang Kencana
Skala Usaha	Skala rumah tangga dan dikelola keluarga	Skala menengah dan sudah memiliki struktur organisasi
Lokasi Produksi	Borobudur, Magelang	Wonosobo

Sumber Bahan Baku	Membeli langsung dari petani buah carica di Wonosobo	Memiliki mitra tetap dengan petani lokal
Sistem Persediaan	Manual dengan menggunakan buku catatan	Semi-digital dengan menggunakan <i>spreadsheet</i> dan evaluasi mingguan
Kendala Utama	Kelangkaan buah saat musim kemarau dan membengkaknya biaya distribusi	Kurangnya teknologi produksi massal
Strategi Mengatasi Kendala	Produksi sesuai stok yang ada dan menjaga hubungan baik dengan petani	Diversifikasi produk dan pelatihan SDM
Distribusi Produk	Toko oleh-oleh dan pesanan langsung	Toko oleh-oleh besar dan penjualan <i>online</i> di <i>marketplace</i>
Inovasi Produk	Belum ada inovasi, masih berfokus pada manisan cup	Produk yang bervariasi berupa manisan kering, sirup, bahkan <i>jelly</i>
Rencana Pengembangan	<i>Upgrade</i> ke pencatatan digital dan pembelian mesin produksi baru	Peningkatan <i>branding</i> dan perluasan pasar ekspor

4. Potensi Diversifikasi Produk UMKM Zhi Carica

Penting bagi seorang pelaku usaha untuk mempunyai keterampilan variasi (diversifikasi) dan pengemasan produk agar produk yang dipasarkan mengalami peningkatan serta nilai jual yang lebih tinggi. Tidak hanya itu, diversifikasi juga penting untuk mempertahankan keberlangsungan usaha. Diversifikasi untuk produk manisan carica ini dapat dilakukan dengan mengembangkan variasi produk dari bahan baku yang sama. Zhi Carica hanya menjual produk manisan carica dalam bentuk cup plastik yang

dikemas lalu dijual, padahal buah carica dapat diolah menjadi berbagai produk yang lainnya.

Alasan utama pentingnya diversifikasi produk bagi Zhi Carica yaitu:

1. Mengurangi ketergantungan pada satu jenis produk
2. Memperpanjang umur penyimpanan produk
3. Meningkatkan pendapatan usaha
4. Menjangkau pasar yang lebih luas
5. Meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk

Contoh diversifikasi produk manisan carica:

1. Selai carica: dapat menjadi produk alternatif ketika pasokan buah carica melimpah, serta dapat digunakan untuk penambah cita rasa makanan seperti menjadi *topping* roti atau sejenisnya.
2. Manisan kering carica: buah carica yang dikeringkan akan mempunyai umur simpan lebih lama yang dapat dikemas seperti *snack* untuk kemudian didistribusikan ke pasar swalayan maupun toko oleh-oleh.
3. *Jelly* carica: *jelly* merupakan produk makanan ringan yang disukai oleh anak-anak, dengan begitu Zhi Carica dapat menjangkau segmen baru sehingga juga dapat dijual di sekolah-sekolah.
4. Sirup carica: sirup biasanya memiliki umur simpan yang relatif lama apabila dikemas dalam botol yang tidak mudah terbuka, sehingga dapat dipasarkan ke luar daerah dengan aman. Sirup carica sendiri cocok untuk dicampur dalam minuman maupun *topping* untuk makanan manis.

5. Standardisasi dan Sertifikasi Produk

Standardisasi dan sertifikasi produk penting agar barang-barang UMKM lebih menarik pelanggan. Standardisasi dilakukan dengan tujuan untuk menjaga kualitas produksi dan efektivitas operasional. Sedangkan, sertifikasi merupakan prosedur dalam menilai kesesuaian yang terkait dengan jaminan tertulis dan kepatuhan produksi terhadap aturan yang berlaku. Zhi Carica sudah menerapkan praktik produksi yang bersih serta menggunakan bahan baku berkualitas, namun untuk dapat mampu bersaing di lingkup pasar yang lebih besar diperlukan standardisasi dan sertifikasi produk.

Manfaat standardisasi dan legalitas usaha bagi Zhi Carica:

1. Menjamin posisi UMKM agar terhindar dari pelanggaran

2. Memberikan jaminan kualitas dan keamanan bagi konsumen
3. Menjamin pengembalian modal dan investasi
4. Memberikan kemudahan dalam pengembangan usaha
5. Memperkuat kepercayaan pasar *modern*, retail dan *marketplace online*

Jenis sertifikasi yang disarankan untuk Zhi Carica:

1. Sertifikat Halal dari MUI
Sertifikat yang menyatakan bahwa Zhi Carica sudah menggunakan bahan baku dan diolah menggunakan metode produksi yang sesuai dengan syariat Islam.
2. Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT)
Zhi Carica memenuhi persyaratan dan standar keamanan tertentu sehingga diperbolehkan untuk diedarkan di masyarakat. Sertifikat ini didapat dari Dinas Kesehatan setempat.
3. Standar Nasional Indonesia
Sertifikat yang dikeluarkan oleh Badan Sertifikasi Nasional (BSN) dan berlaku di seluruh wilayah Indonesia.
4. Izin Edar BPOM
Sertifikasi izin edar untuk produk pangan yang di produksi oleh industri dalam negeri.

