

Received: Agustus 2022

Accepted: November 2022

Published: Januari 2023

Article DOI: <http://dx.doi.org/10.24903/sj.v7i1.1602>

## **Pendampingan UMKM Nur Jayanti pada Masyarakat yang Terdampak Covid-19 di Kelurahan Jawa Samarinda**

*Rudy Syafariansyah Dachlan**Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda*[rudi@uwgm.ac.id](mailto:rudi@uwgm.ac.id)*Dian Irma Aprianti**Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda*[manajemen@uwgm.ac.id](mailto:manajemen@uwgm.ac.id)

### **Abstrak**

COVID-19 sebagai pandemi, bukan hanya berdampak kesehatan tapi juga berdampak pada sosial ekonomi di hampir seluruh negara. Di Indonesia diterapkan PSBB dilanjutkan dengan PPKM yang berdampak pada UMKM dan UKM. Pengumuman pemerintah agar bekerja dari rumah, menutup instansi pelayanan publik, dan mewajibkan masyarakat menggunakan masker serta social distance berdampak langsung pada UMKM. Penurunan pendapatan menyebabkan banyak UMKM menutup usahanya. Bagi pelaku UMKM, kondisi ini menjadi peluang dan tantangan untuk eksistensinya. Ibu Nur Jayanti dengan keahlian menjahitnya melihat pembuatan masker dari kain sebagai peluang usaha. Namun seperti kebanyakan pengusaha UMKM pada umumnya, keahlian memproduksi barang kurang didukung oleh pencatatan keuangan yang baik dan kendala di bidang pemasaran. Pengabdian masyarakat berupa pendampingan yang dilakukan pada UMKM Nur Jayanti adalah untuk memberikan pengetahuan mengenai pencatatan keuangan sederhana dan pemasaran lokal secara online. Diharapkan agar UMKM Nur Jayanti dapat melakukan pencatatan keuangan sederhana dan pemasaran lokal secara online.

**Kata Kunci:** UMKM, Pencatatan Keuangan, Pemasaran\ online.

### **Pendahuluan**

Pandemi Covid19 membuat hampir seluruh negara berupaya melindungi masyarakatnya dari penyebaran virus tersebut. Indonesia juga melakukan berbagai langkah antisipasi dengan menghentikan sementara semua sektor pelayanan publik, memberlakukan bekerja dari rumah dan meminta masyarakat melakukan social distancing

Selain pada kesehatan, pandemi ini juga berdampak pada kehidupan sosial dan keberlangsungan ekonomi di Indonesia khususnya pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Sektor ini turut berkontribusi bagi perekonomian dan mampu memberikan lapangan kerja yang luas bagi masyarakat. Tercatat UMKM mampu menghimpun 60,4% dari total investasi dan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada. (Siaran Pers Menko Perekonomian, Mei 2021).

Pengumuman pemerintah agar bekerja dari rumah, menutup instansi pelayanan publik, dan mewajibkan masyarakat menggunakan masker serta social distance berdampak langsung pada UMKM. Penurunan pendapatan menyebabkan banyak UMKM menutup usahanya. Bagi pelaku UMKM, kondisi ini menjadi peluang dan tantangan untuk eksistensinya.

Ibu Nur Jayanti dengan keahlian menjahitnya melihat pembuatan masker dari kain sebagai peluang usaha. Dengan menjalankan usaha ini, ybs dapat memperoleh penghasilan tambahan dan secara umum turut membantu pemerintah untuk menghambat penyebaran Covid 19. Namun seperti kebanyakan pengusaha UMKM pada umumnya, keahlian memproduksi barang kurang didukung oleh pencatatan keuangan yang baik dan kendala di bidang pemasaran.

Mendirikan sebuah bisnis tidak terlepas dari permasalahan untung dan rugi sehingga dibutuhkan pembukuan sederhana untuk memantau kinerja keuangan sebuah bisnis. Pemilik usaha dapat mengetahui aset usahanya, hutang yang menjadi kewajibannya serta modal yang dimilikinya. Perlu pencatatan yang teratur atas data dan informasi dalam melakukan pembukuan (UU No. 28/2017 Ketentuan Umum Perpajakan).

Pemasaran perlu dikelola, direncanakan, diimplementasikan serta dikendalikan agar berjalan efektif dan efisien (Agustina Shinta, 2011:2). Diperlukan strategi pemasaran yang baik dalam kegiatan pemasaran (Daryanto, 2011:84). Termasuk melakukan pemasaran secara online dengan menggunakan media internet (Ajen Dianawati, 2007:64).

Pendampingan yang dilakukan pada UMKM Nur Jayanti adalah untuk memberikan pengetahuan mengenai pencatatan keuangan sederhana dan pemasaran lokal secara online.

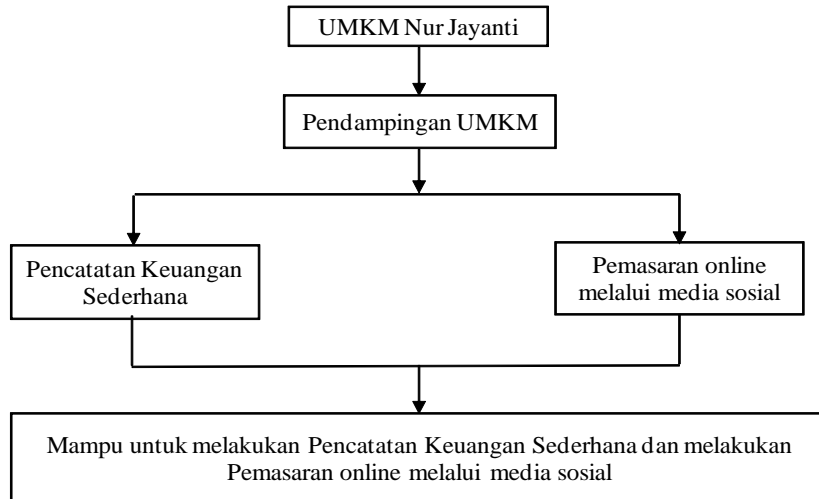
### **Permasalahan Mitra**

Bagaimana UMKM Nur Jayanti dapat melakukan pencatatan keuangan sederhana dan pemasaran lokal secara online. Dengan pendampingan yang dilakukan pada UMKM Nur Jayanti diharapkan menjadi solusi untuk memberikan pengetahuan mengenai pencatatan keuangan sederhana dan pemasaran lokal secara online diharapkan dapat menjadi solusi bagi permasalahan diatas. Tujuan akhirnya adalah agar UMKM Nur Jayanti dapat melakukan pencatatan keuangan sederhana dan pemasaran lokal secara online.

### **Metode**

Pengabdian masyarakat berupa pendampingan pada UMKM Nur Jayanti melingkupi bidang disiplin ilmu Manajemen Keuangan dan Pemasaran. Pengelolaan keuangan berupa pencatatan keuangan sederhana. Sedangkan pendampingan pemasaran ditekankan pada kegiatan pemasaran secara online melalui media sosial.

Berikut adalah model konseptual :



Gambar 1. Model Konseptual Kegiatan

## Hasil dan Pembahasan

### Pencatatan Keuangan Sederhana

UMKM Nurjayanti belum melakukan pencatatan keuangan secara rapi sehingga kas masuk dan kas keluar dari usaha pembuatan masker dari kain tidak tercatat dengan rapi, dikarenakan ibu Nur Jayanti belum mengetahui tentang laporan keuangan,

Pendampingan pencatatan keuangan yang dilakukan adalah pada pencatatan biaya produksi. Pada tahap awal dilakukan identifikasi dan pengelompokan terhadap biaya produksi. Adapun pengelompokan yang dilakukan sbb :

1. Biaya bahan baku masker dari kain adalah bahan utama untuk dibuat produk jadi untuk dipasarkan.
2. Biaya Tenaga Kerja Langsung adalah biaya tenaga kerja yang terlibat langsung dalam proses produksi
3. Biaya overhead pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan langsung dan biaya tenaga kerja langsung.

No.	Nama Biaya	Satuan	Harga / Unit (Rp)	Total Biaya Rp
<b>Biaya Bahan Baku Langsung</b>				
1	Kain	2	10.000	20.000
2	Benang	10	500	5.000
3	Tali Karet	10	700	7.000
Total Biaya Bahan Baku Langsung				32.000
<b>Biaya Tenaga Kerja Langsung</b>				
1	Upah Tukang	25	250	6.250
Total Biaya Tenaga Kerja Langsung				6.250
<b>Overhead Pabrik</b>				
1	Bahan Penolong.	25	100	2.500

2	Biaya Listrik Voucher	1	10.000	10.000
3	Biaya Pulsa	1	10.000	10.000
Total Biaya Overhead Pabrik				22.500

Tabel 1. Biaya Produksi 25 pcs masker kain

Keterangan		Total Biaya Rp
1	Biaya Bahan Baku	32.000
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	6.250
3	Biaya Overhead Pabrik	22.500
Total Biaya Produksi		<b>60.750</b>
Biaya Produksi per unit untuk 25 pcs		2.430
Pembulatan		<b>2.500</b>

Tabel 2. Total Biaya Produksi 25 pcs Masker Kain

	Rp
Penjualan 25 pcs @ Rp. 5.000	125.000
Biaya Produksi	60.750
Laba Usaha	64.250
Harga Jual Per pcs	5.000
Biaya Produksi per pcs	2.430
Laba per pcs	<b>2.570</b>
Profit Margin	<b>51%</b>

Tabel 3. Penjualan 25 pcs Masker Kain

### Pemasaran Online

Pemasaran online dilakukan melalui media sosial Facebook dan Whatsapp Grup. Pilihan media ini disesuaikan dengan pemahaman pemilik UMKM Nurjayanti terhadap 2 aplikasi tersebut. Proses awalnya dengan mengambil beberapa photo dari produk-produk yang dihasilkan. Selanjutnya diupload ke masing-masing media dengan informasi mengenai harga, bahan baku, cara pemesanan dsb.

Setiap beberapa hari akan dilakukan upload ulang sebagai pengingat bagi calon konsumen akan produk yang dipasarkan. Termasuk juga jika ada produk baru yang dihasilkan.

Ibu Nurjayanti harus memonitor media sosial tersebut untuk melayani pesanan-pesanan yang masuk maupun pertanyaan-pertanyaan dari calon konsumen. Berikut dokumentasi usaha.







### **Pembahasan**

Pencatatan keuangan yang dilakukan menunjukkan penjualan per 25 pcs masker kain sebesar Rp. 125.000 dan keuntungan yang diperoleh dari usaha pembuatan masker dari kain ini sebesar Rp. 64.250 dengan biaya produksi Rp. 60.750. Profit margin sebesar 51%.

Secara prosentase, keuntungan ini sangat baik. Pencatatan keuangan yang dilakukan dapat memberikan gambaran prospek usaha ini. Dengan melakukan pencatatan keuangan ini, pemilik dapat membuat perencanaan kuantitas produksi dan kebutuhan biaya produksinya, termasuk merencanakan keuntungan yang ingin di peroleh. Efisiensi juga dapat dilakukan dengan mengoptimalkan pemakaian bahan baku dan bahan penolong sesuai kebutuhan produksi.

Dari sisi pemasaran, harus diakui bahwa produk masker memiliki banyak pesaing, baik pesaing produk masker kain maupun masker pabrikan dengan harga yang bervariasi. Namun keunggulan masker kain yang dapat dicuci dan dapat dipakai berulang kali menjadi nilai tambah produk ini.

Dari pendampingan pemasaran online yang dilakukan, penjualan 25 pcs masker kain melalui media online dapat terjual habis dalam 1 hari. Sangat disarankan agar pemilik usaha menambah pemahamannya mengenai aplikasi media online lainnya dan memperbanyak grup-grup yang diikutinya untuk memperluas target pemasarannya.

Pemasaran secara online dapat membantu pengusaha berhubungan langsung dengan pembelinya. Masukan dan saran dari pembeli akan membantu pengusaha untuk mempertahankan keberlangsungan produknya. Sangat disarankan agar pengusaha selalu memperbaharui motif masker kainnya bahkan dapat membuat masker kain berdasarkan pesanan atau keinginan dari pembelinya.

### **Simpulan dan Rekomendasi**

#### **Simpulan**

1. Pendampingan yang dilakukan terhadap UMKM Nur Jayanti dapat memberikan pengetahuan untuk melakukan pencatatan keuangan sederhana dan pemasaran lokal secara online.
2. Pemilik dapat membuat perencanaan kuantitas produksi dan kebutuhan biaya produksinya, termasuk merencanakan keuntungan yang ingin di peroleh dan melakukan efisiensi dalam usahanya

3. Pemasaran secara online dapat membantu meningkatkan penjualan dan memperluas pasar dari produk yang dihasilkan. Namun pemahaman pemilik untuk menggunakan media online dan aplikasi pendukungnya turut menentukan keberhasilan pemasaran online tersebut. Keunggulan produk juga akan menjadi pembeda dari produk yang sejenis.

### **Rekomendasi**

1. Disarankan agar UMKM Nur Jayanti secara konsisten melakukan pencatatan keuangan usahanya dan menambah pengetahuan baru mengenai pencatatan usaha.
2. UMKM Nur Jayanti diharapkan meningkatkan pemahamannya mengenai penggunaan aplikasi-aplikasi lain pendukung media online, terutama aplikasi yang banyak digunakan oleh konsumen.
4. Sangat disarankan agar pengusaha selalu memperbaharui motif masker kainnya bahkan dapat membuat masker kain berdasarkan pesanan atau keinginan dari pembelinya. Masukan dan saran dari pembeli akan membantu pengusaha untuk mempertahankan keberlangsungan produknya.

**Daftar Pustaka**

Daryanto, Manajemen Pemasaran, 2011, Cetakan I, Penerbit Satu Nusa, Bandung.

Dianawati, Ajen, 6 Rahasia Sukses Menjadi jutawan Internet, Cetakan 1, Penebit Media Kita, Jakarta.

Siaran Pers Menko Perekonomian, Mei 2021, HM.4.6/103/SET.M.EKON.3/05/2021, <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>

Shinta, Agustina, Manajemen Pemasaran, 2011, Universitas Brawijaya Press (UB Press), Malang

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007, Tentang *Ketentuan Umum Perpajakan*.