

MODEL KEBERLANJUTAN USAHA PASCA PANDEMI MENGUNAKAN METODE PENDEKATAN KEUANGAN DAN NON KEUANGAN (STUDI PADA UKM BAKPIA SLEMAN)

Lila Retnani Utami^{1*}, V. Wiratna Sujarweni², Dian Rhesa Rahmayanti³, Hesti Nurhayati⁴
1,2,3,4 Universitas Respati Yogyakarta
lilaretnani@respati.ac.id

ABSTRACT

The pre-survey conducted by researchers on Bakpia SMEs in Sleman, the majority experienced a decline in sales which greatly impacted livelihoods. The purpose of this study is to develop a model of SME business sustainability from a financial and non-financial perspective, based on the Balance Scorecard theory and findings in the field. This type of research is qualitative case study. The object of this research is Bakpia SMEs in Sleman who were able to survive during the pandemic, Sleman bakpia consumers. The type of data used is primary and secondary. Sources of data obtained by means of interviews, observation and documentation, questionnaires.

The result is that SMEs that can survive in the pandemic era are SMEs that have strength and make non-financial efforts to satisfy customers, innovate and operate products. UKM do growth and learning, give alms, help orphans. From a financial perspective, SMEs separate personal and business money, plan monthly income and expenses, prepare financial reports in the form of income statements and balance sheets. This UKM is proven in terms of economical, effective and efficient financial performance and has managed to get through the pandemic and currently 3 bakpia UKM have sales that are almost the same as before the pandemic

Keywords: Post Pandemi, Business Sustainability Model, SMEs, Bakpia.

PENDAHULUAN

Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan salah satu penggerak perekonomian dalam suatu negara, UKM biasanya tumbuh dari industri keluarga, sehingga konsumennya pun berasal dari kalangan menengah ke bawah. Meskipun dilihat dari skala aktifitas ekonomi yang kecil namun jumlah UKM sangat besar dan dominan, sehingga dapat memberi kontribusi ekonomi baik untuk masyarakat maupun untuk negara. Peran UKM ini sendiri telah mendorong banyak negara, salah satunya Indonesia untuk terus berupaya dalam mengembangkan UKM (Siagian & Cahyono, 2021).

Dampak pandemi Covid-19 tidak hanya pada sektor manufaktur, tetapi juga terhadap sektor UKM yang ada di Sleman Yogyakarta. Berdasarkan wawancara kepada 10 pelaku usaha UKM Bakpia di wilayah Sleman, adapun dampak yang ditimbulkan oleh adanya pandemi ini meliputi 4 aspek yaitu aspek penjualan yang turun, aspek laba yang turun, aspek modal, aspek kemampuan pembayaran angsuran. Fenomena dampak pandemi pada usaha UKM berdasarkan hasil kuesioner pra survey kepada 30 responden pelaku usaha yang dilakukan peneliti tertuang dalam tabel 1.

Tabel 1. Hasil Pra Survey Dampak Pandemi Pada Usaha UMKM

Keterangan	Tid	
	Ya	ak
Penurunan penjualan	30	
Penurunan Laba Usaha	30	
Modal yang berkurang	30	
Kemampuan Membayar		
Angsuran	20	10

Sumber: Diolah oleh penulis, 2022

Berdasarkan hasil pra survey terhadap 30 pemilik UKM semua yang disurvei mengalami penurunan penjualan, penurunan laba usaha, modal yang semakin lama semakin berkurang akibatnya uang modal digunakan untuk kebutuhan sehari-hari. Untuk bertahan pelaku UMKM meminjam modal di bank. Dari 30 responden ada 20 yang menambah modal dengan meminjam bank, untuk 10 responden memilih bertahan dengan modal yang ada dan tidak melakukan pinjaman. Responden yang melakukan penambahan modal mengalami kesulitan juga untuk mengembalikan modal.

Masa new normal ini UKM perlu bangkit dari keterpurukan usaha. Pemerintah mendukung dengan cara memberikan bantuan dana, Pandemi harus dihadapi dengan melakukan beberapa hal agar bisnis kita bisa bertahan bahkan tumbuh, yaitu dengan berbagai cara.

