

Upaya Peningkatan Omset Penjualan Keripik Tempe Berbasis Digital Dan Penyusunan Laporan Keuangan Pada Masa Pandemi

Wahyu Eko Setianingsih, Ibna Kamelia Fiel Afroh

Ipung Dwiansyah, Raniah Nadhif Salsabilah

Universitas Muhammadiyah Jember

Email: setianingsih@unmuhjember.ac.id, ibna.kamelia@unmuhjember.ac.id,
ipungdwiansyah13@gmail.com, nalasalsabila6@gmail.com

Diterima: Desember 2020; Dipublikasikan: Februari 2021

ABSTRAK

UMKM sebagai roda penggerak perekonomian di Indonesia memiliki peranan penting. Sektor ini merupakan sektor yang dapat menyerap tenaga kerja dan mengurangi pengangguran. Dalam situasi pandemic, keberadaan UMKM mendapat guncangan yang cukup hebat, sehingga dibutuhkan kreativitas dan inovasi dari UMKM itu sendiri. Merosotnya omset penjualan pada masa pandemic membuat pemilik UMKM terus melakukan pemasaran online dalam mensiasati adanya kerumunan dan memudahkan penjualan. Hal ini terjadi pada UMKM ADA Keripik Tempe yang berusaha memasarkan produknya melalui media online, namun terkendala dengan alat yang dimiliki, yaitu Handphone. Piranti tersebut harus bergantian dengan suami yang berprofesi sebagai driver ojek online. Kemampuan pemasaran online yang dimiliki oleh pemilik ADA keripik tempe juga masih terbatas. Selain itu juga kemampuan dalam mengelola laporan keuangan juga sedikit. Program pengabdian masyarakat ini memberikan solusi dari masalah yang dimiliki oleh mitra. Metode yang digunakan oleh penulis adalah metode ceramah dan pendampingan, sehingga mitra menjadi lebih jelas dalam mendapatkan pengetahuan dan materi.

Kata Kunci : UMKM, pandemi, pemasaran online

ABSTRACT

MSMEs as the driving force of the economy in Indonesia have an important role. This sector is a sector that can absorb labor and reduce unemployment. In a pandemic situation, the existence of MSMEs is subject to quite a shock, so creativity and innovation are needed from the MSMEs themselves. The decline in sales turnover during the pandemic has made MSME owners continue to do online marketing in anticipating crowds and making sales easier. This happens to MSMEs Tempe Chips which try to market their products through online media, but are constrained by the tools they have, namely Mobile. These devices must take turns with a husband who works as an online motorcycle taxi driver. The online marketing capabilities of the owners of the tempe chips ADA are also still limited. In addition, the ability to manage financial reports is also low. This community service program provides solutions to problems that are owned by partners. The method used by the author is the lecture and mentoring method, so that partners become clearer in obtaining knowledge and material.

Keywords : MSMEs, pandemic, online marketing

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi di Indonesia didukung oleh sector UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Sector UMKM sendiri telah memberikan kontribusi cukup besar bagi berjalannya roda ekonomi suatu negara, termasuk Indonesia. Sector ini adalah sector yang mandiri dan banyak menyerap tenaga kerja, sehingga dapat mengurangi pengangguran. Pada masa pandemic seperti saat ini, seluruh lini bisnis mengalami guncangan yang luar biasa. Guncangan perekonomian pada masa pandemic juga terjadi pada sector UMKM. Pada masa pandemic, terjadi penurunan penjualan. Hal ini dikarenakan pada menurunnya pendapatan masyarakat pada berbagai kelas dan kalangan. Kejadian yang sama juga menimpa UMKM keripik tempe dengan brand A.D.A keripik tempe yang berada di Desa Rowo Indah kabupaten Jember.

Dalam memasarkan produk, UMKM ini menggunakan cara tradisional dengan cara konsinyasi di toko-toko dan mulai merambah di dunia maya. Terbatasnya penghasilan membuat UMKM memiliki kendala pada sisi pemasaran online. Hal ini dikarenakan Handphone (HP) yang digunakan hanya satu, bergantian dengan suami yang berprofesi sebagai ojek online. Pemasaran online membutuhkan promosi yang konsisten di media sosial, baik itu Instagram, facebook, twitter,

maupun WhatsApp. Dengan promosi yang gencar, diharapkan dapat membuat orang tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Melihat betapa pentingnya promosi bagi suatu UMKM, maka mitra sangat membutuhkan alat berupa HP Android untuk memasarkan produknya secara online, sehingga dapat focus dalam menawarkan produk keripik tempe dan tidak bergantian menggunakan HP dengan sang suami. Kualitas produk yang baik dan kontinuitas promosi yang gencar, akan memudahkan pembeli, calon pembeli, dan konsumen yang loyal untuk membeli keripik tempe secara online. Pada masa pandemic, penjualan online memegang peranan penting dalam mempromosikan suatu produk atau jasa.

