

Pendampingan UMKM di Kota Bandung pada Aspek Pemasaran, Operasional, dan Keuangan

Teresia Debby^{1*}, Triyana Iskandarsyah², Indrasari Tjandraningsih³, Rismawati⁴, Rizka Aula Assaf⁵, Ignatius Bryan Abimanyu Wicaksono⁶
^{1,2,3,5,6}Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung, Indonesia
⁴Hukum, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung, Indonesia
e-mail: teresia_debby@unpar.ac.id¹, triyana@unpar.ac.id², indrasari@unpar.ac.id³, rismawati@unpar.ac.id⁴, rizkaaula@unpar.ac.id⁵, ignatius_20200170@unpar.ac.id⁶
* Penulis Korespondensi: E-mail: teresia_debby@unpar.ac.id

Abstract

Students of the undergraduate program of Management of the Faculty of Economics of the Parahyangan Catholic University Bandung, through the compulsory courses of Community Service, conducted support to MSMEs in Bandung aimed at helping to solve the problems faced by the owners. Service learning is a learning method that emphasizes the application of teaching knowledge in the middle of a community or community while interacting with a society or community, as well as being a solution to the issues faced by a community so that it can effectively apply the role of students and campus in doing devotion to the community. After the baseline assessment, the main problems faced by micro and small businesses include marketing, operational, and financial recording issues. During the twelve-week follow-up period, thirty-six micro and small enterprise units gained knowledge and were able to apply the accompanying results given in connection with the use of social media and e-commerce for promotion, increased K3 awareness and understanding of the financial aspects that included the calculation of cost of goods sold, sales financial records, also making a profit and loss balance sheet.

Keywords: Assistance; Financial Records; Marketing; MSME; MSME Assistance; Operations

Abstrak

Mahasiswa program studi sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan Bandung melalui mata kuliah wajib Pelayanan Kepada Masyarakat melakukan pendampingan terhadap UMKM di kota Bandung yang bertujuan untuk membantu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh para pemilik. Metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian ini adalah *service learning*. Di mana *service learning* merupakan sebuah metode pembelajaran yang memberikan penekanan pada penerapan pengetahuan perkuliahan ditengah-tengah masyarakat atau komunitas sekaligus berinteraksi dengan masyarakat atau komunitas serta menjadi solusi terhadap persoalan-persoalan yang dihadapi oleh masyarakat atau komunitas, sehingga mampu menerapkan secara nyata peran mahasiswa dan kampus dalam melakukan pengabdian kepada masyarakat. Setelah dilakukan *baseline assessment*, permasalahan utama yang dihadapi usaha mikro dan kecil meliputi masalah pemasaran, operasional dan pencatatan keuangan. Dalam masa pendampingan selama dua belas minggu, sebanyak tiga puluh enam unit usaha mikro dan kecil mendapatkan pengetahuan dan dapat menerapkan hasil pendampingan yang diberikan terkait pemanfaatan media sosial dan *e-commerce* untuk promosi, peningkatan kesadaran K3 dan pemahaman terhadap aspek-aspek keuangan yang meliputi penghitungan harga pokok penjualan, pencatatan keuangan, serta membuat neraca laba rugi.

Kata kunci: Operasional; Pemasaran; Pencatatan Keuangan; Pendampingan; Pendampingan UMKM; UMKM

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang telah berjalan selama hampir dua setengah tahun di dunia, sejak kasus pertama terjadi di Wuhan, Cina tanggal 31 Desember 2019 telah memberikan dampak yang luar biasa terhadap keadaan perekonomian. Kasus pertama di Indonesia terjadi pada tanggal 2 Maret 2020 dan masih berlangsung hingga sekarang. Keadaan

ekonomi di Indonesia pun tidak luput dari efek Covid-19, yang menyebabkan banyak anggota masyarakat yang kehilangan mata pencaharian baik akibat karena adanya pemutusan hubungan kerja (PHK) di berbagai pabrik dan perusahaan maupun akibat banyaknya usaha yang gulung tikar. Para karyawan yang terkena PHK banyak yang memulai peruntungan baru untuk membuka usaha mikro atau kecil di rumahnya masing – masing terutama membuat dan menjual makanan. Hal ini terbukti dari jumlah UMKM yang ada di Jawa Barat semakin meningkat dari 2019 – 2021; data dari Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Jawa Barat per September 2021 mencatat bahwa pada tahun 2019 terdapat 5.549.429 UMKM di Jawa Barat kemudian pada tahun 2020 jumlah tersebut meningkat menjadi 5.892.792 UMKM, dan data terakhir pada tahun 2021 terdapat 6.257.390 UMKM.

Membuka usaha memerlukan pertimbangan yang matang, dan mempertahankan keberlangsungannya terutama di tengah pandemi bukanlah hal yang mudah. Sebagai kontribusi, Pemerintah telah memberikan bantuan berupa kebijakan relaksasi kredit untuk para pemilik UMKM hingga April 2024 (Vap, 2022). Dengan adanya kebijakan ini, Pemerintah berharap bisa membantu keberlanjutan dan keberlanjutan UMKM yang ada di tengah keadaan yang masih tidak menentu. Selain itu, Pemerintah juga memberikan Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM) di mana setiap pemilik usaha mikro mendapatkan bantuan dana tunai sebesar Rp 1.200.000,- yang sudah disalurkan pada Juli – September 2021 (Putri, 2021, 5 Juli). Namun tidak semua bantuan yang diberikan oleh Pemerintah dapat dijangkau oleh para pemilik UMKM. Sebagai contoh untuk BPUM terdapat kategori penerima di antaranya usaha mikro yang menerima BPUM harus memiliki aset bersih dengan rata-rata Rp 50.000.000,- per bulan serta memiliki penghasilan per bulan dengan jumlah tertentu sesuai syarat yang ada. Bagaimana nasib para pemilik UMKM yang tidak memenuhi kriteria tersebut? Berdasarkan kondisi tersebut, tim penulis memutuskan untuk memberikan pendampingan UMKM bersama dengan mahasiswa/i program studi sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan melalui mata kuliah Pelayanan Kepada Masyarakat pada Semester Genap 2021/2022.

Pendampingan UMKM yang dilakukan terdiri dari beberapa kegiatan, yaitu identifikasi masalah yang ada pada UMKM yang dibina dengan metode *baseline assessment*, diskusi dengan UMKM terkait pemecahan masalah yang ada, pemberian pelatihan dan pendampingan, serta evaluasi hasil pendampingan. Dari keseluruhan hampir 150 orang mahasiswa yang dibagi dalam 36 kelompok yang masing-masing anggotanya terdiri dari 4 – 5 mahasiswa/i untuk mendampingi 36 UMKM dengan mayoritas UMKM yang bergerak di bidang kuliner dan sisanya bergerak di bidang *fashion*. Secara umum kondisi UMKM yang didampingi mengalami penurunan omzet secara drastis akibat adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) maupun Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Dengan adanya PSBB maupun PPKM tersebut maka diperlukan adanya kemampuan beradaptasi yang tinggi, baik itu dari pengelolaan keuangan hingga penggunaan teknologi komunikasi dan media sosial, serta inovasi.

Terdapat tiga aspek yang difokuskan dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM yaitu aspek pemasaran, operasional, dan keuangan. Pada aspek pemasaran terdapat keterbatasan pengetahuan mengenai pemasaran melalui media sosial (pemasaran digital) dan terbatasnya fasilitas yang dimiliki menjadi faktor utama UMKM mengalami kesulitan memasarkan produknya (Ramadhanty et al., 2021). Pemasaran digital adalah pemasaran yang dilakukan menggunakan akses internet, media sosial dan penggunaan perangkat digital lainnya. Media sosial merupakan salah satu produk digital yang dapat digunakan untuk berinteraksi antara pengguna (Nurhayati dan Ardianingsih, 2021).

Hendrawan (2019) menemukan bahwa pemasaran digital berdampak besar dan berpengaruh secara positif terhadap peningkatan penjualan. Hardilawati (2020) juga mengungkapkan hal yang sama terkait strategi yang dapat digunakan UMKM untuk

menjaga keberlangsungan yaitu dengan pemasaran digital seperti menggunakan *e-commerce*, melakukan perbaikan kualitas dan pelayanan, serta menjaga hubungan dengan konsumen. Pemasaran digital juga dapat berupa promosi produk melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, TikTok dan melalui *e-commerce* seperti Grab, GoJek, Shopee, Traveloka, Tokopedia, dan *platform e-commerce* lainnya.

Pada aspek operasional terdapat kesalahan produksi yang disebabkan oleh adanya *miss* komunikasi antara pemilik dan karyawan, ketersediaan informasi antara pemilik dan karyawan terkait stok yang masih kurang, serta adanya kesalahan dalam perhitungan pembelian bahan yang disebabkan karena perhitungan yang kurang teliti.

Sementara pada aspek keuangan masih ditemukan banyaknya UMKM yang tidak melakukan pencatatan keuangan dan secara umum para pengusaha UMKM belum melakukan pemisahan keuangan pribadi dan keuangan usaha. Selain itu Syahrenny et al. (2021) juga menemukan permasalahan yang sama di mana para pelaku UMKM di Kabupaten Bojonegoro tidak memisahkan aset pribadi dengan usahanya. Ditta dan Candrani (2023) mengungkapkan bahwa penting untuk dilakukannya pencatatan keuangan yang memisahkan antara keuangan pribadi dan usaha. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Chandra dan Rivaldo (2021) menunjukkan bahwa terdapat kendala pada pencatatan keuangan UMKM yaitu UMKM mencatat keuangan secara manual bahkan terdapat UMKM yang tidak memiliki pencatatan sama sekali serta mengalami kesulitan dalam menghitung omset, laba kotor dan laba bersih, bahkan harga pokok penjualan (HPP). Pembukuan secara manual tidak disarankan karena rentan kesalahan dalam perhitungan, rusak, maupun hilang. Pencatatan keuangan merupakan hal yang sangat krusial dan penting dalam menjalankan suatu usaha tidak terkecuali bagi para UMKM.

Berdasarkan *baseline assessment* yang dilakukan pada tahap identifikasi masalah UMKM terdapat beberapa masalah umum yang dihadapi para UMKM (Tabel 1) sebagai berikut:

Tabel 1. Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM

| Aspek Pemasaran |
|---|
| 1. Belum terdaftar di Google <i>Maps</i> sehingga konsumen juga kesulitan menemukan lokasi penjualan. |
| 2. UMKM hanya mengandalkan penjualan secara <i>offline</i> . |
| 3. Belum mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai media promosi UMKM. |
| 4. Belum memperhatikan pengemasan produk yang dijual. |
| Aspek Operasional |
| 1. Belum menyediakan alat pemadam kebakaran terutama untuk UMKM yang bergerak di bidang kuliner. |
| 2. Kebersihan di area kerja maupun area penjualan masih belum menjadi hal yang diperhatikan. |
| 3. Tidak adanya buku menu atau sudah memiliki buku menu namun buku menunya tidak menarik. |
| 4. Terdapat kesalahan produksi pada UMKM yang bergerak di bidang <i>fashion</i> karena kesalahan dari bagian produksi. |
| 5. Tidak ada pembagian kerja yang terstruktur sehingga menyebabkan terjadinya <i>miss</i> komunikasi. |
| 6. Adanya <i>miss</i> komunikasi perhitungan jumlah stok, sehingga mengakibatkan kehilangan kesempatan penjualan, disebabkan karena stok yang tercatat sudah habis. |
| 7. Kurang teliti dalam menentukan jumlah pembelian bahan baku untuk produksi, sehingga sering tidak terpakai (<i>mubazir</i>), kualitas menjadi tidak baik, atau kadaluwarsa. |
| Aspek Pencatatan Keuangan |
| 1. Tidak ada pencatatan keuangan. |
| 2. Ada pencatatan keuangan namun tidak lengkap dan tidak terstruktur. |
| 3. Pencatatan keuangan masih dikerjakan secara manual. |

4. Tidak ada pemisahan antara keuangan pribadi dan keuangan UMKM.
5. Belum dilakukan penghitungan harga pokok penjualan (HPP).

(Sumber : Hasil *baseline assessment* UMKM dampingan)

Berdasarkan hasil *baseline assessment* dapat dilihat bahwa mayoritas permasalahan yang terjadi dari aspek operasional dan juga aspek pencatatan keuangan, selain itu permasalahan dari aspek pemasaran yang utama yaitu bahwa UMKM yang akan didampingi belum memanfaatkan media sosial dan sarana pemasaran digital.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pendampingan UMKM dilakukan secara *offline* dan *online*. Kegiatan *offline* dilakukan dengan mendatangi langsung UMKM, sedangkan kegiatan secara *online* menggunakan Zoom maupun *Google Meet* untuk diskusi dan memberikan bahan pembelajaran baik berupa modul, video, maupun *template* media sosial yang bisa dipelajari di kesempatan yang lain. Pelaksanaan pendampingan ini dibagi menjadi empat tahapan utama yaitu (1) kunjungan awal untuk melakukan *baseline assessment* untuk mengetahui permasalahan apa saja yang sedang dihadapi oleh UMKM binaan, (2) diskusi dengan pemilik UMKM untuk mengetahui pendapat mereka terkait solusi permasalahan yang dihadapi, (3) pendampingan UMKM melalui penyuluhan yang diberikan terkait solusi permasalahan, (4) evaluasi kegiatan pendampingan. Berikut jadwal pelaksanaan pendampingan yang dilakukan untuk 36 UMKM binaan (Tabel 2):

Tabel 2. Jadwal Pelaksanaan Pendampingan UMKM

| Alokasi Waktu | Dilakukan Secara | Kegiatan Pendampingan |
|-----------------------------|---------------------------|--|
| 21 Februari – 18 Maret 2022 | <i>Online</i> | Pembekalan kepada mahasiswa/i yang dilakukan oleh dosen mata kuliah Pelayanan Kepada Masyarakat terkait pendampingan UMKM. |
| 21 – 28 Maret 2022 | <i>Offline</i> | Kunjungan awal berupa <i>baseline assessment</i> untuk mengetahui permasalahan apa saja yang sedang dihadapi oleh UMKM binaan. |
| 4 – 9 April 2022 | <i>Offline</i> | Diskusi dengan pemilik UMKM untuk mengetahui pendapat mereka terkait solusi permasalahan yang dihadapi. |
| 11 April 2022 | <i>Hybrid</i> | Pelaporan rencana kegiatan pendampingan UMKM oleh masing-masing kelompok untuk mendapatkan saran dan masukan dari seluruh dosen mata kuliah Pelayanan Kepada Masyarakat. |
| 25 – 29 April 2022 | <i>Online</i> | Diskusi dengan dosen kelas masing-masing mata kuliah Pelayanan Kepada Masyarakat terkait dengan pelaksanaan pendampingan UMKM. |
| 9 Mei – 17 Juni 2022 | <i>Offline dan Online</i> | Pendampingan UMKM terkait solusi permasalahan. |
| 20 Juni 2022 | <i>Hybrid</i> | Evaluasi kegiatan pendampingan UMKM. |

(Sumber : Tim pengabdian)

Berdasarkan Tabel 2 pelaksanaan pendampingan UMKM dimulai pada 21 Februari 2022 sampai dengan 20 Juni 2022 dengan metode *online*, *offline*, dan juga *hybrid*, dimulai dengan pembekalan kepada mahasiswa/i yang akan melakukan pendampingan UMKM sampai dengan evaluasi kegiatan pendampingan UMKM.

HASIL dan PEMBAHASAN

Berikut program-program yang telah dilakukan oleh mahasiswa dan dosen mata kuliah Pelayanan Kepada Masyarakat untuk membantu para pemilik UMKM binaan untuk menghadapi permasalahan yang dihadapi (Tabel 3):

Tabel 3. Kegiatan dalam Pendampingan UMKM Binaan

| Aspek Pemasaran |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuatkan <i>pin</i> lokasi UMKM di <i>Google Maps</i>. 2. Mendaftarkan UMKM ke platform <i>e-commerce</i> (GrabFood/ GoFood/ Shopee Food/ Traveloka Eats). 3. Memberikan penyuluhan terkait cara menggunakan GrabFood/ GoFood/ Shopee Food/ Traveloka Eats seperti cara membuka dan menutup toko, menerima pesanan, memasukkan menu dan harga, serta menarik uang yang masuk dari hasil penjualan. 4. Memperkenalkan media sosial kepada UMKM sebagai wadah promosi baik gratis maupun iklan berbayar. 5. Memberikan penyuluhan terkait membuat konten media sosial yang menarik menggunakan Canva. 6. Memberikan penyuluhan terkait pembuatan <i>caption</i> untuk media sosial. 7. Memberikan penyuluhan terkait pembuatan <i>content calender</i> untuk memudahkan UMKM dalam kegiatan di media sosial. 8. Membuatkan dan mengeksekusi <i>content calendar</i> terkait foto maupun video yang akan diunggah di media sosial. 9. Membantu untuk mendesain "<i>thank you card</i>" untuk disertakan untuk pengiriman produk non makanan. 10. Membuatkan konsep pengemasan yang menarik. |
| Aspek Operasional |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan sosialisasi terkait pentingnya kebersihan pada saat proses produksi maupun tempat usaha seperti penggunaan masker saat bekerja dan hal lainnya. 2. Membuat daftar menu bagi UMKM yang belum memilikinya maupun memodifikasi buku menu yang ada menjadi lebih menarik agar lebih menarik konsumen untuk mencoba menu-menu yang ada/dijual. 3. Menyediakan alat pemadam kebakaran (APAR) untuk meminimalisir risiko kebakaran. 4. Memberikan saran kepada UMKM untuk menyediakan makanan ringan secara gratis seperti kerupuk untuk UMKM yang proses pembuatan makanannya lama. 5. Memberikan terpal untuk menutupi sisi samping tenda pada saat hujan agar pelanggan tidak terkena cipratan air. 6. Membuatkan jadwal piket untuk membersihkan area kerja atau usaha. 7. Meminta kepada pemilik UMKM yang bergerak di bidang <i>fashion</i> untuk mencetak foto model pakaian yang akan diproduksi serta menempelkan jenis kain yang akan digunakan untuk meminimalisir kesalahan produksi. 8. Pembagian tugas yang terstruktur agar tidak terjadi miskomunikasi saat membuat pesanan konsumen baik itu produk yang dijual makanan maupun bukan makanan. 9. Membuat <i>stock level</i> untuk mengetahui ketersediaan bahan baku produksi, sehingga tidak terjadi miskomunikasi dan tidak berlebihan saat melakukan pembelian. |

Aspek Pencatatan Keuangan

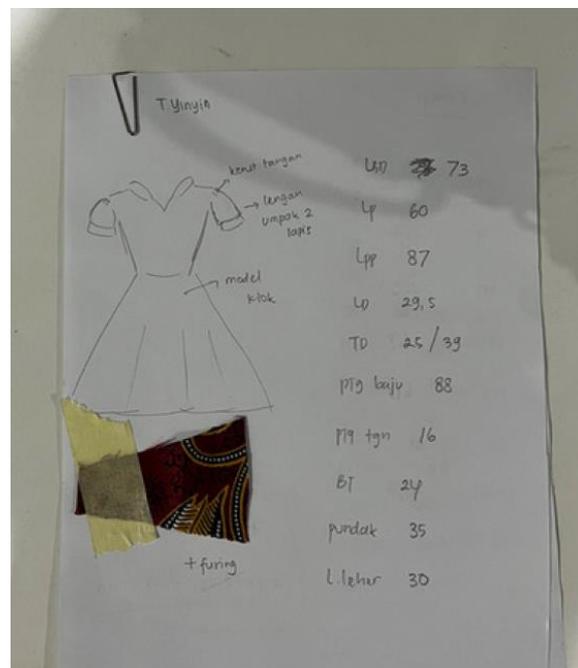
1. Memberikan penyuluhan tentang bagaimana mengelola keuangan yang baik dan melakukan pencatatan keuangan secara teratur.
2. Memberikan penyuluhan terkait cara menghitung HPP.
3. Memperkenalkan UMKM dengan aplikasi pencatatan keuangan gratis seperti aplikasi BukuKas.

(Sumber : Tim pengabdian)



Gambar 1. Penyuluhan Terkait Penggunaan Masker di Jobatika
(Sumber : Tim pengabdian)

Pada Gambar 1. mahasiswa memberikan penyuluhan terkait pentingnya penggunaan masker serta tata cara penggunaan masker yang benar di Jobatika, di mana sebelum ada penyuluhan tersebut para pekerja di Jobatika tidak menggunakan masker sama sekali padahal saat penyuluhan berlangsung angka Covid masih terbilang cukup tinggi, diharapkan dengan penggunaan masker para pekerja dapat meminimalisir risiko tertular Covid-19.



Gambar 2. Pemberian Gambar dan Potongan Bahan Untuk Mengurangi Kesalahan Produksi Di Jobatika
(Sumber : Tim pengabdian)

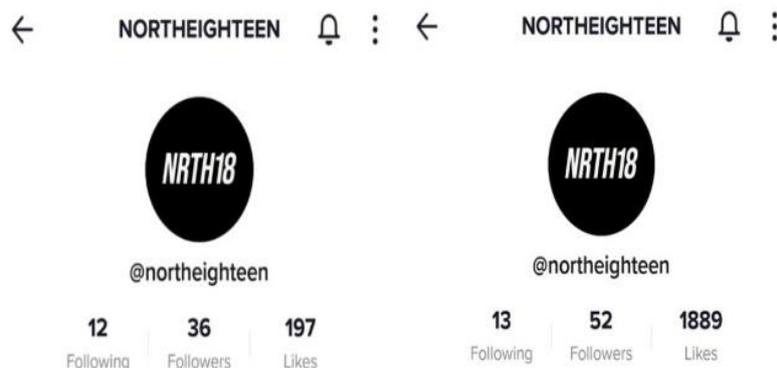
Para pekerja di Jobatika beberapa kali mengalami kesalahan ketika melakukan produksi seperti kesalahan penggunaan bahan ketika menjahit pesanan dari pelanggan. Hal

ini dikarenakan para pekerja hanya mencatat ukuran dari pelanggan sementara untuk bahannya hanya diingat saja tidak dicatat. Maka oleh karena itu para pekerja disarankan untuk menggambar model serta mencatat ukuran pada kertas HVS serta menempelkan potongan kain yang akan digunakan untuk proses produksi (Gambar 2), sehingga dengan adanya hal ini dapat meminimalisir kesalahan dalam proses produksi pesanan pelanggan.



Gambar 3. Pengemasan dan Pemberian "Thank You Card" dalam Kemasan Jobatika (Sumber : Tim pengabdian)

Pengemasan di Jobatika sebelumnya hanya dikemas dalam plastik saja sebelum dilakukannya pendampingan, namun setelah dilakukan pendampingan pengemasan dilakukan dengan menggunakan kotak dan juga diberikan "thank you card" (Gambar 3) sehingga dapat meningkatkan nilai yang ada dari produk Jobatika itu sendiri mengingat harga yang diberikan oleh Jobatika sendiri tidak murah serta produk yang dijual merupakan produk *custom* yang dibuat berdasarkan keinginan dari pelanggan.



Gambar 4. Peningkatan Jumlah *Follower* Tiktok dan Jumlah *Likes* pada Akun *Northeighteen* Setelah Pendampingan (Sumber : Tim pengabdian)

Setelah dilakukan program pendampingan UMKM berupa pemanfaatan media sosial dan pembuatan konten, akun Tiktok *Northeighteen* mengalami peningkatan dari jumlah *followers* yang sebelumnya 32 pengikut menjadi 52 pengikut serta sebelumnya hanya terdapat 197 *likes* menjadi 1889 *likes* (Gambar 4).



Gambar 5. Pendampingan UMKM Secara *Offline* dengan Mendatangi Surabi Doang
(Sumber : Tim pengabdian)

Kegiatan pendampingan juga dilakukan secara *offline* (Gambar 5) selain itu mahasiswa juga memastikan bahwa materi yang disampaikan secara *online* pun dapat diaplikasikan oleh para pemilik UMKM dengan langsung mendatangi langsung tempat UMKM.



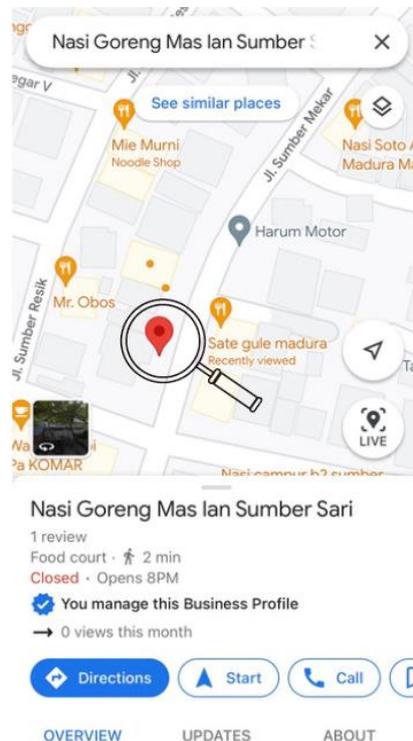
Gambar 6. Penyediaan APAR dan Pemberian Penyuluhan Terkait Keselamatan Kerja di Surabi Doang
(Sumber : Tim pengabdian)

Untuk UMKM yang kegiatan utamanya berhubungan erat dengan penggunaan api maupun peralatan listrik, maka akan diberikan pendampingan secara langsung terkait pentingnya APAR dan bagaimana cara penggunaannya, sebelumnya Surabi Doang ini tidak menyediakan APAR padahal proses produksi Surabi ini erat sekali dengan penggunaan api, dengan adanya APAR diharapkan dapat mencegah terjadinya kejadian yang tidak diinginkan seperti kebakaran (Gambar 6).



Gambar 7. Pemberian dan Pemasangan Terpal untuk Menghindari Cipratan Air di Kala Hujan di Surabi Doang (Sumber : Tim pengabdian)

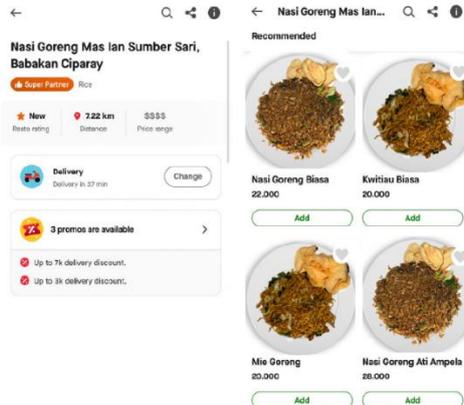
Lokasi Surabi Doang yang berada di pinggir jalan ketika terjadi hujan sering kali menyebabkan pelanggan yang makan terciprat air jika ada kendaraan yang lewat ataupun cipratan air hujan. Oleh karena itu melalui kegiatan pendampingan diberikan terpal plastik untuk dapat dipasang di sisi samping untuk meminimalisir cipratan air yang terkena ke konsumen ketika terjadi ketika hujan (Gambar 7).



Gambar 8. Membuat *Google Business* dan Titik *Google Maps* untuk Nasi Goreng Mas Ian (Sumber : Tim pengabdian)

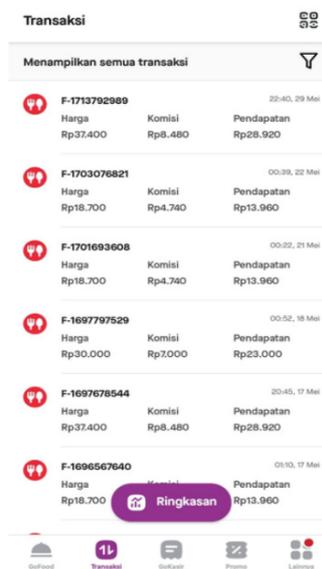
Nasi Goreng Mas Ian cukup dikenal dari mulut ke mulut (*word of mouth*), namun sering kali para konsumen yang akan datang mengalami kesulitan menemukan lokasinya

yang terletak dalam perumahan dan hanya berjualan dengan tenda dan gerobak. Oleh karena itu diharapkan dengan adanya pemasangan titik *Google Maps* (Gambar 8) dapat memudahkan konsumen untuk menemukan Nasi Goreng Mas Ian ini.



Gambar 9. Mendaftarkan Nasi Goreng Mas Ian di GoFood (Sumber : Tim pengabdian)

Selain pemasangan titik *Google Maps* untuk mempermudah dan membantu untuk meningkatkan penjualan dari Nasi Goreng Mas Ian, maka Nasi Goreng Mas Ian didaftarkan ke GoFood (Gambar 9) serta dibantu untuk dibuatkan foto produk yang menarik untuk dimasukkan ke GoFood. Selain itu pemilik diajarkan cara mengoperasikan GoFood tersebut agar dapat menerima pesanan pelanggan serta melakukan *update* menu maupun harga.



Gambar 10. Peningkatan Penjualan Nasi Goreng Mas Ian Melalui Transaksi di Gofood (Sumber : Tim pengabdian)

Terbukti dengan adanya GoFood Nasi Goreng Mas Ian dapat memperluas jangkauan pasarnya serta meningkatkan penjualan (Gambar 10). Selain itu awalnya tidak terdapat daftar menu di Nasi Goreng Mas Ian sehingga konsumen baru harus bertanya terlebih dahulu ada apa saja yang dijual dan harus bertanya lebih detail jika tidak mempunyai gambaran seperti apa makanan yang dijual. Oleh karena itu, kami membantu Nasi Goreng Mas Ian untuk membuatkan menu dan memasukkan foto produk yang kami foto dari

produk Nasi Goreng Mas Ian (Gambar 11) ke dalam menu sehingga memudahkan pelanggan baru untuk memilih menu yang diinginkan.



Gambar 11. Pembuatan Daftar Menu Nasi Goreng Mas Ian
(Sumber : Tim pengabdian)

KESIMPULAN

Terdapat tiga permasalahan utama yang dihadapi oleh para UMKM di Kota Bandung selain permodalan yaitu pemasaran, operasional, dan pencatatan keuangan. Untuk mengatasi hal ini pendampingan UMKM memfokuskan untuk memberikan penyuluhan terkait tiga permasalahan yang dihadapi tersebut diantaranya memberikan penyuluhan terkait cara menggunakan media sosial sebagai alat promosi dan penjualan serta penggunaan *e-commerce* sebagai media penjualan, memberikan penyuluhan terkait Kesehatan dan keselamatan kerja, memberikan penyuluhan terkait pencatatan keuangan sampai dengan menggunakan aplikasi BukuKas sebagai sarana pencatatan dan berbagai program lainnya yang dilakukan oleh mahasiswa/i dengan pendampingan dari dosen mata kuliah Pelayanan Kepada Masyarakat Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.

Hasil evaluasi kegiatan pendampingan yang dilakukan melalui wawancara ketika pendampingan selesai dilakukan, menunjukkan bahwa secara umum kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa/i dapat membantu unit-unit usaha dampingan dalam mengatasi masalah pemasaran, operasional, dan keuangan. Indikatornya antara lain tampilan promosi usaha di media sosial semakin menarik – dan beberapa berhasil menambah jumlah *follower* dan meningkatkan omset, pencatatan keuangan semakin rapi dan sistematis, keuangan usaha dan rumah tangga dipisah, serta proses produksi semakin efisien dengan penerapan K3 yang lebih baik.

Kami berharap kegiatan pendampingan ini dapat terus dilakukan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan dan juga dapat dilakukan oleh universitas lainnya agar dapat memberikan kontribusi nyata di tempat universitas tersebut berada. Selain itu, kami berharap agar kegiatan pendampingan seperti ini juga dapat dilakukan dengan jangka waktu yang cukup panjang seperti yang kami lakukan, bukan hanya pendampingan dengan jangka waktu 1 sampai dengan 3 hari atau seminggu saja, sehingga sifatnya bukan hanya sebagai pemberi motivasi namun menciptakan tindakan berupa perubahan nyata yang terjadi di UMKM yang mengikuti pendampingan tersebut. Dengan adanya kegiatan pendampingan UMKM pada mata kuliah Pelayanan Kepada Masyarakat, mahasiswa/i dapat terjun dan memberikan kontribusi secara langsung pada masyarakat terutama UMKM yang didampingi. Kegiatan ini juga membuka kesempatan bagi

mahasiswa/i untuk ikut membantu memberdayakan UMKM Indonesia khususnya dalam lingkup Kota Bandung.

Kami berharap kegiatan pendampingan ini dapat terus dilakukan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan dan juga dapat dilakukan oleh universitas lainnya agar dapat memberikan kontribusi nyata di tempat universitas tersebut berada. Selain itu, kami berharap agar kegiatan pendampingan seperti ini juga dapat dilakukan dengan jangka waktu yang cukup panjang agar lebih efektif dan dapat berkontribusi terhadap menciptakan perubahan nyata bagi UMKM yang mengikuti pendampingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chandra, B., & Rivaldo, R. (2021). Perancangan Sistem Pencatatan Akuntansi Berbasis Microsoft Access Pada Ukm Di Kota Batam. In *ConCEPT-Conference on Community Engagement Project* (Vol. 1, No. 1, pp. 2062-2069).
- Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Jawa Barat. (2021). Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat. <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-usaha-mikro-kecil-menengah-umkm-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat>
- Ditta, A. S. A., & Candrani, A. D. (2023). Pelatihan Pembukuan Sederhana dan Implementasi Point of Sales Pada UMKM Kota Madiun. *Society: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), 36-46.
- Hardilawati, W.L. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 10(1), 89-98.
- Hendrawan, A. (2019). Pengaruh marketing digital terhadap kinerja penjualan produk umkm asti gauri di kecamatan bantarsari cilacap. *Jurnal Administrasi Dan Kesekretarisan*, 4(1), 50-61.
- Nurhayati, S., & Ardianingsih, A. (2021). Analisis Digitalisasi Pemasaran Berbasis Sosial Media Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Pekalongan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24(1), 66-74.
- Putri, C.A. (2021, 5 Juli). UMKM Dapat Bantuan Rp 1,2 Juta, Ini Syarat Pengajuannya!. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20210705094008-4-258206/umkm-dapat-bantuan-rp-12-juta-ini-syarat-pengajuannya>
- Ramadhanty, C. A., Nadya, D. R., Mustaqimah, Z., & Yoshinta, R. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi Ukm Terdampak Covid-19 Di Kelurahan Sidorejo Temanggung. *Abdipraja (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), 31-42.
- Syahrenny, N., Kusmaeni, E., & Qonitah, I. (2021). Bimbingan Teknis Pencatatan Transaksi Keuangan Dalam Meningkatkan Daya Saing UKM Kabupaten Bojonegoro di Era Industri 4.0. *Society: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 93-101.
- Vap. (2022). Relaksasi Kredit UMKM Bakal Diperpanjang Hingga April 2024. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220723064248-4-357904/relaksasi-kredit-umkm-bakal-diperpanjang-hingga-april-2024>