Pra survey dilakukan kepada 10 responden pemilik usaha UKM bakpia di wilayah Sleman yang dapat bertahan bahkan berkembang pada masa pandemi. Adapun kriteria usaha yang dapat bertahan dan bahkan tumbuh adalah pertama adalah UKM yang sudah terhubung dengan ekosistem digital dengan memanfaatkan marketplace-marketplace di Indonesia. seperti di Bukalapak, Lazada dan banyak lainnya. Kedua adalah pelaku UKM yang berhasil mengadaptasikan bisnisnya dengan mengeluarkan produk-produk inovasi (Kompas.com, 25/06/2020). Ketiga dalam 1 tahun kebelakang jumlah penjualannya stabil sebelum pandemi.

Berdasarkan pra survey pada 10 usaha bakpia di wilayah Sleman yang dapat bertahan di masa pandemi tentang aspek yang perlu dibangun untuk keberlanjutan usaha adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Pra Survey Aspek Yang Perlu Dibangun Untuk Keberlanjutan Usaha

Aspek	Ya	Tidak
Aspek Keuangan		
Pencatatan usaha	8	2
Perhitungan laba	9	1
Pemisahan keuangan	10	
Pembuatan perencanaan	8	2
Permodalan	7	3
Aspek Non Keuangan		
Pelatihan Pembukuan	7	3
Komitmen usaha	10	
Teknologi e-commerce	6	4
Kualitas Produk	10	
Pemasaran	10	
Persaingan/Kompetensi	10	
Inovasi Produk	10	

Sumber: Diolah oleh penulis, 2022

Permasalahan utama yang muncul adalah penurunan penjualan yang mengakibatkan ketidakstabilan usaha. Permasalahan ini bisa dipecahkan dengan teori *Balance Scorecard* dan secara implementasi bisa diatasi dengan survey secara langsung seperti yang ditampilkan pada tabel di atas (Table 1.2). Teori *Balance Scorecard* merupakan sebuah konsep untuk melihat kinerja perusahaan dari sisi keuangan dan non keuangan (Kaplan et al., 2004).

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan dengan topik yang sama penelitian yang dilakukan oleh Indriyani (2013) adalah faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan usaha mikro kecil di Semarang, hasilnya adalah ada pengaruh modal, skill, lokasi terhadap keberlanjutan usaha kecil di Semarang. Penelitian yang dilakukan oleh Bahtiar (2021) adalah faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan usaha mikro kecil di Semarang. Hasilnya adalah faktor yang paling dominan berpengaruh pada keberlanjutan usaha adalah peran persepsi dan pemanfaatan TIK. Pada penelitian terdahulu hasil penelitian menyajikan tiga faktor keberhasilan usaha. Sedangkan untuk penelitian ini mencakup hal yang lebih luas dari penelitian terdahulu. Selain itu, penelitian terdahulu dilakukan sebelum pandemi tiba, untuk penelitian dilakukan setelah melewati masa pandemi dan sesuai dengan kebutuhan saat ini.

Penelitian ini menetapkan model keberlanjutan usaha dengan memperhatikan pengalaman di lapangan meliputi aspek keuangan dan non keuangan dan memperhatikan teori keberlanjutan usaha. Aspek-aspek yang diperoleh dari hasil wawancara kepada pelaku usaha UKM bakpia Sleman yang dapat bertahan dan

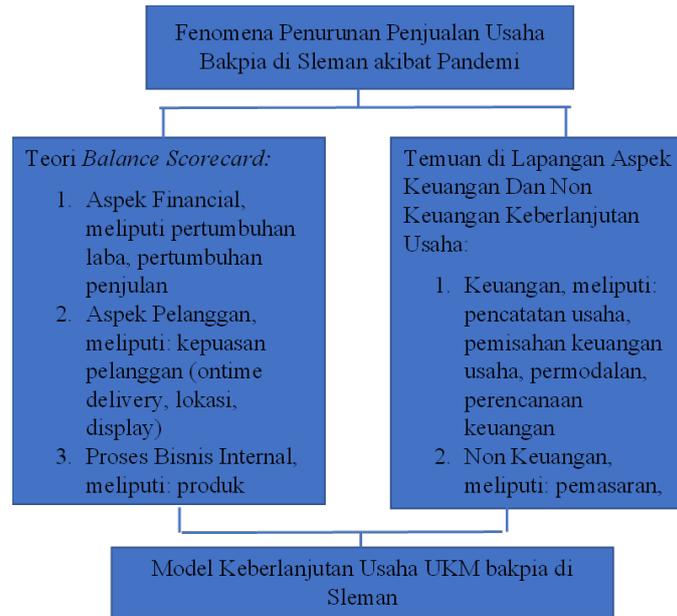
bahkan bertumbuh kemudian dilakukan perumusan model. Model keuangan dan non keuangan untuk keberlanjutan usaha studi pada UKM bakpia di Sleman.

