

## PEMBERDAYAAN USAHA UBI JALAR UNGU SEBAGAI UPAYA PENGUATAN DAN PENINGKATAN USAHA

Varietmi Wira<sup>1</sup>, Gustati<sup>2</sup>, Revi Fatimah<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Politeknik Negeri Padang, Indonesia

[varietyemi@pnp.ac.id](mailto:varietyemi@pnp.ac.id)<sup>1</sup>, [gustati1602@yahoo.com](mailto:gustati1602@yahoo.com)<sup>2</sup>, [revifatimah04@gmail.com](mailto:revifatimah04@gmail.com)<sup>3</sup>

### ABSTRAK

**Abstrak:** Industri Mikro dan Kecil (IMK) merupakan jenis usaha yang dapat dilakukan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan hidup. Bidang usaha yang paling banyak diminati masyarakat adalah usaha makanan, salah satunya usaha *Yuliwardi's Snack* yang memiliki spesifikasi bahan baku berasal dari ubi jalar ungu. Tujuan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) pada usaha ini adalah (1) memberikan penguatan manajemen usaha, (2) memberikan pelatihan dan pendampingan aplikasi sederhana pencatatan penjualan berbasis database dan menyusun sistem pencatatan keuangan sederhana berdasarkan SAK Entitas Mikro, Kecil dan Menengah (EMKM), (3) meningkatkan pengetahuan mitra dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran. (4) memberikan perbaikan pada peralatan produksi. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan dua cara yaitu pelatihan dan pendampingan. Mitra kegiatan PKM berjumlah empat orang terdiri dari satu orang pemilik dan tiga orang tenaga kerja. Pelaksanaan kegiatan ditanggapi sangat baik bagi mitra karena dapat membantu peningkatan proses produksi, memiliki sistem pencatatan dan keuangan yang sudah tersistem dan memiliki kemasan produk yang telah berlabel. Umpan balik dilakukan menggunakan kuesioner kepada mitra. Seluruh mitra (100%) menyatakan bahwa kegiatan ini sangat membantu dalam peningkatan produktivitas usaha, mampu mempermudah pelaksanaan operasional usaha, sangat sesuai dengan kebutuhan mitra saat ini dan mampu mendorong peningkatan usaha di masa yang akan datang.

**Kata Kunci:** Database; Ubi Jalar Ungu; SAK EMKM; Sistem Pencatatan Keuangan

**Abstract:** *Small and Micro Enterprises (SME) are type of enterprises that can be carried out by the community to improve their welfare. The most in-demand enterprise of consumers is the food enterprise, one of which is Yuliwardi's Snack where its raw materials are particularly derived from purple sweet potatoes. The aims of the Community Partnership Program (CPP) activities are (1) to reinforce the business management, (2) to provide training and support on simple sales recording applications based on database, and compile a simple financial record-keeping system based on Financial Accounting Standards for Micro, Small and Medium Enterprises (FAS MSMEs), (3) to enhance partner's knowledge in financial management and marketing, and (4) to supply the maintenance on the production equipment. The method for the activities aforementioned was conducted in two ways, specifically, training and supporting. There are four people in total chosen as the partners in performing CPP activities consisting of one owner and three employees. The implementation of the activity was responded positively by partners as it can stimulate the increase on the production process, and to have a systematized recording and financial system, and to have labeled product packaging. Moreover, the feedback was done using questionnaires to partners. All partners (100%) stated that this activity is beneficial in escalating the enterprise productivity. Along with that, it also facilitates the implementation of enterprise operations that are in accordance with the needs of current partners, and is able to encourage enterprise improvement in the coming future.*

**Keywords:** Database; FAS MSMEs; Financial Recording System; Purple Sweet Potatoes



#### Article History:

Received: 11-08-2021

Revised : 04-09-2021

Accepted: 07-09-2021

Online : 25-10-2021



This is an open access article under the  
CC-BY-SA license

## A. LATAR BELAKANG

Penguatan usaha pada industri mikro dan kecil sangat dibutuhkan. IMK memiliki modal yang sangat kecil dalam mempertahankan usahanya. Sehingga diperlukan penguatan dan pendampingan baik dari pemerintah atau pihak eksternal agar usaha bertahan dan mengembangkan usaha menjadi lebih tertata dan berkembang baik. Diperlukan strategi jangka pendek ataupun jangka panjang, agar kesinambungan UMKM tetap terjaga (Sugiri, 2020).

Adanya pandemi Covid 19, tepatnya Maret 2020, membuat semua usaha khususnya IMK di Indonesia mengalami dampak yang sangat signifikan karena adanya penurunan penjualan. Kondisi ini mengakibatkan pengaruh terhadap kondisi ekonomi, sosial dan politik (Pakpahan, 2020). Usaha harus mampu bertahan dengan melakukan berbagai adaptasi dalam bisnisnya dengan cara melakukan inovasi produk dan memanfaatkan penjualan melalui marketing digital (Rosita, 2020).

