

## ADOPSI TEKNOLOGI DALAM PENINGKATAN PENJUALAN UMKM BERKAH DY PADA MASA PANDEMI COVID-19

Rike Tri Kumala Dewi<sup>1)</sup>, Carissa Velda<sup>2)</sup>, Dan Stefani Harminto<sup>3)</sup> Diaz Adrian Putra<sup>4)</sup>, Fiona Carissa<sup>5)</sup>,  
Matthew Nathanael<sup>6)</sup>, Nadya Carolina<sup>7)</sup>, Melinda Kathleen<sup>8)</sup>, Tristan Aji Ibrahim<sup>9)</sup>

<sup>1,8</sup> School of Applied Science, Technology, Engineering, and Mathematics, Universitas Prasetya Mulya  
<sup>2,3,4,5,6,7,9</sup> School of Business and Economics, Universitas Prasetya Mulya

email: [rike.dewi@pms.ac.id](mailto:rike.dewi@pms.ac.id)\*, [carissa.velda@student.pmsbe.ac.id](mailto:carissa.velda@student.pmsbe.ac.id), [dan.harminto@student.pmsbe.ac.id](mailto:dan.harminto@student.pmsbe.ac.id),  
[diaz.putra@student.pmsbe.ac.id](mailto:diaz.putra@student.pmsbe.ac.id), [Fiona.carissa@student.pmsbe.ac.id](mailto:Fiona.carissa@student.pmsbe.ac.id),  
[matthew.nathanael@student.pmsbe.ac.id](mailto:matthew.nathanael@student.pmsbe.ac.id), [nadya.carolina@student.pmsbe.ac.id](mailto:nadya.carolina@student.pmsbe.ac.id),  
[231001810027@student.pmsbe.ac.id](mailto:231001810027@student.pmsbe.ac.id), [tristan.aji@student.pmsbe.ac.id](mailto:tristan.aji@student.pmsbe.ac.id)

### Abstract

*The COVID-19 pandemic gives a big impact on the economy of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs), one of them is Berkah DY which is located in Kuningan Regency, West Java. UMKM Berkah DY experienced a decline in sales because of three main problems, namely having not done online sales, financial record, and its product quality improvement. With the Community Development project organized by Universitas Prasetya Mulya, it was hoped that it can increase the sales during the pandemic. The used method is education and training about the adoption of technology in three aspects, i.e marketing, operational, and finance. The target of this activity was to maximize the efficiency of online marketing through e-commerce; produce a product that has a long shelf life; do financial records rapidly, accurately, and automatically. The results of this activity showed that there was an overall increase in sales of 163,94%, and partner can carry out these three aspect independently. With this program, the partner has the knowledge and insights about the benefits of technology in doing business during the COVID-19 pandemic.*

**Keywords:** COVID-19, Kuningan, Market Sales, Technology, SMEs.

### Abstrak

*Pandemi COVID-19 memberikan dampak yang besar pada perekonomian UMKM, salah satunya adalah UMKM Berkah DY yang terletak di Kabupaten Kuningan, Jawa Barat. UMKM Berkah DY mengalami penurunan tingkat penjualan karena tiga masalah utama, yaitu belum melakukan penjualan daring, pencatatan keuangan, dan peningkatan kualitas produknya. Dengan program Community Development yang diselenggarakan oleh Universitas Prasetya Mulya, diharapkan dapat meningkatkan penjualan selama pandemi berlangsung. Metode yang digunakan adalah edukasi dan pelatihan mengenai adopsi teknologi dalam tiga aspek, yaitu pemasaran, operasional, dan keuangan. Targetnya adalah memaksimalkan keefektifan pemasaran daring melalui e-commerce; menghasilkan produk dengan masa simpan yang panjang; dan melakukan pencatatan keuangan secara cepat, akurat, dan otomatis. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan penjualan sebesar 163,94% secara keseluruhan, dan mitra dapat melakukan ketiga aspek tersebut secara mandiri. Dengan program ini, mitra menjadi memiliki pengetahuan dan wawasan baru mengenai manfaat teknologi dalam berbisnis di masa pandemi COVID-19.*

**Kata kunci :** COVID-19, Kuningan, Penjualan, Teknologi, UMKM.

## 1. PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 memukul perekonomian Indonesia, khususnya para pelaku usaha. Menurut Kementerian Keuangan (Kemenkeu), Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu usaha yang secara signifikan terdampak. Hal tersebut didukung oleh Databoks Katadata yang mengatakan bahwa UMKM sendiri memiliki kontribusi sebesar 60,3% dari total produk domestik bruto (PDB) Indonesia, serta menyerap 97% dari total tenaga kerja dan 99% dari total lapangan kerja. Pada 2018, UMKM tercatat sebanyak 64,2 juta unit [1]. Mengingat besarnya kontribusi UMKM pada pendapatan negara, maka sudah tentu pandemi Covid-19 ini memberikan dampak yang signifikan pada perekonomian negara. Hariyanti [2] juga menyatakan bahwa lebih dari 88% UMKM mengalami penurunan margin keuntungan selama pandemi hingga Agustus 2020 walaupun sudah terdapat intervensi pemerintah dalam memberikan dukungan industri sebesar Rp70,1 triliun dan bisnis sebesar Rp150 triliun.

Perkembangan ekonomi dalam suatu negara juga dapat dilihat dari keadaan perekonomian tingkat regional yang menggambarkan kemampuan suatu wilayah untuk menciptakan nilai tambah, salah satu contohnya adalah Kabupaten Kuningan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, pada tahun 2019 laju pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Kuningan sebesar 6.56%. Sedangkan pada tahun 2020, PDRB Kabupaten Kuningan menurun hingga 0.09% [3]. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa Kabupaten Kuningan mengalami penurunan perkembangan ekonomi yang cukup melonjak dan berdampak pula pada kondisi keuangan masyarakatnya.

Penerapan teknologi berperan penting dalam keberlanjutan suatu usaha agar produk (atau layanan) yang ditawarkannya dapat kompetitif terutama di kondisi yang penuh ketidakpastian seperti pandemi Covid-19 ini [4]. Pengertian teknologi itu sendiri adalah suatu alat atau akal yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia atau mempermudah aktivitas manusia. Pelaku

usaha harus dapat memilah-milah proses mana dari usahanya yang penting untuk diterapkan suatu teknologi. Penerapan teknologi yang tepat guna dalam suatu usaha akan mengarah kepada keuntungan yang diperoleh nanti.

Peningkatan perekonomian daerah dapat diatasi salah satunya dengan pembinaan dan pengembangan UMKM agar usahanya berkelanjutan. Pengenalan teknologi pada suatu usaha dilakukan dalam program *Community Development* Universitas Prasetiya Mulya agar UMKM mampu adaptif dan bertahan dalam menjalankan usahanya di masa pandemi ini.

UMKM Berkah DY adalah UMKM yang bergerak dibidang makanan ringan yang terletak di Kelurahan Cijoho, Kabupaten Kuningan. Berkah DY memiliki produk andalan seperti gemblong, keripik pisang nangka, dan kacang pernis yang saat ini masih dipasarkan di sekitar Kabupaten Kuningan. Produk UMKM Berkah DY sangat berpotensi untuk menjadi produk unggulan Kab. Kuningan karena rasa produknya yang enak dan lezat. Hal ini ditunjukkan dengan seringnya UMKM Berkah DY mendapat penghargaan pada pameran atau perlombaan tingkat Kabupaten. Pandemi Covid-19 memberikan dampak negatif bagi keberlangsungan UMKM Berkah DY, yaitu penjualan yang menurun serta adanya hutang usaha yang memberatkan mitra. Kendala-kendala utama yang dialami UMKM Berkah DY terbagi menjadi tiga aspek, yaitu pemasaran, operasional, dan keuangan.

Pada aspek pemasaran, kendala yang dialami mitra adalah belum memiliki kecakapan dalam menggunakan aplikasi *e-commerce* dan sosial media untuk memasarkan produknya sehingga aktivitas pemasaran hanya dilakukan di sekitar rumah mitra. Padahal, pemasaran digital melalui *e-commerce* dan sosial media sangat penting untuk memperluas jangkauan dan jumlah pelanggan. Menurut Hariyanti [2], sebagian UMKM yang berhasil bertahan umumnya mengadopsi ICT (*Information, Communication, and Technology*). Dengan ICT, pelaku usaha dapat menjalin kemitraan dengan layanan pengiriman daring (*online*) atau pemanfaatan platform *e-commerce*.

Pada aspek operasional, meskipun produk mitra sudah tergolong berkualitas, proses produksi Berkah DY masih tradisional sehingga menyisakan minyak di produk dan kemasan yang membuat produk mudah tengik dan tidak dapat disimpan dalam waktu lebih lama. Pada masa pandemi, daya beli konsumen menurun sehingga laju penjualan ikut menurun. Menurunnya laju penjualan akan memaksa produsen untuk menurunkan produksi. Bachtiar [5] mengatakan bahwa salah satu cara UMKM dapat bertahan di masa pandemi adalah dengan menurunkan produksi barang/jasa. Jika produksi menurun, maka produk pangan yang dihasilkan harus memiliki masa simpan yang lebih panjang agar produk dapat bersaing di pasar.