UKM bakpia di Sleman yang terkena dampak pandemi mayoritas mengalami penurunan usaha. Penelitian ini akan membahas tentang strategi yang dilakukan UKM untuk bisa menata usaha kembali yang berkelanjutan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana strategi pemulihan usaha UKM dari sisi keuangan dan non keuangan.

METODE

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Creswell (2014: 236), penelitian kualitatif adalah suatu penelitian untuk memahami permasalahan baik dalam kelompok maupun individu. Penelitian ini dilakukan di UKM Bakpia di Sleman. Sampel penelitian ini adalah 3 pelaku UKM Bakpia yang ada di Sleman yang bertahan di masa pandemi dengan kriteria UKM bakpia tidak pernah tutup pada masa pandemi 2019 sampai sekarang, penjualan kotor diatas Rp100.000.000 pada saat masa pandemi 2021. Sampel selanjutnya untuk mengisi kuisisioner kepuasan produk UKM adalah pelanggan yang membeli bakpia di 3 UKM yang dipilih peneliti, jumlah sampel pelanggan ada 80 responden. Penelitian ini berjenis kualitatif dengan menggunakan wawancara, dokumentasi, dan observasi untuk memperoleh data yang dibutuhkan.

Analisis data dalam penelitian ini adalah data hasil wawancara harus dianalisis secara tersutruktur. Menurut Miles dan Huberman, (1992: 16). Analisis data wawancara dilakukan dengan cara reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Penelitian ini menggunakan metode triangulasi. Menurut Sekaran (2013: 351), triangulasi adalah teknik untuk memperoleh kebenaran informasi melalui beberapa metode pengumpulan data atau beberapa jenis data. Dalam penelitian ini, dilakukan konfirmasi data hasil wawancara dengan data hasil observasi. *Member checking* juga dilakukan kepada masing-masing narasumber. Menurut Creswell (2014: 251), *member checking* dilakukan untuk menentukan akurasi data kualitatif. *Member checking* dilakukan untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian sudah sesuai dengan yang diberikan oleh narasumber saat wawancara. Dalam penelitian ini, konfirmasi *member checking* dilakukan dengan meminta tanda tangan kepada narasumber ketika data yang digunakan dalam penelitian sudah sesuai dengan maksud data yang dimaksud narasumber. Kerangka Konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Konseptual

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan di dalam dunia bisnis saat ini semakin kompetitif sehingga menyebabkan persaingan yang luar biasa. Selain itu juga membuat perubahan dalam hal lainnya seperti produksi, pemasaran, pengelolaan sumber daya manusia (SDM) serta bagaimana cara penanganan suatu transaksi pada suatu perusahaan dengan para pelanggan atau antara UKM dengan UKM yang lainnya.

Akibat dari pandemi selama 2 tahun maka pemilik harus bisa mengkaji ulang pedoman yang selama ini telah di gunakan supaya dapat bertahan serta bisa terus mengembangkan usahanya pada masa setelah pandemi. Banyak UKM yang gulung tikar selama masa pandemi, namun dari sekian banyak UKM ada beberapa UKM yang masih dapat bertahan selama masa pandemi serta setelah pandemi usaha bakpianya dapat mulai merangkak naik, Peneliti melakukan penelitian upaya yang mereka lakukan sehingga dapat melewati pandemi dengan baik. Manfaat dari penelitian ini adalah agar UKM yang belum dapat bangkit akan meniru strategi dari UKM yang berhasil.