Hasil publikasi (BPS, 2019) berdasarkan klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KLBI), industri makanan merupakan jumlah usaha industri mikro dan kecil yang paling dominan (45.265 usaha) kemudian diikuti industri pakaian jadi (17.700 usaha) dan Industri tekstil (15.403 usaha). Jika IMK ini dibagi per wilayah di Sumatera Barat, kota Padang merupakan kota terbanyak yang memiliki usaha mikro dan kecil (10.801 usaha) dibanding kota lainnya. Menurut Rosita (2020), industri yang mendasarkan pada pertanian dan industri makanan adalah industri yang mampu bertahan pada kondisi pandemic Covid 19. Salah satunya usaha Yuliwardi's Snack, yang bergerak di industri makanan dengan mengolah bahan baku dari ubi jalar ungu.

Ubi jalar ungu merupakan sejenis umbian yang berasa manis dan sangat cocok diolah sebagai bahan baku berbagai jenis makanan. Menurut (Rahayu, 2012), ubi jalar ungu mengandung antioksidan, memiliki serat tinggi, dan karbohidrat dengan glikemik rendah yang dapat mengurangi resiko hipertensi, dan diabetes mellitus. Dengan khasiat ini dan bahan baku yang tersedia bisa dipenuhi, maka usaha *Yuliwardi's Snack*, tetap berusaha mempertahankan produk ini, di samping permintaan konsumen terhadap produk ini juga tinggi.

Berbagai olahan ubi jalar ungu, memberikan inovasi dalam membuat variasi produk, diantaranya adalah bola-bola ubi jalar ungu, puding ubi jalar ungu, lapek ubi jalar ungu, lapek bugih ubi jalar ungu, dan getuk ubi jalar ungu. Selain produk bahan dasar ubi jalar ungu, usaha ini juga mengembangkan produk lain diantaranya risoles, molen pisang coklat, dorayaki, dan tahu isi, dan berbagai jenis cake sesuai pesanan dari pelanggan.

Inovasi produk yang dimiliki usaha *Yuliwardi's Snack*, merupakan hal utama yang dimiliki, sehingga berpeluang dalam mengembangkan usaha.

Harga yang ditawarkan juga merupakan harga yang sangat terjangkau oleh masyarakat sekitar. Sebelum pandemi Covid 19 tahun 2020, usaha ini memiliki pola penjualan yang meningkat setiap tahunnya. Usaha ini mulai digagas pada bulan Maret 2015, diawali dengan usaha sendiri dan hanya dibantu oleh 1 orang anggota keluarga dan menggunakan alat produksi seadanya (manual). Tahun berikutnya usaha sudah ada peningkatan penjualan, seiring dengan telah dikenalnya berbagai jenis produk yang ditawarkan ke masyarakat (pelanggan). Namun pada tahun 2020, terjadinya pandemi Covid 19, menyebabkan penjualan turun mencapai 75%. Perkembangan usaha Yuliwardi's Snack dapat dilihat pada Gambar 1 berikut.



**Gambar 1.** Data Penjualan dan Tenaga Kerja Tahun 2015-2020

Usaha *Yuliwardi's Snack* dengan peningkatan permintaan, tahun 2019, usaha ini membutuhkan 8 orang tenaga kerja untuk memenuhi pesanan yang ada. Tenaga kerja ini membantu proses produksi produk setiap hari, mulai pukul 7.00 WIB sampai pukul 12.00 WIB. Produksi produk secara umum didasarkan pada pesanan. Kebutuhan bahan baku ubi jalar ungu sekitar 20 kg per hari, atau 80 – 100 kg per minggunya. Namun jika pesanan melebihi kebutuhan yang disebabkan banyaknya permintaan maka jumlah pasokan harus ditambah. Mayoritas pasokan dari Kota Solok (berjarak lebih kurang 80 km dari Kota Padang). Sarana prasarana menunjang produksi, usaha ini masih menggunakan peralatan memasak seadanya. Seperti mixer ukuran sedang, oven, dan alat cetak cake, penggorengan dan etalase. Dengan peralatan yang ada saat ini, dirasa masih belum menunjang untuk pengembangan usaha kedepan.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan mitra belum dilakukan dengan baik. Informasi produk produk bersumber satu pelanggan ke pelanggan lainnya yang disebut *word of mouth (WOM marketing)*. Sistem ini efektif dan efisien untuk tahap awal usaha (Fadillah, 2015). Setelah usaha berkembang lebih dari satu tahun, kegiatan pemasaran sudah menggunakan aplikasi *whatsApp* dengan cara memajangkan produk pada status, sehingga konsumen atau pelanggan dapat melihat dan memesan

produk menggunakan aplikasi ini. Sehingga muncul ide untuk menggunakan *reseller*. Komunikasi pesanan tetap menggunakan aplikasi *whatsApp*.

Mayoritas *reseller* adalah mahasiswa atau masyarakat sekitar yang ingin mendapatkan kelebihan penjualan untuk mendapatkan penghasilan dan menjual kembali ke pelanggan lainnya. Jumlah mahasiswa yang menjalin kerjasama dengan usaha ini sebanyak 10 – 20 orang. Mekanisme yang digunakan adalah dengan cara memesan satu hari sebelum memasarkan kembali.

Kegiatan pemasaran ini belum cukup efektif dalam meningkatkan penjualan. Perlu adanya label atau merek yang tertera di kemasan, sehingga dapat memberikan informasi kepada pelanggan. Merek merupakan suatu tanda/symbol yang diberikan pada produk berupa barang atau jasa yang dipergunakan untuk perdagangan barang dan/atau jasa dan mampu memberikan citra baik bagi perusahaan (Permata et al., 2019; Yohanna et al., 2016).

