



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia
EKALAYA

Vol. 1, No. 1, Januari, 2022 hal. 1-120

Journal Page is available to <http://ekalaya.nindikayla.com/index.php/home>



UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN DAN STRATEGI BISNIS DI MASA PANDEMI COVID-19 DENGAN MEMANFAATKAN APLIKASI DIGITAL

Daffa Mahardhika¹, Gina Laras Putri², Nova Trisna Oktavia³

^{1,2,3}Universitas Bina Nusantara

Email: daffadhika7@gmail.com

ABSTRACT

Bisnis KuyKuyDrink merupakan salah satu bisnis yang paling diminati dan sedang tren dimasa sekarang ini. Banyak pelaku usaha yang menjalankan bisnis ini karena bisnis tersebut banyak diminati oleh masyarakat khususnya anak muda. Hal tersebut dibuktikan dengan semakin banyaknya usaha KuyKuyDrink yang berdiri dari waktu ke waktu dan tentunya dengan ciri khas rasa dari masing-masing usaha. Tetapi ada juga pelaku usaha KuyKuyDrink yang gulung tikar atau bangkrut, karena strategi pemasaran yang digunakan tidak tepat dan kualitas pelayanan yang kurang optimal. Tujuan Pengabdian ini guna untuk mengetahui bagaimana metode penjualan dengan direct marketing dan pemanfaatan sosial media mampu untuk menambah jumlah penjualan minuman KuyKuyDrink. Hasil dari Pengabdian ini menunjukkan peningkatan pendapatan penjualan tidak hanya dilakukan dengan metode direct marketing tetapi juga sosial media menjadi salah satu media untuk peningkatan pemasaran produk ini. Dengan adanya pembukuan yang memadai pemilik dapat melakukan perhitungan yang akurat terhadap biaya-biaya yang dikeluarkan sehingga dapat menekan jumlah biaya yang ada yang tujuannya untuk memperoleh laba sebagaimana yang diharapkan. Pemilik disarankan untuk lebih mengutamakan sosial media dengan tujuan supaya produk yang ditawarkan diketahui banyak orang, dan tentu juga akan meningkatkan pendapatan.

Kata Kunci: Strategi Bisnis, Aplikasi Digital

ABSTRACT

KuyKuyDrink's business is one of the most in-demand and trending businesses in today's times. Many business actors run this business because the business is in great demand by the public, especially young people. This is evidenced by the increasing number of KuyKuyDrink efforts that stand up from time to time and of course with the characteristic taste of each business. But there are also KuyKuyDrink business actors who have gone out of business or went bankrupt, because the marketing strategy used was not right and the quality of service was less than optimal. The purpose of this study is to find out how the sales method with direct marketing and the use of social media is able to increase the number of sales of KuyKuyDrink drinks. The results of this study show that the increase in sales revenue is not only carried out by direct marketing methods but also social media is one of the media for increasing marketing of this product. With adequate bookkeeping, the owner can make an accurate calculation of the costs incurred so as to reduce the amount of existing costs whose purpose is to obtain the expected profit. Owners are advised to prioritize social media with the aim that the products offered are known to many people, and of course it will also increase income.

Keywords: Business Strategy, Digital Applications

LATAR BELAKANG PENGABDIAN

Bisnis KuyKuyDrink merupakan salah satu UMKM yang bergerak pada penjualan usaha minuman yang sedang tren saat ini, minuman ini menyediakan berbagai varian rasa yang tentunya harganya terjangkau. Minuman dengan kualitas terbaik, dikemas secara menarik dengan cup berkarakter. KuyKuyDrink juga menawarkan penawaran menarik

yaitu menyediakan pembelian 2 gratis 1. KuyKuyDrink juga dipasarkan melalui social media dan strategi bisnis yang bagus. KuyKuyDrink juga menyediakan system order yang dapat memudahkan konsumen tanpa harus datang kelokasi yaitu dengan cara memesan lewat social media.

Dalam upaya meningkatkan pendapatan bisnis, agar pendapatan meningkat lakukan penyesuaian diri dalam hal produk dan lakukan beberapa strategi pemasaran untuk tetap bertahan, terlebih dimasa pandemic Covid-19 saat ini. Ada beberapa hal yang dapat dilakukan yaitu memperbarui sistem pemasaran, karena bisnis yang mampu bertahan adalah bisnis yang resposif terhadap perubahan lingkungan. Perbaiki kualitas produk dan pelayanan, dimasa pandemic sekarang ini konsumen lebih berhati-hati dalam mengkonsumsi makanan. Selain itu keterbatasan konsumen dalam melakukan pembelian langsung juga berdampak pada berkurangnya secara signifikan jumlah pembelian konsumen.

Pertumbuhan industri makanan & minuman di Indonesia mengalami peningkatan. Hal ini yang mendasari "BERKAT YAKIN" mengambil industri minuman sebagai fokus bisnis, yaitu bisnis KuyKuyDrink.

Pandemi COVID-19 yang terjadi di berbagai negara kerap berubah menjadi krisis ekonomi. Hal tersebut turut berdampak salah satunya pada sektor UMKM selaku penggerak perekonomian. Namun, UMKM selalu dapat bertahan dan bangkit dari krisis yang terjadi. Sektor UMKM terbukti tangguh dan memiliki daya tahan yang kuat dalam menghadapi krisis tersebut. Alasan-alasan UMKM bisa bertahan dan cenderung meningkat jumlahnya pada masa krisis adalah yang Pertama sebagian besar UMKM memproduksi barang konsumsi dan jasa-jasa dengan elastitas permintaan terhadap pendapatan yang rendah.

