



website. :

<http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAMH>

## Membantu UMKM Karang Tengah Profesional dalam Bidang Keuangan Agar Dapat Memaksimalkan dalam Meningkatkan Omset Dimasa Pandemi Covid-19

*Helping Karang Tengah MSMEs Professionals in the Financial Sector to Maximize in Increasing Turnover During the Covid-19 Pandemic*

Antonia Nona<sup>1)</sup>; Arip Rahman Setiadi<sup>2)</sup>; Suriadi<sup>3)</sup>; Wartono<sup>4)</sup>

Universitas Pamulang Email: [antonianona6@gmail.com](mailto:antonianona6@gmail.com)

**Abstrak:** Tujuan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah membantu UMKM Karang Tengah agar bisa profesional dalam keuangan dan cara meningkatkan omset usaha di masa pandemi. Kondisi dan masalah yang dihadapi UMKM Karang Tengah saat ini akibat pandemi adalah mereka kesulitan modal dalam usaha dan belum profesional mengelola keuangannya. Solusi dari kelompok kami adalah dengan mengajar cara mengaplikasikan market place online sebagai wadah untuk pemasaran produk UMKM dan memberikan trik dan cara untuk meningkatkan produk agar banyak diminati masyarakat serta cara mengelola keuangan dan bisa meningkatkan omset dari penjualan. Objek kegiatan PKM ini adalah UMKM Karang Tengah Kota Tangerang yang berjumlah kurang lebih 20 orang dengan lokasi Kantor Kelurahan Karang Tengah Tangerang. Metode yang digunakan adalah melakukan presentasi dan dengan tema profesional dalam bidang keuangan dan peningkatan modal di era pandemi. Kesimpulan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah UMKM profesional dalam keuangan dan mampu meningkatkan omset penjualan.

**Keywords:** Keuangan; Omset; Profesional; UMKM

**Abstract:** *The purpose of Community Service is to help Karang Tengah SMEs to be professional in finance and how to increase business turnover during the pandemic. The conditions and problems faced by Karang Tengah MSMEs currently due to the pandemic are that they have difficulty capital in their business and are not yet professional in managing their finances. The solution from our group is to teach how to apply an online market place as a forum for marketing MSME products and provide tricks and ways to improve products so that they are in high demand by the public as well as how to manage finances and increase sales turnover. The object of this PKM activity is the Karang Tengah UMKM, Tangerang City which reaches approximately 20*

*people with the location of the Karang Tengah Village Office, Tangerang. The method used is to make presentations with a professional theme in the field of finance and increasing capital in the pandemic era. The conclusion of this community service is that MSMEs are professional in finance and are able to increase sales turnover.*

**Keywords:** Finance; Turnover; Professional; MSME

## PENDAHULUAN

Di era pandemik covid-19 semua orang menerima dampak buruknya bukan hanya di Indonesia saja tapi mendunia. Hal ini menyebabkan banyak pengangguran, bangkrut di setiap usaha dan banyak hal lainnya. Tetapi tidak semua pelaku usaha mengalami kesulitan bahkan ada yang melonjak naik usahanya. UMKM yang mengalami kesulitan Salah satunya adalah UMKM Karang tengah Kota Tangerang. Bab I pasal 1 UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), maka yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah: 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang pribadi atau kelompok usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sesuai aturan undang-undang. 2) Usaha Kecil adalah usaha yang berdiri sendiri dan tidak termasuk anak perusahaan menengah atau besar yang dimilikinya ataupun berhubungan langsung dan tidak sesuai dengan aturan dalam UU. 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung. Dan hasil laba bersih an hasil penjualan tahunan diatur dalam undang-undang. Jadi UMKM adalah pelaku usaha secara pribadi atau kelompok tapi tidak merupakan bagian dari perusahaan besar dan diatur berdasarkan aturan undang-undang.

Masa pandemik covid UMKM Karang Tengah kota Tangerang mengalami penurunan jualan produk, kesulitan menjual produk, tidak bisa membalikan modal usaha sehingga omset sangat menurun. Berdasarkan Informasi dari UMKM tersebut

mereka juga kewalahan mengatur keuangan sehingga mereka menggunakan tabungan atau hasil jual sebelum pandemik digunakan sebagai modal usaha baru dan mengalami kerugian juga karena hasil produknya kurang laku. Modal Kerja merupakan investasi dalam harta jangka pendek atau investasi dalam harta lancar (*current assets*) yang dikategorikan menjadi dua yaitu modal kerja kotor dan Modal kerja bersih. Weston dan Brigham dalam Abbas (2018:97) berpendapat berbeda, bahwa manajemen modal kerja adalah investasi perusahaan dalam jangka pendek: kas, surat-surat berharga (efek), piutang, dan persediaan.. Jadi modal kerja adalah fondasi utama untuk mulai usaha dan bertujuan menghasilkan laba yang besar.

Keadaan ini membuat masyarakat atau pelaku usaha sangat resah dengan penjualan. Pemerintah setempat juga melakukan upaya dengan memberikan bantuan berupa uang, mempromosikan, mengadakan bazar dengan prokes yang ada. Namun tetap kesulitan karena banyak pelaku usaha yang kurang paham tentang aplikasi dan kecanggihan teknologi saat ini. Era pandemik pelaku UMKM dituntut untuk bisa menggunakan teknologi agar bisa melakukan penjualan dan promosi melalui aplikasi penjualan dan teknologi lain yang berkaitan dengan penjualan. Adapun pelaku UMKM Karang Tengah yang sudah memiliki place market atau sosial media tapi tidak bisa mengoperasikan maka pada pengabdian kali ini kami mengajarkan mereka mengoperasikan aplikasi dan sosial media tersebut.

Akibat dari segala kesulitan dimasa pandemik ini UMKM Karang Tengah mengalami penurunan omset secara drastis. Namun keadaan ini tidak membuat mereka menyerah tapi mereka selalu berusaha agar



keadaan menjadi normal. Omset adalah hasil pendapatan yang dihasilkan dari operasi bisnis normal dan termasuk diskon dan pengurangan untuk barang dagangan yang dikembalikan. Yang dilakukan untuk meningkatkan omset adalah faktor pemasaran (*marketing*), barang dan jasa harus layak dipasarkan (*marketable*) dan memasarkan dengan usaha yang maksimal dengan prinsip promosi (*promotion principle*) yang efektif termasuk dengan menggunakan media.

Menurut Wasis (dalam Nasikh, 2015) penerapan promosi yang memiliki 4 langkah atau target pemasaran antara lain: *Attention* yaitu menarik perhatian pembeli, *interest*: menimbulkan dan mempertahankan minat artinya produk harus memiliki daya tarik masyarakat, *desire*: membangkitkan keinginan, dan *action* : tindakan melakukan pembelian. Cara melakukan promosi yaitu (1). Perusahaan melakukan tugas penjualan secara keliling atau *door to door*, atau layanan pribadi. (2). Perusahaan menggunakan media massa dalam melakukan promosinya atau 'advertising' (periklanan) (3). Perusahaan melakukan promosi penjualan, atau sering juga disebut dengan 'sales promotion' supaya produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat maka sebelumnya melakukan observasi (*marketing mix*) yang tepat yang terdiri dari 4p yaitu: *product, price, promotion dan place*.

Dalam meningkatkan omset bisa lakukan 4p diatas:

- a. *Product*: hasil produksi yang dihasilkan UMKM harus berkualitas baik, kemasan harus ramah lingkungan, bervariasi jenisnya, bersih. SDM atau pelaku UMKM harus kreatif, keterampilan baik dan inovatif serta berpikir lebih maju dan mengikuti perkembangan.
- b. *Price*: harga yang ditawarkan harus terjangkau sehingga bisa dijangkau oleh semua kalangan.
- c. *Promotion*: penawaran produk/ memperkenalkan produk dilakukan promosi menggunakan teknologi,

market place, sosmed, media cetak dan sebagainya.