Perspektif Pelanggan

Perspektif pelanggan (LESTARI 2016) Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan, dan kebutuhan pelanggan terpenuhi. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen yang penting dalam menyediakan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Indikator ini menunjukkan sejauh mana pelanggan merasa puas atau tidak terhadap produk dan layanan perusahaan. Tingkat Kepuasan Pelanggan dalam penelitian diukur dengan survei kepuasan pelanggan dengan cara

menyebarkan kuesioner kepada pelanggan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan.

Sebelum pandemi pelanggan UKM bakpia di Minomartani datang sendiri ke outlet, kemudian juga bakpia dititipkan ke pusat oleh-oleh di berbagai tempat. Selama masa pandemi hal tersebut tidak dapat dilakukan. Menurut hasil wawancara UKM bakpia yang berhasil melewatinya memperlakukan pelanggan dengan berbagai cara. diantaranya adalah:

- 1) UKM minomartani membuat group pasar online, UKM bakpia mengikutinya dan jika ada yang melakukan pemesanan maka UKM Membuka layanan pesan antar bakpia sampai ke rumah pemesan.
- 2) Mengikuti pembelian online Gojek, Shopee, Grap penjualan diambil dan diantar oleh seseorang
- 3) Mengikuti Penjualan lewat aplikasi gogle seperti Lazada, Shopee
- 4) Untuk kemasan dibuat sama dengan sebelum pandemi
- 5) Untuk mempertahankan rasa, bakpia yang sudah tidak terjual satu hari maka bakpia akan disedekahkan ke anak-anak Panti Asuhan

Menurut hasil kuisisioner yang disebarkan kepada pelanggan 3 UMKM bakpia yang dapat bertahan di masa pandemi meliputi kualitas produk yang dihasilkan, kualitas pengemasan, ketepatan waktu pengantaran, kualitas pelayanan, harga, kemudahan mengakses produk, kualitas pengiklanan, keluhan dan saran. Kuisisioner disebarkan kepada pelanggan 3 UMKM bakpia sebanyak 80 responden mengisinya. Hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Kuisisioner Kepuasan Pelanggan

Kuisisioner	Hasil
Kualitas produk yang dihasilkan	Sangat puas
Pengemasan	Sangat puas
Ketepatan waktu pengantaran	Sangat puas
Kualitas pelayanan	Sangat puas
Harga	Terjangkau
Kemudahan mengakses produk	Sangat puas
Pengiklanan	Menarik
Keluhan dan saran	Sangat puas

Sumber: data diolah 2022

Tabel 3 menunjukkan tingkat kepuasan tentang kualitas produk meliputi rasa, tekstur, tampilan bakpia responden yang melakukan pembelian ulang merasa sangat puas dengan produk bakpia yang dibeli. Kemasan sangat memuaskan berupa kardus dilapisi plastik sehingga tidak berminyak dan tidak merusak rasa bakpia. Konsumen pesan melalui wa group, wa pribadi, melalui ojek online, aplikasi lain dengan penanganan yang cepat dan diantar tepat waktu. Pelayanan kepada konsumen langsung yang diterima oleh penjual sangat memuaskan, Memberi informasi harga, berapa lama bakpia sampai kepada konsumen, memberikan informasi rasa yang tersedia. Harga ekonomis atau terjangkau, UMKM bakpia membuat paket bakpia mungil sesuai kantong warga yang sedang terkena dampak pandemi. Apabila konsumen sedang membutuhkan bakpia, lembar pemesanan sangat mudah diakses. Iklan lewat facebook, instagram, tiktok dengan tampilan yang menarik. UMKM bakpia menerima masukan tentang rasa, tekstur, bentuk, harga, kemasan, dan keluhan-keluhan lain konsumen.

Perspektif Proses Bisnis Internal

Pada tahap ini peneliti mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan para pelanggan di masa kini dan masa mendatang serta merumuskan cara untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan tersebut. Pengukurannya dengan mengukur persentase jumlah jasa baru yang ditawarkan dengan total jasa.

a. Proses Inovasi

Menyebutkan bahwa proses inovasi yang mewakili perspektif proses bisnis internal diukur dengan banyaknya produk baru yang dihasilkan. Pemilik berinovasi produk dengan cara membuat bakpia dengan ukuran yang lebih kecil sehingga harga perkotak menjadi lebih murah. Memproduksi bakpia kering yang lebih banyak karena bakpia kering bisa awet satu minggu. Rasa bakpia yang tidak hanya kacang ijo namun ada inovasi rasa keju, kumbu hitam.

b. Proses Operasi

Proses operasi yaitu bagaimana proses pelayanan produk. Ini merupakan tahapan di mana UKM bakpia berupaya untuk memberikan solusi kepada pelanggan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Masa pandemi membuat daya beli masyarakat menurun sehingga harga menjadi hal yang paling penting untuk pelanggan, Untuk mengurangi harga maka penjual tidak menurunkan kualitas namun membuat ukuran menjadi kecil dan variasi rasa lebih dibuat tidak bermacam-macam. Penjual hanya membuat 3 macam rasa yang disukai oleh para pelanggan yaitu kacang ijo, kumbu hitam, keju.

Tabel 4. Hasil Proses Bisnis Internal Inovasi Produk dan Proses Operasi

Kegiatan Proses Bisnis Internal	Kegiatan
Inovasi produk	Bakpia ukuran kecil Memperbanyak produksi bakpia kering Ada 3 rasa keju, kacang iji, kumbu
Proses operasi	Harga ekonomis produksi bakpia kecil Rasa terbatas 3 rasa

Sumber: data diolah 2022

Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan

Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan dalam UKM dalam masa pandemi ini adalah berfokus pada kesulitan yang dihadapi di masa pandemi. Pelanggan menurun daya beli, semua pertemuan dilakukan dengan online, kebutuhan primer yang diutamakan sehingga penjualan menurun total. Perlu pembelajaran dan pertumbuhan:

- 1) Penjual bakpia merupakai usaha sampingan, para UKM ini mempunyai pekerjaan tetap sehingga gaji karyawan bakpia yang seharusnya dibebankan pada usaha bakpia, karena tidak menculupi maka selama masa pandemi ditopang dengan gaji para pemilik UKM.
- 2) Mengurangi jam kerja karyawan untuk memperkecil biaya
- 3) Menurunkan jumlah produksi bakpia karena penjualan menurun drastis
- 4) Memberi motivasi karyawan agar tetap bertahan bekerja di UKM.

Tabel 5. Hasil Pembelajaran dan Pertumbuhan

Kegiatan Pembelajaran dan Pertumbuhan	Kegiatan
Pembelajaran	Pemilik UMKM mempunyai pekerjaan tetap Mengurangi jam kerja karyawan Menurunkan jumlah produksi Tetap memberi gaji pada karyawan walau separo
Pembelajaran	Pemilik dan karyawan mengikuti pelatihan online Pemilik memberi motivasi karyawan

Sumber: data diolah 2022

Tabel 5 menunjukkan kegiatan pembelajaran dan pertumbuhan. Pada pembelajaran 3 UKM yang menjadi sampel dalam penelitian ini pemiliknya mempunyai pekerjaan tetap dan memperoleh hasil setiap bulan. Masa pandemi secara

keseluruhan mengalami dampak penurunan penjualan sehingga berpengaruh pada usaha yang banyak ditutup sementara. Untuk 3 UKM ini selama masa pandemi awal menopang usahanya yang lebih besar pengeluaran maka gaji karyawan diambilkan dari uang pribadi pemilik sehingga 3 UKM dapat bertahan. Pada masa awal pandemi 2020 yang dilakukan UKM adalah mengurangi jam kerja karyawan karena memang produksi bakpia menurun drastis. Pemilik UKM memberikan uang gaji selama tahun 2020 separo gaji dengan jam kerja juga setengah hari. Proses pembelajaran, perintah selama pandemi mengadakan pelatihan online untuk bisnis makanan secara gratis. Pemilik dan karyawan mengikuti pelatihan online tersebut untuk menambah wawasan bangkit kembali dari masa pandemi dan setelah pandemi.

Perspektif Keuangan

UKM bakpia yang mampu bertahan di masa pandemi dalam mengukur kinerja perspektif keuangan menggunakan tolok ukur Value For Money yang dikembangkan oleh Mardiasmo yang terdiri dari 3E yaitu rasio ekonomi, rasio efisiensi dan rasio efektivitas.

1) Rasio Ekonomi

Rasio ekonomi digunakan untuk mengetahui seberapa cermat UKM dalam mengelola keuangan dan tidak ada pemborosan. Kegiatan operasional dikatakan ekonomis bila mampu menghilangkan atau mengurangi munculnya biaya-biaya yang tidak perlu. Formula yang digunakan dalam rasio ini sebagai berikut.

$$\text{Rasio ekonomi} = \frac{\text{realisasi pengeluaran}}{\text{anggaran pengeluaran}} 100\%$$

Kriteria Ekonomi adalah:

- a. Jika diperoleh nilai kurang dari 100% maka dikatakan ekonomis
- b. Jika diperoleh nilai sama dengan 100% maka ekonomi berimbang
- c. Jika diperoleh nilai lebih dari 100% maka dikatakan tidak ekonomis

2) Rasio Efisiensi

Pada rasio ini dilakukan perhitungan atas tingkat input dari UKM. Pengukuran ini dilakukan dengan menggunakan data realisasi biaya untuk memperoleh pendapatan serta data realisasi pendapatan. Formula yang digunakan dalam rasio ini sebagai berikut:

$$efisiensi = \frac{\text{realisasi belanja}}{\text{realisasi pendapatan}} 100\%$$

Kriteria dalam perhitungan ini adalah:

Kriteria efisiensi	keterangan
>100%	Tidak Efisien
90,01 %-100%	Kurang Efisien
80,01%-90%	Cukup Efisien
60,01%-80%	Efisien
<60%	Sangat Efisien

3) Rasio Efektifitas

Rasio ini berkenaan dengan apakah suatu alternatif mencapai hasil yang diharapkan, atau mencapai tujuan dari diadakannya tindakan. Ukuran efektivitas dapat diartikan sebagai suatu standar akan terpenuhinya sasaran dan tujuan yang akan dicapai. Rasio efektivitas untuk mengukur output UKM terhadap target-target penadapatan. Formula yang digunakan dalam rasio ini sebagai berikut

$$efektivitas = \frac{\text{realisasi pendapatan}}{\text{target pendapatan}} 100\%$$

(Utama 2016)

Kriteria efektivitas	keterangan
>100%	Sangat Efektif

90,01 %-100%	Efektif
80,01%-90%	Cukup Efektif
60,01%-80%	Kurang Efektif
<60%	Tidak Efektif

Peneliti mengambil data 3 UMKM Bakpia yang dapat bertahan di era covid 19 mempunyai keuangan selama 1 tahun yaitu tahun 2021 sebagai berikut:

Tabel 6. Perspektif Keuangan

Keterangan	UMKM1	UMKM2	UMKM3	Rangkuman
Realisasi				
Pengeluaran	82,900,000.00	92,600,000.00	65,300,000.00	80,266,666.67
Anggaran				
Pengeluaran	95,000,000.00	125,000,000.00	70,000,000.00	96,666,666.67
Realisasi				
pendapatan	173,650,000.00	180,000,000.00	120,500,000.00	158,050,000.00
Target				
pendapatan	210,000,000.00	200,000,000.00	140,000,000.00	183,333,333.33
Rasio ekonomi	87.26	74.08	93.29	83.03
Efisiensi	47.74	51.44	54.19	50.79

Efektivitas	82.69	90.00	86.07	86.21
Kriteria Rasio				
ekonomi	Ekonomis	Ekonomis	Ekonomis	Ekonomis
Kriteria Efisiensi	Sangat efisien	Sangat efisien	Sangat efisien	Sangat efisien
Kriteria				
Efektivitas	Cukup efektif	Cukup efektif	Cukup efektif	Cukup efektif

Sumber: Data diolah tahun 2022

Tabel 6 menunjukkan bahwa 3 UKM bakpia yang dipilih sebagai sampel adalah UKM yang dapat bertahan di masa pandemi, terbukti perputaran keuangannya cukup baik walaupun pada masa yang sulit. Untuk itu strategi yang diterapkan ke tiga UKM ini dapat menjadi contoh agar UKM yang lainnya melakukan upaya yang sama untuk bertahan pada masa krisis maupun bencana.

Hasil Temuan di Lapangan Aspek Keuangan dan Non Keuangan

Hasil temuan di lapangan pada ke 3 UKM yang dapat bertahan di era pandemi ada aspek keuangan dan non keuangan. Berdasarkan hasil wawancara untuk aspek keuangan 3 UKM selalu memisahkan usahanya dengan keuangan rumah tangga, membuat rencana keuangan untuk usahanya. Rencana tersebut berupa rencana pendapatan dan rencana pengeluaran dalam satu tahun dan dibuat secara bulanan. Rencana pendapatan disebut target. Target selalu dibuat untuk memberi semangat agar dapat mencapainya walaupun dalam keadaan pandemi. UKM melakukan pencatatan keuangan menghasilkan laporan rugi laba dan neraca bulanan. Pada masa pandemi pemilik UKM menambah modal untuk usahanya.

Hasil temuan di lapangan pada aspek non keuangan adalah pemasaran, pemilik berusaha memasarkan bakpia melalui beberapa group wa yang diikuti pemilik UKM baik itu group UKM maupun bukan, selalu menyisihkan uang untuk bersedekah, membagikan bakpia yang tidak laku hari ini kepada anak-anak panti asuhan.

Tabel 7. Hasil Temuan Aspek Keuangan dan Non Keuangan

Aspek Keuangan dan Non Keuangan	Kegiatan
Aspek Keuangan	Pemisahan keuangan Rencana Pendapatan dan Pengeluaran Pembuatan laporan Rugi laba dan neraca bulanan
Aspek Non Keuangan	Pemasaran semua group wa pemilik UKM Sedekah

Sumber: data diolah, 2022

KESIMPULAN

UKM yang dapat bertahan pada era pandemi adalah UKM yang mempunyai kekuatan dan melakukan upaya non keuangan untuk memuaskan pelanggan dengan cara mempertahankan kualitas produk, memberi layanan antar yang tepat waktu, kemasan yang menarik, tidak merubah rasa, aplikasi mudah diakses, pembeli mudah menghubungi penjual, harga yang bersaing. UKM melakukan inovasi dan operasi produk dengan memperkecil bakpia agar harga terjangkau, rasa cukup 3 saja, memperbanyak bakpia kering yang lebih tahan beberapa waktu. UKM melakukan pertumbuhan dan pembelajaran dengan cara mengikuti pelatihan online untuk meningkatkan penjualan UKM, pemilik UKM memberikan motivasi kepada karyawan, pemilik UKM tetap memberi gaji karyawan walaupun separo dengan jam kerja setengah hari dengan menggunakan uang pemilik sebelum mampu mendanai dari UKM. UKM melakukan sedekah dan bantuan pada anak yatim

SARAN

Berdasarkan sisi keuangan UKM memisahkan antara uang pribadi dengan usaha, membuat perencanaan pendapatan dan pengeluaran bulanan, membuat laporan keuangan berupa laporan rugi laba dan neraca, bersedekah, membantu anak yatim. UKM ini terbukti dari sisi kinerja keuangan ekonomis, efektif, dan efisien dan berhasil melewati masa pandemi dan saat ini 3 UKM bakpia kembali mempunyai penjualan yang hampir sama dengan sebelum pandemic

REFERENSI

- Bahtiar, R. A. 2021. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Serta Solusinya. *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik, XIII(10)*, 19–24. https://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info_Singkat-XIII-10-II-P3DI-Mei-2021-1982.pdf
- Cresswell. 2014. *Research Design*. USA: Sage Publication
- Indriyatni, L. (2013). Analisis faktor faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil (studi pada usaha kecil di semarang barat). *Jurnal STIE Semarang*, 5(1), 54–70
- Kaplan, Robert, & Norton, D. 2004. *The Balanced Scorecard – Translating Strategy into Action*. Erlangga
- Siagian, A. O., & Cahyono, Y. 2021. Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 206–217. <https://doi.org/10.47233/jiteksis.v3i1.212>