Pengemasan produk menggunakan plastik jika pembelian dalam satuan. Jika pemesanan dalam jumlah yang cukup banyak, usaha ini menggunakan kotak dengan 2 ukuran (kecil dan sedang). Kotak yang digunakan adalah kotak siap jadi yang dijual di pasaran, dapat berupa kotak kertas dan kotak plastik. Kotak belum diberi merek ataupun penanda lainnya, sehingga konsumen tidak bisa mengetahui dan mengenali pemilik makanan yang tersedia (produsennya). Adanya merek yang baik dan didisain dengan menarik dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk (Rachmawati & Andjarwati, 2020).

Dalam pengelolaan usaha (manajemen dan keuangan), *usaha Yulwardi's Snack* belum melakukan penataan pencatatan keuangan untuk pembelian bahan-bahan keperluan produksi ubi jalar ungu, pembayaran upah, ataupun penerimaan hasil penjualan. Sehingga untuk menghitung harga pokok secara tepat dan benar belum bisa ditentukan. Akibatnya adalah keuntungan usaha tidak dapat dihitung dan diperkirakan secara jelas. Selama ini keuntungan dapat diketahui dengan cara mengeluarkan biaya yang dibutuhkan untuk produksi selama minggu, sisa dana yang ada disebut keuntungan usaha. Kondisi pengelolaan usaha dalam jangka panjang akan mengganggu perkembangan usaha dan usaha akan sulit untuk menyusun laporan keuangan secara baik (Andarsari & Dura, 2018; Andriani et al., 2014).

Berdasarkan fenomena usaha, masalah pertama yang dihadapi mitra adalah kesulitan mitra dalam masalah pengolahan bahan baku ubi jalar ungu untuk diaduk lebih lumer menjadi berbagai jenis produk makanan. Peralatan yang digunakan masih bersifat manual dengan cara menumbuk pada wadah kayu. Hal ini membutuhkan waktu yang cukup lama (lebih kurang satu jam) sampai bahan menjadi lembut dan siap untuk dicetak. Hal ini sangat penting untuk melakukan perbaikan pada peralatan

produksi (Budiyanto et al., 2019) sehingga proses produksi lebih efektif dan hasil pengadukan menjadi lebih merata. Masalah kedua adalah manajemen dan pencatatan keuangan yang berbasis manual. Kesulitan yang dihadapi adalah kesulitan bagi mitra dalam menghasilkan laporan keuangan yang sesuai dengan sistem akuntansi keuangan (SAK) untuk usaha mikro yaitu SAK EMKM (Entitas Mikro, Kecil dan Menengah). Pemahaman adanya aturan dalam pencatatan keuangan perlu dipahami terutama pada pemahaman konsep akrual basis, entitas bisnis dan penyajian laporan keuangan (laporan laba rugi dan neraca) serta diterapkan secara berkelanjutan oleh setiap UMKM (Adino, 2019). Masalah ketiga yang dihadapi mitra adalah belum maksimalnya pengenalan produk ke konsumen. Pesanan pelanggan masih menggunakan kemasan berupa kotak yang tidak berlabel dan belum memperlihatkan merek usaha. Sehingga diperlukan sebuah label yang memberikan informasi merek dan produk yang ditawarkan. Kemasan yang telah bermerek merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan usaha untuk mempromosikan produk ke konsumen dan dapat meningkatkan daya saing dari usaha (Arini, 2020).

Permasalahan mitra usaha ini dapat dilakukan dengan cara memberikan solusi terhadap permasalahan yang ada. Solusi permasalahan pertama dilakukan dengan mengganti peralatan produksi menjadi peralatan mesin (menggunakan listrik) yang mampu mengaduk bahan baku lebih efektif dan efisien. Solusi permasalahan kedua, memberikan pemahaman dan kemampuan mitra dalam mengelola usaha, baik dalam aspek produksi, manajemen dan keuangan serta pemasaran. Untuk memudahkan aktivitas ini diperlukan beberapa aplikasi yang dirancang untuk menyelesaikan persoalan pencatatan keuangan (bermuara pada laporan keuangan) dan aplikasi pencatatan penjualan. Sistem pencatatan keuangan dirancang menggunakan aplikasi *microsoft excel* yang terintegrasi. Mitra dengan mudah menginputkan transaksi yang sudah dilaksanakan sehingga sistem akan mencatat dan menghasilkan laporan keuangan berdasarkan SAK EMKM. Begitu juga untuk aplikasi pencatatan penjualan, yang dirancang menggunakan program *microsoft access*, dapat membantu mitra dalam mencatat transaksi penjualan dan menghasilkan kuitansi penjualan serta rekap penjualan setiap periode. Dalam rangka memudahkan mitra menggunakan aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan dan skala usaha mitra, maka disediakan modul penggunaan aplikasi. Solusi permasalahan ketiga, adalah memberikan desain merek (meliputi informasi merek usaha, kontak usaha, nomor usaha, lokasi usaha dan nama produk) yang menggunakan warna tertentu sehingga terlihat lebih menarik dan memiliki nilai tertentu. Selain itu juga, menambah variasi kemasan menggunakan kotak plastik. Merek kemudian di cetak seperti stiker, yang dapat di tempelkan di bagian luar kemasan.