- d. *Place*: lokasi yang digunakan harus strategis, mudah ditemukan dan bisa dijangkau oleh aplikasi distribusi seperti grab, gojek dan lainnya.

Selain itu juga menyediakan jasa pendistribusian produk bagi pelanggan yang jauh, menyediakan juga media pembayaran secara online, scan barcode, transfer dan sebagainya sehingga bisa dilakukan pembayaran dimana saja. Hal ini memudahkan pelanggan dan bisa menarik perhatian mereka untuk selalu berbelanja ditempat usaha kita, pelayanan juga salah satu factor yang penting jadi pelaku usaha harus melayani pelanggan dengan ramah, baik agar mereka nyaman dan dihargai.

Menurut M. Angga Friandika ada lima kunci meningkatkan omset yaitu:

- a. *Time management* artinya para pelaku UMKM harus mampu mengatur waktu untuk mempromosikan produk agar dilakukan secara rutin dan teratur. Pelaku UMKM harus konsisten dengan waktu yang sudah di atur.
- b. *Teamwork* artinya antara pelaku UMKK harus bekerja sama dalam mencapai tujuan usaha, tidak mementingkan kepentingan pribadi yang bisa menyimpang dan merugikan usaha.
- c. kreatif dan inovatif: pelaku UMKM dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menghasilkan karya dan produk agar peminat dan pelanggan tertarik dengan produk UMKM setempat.
- d. Database artinya harus menyimpan data pelanggan agar bisa dihubungi sewaktu diperlukan.
- e. *Price*: memberikan harga special atau diskon variasi untuk menarik pelanggan agar bisa reorder.

## METODOLOGI PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di UMKM Karang Tengah Kota Tangerang dengan alamat Jl. Raden Saleh



No.20 RT/RW 003/008 Karang Tengah Kec. Karang Tengah Kota Tangerang, Banten pada tanggal 13 desember 2020 dengan dihadiri 20 peserta UMKM dan SEKLUR sebagai bentuk apresiasi pemerintah setempat untuk kegiatan pengabdian ini. Kegiatan penelitian ini dihadiri 20 orang UMKM dan pemerintahan setempat.

Metode yang di gunakan adalah yang pertama melakukan presentasi materi tentang bagaimana cara UMKM bisa menjadi profesional dalam keuangan dan meningkatkan omset penjualan dimasa pandemic. Tujuan presentasi agar ada interaksi dan saling berbagi ilmu antara pemerintahan, UMKM dan Mahasiswa PKM agar bisa mencapai tujuan teman PKM. Selanjutnya ada tahap diskusi dimana setiap anggota UMKM berhak menanyakan, berbagi pengalaman dan menceritakan kesulitan agar bisa di carikan solusinya.

Adapun tahapan atau rencana untuk melakukan kegiatan ini sebagai berikut:

Tahap persiapan: tahap untuk menyiapkan alat dan bahan yang digunakan pada saat kegiatan nanti, berkoordinasi dengan pihak setempat agar segala berjalan baik, mempersiapkan materi dengan tema "Membantu UMKM professional dan cara meningkatkan omset penjualan".

Tahap penentuan lokasi: Tahap dimana melakukan survei ketempat yang dijadikan objek kegiatan pengabdian masyarakat sesuai dengan tema agar bisa terkoodinir. Tahap pelaksanaan kegiatan: melaksanakan serangkaian kegiatan sesuai dengan rencana, pemberian materi, diskusi dan sebagainya berdasarkan tema yang digunakan. Tahap laporan hasil: berdasarkan pelaksanaan dan data yang dikumpulkan melalui dokumentasi, wawancara, diskusi antara pihak yang terlibat maka dibuatkan laporan dalam bentuk jurnal dan video. Tahap publikasi: tahap akhir dalam kegiatan PKM dengan mengupload hasil melalui karya tulis (jurnal) ke jurnal terbuka dan upload melalui youtube berdasarkan data yang akan dijadikan refensi untuk pelaksana berikut.

