

UPAYA PENINGKATAN PENDAPATAN USAHA DALAM MASA PANDEMI COVID - 19 DI UMKM JUNIA DEWATA

Desak Made Kurnia Rahayu¹⁾,Luh Komang Merawati²⁾

^{1,2)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: ²⁾mettamera@unmas.ac.id

ABSTRAK

Berbagai upaya penanggulangan dilakukan pemerintah untuk meredam dampak dari pandemi Covid-19 di berbagai sektor. Hampir seluruh sektor terdampak, tak hanya kesehatan. Sektor ekonomi juga mengalami dampak serius akibat pandemi virus corona. Salah satu sektor UMKM yang mengalami dampak akibat adanya virus pandemi covid-19 yaitu UMKM Junia Dewata. Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Junia Dewata pada masa pandemi covid-19, yaitu terjadinya penurunan pendapatan, kemasan kue kaliadrem hanya menggunakan plastik bening dan kotak mika tanpa adanya stiker logo pada kemasan, kurangnya pengetahuan terhadap cara mengelola pembukuan usaha. Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan, yaitu, memberikan edukasi dan pelatihan cara mempromosikan produk melalui sosial media, memberikan pelatihan cara mengemas produk dengan menambahkan stiker logo pada kemasan, dan memberikan pelatihan cara mengelola pembukuan yang baik. Tujuan utama dilakukannya kegiatan ini untuk membantu meningkatkan pendapatan UMKM Junia Dewata yang mengalami penurunan pendapatan yang diakibatkan oleh pandemi covid-19, dengan cara mempromosikan usahanya melalui sosial media seperti *instagram*, *facebook*. Pemasangan stiker logo pada kemasan akan membantu konsumen baru untuk mengenali produk kue kaliadrem UMKM Junia Dewata.

Kata Kunci: Pendapatan, Edukasi, Pelatihan, Sosial Media, Pengemasan Produk.

ANALISI SITUASI

Indonesia mengonfirmasi kasus pertama infeksi virus Corona penyebab Covid19 pada awal Maret 2020. Ada banyak sekali dampak yang ditimbulkan dari munculnya penyakit virus corona. Bahkan tidak hanya di Indonesia saja melainkan di seluruh dunia juga merasakan dampaknya. Berbagai upaya penanggulangan dilakukan pemerintah untuk meredam dampak dari pandemi Covid-19 di berbagai sektor. Hampir seluruh sektor terdampak, tak hanya kesehatan. Sektor ekonomi juga mengalami dampak serius akibat pandemi virus corona. Pembatasan aktivitas masyarakat berpengaruh pada aktivitas bisnis yang kemudian berimbas pada perekonomian.

Saat melakukan observasi pada UMKM Junia Dewata yang berada di Br. Pekandelan Desa Adat Sading ditemukan bahwa mitra mengalami penurunan pendapatan akibat adanya pandemi Covid-19. UMKM ini mulai berdiri sejak tahun 1999, saat ini UMKM Junia Dewata memiliki 3 orang karyawan. UMKM Junia Dewata ini adalah industri rumahan yang membuat jajanan kue kaliadrem. Kue kaliadrem sendiri merupakan salah satu jajan banten/ upakara yang sering digunakan di Bali. UMKM Junia Dewata ini berlokasi di Br Pekandelan, Desat Adat Sading,

Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung. Konsumen kue kaliadrem ini hanya masyarakat seputaran Desa Adat Sading. Namun pada saat pandemi Covid-19 pendapatan penjualan kue kaliadrem menurun.

Sebelum pandemi Covid-19 memasuki Indonesia pada bulan Maret 2020. Penjualan pada UMKM Junia Dewata sangat stabil bahkan mampu memproduksi kue kaliadrem sebanyak 15 Kg perharinya namun ketika pandemi memasuki Indonesia semua menjadi berubah, kini UMKM Junia Dewata hanya mampu memproduksi 5 Kg kue kaliadrem perharinya. UMKM Junia Dewata yang mampu memperoleh pendapatan sekitaran Rp. 8.000.000,00 perbulannya kini hanya mampu memperoleh pendapatan perbulannya sebesar Rp. 4.000.000,00. Dengan adanya hal tersebut pendapatan dari pada UMKM Junia Dewata dapat dikatakan menurun, hal ini dapat dilihat pada Grafik 1 berikut ini:



Gambar 1. Fluktuasi Jumlah Pendapatan UMKM Junia Dewata Tahun 2020

Berdasarkan Grafik 1 diatas dapat diuraikan bahwa pada bulan Januari tahun 2020 penjualan kue kaliadrem UMKM Junia Dewata Rp. 8.000.000 namun mengalami penurunan penjualan mulai dari bulan Juni tahun 2020 hingga bulan Desember tahun 2020 mencapai Rp. 4.000.000 per bulan. Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Junia Dewata tidak hanya menurunnya pendapatan, tetapi terdapat permasalahan kurangnya pemahaman dalam menggunakan sosial media sebagai media promosi, kurangnya pemanfaatan stiker logo pada kemasan kue kaliadrem, dan kurangnya pemahaman cara mengelola pembukuan usaha.



Gambar 1. Kemasan Kue Kaliadrem Junia Dewata Tanpa Stiker Logo

Untuk dapat meningkatkan kembali pendapatan UMKM Junia Dewata, alternatif yang dapat dilakukan yaitu dengan cara memanfaatkan sosial media untuk mempromosikan kue kaliadrem. Pemasaran dengan memanfaatkan sosial media layak dilakukan karena tidak menggunakan banyak biaya. Selain itu, promosi dengan sosial media lebih mudah diakses oleh semua masyarakat utamanya di era digitalisasi ini. Pemasaran merupakan suatu komponen yang sangat penting di dalam sebuah bisnis, menurut Kotler & Amstrong (2014:27) pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Dengan adanya sosial media *marketing* memudahkan para pelaku usaha untuk berinteraksi dengan pelanggannya secara *online*. Biaya yang dikeluarkan tidak terlalu besar dan tidak ada batasan waktu selama tersambung dengan internet. Media sosial berperan saat pemasaran kegiatan perusahaan membentuk hubungan individu dengan pelanggan dan memberi perusahaan peluang untuk mengakses pelanggan (Kelly *et al.*, 2010).

Selain kurangnya promosi melalui sosial media, UMKM Junia Dewata dalam pengemasan produknya juga belum menarik, dimana produknya hanya dikemas menggunakan plastik bening dan kotak mika bening tanpa stiker logo usaha. Solusi yang dapat diberikan kepada UMKM Junia Dewata yaitu melakukan pembaharuan pada kemasan produknya agar dapat lebih menarik di mata konsumen dan dapat meningkatkan penjualan kue kaliadrem. Menurut Apriyanti (2018), pemberian stiker logo pada kemasan juga memiliki fungsi lain khususnya sebagai alat identifikasi produk, karena fungsinya langsung berhadapan dengan konsumen, karenanya kemasan harus dapat memberikan impresif spontan yang mempengaruhi tindakan positif konsumen di tempat penjualan. Menurut Kotler & Keller (2009:27), pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. Pengemasan adalah aktivitas merancang dan memproduksi

kemasan atau pembungkus untuk produk. Pengemasan produk yang baik akan meningkatkan higienitas dan nilai jual produk (Merawati dkk,2015).

Selain kurangnya pemahaman mengenai cara pengemasan produk, UMKM Junia Dewata juga kurang memiliki pemahaman tentang tata kelola usaha yang baik dan benar diantaranya sistem pembukuan yang belum sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku. Pengelolaan pembukuan untuk usaha kecil dapat membantu memberikan informasi mengenai keuntungan ataupun kerugian yang diperoleh karena pencatatan atas pembelian dan penjualan dilakukan secara tertib (Suryawathy,dkk, 2015). Solusi yang dapat diberikan kepada UMKM Junia Dewata yaitu dengan memberikan pelatihan cara mengelola pembukuan yang baik agar UMKM Junia Dewata bisa mengetahui berapa banyak laba atau rugi secara pasti yang mereka dapatkan.

Tujuan pembelajaran pembukuan dalam hal ini pelatihan dan pendampingan tentang metode pencatatan serta pembukuan keuangan yang secara sederhana yang baik serta benar adalah agar pelaku wirausaha mikro bisa mengetahui berapa banyak laba atau rugi secara pasti yang mereka dapatkan dan juga dapat mengetahui keadaan keuangan usahanya sehingga bisa dipergunakan dalam mengontrol hasil usahanya, (Dahlan *et al.*, 2018).

PERMASALAHAN MITRA

Berdasarkan observasi yang sudah dilakukan, dapat diketahui bahwa permasalahan yang dihadapi antara lain:

1. Ketika pada masa pandemi Covid-19 ini memasuki Indonesia pada bulan Maret 2020, UMKM Junia Dewata mengalami permasalahan yaitu, terjadinya penurunan pendapatan yang sangat signifikan.
2. Kurangnya pemahaman dalam mempromosikan produk kue kaliadrem melalui sosial media. Adapun tujuan promosi produk dengan memanfaatkan sosial media adalah sebagai alat komunikasi pemasaran untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk, meningkatkan *image* produk, dan berakhir pada peningkatan penjualan kue kaliadrem.
3. Kurangnya pemahaman pemilik UMKM dalam mengelola pembukuan usaha. Hal ini merupakan hal yang terpenting dalam kegiatan usaha, dengan adanya pembukuan pelaku usaha dapat mengetahui sejauh mana perkembangan usahanya.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

1. Memberikan pelatihan cara menggunakan sosial media, dan membantu mitra melakukan promosi produk kue kaliadrem secara *online*.
2. Memberikan pelatihan mengenai cara pengemasan produk yang menarik dengan menambahkan stiker logo pada kemasan kue kaliadrem.

3. Memberikan pelatihan pembukuan sederhana pada pelaku UMKM Junia Dewata yang berguna dalam mengelola keberlanjutan UMKM sehingga mampu mengetahui dan membuat laporan keuangan.

METODE PELAKSANAAN

Adapun metode pelaksanaan yang di gunakan dalam program kerja Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Kue Kaliadrem UMKM Junia Dewata Di Desa Adat Sading, yaitu:

1. Membuatkan akun sosial media dan memberikan edukasi tentang pemanfaatan sosial media sebagai media promosi dan memberikan pelatihan kepada UMKM Junia Dewata cara mempromosikan kue kaliadrem di sosial media seperti *facebook* dan *instagram*.
2. Membuatkan desain stiker logo dan memberikan pelatihan mengenai cara pengemasan produk yang menarik dengan menambahkan stiker logo pada kemasan kue kaliadrem.
3. Memberikan pelatihan pembukuan sederhana pada pelaku UMKM Junia Dewata yang berguna dalam mengelola keberlanjutan UMKM.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini di dilaksanakan di UMKM Junia Dewata Desa Adat Sading dengan program kerja pengabdian masyarakat, yaitu memberikan edukasi dan pelatihan cara mempromosikan produk melalui sosial media, memberikan pelatihan cara pengemasan produk dengan menambahkan stiker logo pada kemasan, dan memberikan pelatihan cara mengelola pembukuan yang baik.

Pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di UMKM Junia Dewata di desa Adat Sading diawali dengan memberikan edukasi dan pelatihan cara mempromosikan produk melalui sosial media.

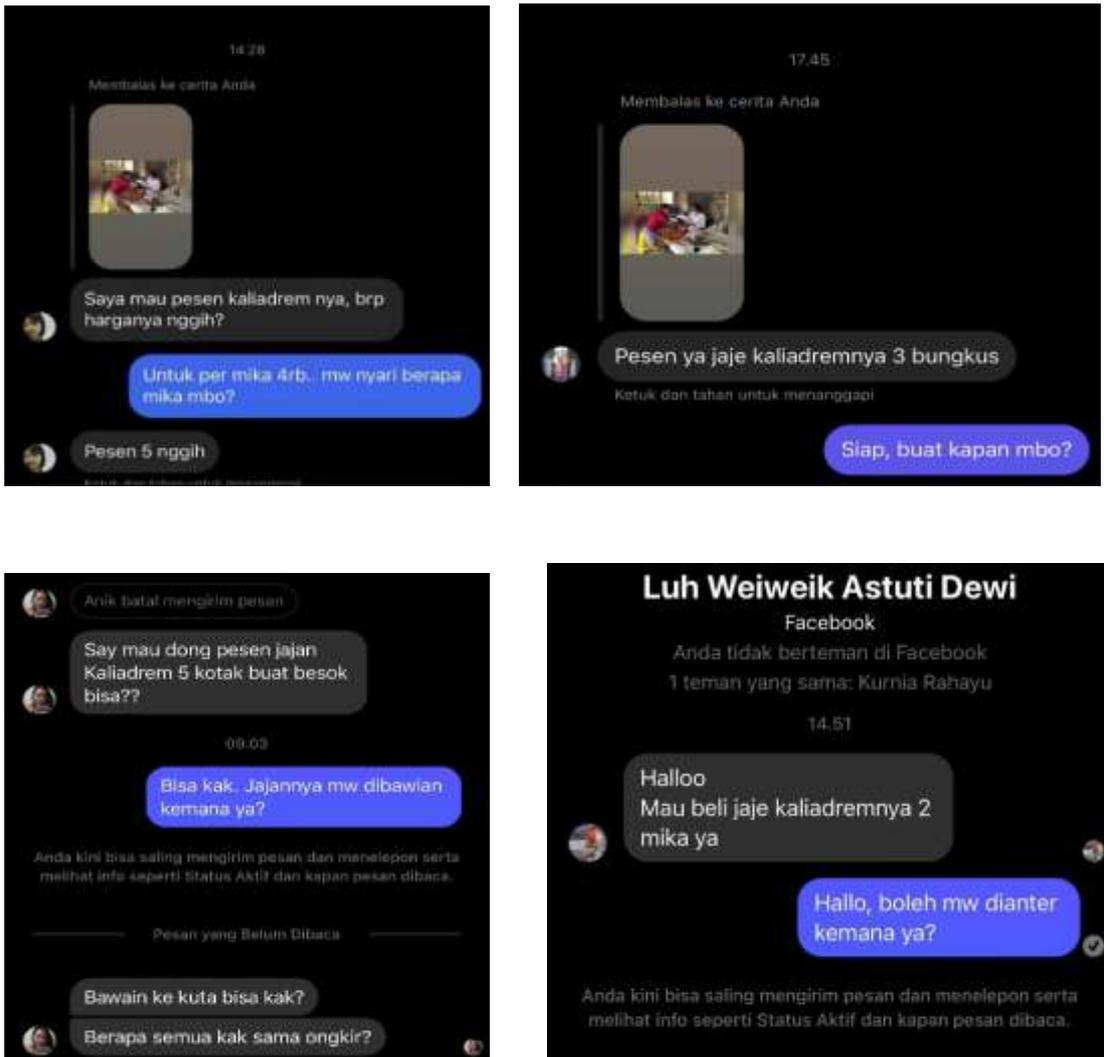


Gambar 2: Pemberian edukasi dan pelatihan cara mempromosikan produk melalui sosial media pada UMKM Junia Dewata.

Adanya edukasi dan pelatihan yang diberikan terhadap UMKM maka hasil yang diperoleh oleh UMKM Junia Dewata adalah meningkatnya persentase penjualan

sebesar 25%, dimana bertambahnya orderan pesanan kue kaliadrem melalui akun sosial media UMKM Junia Dewata, terdapat pula konsumen baru dari luar wilayah Desat Adat Sading yang datang langsung ke tempat produksi kue kaliadrem. Konsumen ini berasal dari kabupaten Bangli yang mengungkapkan bahwa ingin menjual kembali produk yang di pesan dari UMKM Junia Dewata.

Berikut ini adalah hasil penjualan yang dilakukan melalui akun sosial media UMKM Junia Dewata:



Gambar 3. Pemesanan kue kaliadrem melalui akun sosial media Junia Dewata

Setelah diberikannya edukasi dan pelatihan mengenai cara mempromosikan produk melalui sosial media, selanjutnya dilaksanakan pelatihan pengemasan kue dengan menambahkan stiker logo pada kemasan. Pemberian stiker logo pada kemasan memiliki fungsi khususnya sebagai alat identifikasi produk, karena fungsinya langsung berhadapan dengan konsumen, karenanya kemasan harus dapat memberikan impresi spontan yang mempengaruhi tindakan positif konsumen di tempat penjualan.



Gambar 4. Pelatih pengemasan produk dengan menambahkan stiker logo pada kemasan kue kaliadrem.

Dilakukannya pelatihan cara pengemasan produk dengan menambahkan stiker logo, maka hasil yang diperoleh oleh UMKM Junia Dewata adalah meningkatnya omzet penjualan kue kaliadrem. Pemilik UMKM mengungkapkan bahwa desain dari stiker logo ini memiliki kesan yang baik dalam kemasan kuenya, dan mampu membuat konsumen tertarik untuk membeli produk kue kaliadrem tersebut. Tindakan penambahan stiker logo pada kemasan ini sangat berpengaruh untuk meningkatkan penjualan dan eksistensi sebuah produk.

Setelah memberikan pelatihan cara pengemasan produk dengan menambahkan stiker logo pada kemasan, selanjutnya dilaksanakan pemberian pelatihan cara mengelola pembukuan. Tujuan pemberian pelatihan pengelolaan pembukuan agar pelaku wirausaha mikro bisa mengetahui berapa banyak laba atau rugi secara pasti yang mereka dapatkan dan juga dapat mengetahui keadaan keuangan usahanya sehingga bisa dipergunakan dalam mengontrol hasil usahanya.



Gambar 5. Pelatih pada UMKM cara pengelolaan pembukuan usaha

Adapun capaian yang diperoleh setelah melaksanakan pelatihan cara mengelola pembukuan, maka hasil yang diperoleh oleh UMKM Junia Dewata adalah UMKM

mampu mengetahui laba atau rugi yang diperoleh pada bulan Agustus 2021, UMKM Junia Dewata juga lebih mudah menyusun anggaran pengeluaran pada tiap periodenya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan pada UMKM Junia Dewata di Desa Adat Sading, Kabupaten Badung dapat terlaksana dengan baik karena adanya partisipasi dari pemilik UMKM. Hasil yang dicapai antara lain sebagai berikut:

- 1) Pemilik UMKM mampu mempromosikan produk kue kaliadrem melalui sosial media dan mampu meningkatkan penjualan.
- 2) Pemilik UMKM mampu memahami pentingnya penggunaan stiker logo dalam kemasan kue kaliadrem sehingga produk lebih mudah diingat oleh masyarakat lebih luas.
- 3) Pemilik UMKM memiliki antusiasme yang tinggi sehingga mampu mengelola pembukuan dengan baik dan benar.

Saran

Pelaksanaan kegiatan program pengabdian masyarakat ini sudah terealisasi 100%, diharapkan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan dapat terus dilaksanakan oleh UMKM Junia Dewata. Saran yang dapat diberikan kepada pemilik UMKM Junia Dewata agar program kerja yang dilakukan dapat bermanfaat yaitu:

- 1) UMKM Junia Dewata diharapkan tetap mempromosikan produknya melalui sosial media yang sudah dibuatkan oleh tim pengabdian sehingga dapat mempertahankan penjualan melalui media sosial.
- 2) UMKM Junia Dewata diharapkan agar tetap menggunakan stiker logo dalam kemasan kue kaliadrem agar produk dapat dikenal oleh masyarakat lebih luas.
- 3) Pelatihan pengelolaan pembukuan yang telah didapatkan agar dipergunakan dengan baik untuk mempermudah mengetahui laba rugi usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya kemasan terhadap penjualan produk perusahaan. *Sosio e-kons*, 10(1), 20-27.
- Dahlan, T., Murfiah, U., & Indriani, R. (2018). Pelatihan Pembukuan Sederhana bagi UKM Kerajinan Anyam Pandan di Kecamatan Rajapolah, Tasikmalaya. *Jurnal Solma*, 7(2), 153-160.
- Kelly, L., Kerr, G., & Drennan, J. (2010). Avoidance of advertising in social networking sites: The teenage perspective. *Journal of interactive advertising*, 10(2), 16-27.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Ke 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, & Armstrong, Gary. (2014). *Principle Of Marketing*. 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall.

Maucash.id. 2020. Dampak Covid-19 terhadap sector UMKM di Indonesia

Merawati, L. K., Suryawathy, I. G. A., & Tamba, I. M. 2015. Ibm Untuk Kelompok Ternak Ikan Nila Mina Karya Dan IRT Mina Lestari Di Desa Selisihan, Kabupaten Klungkung. *Jurnal Bakti Saraswati*, 4(2), 74761.

Suryawathy, I.G.A., Sapta, I.K.S. and Merawati, L.K., 2015. Ibm Untuk Usaha Kecil Pembuat Jajan Banten Di Desa Dawan Kelod, Kabupaten Klungkung. *Ngayah: Majalah Aplikasi IPTEKS*, 6(1), p.156259.