6. Strategi *Branding* dan Pemasar Digital

Strategi *branding* dan pemasaran digital dapat membantu Zhi Carica untuk membuka pasar yang lebih luas. Berdasarkan wawancara kepada informan dapat diketahui bahwa proses pendistribusian produk Zhi Carica saat ini masih mengandalkan cara konvensional dan sederhana yaitu dengan menjual langsung ke toko oleh-oleh maupun kepada pelanggan yang bertempat tinggal di sekitar lokasi produksi. Dengan perkembangan teknologi yang ada saat ini, tentu saja harus dimanfaatkan dengan baik karena Zhi Carica mempunyai potensi digitalisasi dalam pemasaran. *Branding* sendiri merupakan upaya untuk mengidentifikasi produk dengan tujuan untuk membangun persepsi konsumen terhadap suatu produk di dalam pemikiran dan perasaannya yang nantinya konsumen dengan sukarela lebih memilih produk tersebut dibanding produk pesaing. Pemasaran digital merupakan proses pendistribusian barang yang dilakukan melalui *online marketplace* seperti *Shopee*, *TikTok*, *Tokopedia* dsb. Setelah *branding* yang kuat maka kemungkinan besar penjualan melalui *marketplace* akan semakin besar.

Strategi *branding* dan digital marketing yang dapat diterapkan oleh Zhi Carica:

1. Pengoptimalan Penggunaan

Media Sosial Media sosial merupakan media tercepat untuk memasarkan produk, pelanggan dapat melihat garis besar produk ketika produk diiklankan melalui media sosial.

2. Pemasaran dengan mitra *Influencer*

Para *influencer* menggunakan media sosial untuk mengiklankan dan memasarkan produk Zhi Carica ini. Mereka diminta untuk memberikan *review* yang jujur agar mampu meyakinkan calon pelanggan. Ketika produk laku, maka pemilik usaha juga harus membayar *influencer* tersebut.

3. Bergabung ke *Online Marketplace*

Selain menggunakan media sosial, Zhi Carica perlu untuk bergabung di *online marketplace* seperti *Shopee*, *Lazada*, Tokopedia dsb. Zhi Carica dapat memberikan harga khusus untuk *bundling* pembelian produk, sehingga memotivasi pelanggan untuk membeli produk dalam jumlah banyak karena harga yang lebih murah.

4. Inovasi Desain Kemasan yang Menarik & Informatif

Zhi Carica dapat mendesain kemasan maupun logo menjadi lebih menarik dan berbeda dari yang lain, agar nantinya produk terlihat unik ketika dipromosikan melalui media sosial maupun *online marketplace* yang telah disiapkan.

5. Membuat Narasi tentang Produk

Narasi produk yang dimaksud dapat berupa cerita asal-asal buah carica, filosofi usaha, hingga proses produksi yang nantinya akan di cantumkan dalam kemasan, brosur serta media sosial.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan persediaan pada UMKM Zhi Carica masih dilakukan secara sederhana dan manual, namun telah memiliki pola perencanaan yang cukup terstruktur. Pembelian bahan baku dilakukan secara rutin setiap lima hari sekali dengan komitmen menjaga kualitas, terutama buah carica yang langsung diperoleh dari petani di Wonosobo. Persediaan bahan baku juga disimpan di tempat khusus yang tertata dengan baik sehingga mendukung kebersihan dan kelancaran proses produksi. Meskipun demikian, dalam praktiknya Zhi Carica masih menghadapi beberapa kendala utama, seperti keterbatasan pasokan buah carica yang bersifat musiman, khususnya