## HASIL DAN DISKUSI

Kegiatan PKM yang diadakan di Kelurahan kota Tangerang bersama kelompok UMKM setempat mendapat antusias dan dukungan dari pihak pemerintah setempat menyadari pentingnya kelompok UMKM tersebut mendapatkan ilmu dan trik menjadi profesional dalam keuangan dan meningkatkan omset untuk mencapai tujuan UMKM setempat. Menurut Wardiningsih (2017) peran UMKM sangat penting dalam pembangunan ekonomi, politik dan social dalam menyediakan tenaga kerja, barang dan jasa bagi konsumen dengan harga sedang bahkan rendah.

Pelaksanaan PKM ini dilihat cukup berhasil karena pelaku dan pemerintah sangat antusias bahkan mereka membawa produk masing-masing untuk di promosi dan dijual.

Selain itu para UMKM sangat tertarik untuk berdiskusi dengan materi yang dipresentasikan sehingga terlihat jelas interaksi dan komunikasi antara kedua pihak sangat baik. Dalam kegiatan ini juga kami mengajarkan cara menggunakan aplikasi *market place* sebagai media promosi produk UMKM agar bisa dikenal masyarakat luas dengan tujuan bisa mengembalikan modal dan meningkatkan omset jualan karena banyak pelaku UMKM juga kurang paham tentang sosial media/ platform digital yang bisa digunakan.

Selain itu kita memberikan tips dan trik agar omset mereka bisa naik dengan meningkatkan kreatifitas dan inovasi dalam produk seperti menambah varian rasa, bentuk, citarasa dan lain-lain agar konsumen lebih tertarik dengan produk mereka daripada yang lainnya. Untuk keuangan disarankan untuk memiliki catatan lengkap berupa laporan keuangan yang jelas sehingga tidak membingungkan dan salah guna uang tersebut. Dalam kegiatan tersebut kami juga memberikan bansos dan mengadakan *Give Away* dengan memeberikan pertanyaan dan tanggapan sesuai tema untuk menambah semangat pelaku UMKM.



Adapun dokumentasi dari rangkaian kegiatan tersebut adalah sebagai berikut:

Gambar 3: Foto sesi diskusi antara pihak UKM dan para narasumber.



Gambar 1: Foto bersama pelaku UMKM Karang Tengah dengan Mahasiswa.



Gambar 4: Foto pemaparan dari pihak mahasiswa.



Gambar 2: Foto sambutan dari Sekertaris Camat Karang Tengah.



Gambar 5: Foto pemaparan dari pihak mahasiswa.



Gambar 6: Foto produk UMKM Karang Tengah.



Gambar 7: Foto simbolis pemberian bantuan dari pihak mahasiswa Univeritas Pamulang kepada pihak UMKM.

dan menerima pendistribusian prodak ke semua wilayah.

### UCAPKAN TERIMA KASIH

Sehubungan telah dilaksanakannya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang telah berjalan dengan baik, maka para pelaksana PKM mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak terkait:

1. Dosen pembimbing PKM Universitas Pamulang
2. Pihak Kelurahan Karang Tengah (SEKLUR) yang bersedia memberikan tempat sebagai sarana kegiatan.
3. Bapak Hesto. S (Sekertaris Camat), Ibu Siti. S (Sekertaris Lurah) yang memberikan dukungan dan motivasi bagi pelaku UMKM serta meluangkan waktu untuk menghadiri kegiatan PKM.
4. UMKM Karang Tengah yang telah meluangkan waktunya, menjadi objek PKM, serta telah berbagi pengalamannya
5. Organisasi Aksi Cepat Tanggap (ACT) yang telah turut serta dan berkontribusi dalam penyaluran bantuan kepada pihak UMKM.
6. Pihak wartawan media cetak yang menyempatkan waktu untuk meliputi kegiatan PKM.

### KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Karang Tengah Kota Tangerang dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Pelaku UMKM setempat membutuhkan penyuluhan atau ilmu yang berkaitan dengan tema UMKM yang professional dan tips meningkatkan omset masa pandemic.
- b. Pelaku UMKM bisa mengoperasikan *market place* dan memahami pemakaian platform digital dan sosmed, internet lainnya sebagai wadah promosi penjualan dan juga pencatatan laporan keuangan secara teratur.
- c. Berdasarkan hasil diskusi pelaku UMKM sangat siap membuat kreatifitas dan lebih inovasi dalam menciptakan produk, lebih giat promosi dan lebih semangat dalam usaha meskipun masih pendemik.
- d. Pelaku UMKM Karang Tengah siap meningkatkan kualitas produk, pelayanan

### DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, D. (2018). Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Ukm Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 95–111. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i1.4991>

Hapsoro, B. B., Palupiningdyah, & Slamet, A. (2019). Peran Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Omset. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 23(2), 117–120.

Lindung Bulan, T. P. (2015). Pengaruh Modal Kerja terhadap Tingkat Profitabilitas pada PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 4(1), 196979.

Mada, L. G. (2021). *Surat Keterangan Mahasiswa Aktif* (p. 6491298).

Prayogo, tony setyo, & Masqudi, A. (2016). Analisis Sumber Dan Penggunaan Modal Kerja Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Pada PT. Timah (PERsero) Tbk (Pengamatan Di BEI Periode 2009-2012). *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 01(01), 109–118.

Pt, P., Dwi, G., & Cabang, L. (2017). 1, 2, 3. 3(2).

Sarwani, S., Sunardi, N., AM, E. N., Marjohan, M., & Hamsinah, H. (2020). Penerapan Ilmu Manajemen dalam Pengembangan Agroindustri Biogas dari Limbah Kotoran Sapi yang Berdampak pada Kesejahteraan Masyarakat Desa Sindanglaya Kec. Tanjungsiang, Kab. Subang. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(2).

Sunardi, N., & Lesmana, R. (2020). Konsep Icepower (Wiramadu) sebagai Solusi Wirausaha menuju Desa Sejahtera Mandiri (DMS) pada Masa Pandemi Covid-19. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 4(1).

Sunardi, N., Hamsinah, H., Sarwani, S., Rusilowati, U., & Marjohan, M. (2020). Manajemen Pengelolaan Budidaya Ikan Laut (Sea Farming) Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Kepulauan Seribu, DKI Jakarta. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(2).

Sunardi, N., Lesmana, R., Kartono, K., & Rudy, R. (2020). Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi Umkm Pasar Modern Intermoda Bsd City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 2(1).

Sunardi, N., Lesmana, R., Tumanggor, M., & Kadim, A. (2019). Implementasi Ilmu Manajemen dalam Mewujudkan Pembangunan Masjid Raya Abdul Kadim, Yayasan Ar-Rohim, Kab. Musi Banyuasin, Propinsi Sumatera Selatan. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(1).

WARDININGSIH, S. S. (2017). Pengaruh Modal Kerja, Aset, Dan Omzet Penjualan Terhadap Laba Ukm Catering Di Wilayah Surakarta. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 5(1), 84–93. <https://doi.org/10.26486/jpsb.v5i1.328>

Widharma, D. A., Monika, D. T., Ulum, H., Mardhatillah, K., Supratikta, H., Nugroho, A., Pamulang, U., & Selatan, T. (2021). , *PELATIHAN BEDAH SOAL PSIKOTES DALAM MENGHADAPI DUNIA KERJA PADA*. 1(April).

Kumpulan Tips Praktis untuk UMKM Beradaptasi dalam Merespon Dampak COVID-19  
Kemenkop UKM