Pada aspek keuangan, mitra tidak selalu melakukan pembukuan keuangan sehingga tidak diketahui secara pasti harga pokok penjualan (HPP) yang tepat dan bersifat menguntungkan. Menurut Dewi dkk. [6], tidak adanya pencatatan keuangan akan menyebabkan tidak diketahuinya HPP dan *net profit* secara pasti. Mitra sering lupa atau malas untuk mencatat dan menghitung pengeluaran karena dilakukan secara manual (tulis tangan).

Dari ketiga masalah tersebut, pengenalan teknologi pada ketiga aspek tersebut dilakukan pada program *Community Development* agar UMKM Berkah DY mampu adaptif dan bertahan dalam menjalankan usahanya di masa pandemi ini. Hal ini termanifestasikan dalam peningkatan laju penjualan. Teknologi yang dikenalkan yaitu *digital marketing*, mesin spinner, dan *Google Spreadsheet*.

## 2. IDENTIFIKASI MASALAH

Melalui hasil wawancara dengan mitra binaan, UMKM Berkah DY, dan juga hasil pengamatan dapat diketahui beberapa permasalahan yang dihadapi, yaitu yang tertuang dalam **Tabel 1**.

**Tabel 1. Permasalahan Mitra UMKM Berkah DY**

No	Bidang	Masalah
1	Pemasaran	Belum dilakukan pemasaran daring
2	Operasional	Produk hanya memiliki umur simpan sebentar
3	Keuangan	Pencatatan keuangan hanya dilakukan sekali menggunakan kertas (manual)

Strategi penyelesaian masalah dilakukan dengan melakukan pelatihan dan pendampingan, sedangkan evaluasi dilakukan pasca pelatihan dan pendampingan dengan melihat indikator keberhasilan dari masing-masing strategi yang dilakukan. Target aktivitas, strategi dalam penyelesaian masalah, dan indikator pencapaian target dapat dilihat pada **Tabel 2**.

## 3. METODELOGI PELAKSANAAN

Kegiatan *Community Development* ini berlangsung pada tanggal 30 Januari - 30 Juni 2021, tim menggunakan metode penelitian kualitatif untuk mengembangkan mitra tim, yaitu UMKM Berkah DY di masa pandemi Covid-19, yaitu berupa wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan mitra untuk mengetahui masalah dan kesulitan yang dihadapi beliau dalam menjalankan usaha Berkah DY. Tim juga melakukan observasi secara langsung dan berkala untuk mengetahui dan memantau perkembangan usaha Berkah DY, serta membantu mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi mitra selama pandemi Covid-19.

Metode yang digunakan adalah *problem solving method*, yaitu dengan merumuskan masalah, menelaah masalah, mencari dan mengumpulkan informasi pendukung, merumuskan strategi penyelesaian masalah, menentukan dan menerapkan strategi penyelesaian masalah dengan mitra, dan evaluasi penerapan strategi secara berkala.

**Tabel 2. Target dan Indikator Pencapaian Aktivitas dalam *Community Development* UMKM Berkah DY**

Target Aktivitas	Strategi yang Dilakukan	Indikator Keberhasilan
Mengembangkan strategi <i>digital marketing</i>	Merombak <i>brand identity</i> dan mengajarkan mitra dalam strategi pemasaran/ penjualan toko daring melalui Instagram dan Shopee.	Mitra dapat memasarkan produk secara daring.
Mendukung kegiatan produksi (operasional)	Menyediakan mesin <i>spinner</i> dan mengajarkan cara penggunaan <i>spinner</i> sebagai utilitas untuk mendukung kegiatan produksi	Mitra dapat membuat produknya lebih awet.
Membuat pencatatan keuangan secara cepat, akurat, dan otomatis	Membantu dan membimbing mitra dalam melakukan pencatatan HPP (Harga Pokok Penjualan), laporan penjualan, laporan arus kas, laporan laba rugi, dan pencatatan asset, serta mengevaluasi pencatatan keuangan UMKM Berkah DY.	Mitra dapat menghitung HPP setiap produknya dengan jelas dan memiliki sistem pencatatan yang jelas untuk pembelanjaan.

Semua aktivitas dilakukan secara daring menggunakan *media platform* Google Meet, Whatsapp, dan LINE untuk berkomunikasi dengan mitra dan anggota tim. Tim juga membuat dan memberikan video tutorial bagi mitra untuk memandu mitra

dengan lebih baik, karena terdapat keterbatasan mitra dalam menggunakan *media platform* Google Meets. Alur kegiatan *Community Development* dapat dilihat pada **Gambar 1.**



**Gambar 1.** Alur kegiatan *Community Development* pada UMKM Berkah DY

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan teknologi tepat guna sangat penting untuk keberlangsungan suatu usaha. Teknologi dapat memudahkan aktivitas usaha baik dalam kegiatan pemasaran, operasional, maupun pencatatan keuangan. Adopsi teknologi ICT pada aspek pemasaran dapat memperluas pangsa pasar, teknologi *spinner* pada aspek produksi dapat menghasilkan produk dengan masa simpan yang lebih panjang, dan teknologi *google spreadsheets* dapat melakukan pencatatan keuangan secara cepat, akurat, dan otomatis sehingga HPP dan *net profit* dapat diketahui secara pasti. Penerapan teknologi tersebut sudah banyak dilakukan pada kegiatan pendampingan UMKM lainnya di Indonesia, seperti yang dilakukan Atina dkk. [7], yaitu melakukan pelatihan teknologi *digital marketing* pada UMKM Intan Snack, Klaten sebagai upaya untuk meningkatkan omset penjualan, dan juga Kumala dkk [8] pada salah satu UMKM di Banyumas; Rianingsih dkk. [9] melakukan pengadaan mesin *spinner* untuk menurunkan kadar minyak keripik ikan di UKM Berkah Kabupaten Semarang; dan Erstiawan dkk. [10], yaitu melakukan pelatihan *Google Spreasheet* untuk Warung Majapahit Mojokerto sehingga laju penjualan dapat terlihat jelas. Pada kegiatan *Community Development*, dilakukan pengadopsian ketiga teknologi tersebut pada kegiatan usaha UMKM Berkah DY yang meliputi aspek pemasaran, operasional, dan keuangan agar penjualan dapat meningkat.

##### Aspek Pemasaran

Sebelum melakukan *digital marketing*, suatu usaha tentunya harus memiliki *brand identity* yang membedakan *brand* tersebut dengan *brand* lainnya yang terdapat di pasar. Maka dari itu, hal krusial yang dilakukan adalah merombak seluruh *brand identity* yang dimiliki oleh Berkah DY. Perombakan tersebut dilakukan pada warna dominan baik pada logo maupun kemasan produk UMKM Berkah DY. Berkah DY sendiri ini merupakan nama *brand* dari produk-produk makanan ringan khas Kuningan yang dibangun oleh mitra sejak tahun 2010. Arti “DY” di dalam Berkah DY ini merupakan nama anak dari mitra, yaitu Dirly Dwi

Yuliawan, sehingga arti dari Berkah DY ini adalah *brand* tersebut diharapkan akan membawa berkah bagi keluarga mitra. Warna yang digunakan adalah warna merah pada tulisan “BERKAH DY” dan warna kuning sebagai *brand colour* dengan alasan warna kuning dapat memancarkan kesenangan dan memberikan persepsi bahwa produk mempunyai harga terjangkau dan juga bersih [11]. **Gambar 2.** menunjukkan hasil perombakan *brand identity* yang terwujudkan dalam design kemasan.

Berkah DY yang sebelumnya masih mengandalkan penjualan luring membatasi luasnya ranah penjualan. Terutama dengan era digital saat ini, pemasaran secara daring sudah menjadi suatu hal yang wajib untuk suatu usaha untuk diadaptasi. Mengingat adanya pandemi Covid-19, penjualan secara luring mengalami penurunan tidak hanya untuk Berkah DY namun juga mayoritas dari usaha - usaha lain, maka dilakukan pembuatan akun Instagram baru dengan nama akun @berkahdy (**Gambar 3**). Pada akun Instagram ini tim menampilkan berbagai konten mengenai informasi dari produk, promo, dan konten produk Berkah DY lainnya.

Selain pemasaran secara daring, dilakukan juga penjualan Berkah DY secara daring pula dengan memanfaatkan situs *e-commerce* Shopee. Penjualan secara daring di Shopee membuka kesempatan untuk Berkah DY untuk mencapai *target market* baru yang sebelumnya tidak dapat dicapai karena keterbatasan jarak dan lokasi. Dengan adanya toko Berkah DY di Shopee, konsumen dapat dengan mudah membeli produk Berkah DY. Konsumen yang sebelumnya belum mengetahui Berkah DY juga dapat mengenal Berkah DY dengan Shopee tersebut

Pelatihan *digital marketing* dilakukan pada pemilik UMKM Berkah DY secara intens pada sore hari ketika beliau sudah menyelesaikan aktivitas produksinya. Hal ini dimaksudkan agar beliau lebih santai dan fokus dalam menerima pelatihan. Lalu, evaluasi dilakukan setiap dua minggu sekali selama 3 bulan terhitung mulai dari waktu efektif beliau dapat melakukan pemasaran daring. Hasilnya menunjukkan bahwa selama 3 bulan tersebut, pemilik UMKM Berkah DY

sudah dapat menjalankan akun Instagram dan Shopee secara mandiri.



**Gambar 2.** Bagian depan (kiri) dan belakang (kanan) kemasan produk UMKM Berkah DY



**Gambar 3.** Tampilan akun Instagram @berkahdy

### Aspek Operasional

Pada aspek operasional, tim mengadakan sebuah mesin *spinner* yang dapat digunakan oleh Berkah DY. Fungsi dari *spinner* ini adalah untuk meniriskan minyak yang tersisa dan masih menempel pada produk setelah digoreng. Mesin peniris ini bekerja dengan prinsip gaya sentrifugal, yaitu pergerakan memutar yang digerakkan oleh motor listrik. Ketika sampel dimasukkan maka sampel akan bergeser ke pinggir keranjang dalam mesin yang berlubang sehingga minyak akan

terlempar keluar dan menyebabkan minyak dalam sampel turun serta sampel menjadi semakin kering dan renyah [9],[12]. Penirisan minyak ini sendiri sangat berpengaruh dengan masa simpan produk karena adanya minyak tersebut akan menimbulkan bau “apek” dan menyengat. Bau apek tersebut dihasilkan dari aktivitas oksidasi pada minyak yang menghasilkan hidroperoksida, aldehid, dan keton. Penerapan teknologi *spinner* ini dapat menurunkan kadar minyak hingga 3% pada produk keripik [9].

**Tabel 2.** dan **Gambar 4.** adalah hasil *research and development* yang dilakukan tim terhadap produk keripik gemblong Berkah DY, yaitu dengan membandingkan produk yang telah dikeringkan dengan *spinner* dan yang tidak menggunakan *spinner* seberat 250 gram lalu disimpan secara tertutup selama 4 bulan. Hasilnya didapatkan bahwa keripik gemblong yang ditiriskan dengan mesin *spinner* memiliki masa simpan hingga 4 bulan, sedangkan keripik gemblong yang ditiriskan dengan tidak menggunakan *spinner* memiliki masa simpan hanya 3 bulan. Hasil ini akan lebih baik lagi jika dilakukan menggunakan *vacuum frying* yang dapat memperpanjang masa simpan hingga 1 bulan [13]. Namun, tidak tim lakukan karena mitra lebih paham mengoperasikan mesin *spinner* dibandingkan *vacuum frying*. Mitra juga telah menggunakan mesin *spinner* ini hingga 5 kali dan didapatkan produknya konsisten memiliki masa simpan hingga 4 bulan.



**Gambar 4.** Produk ditiriskan menggunakan *spinner* (kiri) dan tanpa *spinner* (kanan).

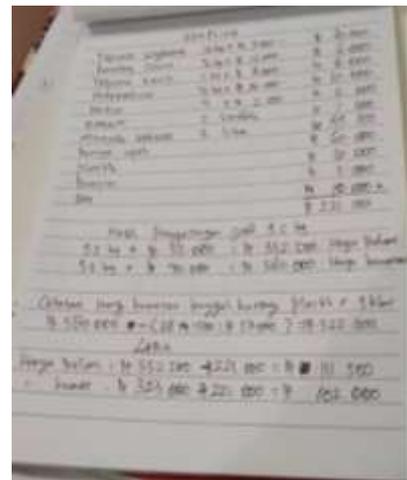
**Tabel 2.** Hasil perbedaan penggunaan *spinner* dan *non-spinner* pada produk Berkah DY

Faktor	Menggunakan <i>Spinner</i>	Tidak Menggunakan <i>Spinner</i>
Sisa Minyak	Lebih sedikit sisa minyak di <i>packaging</i>	Lebih banyak sisa minyak di <i>packaging</i>
Warna	Konsisten sejak awal dikemas	Mulai berubah menjadi lebih pucat
Berat	255 gram ; tidak menyusut	220 gram ; terjadi penyusutan
Bau	Tidak ada bau apek bekas minyak	Tidak ada bau apek bekas minyak
Konsistensi Produk	Produk masih renyah hingga 4 bulan	Produk sudah mulai tidak renyah pada bulan ke-4

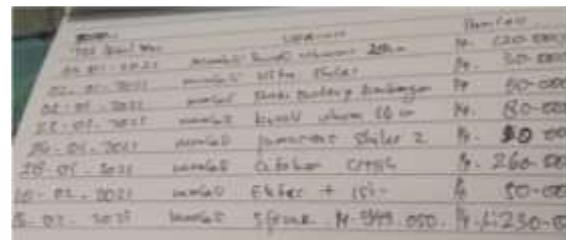
**Aspek Keuangan**

Dalam aspek keuangan, Berkah DY pada awalnya hanya mengandalkan buku catatan fisik untuk mencatat hanya pemasukan dan pengeluaran yang terjadi untuk Berkah DY sehingga seluruh pencatatan dilakukan secara manual dengan tulis tangan. Era digitalisasi saat ini menuntut para pelaku usaha menggunakan teknologi yang dapat membantu aktivitas usahanya lebih mudah. Tim mengajarkan mitra untuk memanfaatkan teknologi dalam pencatatan laporan keuangan, mulai dari pencatatan HPP keuntungan yang didapat per bulan, serta mencatat aset yang dimiliki saat ini melalui *Google Spreadsheet*. Hal ini dilakukan untuk mempermudah setiap adanya perubahan, termasuk penambahan maupun pengurangan yang terjadi di dalam laporan keuangan. Tidak hanya itu, era digitalisasi yang semakin meningkat pesat ini pun mendorong tim untuk mengubah pencatatan laporan keuangan Berkah DY menjadi menggunakan sistem yang lebih teratur sehingga penentuan harga pokok penjualan dilakukan secara tepat. Pelatihan ini dilakukan pada bulan pertama

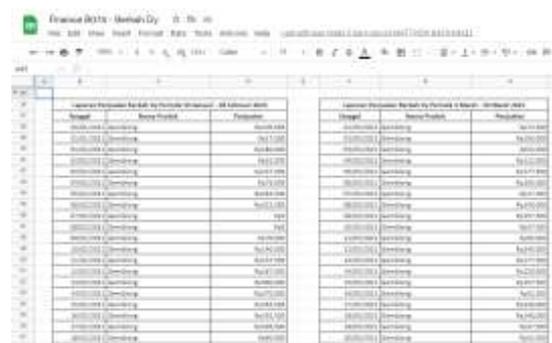
pendampingan, dan hasilnya dievaluasi setiap bulan hingga akhir masa pendampingan. Hasilnya menunjukkan bahwa mitra dapat menghitung HPP setiap produknya dengan jelas dan memiliki sistem pencatatan yang jelas untuk pembelanjaan (**Gambar 5-9**). Pencatatan keuangan ini tidak terbatas pada UMKM di bidang *food and beverage*, bahkan dibidang kriya pun sangat dibutuhkan sebagaimana yang dilakukan Rizqiansyah dkk. [14] pada IKM alumunium di Yogyakarta.



**Gambar 5.** Pencatatan COGS manual yang dilakukan sendiri oleh mitra



**Gambar 6.** Pencatatan aset UMKM Berkah DY



**Gambar 7.** Laporan penjualan pada *Google Spreadsheet* UMKM Berkah DY

Cash Flow 30 Januari - 31 Mei 2021				
Periode	30 Jan - 28 Feb	1 Mar - 30 Mar	31 Mar - 29 Apr	30 Apr - 31 Mei
<b>Kas Masuk</b>				
Penjualan	Rp3.900.500	Rp4.451.500	Rp6.542.500	Rp10.295.000
<b>Total Arus Kas Masuk</b>	<b>Rp3.900.500</b>	<b>Rp4.451.500</b>	<b>Rp6.542.500</b>	<b>Rp10.295.000</b>
<b>Kas Keluar</b>				
Beban Baku	Rp1.223.000	Rp5.295.000	Rp5.405.500	Rp1.312.000
Packaging	Rp123.000	Rp233.000	Rp5	Rp480.000
Gaji Karyawan	Rp750.000	Rp690.000	Rp2.085.000	Rp413.000
Sedikit lainnya THR	Rp120.000	Rp110.000	Rp85.000	Rp0
<b>Total Arus Kas Keluar</b>	<b>Rp3.216.000</b>	<b>Rp11.333.000</b>	<b>Rp7.895.500</b>	<b>Rp2.205.000</b>
<b>Kas Masuk (Kas) Neto</b>	<b>Rp6.684.500</b>	<b>Rp3.118.500</b>	<b>Rp1.277.000</b>	<b>Rp8.090.000</b>
Audit Periode Sebelumnya	Rp1.197.000			
<b>Saldo Kas Akhir Periode</b>				<b>Rp9.292.000</b>

**Gambar 8.** Laporan arus kas pada *Google Spreadsheet* UMKM Berkah DY



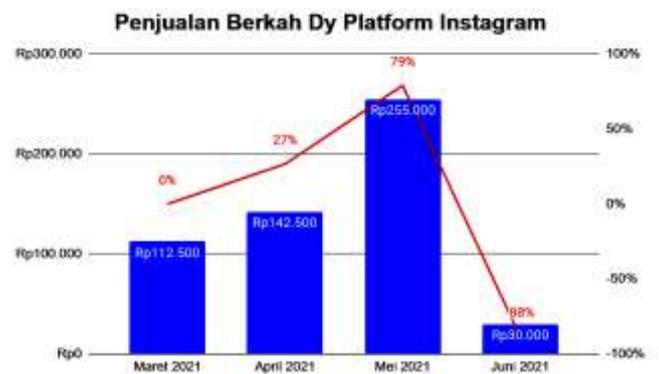
**Gambar 10.** Grafik penjualan luring Berkah DY per bulan

Laporan Laba Rugi		
Berkah DY		
Periode 30 Januari - 31 Mei 2021		
<b>Penjualan:</b>		
Keripik Gembong	Rp19.752.000	
Keripik Pisang Nangka	Rp4.965.000	
Kacang Pernis	Rp2.112.500	
<b>Total</b>		<b>Rp26.829.500</b>
<b>Beban Pokok Produksi:</b>		
Keripik Gembong	Rp5.628.500	
Keripik Pisang Nangka	Rp1.981.000	
Kacang Pernis	Rp3.088.000	
Beban Produksi Umum	Rp5.418.600	
Packaging	Rp816.000	
<b>Total</b>		<b>Rp16.932.100</b>
<b>Laba (Rugi) Kotor</b>		<b>Rp9.897.400</b>
<b>Beban Pelunasan Utang</b>	Rp6.666.668	
<b>Beban Upah Karyawan</b>	Rp3.915.000	
<b>Beban Cicilan THR</b>	Rp305.000	
		<b>Rp10.886.668</b>
<b>Laba (Rugi) Bersih Berjalan</b>		<b>Rp989.268</b>

**Gambar 9.** Laporan laba rugi pada *Google Spreadsheet* UMKM Berkah DY

### Hasil Evaluasi Kegiatan

Untuk mengetahui keberhasilan target, maka dilakukan perhitungan total penjualan Berkah DY. **Gambar 10.** dan **Gambar 11.** merupakan diagram penjualan per bulan secara luring maupun daring Berkah DY selama masa pendampingan,



**Gambar 11.** Grafik penjualan daring Berkah DY melalui Instagram per bulan.

Dari data diagram di atas, penjualan Berkah DY secara daring belum memberikan peningkatan jumlah penjualan yang signifikan. Hal ini disebabkan adanya keterbatasan alokasi dana sehingga kurangnya pemaksimalan penggunaan Instagram dan Shopee dalam memasarkan produk kepada pasar yang lebih luas, seperti tidak dapat menggunakan fitur Instagram ads dan Shopee ads. Selain itu, penggunaan Shopee baru dimanfaatkan oleh mitra pada akhir bulan Mei karena adanya suatu keterbatasan waktu dari pihak mitra. Dengan demikian, realisasi penjualan melalui daring lebih lama dari yang diperkirakan serta belum melebihi atau bahkan sebanding dengan penjualan melalui luring. Walaupun demikian, terdapat peningkatan penjualan sebesar 163,94% pada Berkah DY dari Rp3.900.500 pada bulan Januari (sebelum masa pendampingan) menjadi Rp10.295.000 pada bulan Mei (akhir pendampingan tim). Lalu, penjualan daring selama pendampingan tim juga terjadi

peningkatan setiap bulannya dari Maret hingga Juni secara total, dari Rp112.500 menjadi Rp275.000 atau meningkat sebesar 144%. Dengan demikian, kegiatan *Community Development* ini dikatakan berhasil karena telah meningkatkan kuantiti penjualan UMKM Berkah DY melalui pengenalan dan penggunaan teknologi baik yang digunakan untuk aspek pemasaran, operasional, maupun keuangan. UMKM Berkah DY juga sudah dapat melakukan pemasaran daring, peningkatan umur simpan produknya, dan pencatatan keuangan secara mandiri dalam menjalankan usahanya.

## 5. KESIMPULAN

Dari pendampingan ini, dapat disimpulkan bahwa dengan adanya pandemi Covid-19 UMKM harus dapat melakukan strategi baru dalam menjalankan usahanya, yaitu dengan mengadopsi teknologi dari aspek pemasaran, operasional, maupun keuangan. Dari aspek pemasaran, UMKM Berkah DY sudah dapat melakukan *digital marketing*, dan juga menggunakan *e-commerce* dalam menjual produk dari UMKM, penggunaan Instagram juga menjadi salah satu cara pemasaran yang penting dilakukan di pandemi COVID-19 ini. Dari aspek operasional, UMKM Berkah DY sudah dapat menghasilkan produk dengan masa simpan yang lebih lama dari sebelumnya karena adanya mesin *spinner*. Dalam aspek keuangan, UMKM Berkah DY sudah melakukan pencatatan secara digital. Dengan adanya bantuan dari sistem pencatatan yang baru dapat memudahkan mitra dalam mencatat masuk dan keluarnya uang sehingga harga pokok penjualan dapat ditentukan dengan tepat. Ini terbukti dengan peningkatan penjualan mencapai 163.94%. Saran dari kegiatan ini adalah perlu adanya kegiatan pendampingan secara luring agar komunikasi dapat berjalan lebih lancar dan pelatihan pun dapat dilakukan lebih efektif dan efisien.

## 6. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada panitia *Community Development* Universitas Prasetiya Mulya atas penyelenggaraan kegiatan ini, kantor riset Universitas Prasetiya

Mulya atas bantuan dana konferensi, UMKM Berkah DY sebagai mitra *Community Development*, dan kepada pemerintah Kabupaten Kuningan yang telah mengizinkan dan mengawal program ini.

## 7. REFERENSI

- [1] Jayani, D. H. (2020). "Pemerintah beri stimulus berapa jumlah umkm di Indonesia" Databoks. *Retriverd from* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/04/08/pemerintah-beri-stimulus-berapa-jumlah-umkm-di-indonesia>
- [2] Hariyanti, D. (2021). "Usaha Mikro dan Kecil Bangkit". Katadata. *Retrieved from* <https://katadata.co.id/ariemega/berita/6028c295b01cd/2021-usaha-mikro-dan-kecil-bangkit>.
- [3] BPS Kabupaten Kuningan. (2021). "Kabupaten Kuningan dalam Angka 2021." Badan Pusat Statistik Kuningan. *Retrieved from* <https://kuningankab.bps.go.id/publication/2021/02/26/635f991006ea4ef1785f5a7f/kabupaten-kuningan-dalam-angka-2021.html>.
- [4] Mallinguh, E., Wassiko, C., Zoltan, Z. (2020). Technology acquisition and SMEs performance, the role of innovation, export, and the perception of owner-managers. *Journal of Risk and Finance Managerial*, 13(258), 1-19.
- [5] Bachtiar, R.A. (2021). "Dampak pandemi covid-19 terhadap sektor usaha mikro, kecil, dan menengah serta solusinya". Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI. *Retrieved from* [https://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info\\_singkat/Info%20Singkat-XIII-10-II-P3DI-Mei-2021-1982.pdf](https://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info%20Singkat-XIII-10-II-P3DI-Mei-2021-1982.pdf)
- [6] Dewi, R.T.K, Sadikin, J., Pandova, M., Viola, B., Matthew, A., Pratama, D.N., Effendi, D.L., & Saputra, W. (2022). Peningkatan Kompetensi UMKM Wandy Snack dalam Pengelolaan Keuangan. *Jurnal Panrita Abdi*, 6(2), 285-293.
- [7] Atina, V.Z, Shevalinzi, W.B.A., Nurdin, A. (2021). Pemanfaatan teknologi *digital marketing* pada pelaku UMKM dalam upaya meningkatkan omset penjualan. *Prosiding Seminar Nasional Riset Teknologi Terapan*, e-ISSN:2747-1217.

- [8] Kumala, N.A, SWW Wardani, L. D.P. (2022). Optimalisasi produk camilan dengan manajemen produk dan pemasaran melalui media sosial. *Jurnal Aptekmas*, 5(1): 1-6.
- [9] Rianingsih, L., Amalia, U., Wijayanti, I., Suharto, S. (2018). Aplikasi mesin spinner berkecepatan rendah untuk menurunkan kadar air dan minyak keripik ikan ukuran besar di UKM Berkah. *Jurnal Teknologi Hasil Pertanian*, 9(2), 69-72.
- [10] Erstiawan, M.S., Alfianto, A.Y. (2021). Pemanfaatan *Google Spreadsheet* penjualan pada Warung Mojopahit Mojokerto. *Ekobis Abdimas*, 2(2), 50-57.
- [11] Bottomley, P. & John Doyle. (2006). The interactive effects of colors and products on perceptions of brand logo appropriateness. *Marketing Theory*, 6(1), 65.
- [12] Wasisto, Sugeng, dkk (2016). Perancangan mesin peniris untuk aneka makanan ringan hasil gorengan." *Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu Unisbank 2016, Semarang, Indonesia, July 2016*. Stikubank University.
- [13] Yulianti, S., Widagdo, T. (2020). Teknologi *vacuum frying* untuk penggorengan keripik jamur tiram di Desa Talang Bubuk Plaju Palembang, *Jurnal Aptekmas*, 3(1): 38-44.
- [14] Rizqiansyah, M.D.H., Yuliantoro, R. (2022). Pelatihan pembukuan sederhana untuk meningkatkan kualitas penyusunan laporan keuangan di IKM alumunium. *Jurnal Aptekmas*, 5(3): 102-107.