Omset penjualan yang tinggi perlu diiringi dengan pembuatan laporan keuangan untuk usaha. Permasalahan umum yang terjadi pada UMKM skala kecil adalah tercampurnya keuangan pribadi dan keuangan usaha. Disini perlu ada sikap disiplin untuk memisahkan keuangan tersebut. Selanjutnya, perlu dibuat metode laporan keuangan sederhana yang mampu dipahami oleh mitra. Adanya kemampuan untuk membuat laporan keuangan, akan membuat UMKM mempunyai data historis perusahaan. Hal ini akan mempermudah perusahaan dalam membuat keputusan atau forecasting untuk masa yang akan datang.

Tempe dipilih menjadi produk untuk usaha, dikarenakan tempe mengandung banyak nutrisi yang baik bagi kesehatan. Selain itu, tempe merupakan produk yang tidak musiman dan selalu ada pada musim atau keadaan apapun. Tempe adalah salah satu produk fermentasi yang umumnya berbahan baku kedelai yang difermentasi dan mempunyai nilai gizi yang baik.

UMKM ADA Keripik tempe dengan segala keterbatasannya terus berupaya untuk bisa tetap bertahan di tengah persaingan yang ada. Kondisi ini semakin diperparah dengan kondisi pandemic yang datang secara tiba-tiba dan melumpuhkan perekonomian, terutama UMKM dengan skala kecil dan berorientasi pada kelas menengah ke bawah. Pada era digitalisasi seperti sekarang, pemasaran online merupakan solusi yang tepat. Hal ini akan lebih bermanfaat digunakan pada masa pandemi. Kondisi perekonomian mitra yang merupakan kalangan menengah ke bawah, membuat mitra ini belum bisa memiliki HP sendiri, sehingga menghambat kegiatan promosi dan kurang maksimalnya omset penjualan. Dari pemaparan tersebut, dapat dirumuskan permasalahan mitra ADA keripik tempe, yaitu :

1. Belum dimilikinya HP Android secara personal, sehingga harus bergantian dengan suami dalam menggunakan HP Android. Hal inilah yang menyebabkan kegiatan promosi yang dilakukan kurang maksimal, sehingga omset penjualan tidak sesuai dengan yang diharapkan.
2. ADA keripik tempe masih menggunakan pemasaran secara tradisional, yaitu konsinyasi ke toko-toko dan berdasarkan pemesanan dari tetangga sekitar rumahnya.
3. Belum mampunya UMKM dalam Menyusun laporan keuangan yang baik bagi usaha

Dari permasalahan tersebut, hal mendasar yang bisa dilakukan dalam program pengabdian masyarakat ini adalah dengan cara: (1) pemberian HP Android kepada mitra Pendampingan dan transfer informasi tentang cara promosi yang efektif dengan menggunakan HP Android yang akan diserahkan kepada mitra; (2) Pendampingan dan transfer informasi tentang cara promosi yang efektif dengan menggunakan HP Android yang akan diserahkan kepada mitra; (3). Memberikan pelatihan terkait penyusunan laporan keuangan yang baik bagi mitra.

METODE PELAKSANAAN

Serangkaian metode pelaksanaan yang dapat digunakan untuk memberikan solusi terhadap sejumlah masalah yang terjadi pada mitra UMKM ADA keripik tempe di bidang manajemen pemasaran adalah :

Pelaksana	Solusi	Luaran	Tahapan
Ketua Pelaksana Anggota Mahasiswa 1	Pendampingan dan transfer informasi terkait promosi di era digital melalui media Handphone Android	Mengetahui tentang penggunaan HP Android beserta segala fituranya dengan memunculkan promosi yang efektif mengena di hati pembeli dan calon	Memberikan informasi tentang peranan handphone dalam melakukan promosi secara online Membelikan dan menyerhakan handphone android kepada mitra Mengajarkan tentang

		pembeli	penggunaan handphone dalam pengoperasiannya Mengajarkan cara mempromosikan produk melalui penyusunan kata-kata yang mengena di hati pembeli dan calon pembeli.
Anggota Pelaksana Anggota Mahasiswa 2	Pendampingan dan pelatihan penyusunan laporan keuangan yang baik	Mengetahui tentang cara-cara Menyusun laporan keuangan yang baik, sehingga data tersebut dapat tersimpan dan dijadikan dasar dalam pembuatan keputusan di masa yang akan datang	Memisahkan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha Membuat arus pengeluaran dan pemasukan pada setiap harinya Disusun laporan kas harian Menyusun laporan keuangan bulanan Menyusun laporan keuangan tahunan berupa kas, neraca, dan laporan laba rugi.