pada musim kemarau, yang berdampak pada terhambatnya proses produksi. Selain itu, pencatatan persediaan yang masih manual menimbulkan risiko kesalahan pencatatan, sementara biaya operasional, terutama biaya transportasi, cenderung meningkat ketika pembelian bahan baku tetap dilakukan meskipun volume penjualan menurun. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, pemilik usaha menerapkan strategi produksi yang fleksibel dengan menyesuaikan jumlah produksi berdasarkan ketersediaan bahan baku serta menjaga hubungan baik dengan pemasok agar pasokan tetap terjaga. Ke depan, Zhi Carica berencana meningkatkan efektivitas pengelolaan persediaan melalui penerapan sistem pencatatan berbasis digital dan penggunaan mesin produksi yang lebih modern guna meningkatkan efisiensi, kualitas produk dan daya saing usaha di pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R., & Rusdianto, R., Y. (2023). Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPPMI)*, 2(2). <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.386>
- Aghniya, A., Rivai, A. M., Febisatria, A., Harun, N., & Azza, N. (2025). Penerapan Metode First In First Out (FIFO) dalam Peningkatan Kinerja Operasional Sektor Ritel di Indonesia. *Jurnal Akademik Ekonomi dan Manajemen*, 2(4). <https://doi.org/10.61722/jaem.v2i4.7265>
- Anita, N., & Iznillah, M. L. (2023). Pengaruh Sertifikasi dan Standardisasi Produk terhadap Peningkatan Penjualan dan Daya Saing UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 13(1), 30-31. <http://ejurnal.umri.ac.id/index.php/jae>
- ANTARA News. (2023). *Manisan carica khas Wonosobo diburu pemudik*. <https://jatim.antaranews.com/berita/695883/manisan-carica-khas-wonosobo-diburu-pemudik>
- BPJS Ketenagakerjaan. (2025, 20 Januari). *Manfaat diversifikasi produk untuk kelangsungan UMKM*. <https://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/artikel/18538/artikel-manfaat-diversifikasi-produk-untuk-kelangsungan-umkm.bpjs>
- Cahyaningtyas, P., & Darmanto, E. (2025). Implementasi sistem manajemen persediaan pada UMKM kerupuk Rambak H.M. Luhur Jaya Kudus. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(3). <https://doi.org/10.31004/cdj.v6i3.46979>

- Fivintari, F. R., Safitri, R. Z. J., & Istiyanti, E. (2024). Analisis biaya dan pendapatan agroindustri manisan caica. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Berwawasan Ilmiah Agribisnis*, 10(1).
<https://jurnal.unigal.ac.id/mimbaragribisnis/article/download/13207/pdf>
- Lutfiana, L., & Puspitosari, I. (2020). Analisis manajemen persediaan pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Jazid Bastomi Batik di Purworejo. *Jurnal Ekonomi Syariah, Akuntansi, dan Perbankan (JESKaPe)*, 4(1), 55–66.
<https://media.neliti.com/media/publications/326625-analisis-manajemen-persediaan-umkm-jazid-bdcbabfa.pdf>
- Martina, N., Hasan, M. F. R., Wulandari, L. S., & Salimah, A. (2021). Upaya Peningkatan Nilai Ekonomis Produk Umkm Melalui Sosialisasi Diversifikasi Produk. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(5), 2775-2776.
<https://doi.org/10.31764/jmm.v5i5.5485>
- Ningrum, D. A. T. S., Firliana, R., & Nugroho, A. (2024). Sistem Informasi Monitoring Persediaan Bahan Kue Kering. *Journal of Information System Management (JOISM)*, 6(1). <https://doi.org/10.24076/joism.2024v6i1.1666>
- Nurjannah, S., Wicaksono, I. A., & Widiyanto, D. (2023). Strategi pengembangan usaha manisan carica (studi kasus di CV Gemilang Kencana Kabupaten Wonosobo). *Jurnal Surya Agritama*, 12(2), 45–52.
<https://jurnal.umpwr.ac.id/suryaagritama/article/view/3965/1925>
- PPM SoM. (2024, November 10). *Majemen Persediaan: Pengertian, fungsi dan contoh*. PPM School of Management. <https://www.ppmschool.ac.id/manajemen-persediaan/>
- Patriani, F. (2024, Oktober). *Pentingnya standardisasi dan sertifikasi sebagai bukti formal kualitas*. Firma Hukum Konspirasi Keadilan.
<https://konspirasikeadilan.id/artikel/pentingnya-standardisasi-dan-sertifikasi-sebagai-bukti-formal-kualitas4101>
- Rifianita, V., Falah, R., M., Pangestu, S., & Metasari, A. (2022). Pelatihan Branding Produk Umkm Dan Digital Branding Kerupuk Kulit “Rambakku”. Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LP UMJ. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat>
- Rinaldi, B. (2022, 11 November). *Pentingnya Standardisasi & Sertifikasi sebagai Bukti Formal Kualitas*. UKMINDONESIA.ID. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/pentingnya-standardisasi-sertifikasi-sebagai-bukti-formal-kualitas>

Trisnawati, N. L. D. E., & Suryaningsih, K. (2025). Sistem Pengelolaan Persediaan Barang Dagang pada UMKM. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 5(3).
<https://doi.org/10.55606/jaemb.v5i3.7651>