Solusi permasalahan ini dilakukan melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan dalam merancang sistem yang akan membantu mitra dalam

mengelola usaha. Pengelolaan yang telah tersistem dapat memudahkan mitra usaha dan dalam pencatatan keuangan dapat meminimalkan kesalahan pencatatan (Agustina et al., 2021; Dewi Sartika Nasution, 2018). Hal ini akan mampu mengembangkan usaha lebih baik dan memiliki daya saing.

Tujuan pelaksanaan kegiatan pemberdayaan pada usaha ubi jalar ungu adalah untuk meningkat pemahaman minimal pada tiga aspek (produksi, manajemen dan pencatatan keuangan, serta aspek pemasaran) dan keterampilan mitra dalam penggunaan aplikasi yang telah disesuaikan dengan kebutuhan mitra. Kegiatan ini menjadi langkah awal bagi mitra untuk mengembangkan usaha menjadi lebih besar, meski saat ini masih pada usaha mikro, dengan berkembangnya usaha dan memiliki sistem usaha yang telah tertata dapat menuju skala usaha kecil, menengah dan besar. Hal ini juga akan membantu pemerintah dalam membuka lapangan kerja dan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat (Dongoran et al., 2016).

## **B. METODE PELAKSANAAN**

Mitra PKM adalah usaha *Yuliwardi's Snack* yang terdiri dari pemilik dan tiga orang karyawan. Usaha ini didirikan pada bulan Maret 2015 di kelurahan Kapalo Koto, Kota Padang, Sumatera Barat. Usaha ini digagas oleh Ibu Fahma Yuliwardi yang merupakan lulusan sarjana Teknologi Hasil Pertanian (Unand) dan telah menamatkan pendidikan master pada program studi Ilmu Pangan (IPB). Usaha Yuliwardi Snack ini memproduksi kue-kue basah dengan spesifikasi bahan metahnya adalah ubi ungu. Berbagai produk yang dihasilkan diantaranya adalah bola-bola ubi ungu, puding ubi ungu, lapek ubi ungu, lapek bugih ubi ungu, dan getuk ubi ungu, bahkan menu pelengkap lainnya seperti risoles, molen pisang coklat, dorayaki, dan tahu isi.

Pelaksanaan kegiatan PKM melibatkan dua orang dosen dan empat orang mahasiswa, yang berasal dari program studi Akuntansi dan Administrasi Bisnis. Mahasiswa membantu dalam melakukan pengambilan data dalam aktivitas usaha mulai dari produksi sampai penjualan. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dan diterjemahkan dalam bentuk solusi permasalahan yang dihadapi mitra, berupa sistem dan aplikasi pencatatan keuangan yang menghasilkan laporan keuangan usaha dan aplikasi pencatatan penjualan. Aplikasi ini dirancang awal oleh mahasiswa dan dalam proses pengembangannya didiskusikan bersama dosen. Hasil rancangan aplikasi ini kemudian diserahkan ke mitra dan mahasiswa juga membantu dalam proses pendampingan penggunaan aplikasi ini. Di akhir peran mahasiswa dalam kegiatan ini adalah membantu dalam penyebaran kuesioner setelah kegiatan pemberdayaan dilaksanakan.

Metode pelaksanaan kegiatan PKM secara sederhana mengikuti langkah seperti terlihat dalam Gambar 2 berikut.



**Gambar 2.** Langkah Pelaksanaan Kegiatan PKM

Langkah pelaksanaan PKM dapat dibagi atas tiga tahapan secara umum yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap pasca pelatihan. Berikut penjelasan setiap tahapan:

1. Tahap Persiapan, dalam tahapan ini, kegiatan yang dilakukan adalah:
  - a. Observasi dan sosialisasi program kemitraan masyarakat, dilakukan dengan observasi atau pengamatan langsung di lokasi mitra
  - b. Melakukan diskusi awal tentang kegiatan PKM dan meminta kesediaan Usaha Yuliwardi's Snack dalam pelaksanaan kegiatan PKM.
2. Tahap pelaksanaan kegiatan PKM, kegiatan yang dilakukan adalah:
  - a. Sebagai persiapan dalam tahapan pelaksanaan, mitra diminta kesediaan waktu untuk mengikuti pelatihan dengan topik pelatihan adalah pelatihan manajemen usaha dan pelatihan sistem pencatatan keuangan untuk usaha IMK.
  - b. Melakukan kegiatan Pelatihan, metode yang digunakan adalah memberikan pelatihan dengan 2 materi yaitu:
    - 1) Pelatihan tentang konsep manajemen usaha (selama 1 hari/8 jam pelatihan).
    - 2) Pelatihan tentang pencatatan keuangan untuk usaha kecil (SAK EMKM) selama 2 hari.

Metode ini sangat penting bagi pemilik dalam menambah ilmu pengetahuan manajemen usaha dan perancangan sistem pencatatan keuangan dan pencatatan penjualan untuk usaha Yuliwardi's Snack dengan benar serta mampu menyusun laporan keuangan usaha yang handal secara mandiri.

- c. Memberikan bantuan untuk peningkatan teknologi pada aspek produksi dan pemasaran (pengemasan produk). Hal ini dilakukan oleh mitra terlebih dahulu untuk menjelaskan spesifikasi teknologi yang dibutuhkan untuk meningkatkan proses produksi
- d. Melakukan evaluasi terhadap kegiatan pelatihan yang dilakukan. Evaluasi ini dilakukan menggunakan diskusi langsung kepada mitra selama kegiatan pelatihan. Evaluasi ini juga dibantu oleh

mahasiswa, sehingga mitra usaha mehami dengan baik maksud tujuan materi yang diberikan.