HASIL KEGIATAN

Dari pelatihan peningkatan produktivitas penjualan melalui penambahan wawasan mengenai berbagai media sosial. Adapun keluaran yang dihasilkan dari program pengabdian pada masyarakat adalah:

1. Pemberian Handphone Android.

Kepemilikan HP Android oleh mitra dapat memudahkan mitra dalam memasarkan dan menjual produk keripik tempe kepada berbagai kalangan pembeli. Adanya HP android diharapkan dapat meningkatkan omset penjualan mitra, sehingga dapat memperbaiki taraf kehidupan keluarga dari mitra.



Gambar 1. Pemberian HP Android Kepada Mitra

2. Meningkatnya pengetahuan tentang pentingnya pengetahuan tentang pemasaran melalui media online dengan memanfaatkan berbagai media sosial yang ada. Banyak saluran maupun media pemasaran yang dapat digunakan oleh mitra, misalnya facebook, Instagram, WhatsApp, market place, dan berbagai group yang ada di media sosial.



Gambar 2. Pelatihan Tentang Pemasaran Online

3. Pemberian pelatihan pembuatan laporan keuangan usaha yang mudah dipahami oleh mitra. Pembuatan laporan keuangan usaha dapat mengetahui keuntungan dari usaha yang dijalani oleh mitra. Laporan keuangan usaha juga dapat melatih mitra menjadi lebih disiplin dalam manajemen keuangan usaha. Berikut laporan keuangan yang dapat digunakan oleh mitra.

Laporan keuangan

Dana Pengeluaran					
No	Keterangan	Vol	Unit	Cost	Realisasi
BAHAN-BAHAN					
1	Tepung Tapioka	3	Kg	Rp 7.333	Rp 22.000
2	Kedelai (sudah fermentasi)	3	Kg	Rp 6.667	Rp 20.000
3	Minyak Goreng Binoli 2 L	4	Liter	Rp 13.500	Rp 54.000
Sub Total					Rp 96.000
BUMBU-BUMBU					
1	Bawang Putih	1	Biji	Rp 1.000	Rp 1.000
2	Kaldu	1	Sch	Rp 500	Rp 500
3	Garam	1	Bks	Rp 3.000	Rp 3.000
Sub Total					Rp 4.500
ANEKA RASA					
1	Sapi Panggang	1	Bks	Rp 3.875	Rp 3.875
2	Balado Pedas Manis	1	Bks	Rp 3.875	Rp 3.875
3	Jagung Bakar	1	Bks	Rp 3.875	Rp 3.875
4	Original	1	Bks	Rp 3.875	Rp 3.875
Sub Total					Rp 15.500
PERLENGKAPAN TEKNIS					
1	Plastik Kemasan	2	Pack	Rp 10.000	Rp 20.000
2	Plastik Roll untuk adonan	1	Pack	Rp 10.000	Rp 10.000
4	Gas	1	Tabung	Rp 18.000	Rp 18.000
5	Sticker Nama	3	Lbr	Rp 4.500	Rp 13.500
Sub Total					Rp 61.500
TOTAL					Rp 177.500
TOTAL PENGELUARAN (MODAL)					Rp 177.500
HASIL PRODUK		45	Pcs	Rp 7.000	Rp 315.000
LABA BERSIH (dalam seminggu)					Rp 137.500
LABA BERSIH (dalam sebulan)					Rp 550.000

SIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat di ADA Keripik Tempe berjalan dengan baik. Pemberian bantuan HP Android, pemberian wawasan tentang pemasaran online, dan pendampingan pembuatan laporan keuangan sederhana bagi UMKM sangat bermanfaat bagi mitra. Dengan adanya program ini, maka diharapkan pemasaran online dapat diterapkan melalui HP Android dan mitra dapat Menyusun laporan keuangan usaha dengan rapi

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
 Lupiyoadi, Rambat, Hamdani A, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta.
 Tjiptono, Fandy, 2011, *Pemasaran Jasa*. Bayumedia, Sleman
 Tulus TH Tumbunan, 2011, *Industrialisasi di Negara Sedang Berkembang Kasus Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia