

MENINGKATKAN PENDAPATAN PENJUALAN UMKM BOLU KUKUS GULA MERAH IBU HERTI DI DESA MEDANGASEM

Mega Putri Utomo , Fathurohman

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana

Perjuangan Karawang

Email ak19.megautomo@mhs.ubpkarawang.ac.id , ,
Fathurohman@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

UMKM merupakan salah satu bisnis yang dapat dibangun dan dijalankan oleh siapa saja, karena model bisnis ini dapat diterapkan dengan tidak memerlukan modal dan tempat usaha yang sangat besar. UMKM cukup menjanjikan jika dapat dikelola dengan baik. Tetapi, pada umumnya UMKM dengan modal yang tidak begitu besar, menimbulkan permasalahan tersendiri bagi UMKM ini.

Mahasiswa hadir untuk membantu mengatasi permasalahan ini, yaitu dengan Membantu Pengemasan yang lebih bagus lagi, memperkenalkan digitalisasi aplikasi seperti Whatsapp Business, dan Facebook agar lebih baik lagi dalam pemasaran penjualan agar mencangkup luas dan banyak orang lebih tahu.

Para pelaku UMKM seringkali kurang menyadari berfungsi untuk meningkatkan cakupan penjualan produk serta dapat mempercepat proses bisnis yang ada. Khususnya UMKM di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Karawang terbatas pada penjualan yang dilakukan secara otodidak tanpa menggunakan dukungan teknologi informasi.

Kata Kunci : Mengkatkan Pendapatan Penjualan UMKM, KKN Akuntansi

PENDAHULUAN

UMKM merupakan salah satu bisnis yang dapat dibangun dan dijalankan oleh siapa saja, karena model bisnis ini dapat diterapkan dengan tidak memerlukan modal dan tempat usaha yang sangat besar. UMKM cukup menjanjikan jika dapat dikelola

dengan baik. Tetapi, pada umumnya UMKM dengan modal yang tidak begitu besar, menimbulkan permasalahan tersendiri bagi UMKM ini.

Kendala yang dihadapi oleh UMKM diantaranya sulit untuk mengontrol kegiatan usaha dan operasionalnya, mulai dari tahap persiapan sampai dengan penyajian laporan. Efeknya, UMKM mengalami hambatan dalam menentukan UMKM untuk mengembangkan usahanya di masa depan. Mahasiswa hadir untuk membantu mengatasi permasalahan ini, yaitu dengan Membantu Pengemasan yang lebih bagus lagi, memperkenalkan digitalisasi aplikasi seperti Whatsapp Business, dan Facebook agar lebih baik lagi dalam pemasaran penjualan agar mencangkup luas dan banyak orang lebih tahu. Melalui penerapan aplikasi ini, dapat diketahui bahwa UMKM sangat terbantu dalam mengelola usaha bisnisnya walaupun diperlukan beberapa trik tambahan, dikarenakan sebagian besar pengguna UMKM belum terbiasa menggunakan aplikasi berbasis digital ini.

Seiring perubahan perilaku konsumen di era digital menjadi satu peluang bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) dalam memperluas akses pasar serta menjadi tantangan beradaptasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemberdayaan pelaku UMKM *go digital* melalui aksi sosial yaitu Volunter, Komunitas UMKM, Klinik ekonomi digital, Model Desa Cerdas dan Pahlawan ekonomi dengan melakukan pendampingan secara berkelanjutan serta berkolaborasi dengan berbagai pihak. Penelitian ini menggunakan pendekatan systematic review melalui beberapa tahapan yaitu identifikasi pertanyaan penelitian, menetapkan *data base* hasil penelitian, seleksi hasil penelitian yang relevan dan terindeks, ekstarsi data, sintasi hasil dengan metode naratif dan penyajian data.

Dari hasil analisis peran komunitas sosial memberikan kontribusi serta solusi terhadap permasalahan yang dihadapi untuk menekan kesenjangan arus digitalisasi antara desa dan kota. Manfaat dari penelitian ini bisa dijadikan bahan referensi dalam merancang kurikulum pengembangan dan pemberdayaan pelaku UMKM dalam menuju digitalisasi.

Sumber referensi lain yaitu Sonora (2019), menyatakan bahwa motivasi intrinsik adalah motivasi yang berasal dari dalam diri untuk seseorang dalam

melakukan suatu perbuatan untuk mencapai tujuan. Dari definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa motivasi intrinsik merupakan dorongan dari dalam diri individu untuk mencapai tujuan. Motivasi intrinsik memiliki indikator yang meliputi beberapa faktor, yaitu pengakuan, pencapaian, kemungkinan untuk tumbuh, kemungkinan untuk maju, dan pekerjaan itu sendiri.

Metode

1. Waktu dan Tempat Kajian

Lokasi Kuliah Kerja Nyata (KKN) dilaksanakan di Desa Medangasem, Kecamatan Jayakarta, Kabupaten Karawang. Adapun waktunya terhitung dari Tanggal 01 Juli – 31 Juli 2022.

2. Melaksanakan UMKM bersama Ibu Herti di Desa Medangasem dalam segi pembuatan bolu kukus gula merah cara pembuatannya, bahan-bahan pembuatannya terigu, gula merah, soda kue, baking powder, kertas kue.