3. Tahap pascapelatihan, tahapan ini merupakan kegiatan evaluasi yang dilakukan terhadap mitra terkait dengan arahan selama pelatihan. Kegiatan ini dilakukan dengan metode pendampingan.
  - a. Melakukan uji coba perancangan aplikasi pencatatan keuangan dan pencatatan penjualan. Jika ada hal-hal yang dianggap masih kurang dan harus diperbaiki dalam rancangan aplikasi dengan melibatkan pemilik untuk mendapatkan solusi penyelesaiannya. Sehingga usaha mitra dapat berjalan secara handal dan mandiri.
  - b. Menyusun modul penggunaan aplikasi pencatatan keuangan dan pencatatan penjualan.
  - c. Melakukan evaluasi keseluruhan juga dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada mitra untuk mendapatkan umpan balik terhadap kegiatan PKM yang telah dilakukan pada akhir kegiatan. Instrumen kuesioner disusun berdasarkan indikator kegiatan yang telah dihasilkan diantaranya perbaikan alat produksi (alat pengaduk), aplikasi pencatatan keuangan dan pencatatan penjualan, pemberian merek dan kemasan serta pelaksanaan kegiatan secara umum. Indikator penilaian menggunakan skala penilaian 1 sampai 4, sebelum dan sesudah kegiatan. Hal ini digunakan untuk melihat peningkatan kebermanfaatan yang dirasakan oleh mitra. Perhitungan persentase peningkatan manfaat dihitung menggunakan formula (1) berikut.

$$\text{Besarnya peningkatan} = \frac{(\% \text{setelah} - \% \text{sebelum})}{\% \text{setelah}} \times 100\%$$

Tolok ukur keberhasilan kegiatan PKM adalah mitra merasakan peningkatan pemahaman dan peningkatan efektifitas operasional usaha dengan nilai peningkatan besar dari nol.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Hasil kegiatan pelaksanaan PKM pada langkah awal yaitu prakegiatan dengan melakukan konfirmasi kepada mitra bahwa kegiatan PKM akan dilaksanakan sesuai dengan diskusi awal saat proposal. Dari kegiatan ini diperoleh informasi bahwa kegiatan penjualan pada saat pandemi Covid 19, menurun secara drastis 75% dari penjualan tahun 2019. Akibatnya aktivitas produksi sudah mulai dikurangi karena permintaan dari pelanggan juga berkurang karena kegiatan pertemuan di instansi sudah tidak ada lagi. Diskusi Tim PKM dengan Pemilik Usaha *Yuliwardi's Snack* seperti pada Gambar 3 berikut.



Gambar 3. Diskusi Tim PKM dengan Pemilik Usaha *Yuliwardi's Snack*

Agar usaha tetap bertahan, mitra usaha menggunakan strategi penjualan menggunakan media sosial *WhatsApp*. Informasi produksi dan produk yang akan diproduksi ditawarkan melalui status *WhatsApp*. Sehingga strategi penyimpanan produk adalah produk *frozen*. Menggunakan strategi ini, permintaan tetap berjalan setiap minggunya. Minimal tiga kali dalam seminggu, produksi tetap dilakukan.

Menggunakan inovasi produk *frozen*, selama pandemi penjualan usaha mitra tahun 2021 mulai meningkat. Berdasarkan perncatatan dari periode Januari sampai Juni tercatat penjualan sebesar Rp 86.830.000,-. Sehingga diprediksi penjualan usaha mencapai Rp 217.075.000,- dengan asumsi adanya permintaan lebih dari dua kali permintaan pada semester pertama. Usaha mencoba memaksimalkan jumlah tenaga kerja sebanyak 3 orang. Peningkatan penjualan tahun 2021 dapat dilihat dalam Gambar 4 berikut.



Gambar 4. Prediksi Peningkatan Penjualan tahun 2021

Saat ini strategi yang digunakan oleh mitra adalah bagaimana bertahan tetap memproduksi. Peralatan pengadukan bahan baku diperbarui dengan mesin pengaduk. Manfaat nya adalah waktu pengolahan menjadi lebih singkat sehingga mitra dapat memproduksi secara efektif dan efisien. Perbaikan peralatan dapat terlihat pada Gambar 5 berikut.



**Gambar 5.** Perbaikan Peralatan Pengaduk Bahan

Peningkatan pemasaran diperkuat dengan meningkatkan penawaran produk melalui media sosial yang ada dan memberikan merek pada kemasan produk. Kemasan diberikan berbagai variasi pada kemasan yang berbentuk kotak plastik dan diberi label merek, seperti terlihat dalam Gambar 6 berikut.



**Gambar 6.** Perbaikan Kemasan dan Pemberian Desain Merek

Solusi permasalahan manajemen usaha dan pencatatan keuangan berdasarkan SAK EMKM dan perancangan aplikasi penjualan dilakukan dengan memberikan pelatihan kepada mitra tentang manajemen usaha dan memberikan pemahaman konsep pencatatan keuangan berdasarkan SAK EMKM. Hal ini dilakukan untuk mempersiapkan mitra menjadi usaha yang lebih tertata dan memiliki pencatatan keuangan secara baik. Tampilan aplikasi pencatatan penjualan dan pencatatan keuangan usaha dapat dilihat pada Gambar 7 berikut.