3. Dokumentasi Bolu Kukus Gula Merah





Hasil dan Pembahasan

Perkembangan pendapatan saat ini menyebabkan persaingan antar usaha semakin ketat. Persaingan tersebut berdampak terhadap perkembangan sektor usaha mikro kecil menengah (UMKM). Para pelaku UMKM seringkali kurang menyadari berfungsi untuk meningkatkan cakupan penjualan produk serta dapat mempercepat proses bisnis yang ada. Khususnya UMKM di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Karawang terbatas pada penjualan yang dilakukan secara otodidak tanpa menggunakan dukungan teknologi informasi. Hal tersebut berdampak pada produk

yang dijual tidak banyak diketahui oleh masyarakat secara umum yang menyebabkan pendapatan UMKM cenderung rendah. Oleh karena itu dalam penelitian ini berusaha merancang sebuah aplikasi e-commerce yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan UMKM khususnya di lingkungan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Karawang.

Pemasaran Digital yang diterapkan UMKM desa medangasem, terkait berdasarkan untuk kalangan menengah kebawah, menengah keatas karena harga yang diberikan lebih murah dari harga pasaran umum kecuali produk. Kendala yang terjadi adalah Kurangnya Promosi secara Digital dalam memasarkan produk, tidak adanya Database UMKM yang secara Elektronik , tidak ada promosi secara efektif dan efisien dan belum terbentuknya suatu Aplikasi Digital yang membantu untuk mempromosikan dan perapihan database UMKM.

Manfaat penelitian ini yaitu dengan adanya penerapan diharapkan dapat membantu UMKM Bolu Kukus Gula Merah Bu Herti sebagai pemilik usaha mikro kecil menengah untuk mempunyai pendapatan penjualan UMKM dapat lebih meningkat.

Hasil Wawancara dengan Pelaku UMKM yaitu Ibu Herti

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Ibu sudah berapa lama berjualan Bolu Kukus Gula Merah?	Bolu Kukus Gula Merah belum lama baru 3 tahun dan proses pembuatannya belajar dari YouTube
2	Apa saja yang ibu jalan dalam usaha ini?	Banyak ada bikin untuk jenis kue bermacam-macam seperti, Peyek,jipang,wajit,geplak,dan lain sebagainya.
3	Untuk usaha ini udah berjalan berapa lama?	20 Tahunan

4	Apa kendala ibu saat berjualan?	Modal kendalanya terkadang kekurangan modal
5	Bagaimana cara ibu mempromosikan usaha ini?	Keliling saja tidak di promosikan, karena ibu baru mau mulai buat Whatsapp Business, dan Facebook.
6	Ibu untuk pendapatan usaha ini perbulan berapa?	Pesanan sedikit dapat Rp. 100.000 Pesanan lumayan banyak Rp. 500.000 Pendapatan Paling Banyak Saat Bulan Puasa Dapat Rp. 2.000.000
7	Berapa modal yang ibu kelurkan dalam pembuatan Bolu Kukus Gula Merah?	Rp. 100.000
8	Menurut bagaimana kita bisa sukses pendapat ibu	Semangat
9	Motivasi apa yang ibu hadapi dalam UMKM ini?	Pemasaran Kesoial Media
10	Bagaimana ibu meningkatkan usaha ini?	Lebih disebar luas kesoial media

Kesimpulan dan Rekomendasi

UMKM merupakan salah satu bisnis yang dapat dibangun dan dijalankan oleh siapa saja, karena model bisnis ini dapat diterapkan dengan tidak memerlukan modal dan tempat usaha yang sangat besar. Kendala yang dihadapi oleh UMKM diantaranya sulit untuk mengontrol kegiatan usaha dan operasionalnya, mulai dari tahap persiapan sampai dengan penyajian laporan Melalui penerapan aplikasi ini, dapat diketahui bahwa UMKM sangat terbantu dalam mengelola usaha bisnisnya walaupun diperlukan beberapa trik tambahan, dikarenakan sebagian besar pengguna UMKM belum terbiasa menggunakan aplikasi berbasis digital ini.

Perkembangan pendapatan saat ini menyebabkan persaingan antar usaha semakin ketat. Persaingan tersebut berdampak terhadap perkembangan sektor usaha

mikro kecil menengah (UMKM). Para pelaku UMKM seringkali kurang menyadari berfungsi untuk meningkatkan cakupan penjualan produk serta dapat mempercepat proses bisnis yang ada. Khususnya UMKM di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Karawang terbatas pada penjualan yang dilakukan secara otodidak tanpa menggunakan dukungan teknologi informasi.

Daftar Pusaka

- Dedy Harto, S. R. (2019, Maret). PENERAPAN INTERNET MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA UMKM. *JURNAL PENGABDIAN DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT*, 3(1), 39-45.
- Pratiwi, S. K. (2018, Agustus). Peningkatan Omset Penjualan Melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Promosi Pada UMKM Kerajinan Souvenir Khas Palembang. *CARRADE: Jurnnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 36-43. doi:<https://doi.org/10.31960/caradde.v1i1.18>
- Purwana, D. R. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPPM)*, 1 1.
- Rahmatul Jannatin N, M. W. (2020, Juli). PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UMKM. *Implementation and Action*.
- Suharti, R. A. (2021, September). Pengaruh Motivasi Intrinsik dan Pengetahuan TIK terhadap Kesiapan Digitalisasi UMKM dengan Faktor Demografi sebagai Variabel Pemoderasi (Studi pada UMKM Kuliner di Salatiga). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2), 107-120.