**Gambar 7.** Aplikasi pencatatan Penjualan dan Pencatatan Keuangan Usaha

Pelaksanaan kegiatan pelatihan manajemen usaha diikuti oleh semua tenaga kerja yang ada termasuk pemilik, total berjumlah 4 orang. Tim pengabdian memberikan pemahaman secara umum dalam mengelola usaha dan kemudian baru ditekankan pada solusi yang akan diberikan kepada mitra untuk membantu dalam pengelolaan usaha. Diantaranya adalah menyiapkan sistem pencatatan keuangan yang terintegrasi berdasarkan pada standar akuntansi keuangan (SAK) EMKM dengan luaran laporan keuangan bagi mitra. Mitra sangat antusias dengan dibuatkannya sistem ini menggunakan *microsoft excell*.

Informasi data dan informasi yang dibutuhkan diberikan dengan baik oleh mitra. Kemudian adanya kendala penjualan menggunakan sistem pesanan, ini juga akan dibuatkan rancangan pencatatan penjualan menggunakan program *microsoft access*. Konsep yang digunakan adalah konsep database, artinya pesanan yang telah tercatat dan pelanggan yang melakukan pesanan akan tercatat dalam database. ini sangat memudahkan bagi mitra dalam memantau pelanggan dan memberikan informasi penjualan, karena data pelanggan sudah tersimpan dengan baik. Disisi lain, manfaatnya adalah mitra tidak salah mencatat nilai pesanan. Diharapkan pesanan yang telah tercatat dengan baik, akan memberikan data penjualan yang *update*. Dua aplikasi yang ditawarkan ini sangat dirasakan bermanfaat bagi mitra terlihat dari antusias pemilik dalam berdiskusi.

Aspek pengelolaan usaha juga terimplementasi pada kemasan dan merek dari mitra. Tim PKM memberikan rancangan label merek (berupa stiker) yang dapat ditempel di kemasan produk. Hal ini sangat efektif ketika produk diberikan dengan kemasan yang sudah berlabel, mitra secara tidak langsung melakukan promosi melalui kemasan dan pelanggan yang berminat dapat menghubungi kontak yang telah ada di dalam label merek. Diskusi terkait merek sangat menarik karena dapat memberikan cerminan dari usaha *Yuliwardi's Snack*.

Informasi yang telah diberikan selama proses diskusi dan tinjauan langsung ke lokasi mitra, kemudian dianalisis oleh tim PKM dan

mahasiswa sebagai bahan dalam merancang aplikasi yang dibutuhkan. Dalam kegiatan perancangan, mahasiswa secara intens tetap berdiskusi dengan pemilik, dengan dua media, langsung ke lokasi mitra dan bisa menggunakan *WhatsApp*. Akhir dari rancangan sistem pencatatan keuangan dan aplikasi pencatatan penjualan. Rancangan ini kemudian diuji coba menggunakan data simulasi. Pemilik sangat antusias dalam mencobakan program aplikasi ini dan siap untuk digunakan dalam operasional usaha. Tim PKM dan mahasiswa satu selama satu tetap melakukan pendampingan untuk memastikan program berjalan dengan baik. Kegiatan uji coba program dan pendampingan seperti pada Gambar 8 berikut.



**Gambar 8.** Kegiatan Uji Coba Program dan Pendampingan

## 2. Hasil Monitoring dan Evaluasi

Hasil kegiatan PKM secara keseluruhan dievaluasi dengan dua cara. Evaluasi pertama dilakukan dengan wawancara secara langsung kepada mitra, tentang program dan produk yang telah diberikan. Secara umum, aplikasi yang telah dirancang sudah sesuai dengan kebutuhan operasional usaha mitra.

Evaluasi kedua adalah melakukan evaluasi menggunakan sebaran kuesioner yang dibagi kepada seluruh mitra. Kuesioner disebar ke semua mitra yang terlibat dalam kegiatan PKM yaitu berjumlah empat orang. Hasil olahan kuesioner menyatakan bahwa kegiatan PKM sangat bermanfaat bagi mitra karena mampu meningkatkan kinerja usaha, kegiatan PKM mampu memudahkan pelaksanaan operasional usaha, kegiatan pengabdian sesuai dengan kebutuhan mitra dan kegiatan ini mampu mendorong mitra untuk meningkatkan peluang usaha dimasa depan. Hal ini terlihat dengan 100% mitra memberikan nilai maksimal (Sangat Baik). Hasil kebermanfaatan kegiatan PKM secara umum berdasarkan hasil kuesioner dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

**Tabel 1.** Hasil Kebermanfaatan kegiatan PKM secara umum

No.	Aspek/Indikator	Hasil evaluasi	Keterangan
1	Apakah kegiatan pengabdian masyarakat secara keseluruhan mampu membantu meningkatkan	4	Sangat Setuju

	kinerja dan produktivitas usaha?		
2	Apakah kegiatan pengabdian masyarakat mampu mempermudah pelaksanaan operasional usaha?	4	Sangat Setuju
3	Apakah kegiatan pengabdian masyarakat sesuai dengan kebutuhan mitra?	4	Sangat Setuju
4	Apakah kegiatan pengabdian masyarakat dapat mendorong peningkatan usaha dimasa mendatang?	4	Sangat Setuju

Berdasarkan rumus perhitungan besarnya peningkatan pada kegiatan kebermanfaatan kegiatan PKM yang dirasakan oleh mitra. Hasil evaluasi dapat dilihat dalam Tabel 2 berikut.

**Tabel 2.** Hasil peningkatan kegiatan PKM pada usaha *Yuliwardi's Snack*

No	Aspek/indikator	% Hasil Evaluasi		Peningkatan/ Penurunan
		Sebelum	Sesudah	
I	Perbaikan Alat Produksi/ Pengaduk			Rata peningkatan 16,6%
1	Waktu pelaksanaan produksi lebih cepat	75	100	Peningkatan sebesar 25
2	Kualitas produk yang dihasilkan lebih baik dan meningkat	75	100	Peningkatan sebesar 25
3	Kuantitas produk yang dihasilkan lebih banyak	50	50	Peningkatan sebesar 0
II	Aplikasi pencatatan keuangan dan pencatatan penjualan			Rata peningkatan 41,6%
1	Penggunaan aplikasi mampu menghemat waktu	50	100	Peningkatan sebesar 50
2	Penggunaan menu atau fitur aplikasi pencatatan penjualan dan aplikasi keuangan, mudah dipahami dan gunakan	50	100	Peningkatan sebesar 50
3	Penggunaan aplikasi mampu meminimalisir kesalahan pencatatan oprasional usaha	50	100	Peningkatan sebesar 50
4	Penggunaan aplikasi mampu menghasilkan Laporan keuangan lebih mudah dan cepat	50	100	Peningkatan sebesar 50
5	Aplikasi penjualan dan pencatatan keuangan sederhana mampu mempermudah dalam mengelola laporan keuangan usaha	75	100	Peningkatan sebesar 25
6	Apakah pendampingan tentang penggunaan aplikasi telah jelas dan dapat dipahami oleh mitra?	75	100	Peningkatan sebesar 25
III	Pemberian Merek Kemasan			Rata peningkatan 19,23%
1	Merek mampu meningkatkan	75	100	Peningkatan

	citra usaha			sebesar 25
2	Tampilan merek lebih menarik dan informatif	75	100	Peningkatan sebesar 25
3	Merek lebih mudah dikenali dan diingat oleh konsumen	75	81,25	Peningkatan sebesar 7,69

Berdasarkan hasil evaluasi di tabel 1, evaluasi pada kegiatan perbaikan alat produksi/pengaduk, mitra rata-rata mengatakan waktu dan kualitas produk memiliki peningkatan sebanyak 25 kali dari peningkatan 100. Sementara kuantitas yang dihasilkan dengan adanya alat ini tidak memberikan perubahan peningkatan. Pada kegiatan perancangan aplikasi keuangan dan pencatatan penjualan yang sebelumnya belum ada, aplikasi ini dirasakan sangat bermanfaat oleh mitra, terlihat adanya peningkatan nilai 50 dari nilai 100. Mitra merasakan penggunaan aplikasi mampu menghemat waktu, karena fitur yang digunakan mudah untuk dipahami, mampu mengurangi kesalahan dan mampu menghasilkan laporan keuangan dengan mudah dan cepat. Untuk penggunaan aplikasi ini, mitra masih merasakan kurang memahami, masih diperlukan pemahaman dan pendampingan terhadap penggunaan aplikasi. Evaluasi mitra terhadap kegiatan pemberian merek dirasakan memiliki kebermanfaatannya yang cukup baik. Namun manfaat merek bisa meningkatkan daya beli konsumen belum dapat terlihat dengan jelas, karena merek baru di bagi ke mitra sehingga perlu waktu untuk meninjau, apakah merek mempengaruhi penjualan bagi pelanggan.

Secara umum, menggunakan kuesioner yang disebar, 100% mitra mengatakan bahwa kegiatan ini sangat setuju, evaluasi menggunakan berupa pemahaman mitra dalam mengelola usaha dan produk yang diberikan ke mitra dalam membantu operasional usaha didalam Berdasarkan hasil kegiatan pelatihan yang telah dilakukan, mitra memberikan penilaian yang sangat baik.

### 3. Kendala yang Dihadapi

Kegiatan telah dilaksanakan dengan baik dan mitra *Yuliwardi's Snack* pun memberikan penilaian yang sangat baik berdasarkan hasil analisis kuesioner. Dalam pelaksanaan kegiatan tidak terdapat kendala yang signifikan dalam pelaksanaan kegiatan. Namun jika dilihat dari hasil kuesioner terhadap produk yang diberikan ke mitra, program dan desain merek yang diberikan belum dapat dirasakan kebermanfaatannya bagi mitra. Sehingga perlu pendampingan lebih lama, untuk bisa melihat perubahan dan pengaruh yang terjadi terhadap perkembangan usaha mitra.

## D. SIMPULAN DAN SARAN

Tim PKM telah melaksanakan program pemberdayaan pada usaha ubi jalar ungu *Yuliwardi's Snack*. Mitra telah memiliki mesin pengaduk ubi

jalar ungu (memberikan peningkatan operasional usaha rata-rata 16,6%), mitra telah memiliki aplikasi pencatatan keuangan dan aplikasi penjualan (memberikan peningkatan operasional usaha rata-rata 41,6%), dan telah memiliki merek yang dapat ditempel pada semua jenis kemasan (memberikan peningkatan operasional usaha rata-rata 19,23%).

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa kegiatan PKM merupakan kegiatan yang sangat dibutuhkan mitra. Seratus persen mitra menyatakan bahwa kegiatan PKM mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan mitra dalam mencapai kinerja usaha, memudahkan operasional usaha, dan mampu mendorong peningkatan usaha dimasa mendatang. Untuk memaksimalkan penggunaan aplikasi yang diberikan dalam kegiatan pemberdayaan ini, maka diperlukan waktu pendampingan yang cukup sehingga dapat melihat pengaruh kegiatan PKM terhadap perkembangan usaha.

Saran kegiatan selanjutnya terhadap luaran kegiatan PKM (berdasarkan hasil masukan dari mitra) adalah perlu adanya kegiatan evaluasi lebih lanjut terhadap produk luaran yang diberikan kepada mitra (terhadap aplikasi pencatatan keuangan dan aplikasi pencatatan penjualan, merek) dan bagaimana pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan. Selain itu mitra juga memberikan masukan terhadap kegiatan PKM selanjutnya, yaitu untuk membahas pengelolaan dan pengurusan pajak dagang (NPWPD) untuk usaha mikro, kecil dan menengah.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih Tim PKM disampaikan kepada Kementerian Riset dan Teknologi/Badan Riset dan Inovasi Nasional yang telah mendanai kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini dalam Skema Hibah Program Kemitraan Masyarakat (PKM) tahun pendanaan 2021. Tim PKM juga mengucapkan terima kasih kepada mitra PKM yaitu usaha *Yuliwardi's Snack* atas kesediaan dan kerja sama dalam melaksanakan kegiatan PKM.

### DAFTAR RUJUKAN

- Adino, I. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemahaman Pelaku Umkm Terhadap Sak Emkm : Survey Pada Umkm Yang Terdaftar Di Dinas Koperasi Dan Ukm Kota Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 2(3), 84–94. <https://doi.org/10.35446/akuntansikompetif.v2i3.388>
- Agustina, Y., Winarno, A., Habibi, M. M., Basuki, A., Alief, D., & Permata, I. (2021). Aplikasi Sistem Keuangan Elektronik: Solusi Mudah Pengelolaan Bank Sampah di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal KARINOV*, 4(1), 39–44. <http://sipsn.menlhk.go.id/>.
- Andarsari, P. R., & Dura, J. (2018). Implementasi pencatatan keuangan pada usaha kecil dan menengah ( studi pada sentra industri kripik tempe sanan di kota malang ). *Jurnal JIBEKA*, 12, 59–64. <https://media.neliti.com/media/publications/262609-implementasi-pencatatan-keuangan-pada-us-334acce7.PDF>
- Andriani, L., Atmadja, A. T., & Sinarwati, N. K. (2014). Analisis Penerapan

- Pencatatan Keuangan Berbasis SAK ETAP Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *E-Journal S1 Ak. Universitas Pendidikan Ganesha*, 2(1), 56–65. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/view/2254>
- Arini, dkk. (2020). Pentingnya Merek Dan Kemasan Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Dari Usaha Mikro Dan Kecil. *JURNAL ABDIMAS PeKA*, 3(2).
- BPS, S. B. (2019). *Profil Industri Mikro dan Kecil Provinsi Sumatera Barat 2019*.
- Budiyanto, N. E., Kurniasari, L., & Nurjayanti, E. D. (2019). Penguatan Usaha Keripik Pisang Melalui Perbaikan Peralatan Produksi. *Abdimas Unwahas*, 4(2), 138–141. <https://doi.org/10.31942/abd.v4i2.3040>
- Dewi Sartika Nasution. (2018). Peningkatan Kapasitas Manajemen Usaha Bagi Pelaku Usaha Sektor Industri UKM Roti Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Usaha Menuju Industri Mandiri. *TRANSFORMASI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 14(1), 27–34.
- Dongoran, F. R., Nisa, K., Sihombing, M., & Purba, L. D. (2016). Analisis Jumlah Pengangguran dan Ketenagakerjaan terhadap Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Medan. *Jurnal EduTech*, 2(2), 59–72.
- Fadillah, D. (2015). Model Komunikasi WOM Sebagai Strategi Pemasaran Efektif. *Humanika*, 15(September), 66–74.
- Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 0(0), 59–64. <https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>
- Permata, R. R., Safiranita, T., & Utama, B. (2019). Pentingnya Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Jawa Barat. *Dialogia Iuridica: Jurnal Hukum Bisnis Dan Investasi*, 10(2), 33–38. <https://doi.org/10.28932/di.v10i2.1133>
- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan ) ( The Effect of Brand Awareness and Brand Image on Purchasing Decisions ( Study of JNE Express Users in South Surabaya )). *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, VII(1), 25–29.
- Rahayu, P. (2012). *Food Science and Culinary Education Journal*. 1(1).
- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>
- Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 19(1), 76–86. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v19i1.575>
- Yohanna, L., Rorin Insana, D. M., & Sondari, E. (2016). Upaya Peningkatan Usaha Masyarakat Melalui Pengurusan Perizinan Usaha Dan Merek. *Jurnal Surya: Seri Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2, 73–77. [www.pustakadunia.com](http://www.pustakadunia.com)