Mereka juga harus kreatif dan inovatif agar nantinya konsumen dapat tertarik kepada produk mereka. Karena pada saat ini penggunaan internet sudah menjadi kebiasaan yang tidak bisa ditinggalkan. Apalagi mengingat kondisi pandemi saat ini pelaku usaha harus siap dalam menggunakan internet khususnya Digital Marketing jika mereka masih ingin mengembangkan usahanya. Digital marketing sendiri merupakan suatu kegiatan pemasaran yang menggunakan sebuah teknologi yang mempunyai tujuan dalam meningkatkan pengetahuan para konsumen dengan menyesuaikan kebutuhan yang mereka butuhkan.

Berkembangnya teknologi membuat minuman KuyKuyDrink semakin mudah didapatkan dan diolah. Kemudahan dalam mengolah minuman KuyKuyDrink dan permintaan yang semakin meningkat membuat peluang usaha aneka minuman milkshake semakin terlihat. Peluang bisnis makanan beku masih terbuka lebar. Dengan modal yang kecil dan cara pengelolaan barang yang mudah, tentu bisnis ini akan memberikan keuntungan yang menjanjikan buat kamu.

Sebelum memutuskan untuk memulai bisnis ini, kami satu kelompok terlebih dahulu memikirkan tips bisnis dalam menjalankan usaha minuman KuyKuyDrink berikut ini:

1. Melakukan rapat bersama tim "Berkat Yakin" mata kuliah kewiraswastaan dalam waktu yang terukur dan tersistem.
2. Menentukan unit usaha yang akan dijual dengan memperhatikan pasaran yang sedang trend.
3. Menentukan lokasi penjualan produk yang dapat menguntungkan unit usaha.
4. Membuat laporan perminggu hasil kinerja unit usaha
5. Melaksanakan kegiatan penjualan langsung kelapangan dengan tetap mematuhi protocol kesehatan.

6. Menulis hasil kegiatan unit usaha dalam bentuk laporan kegiatan lapangan kewirausahaan kemudia menyerahkan kepada dosen pengajar mata kuliah kewiraswastaan sesuai dengan arahan dan prosedur yang telah ditentukan.

Terdapat 6 Komponen Perencanaan Bisnis Penting untuk suatu Perusahaan :

1. Membuat Deskripsi Bisnis

Deskripsi bisnis bertujuan untuk menjelaskan secara singkat apa bidang usaha yang akan dijalankan, beserta potensi produk dan kemungkinannya untuk bertahan dan berkembang di masa depan.

2. Perencanaan Usaha Melakukan Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah merupakan salah satu komponen perencanaan usaha juga rencana bisnis yang penting. Strategi pemasaran yang akan dijalankan harus merupakan hasil analisa pasar yang telah dilakukan dengan cermat. Analisa pasar adalah kekuatan yang harus digunakan untuk menciptakan target pembeli.

3. Perencanaan Usaha Membuat Analisa Pesaing

Analisa pesaing digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan pesaing dalam satu pasar yang sama. Setelah menemukan kekuatan dan kelemahan dari produk pesaing, kemudian perusahaan dapat mencari strategi untuk memasarkan produk dengan cara yang berbeda dengan pesaing. Komponen perencanaan usaha juga rencana bisnis yang satu ini penting agar bisnis Anda bisa bertahan dan mengalahkan bisnis sejenis lainnya.

2. Desain Pengembangan

Rencana desain dan pengembangan diperlukan untuk menunjukkan tahap perencanaan produk, grafik pengembangan dalam konteks produksi dan penjualan. Selain berguna untuk mengetahui rencana usaha ke depan, desain pengembangan juga akan mempengaruhi perencanaan pembiayaan usaha.

3. Rencana Operasional dan Manajemen

Rencana operasional dan manajemen dibuat untuk menjelaskan bagaimana usaha akan berjalan dan berkelanjutan. Komponen ini berfokus pada kebutuhan logistik perusahaan, misalnya bermacam tugas dan tanggung jawab tim manajemen, bagaimana prosedur penugasan antar divisi dalam perusahaan, serta kebutuhan anggaran dan pengeluaran yang berkaitan dengan operasional perusahaan.

4. Menghitung Pembiayaan

Faktor pembiayaan menjadi komponen perencanaan usaha juga rencana bisnis yang krusial. Dari mana sumber dana berasal, bagaimana mengatur anggaran agar efisien dan usaha dapat berjalan lancar adalah tugas penting yang harus direncanakan dalam komponen pembiayaan.

Sebagai pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), kita patut berbangga, karena UMKM di Indonesia ikut menyumbang pertumbuhan ekonomi dengan pencapaian sebesar 60%. Apalagi di masa pandemi COVID-19 seperti sekarang ini. UMKM bisa menjadi salah satu harapan untuk mengurangi adanya jumlah pengangguran di Indonesia, sekaligus semakin membuka luas adanya lapangan pekerjaan baru. Ada beberapa cara dalam pengembangan usaha (UMKM) yang kami jalankan yaitu :

1. Menentukan Harga Sesuai dengan Kualitas yang Maksimal

2. Memilih Jenis Produk yang Tepat

3. Pilihlah Sumber Daya Manusia yang Terbaik

4. Lakukan Sistem Promosi

5. Memilih Dimana Lokasi Paling Strategis

Strategi Pemasaran

1. Upaya Meningkatkan Pendapatan Unit Usaha dimasa Pandemi Covid-19

Lakukan beberapa strategi pemasaran untuk tetap bertahan, terlebih dimasa pandemic

Covid-19 saat ini. Ada beberapa hal yang dapat dilakukan yaitu memperbaiki sistem pemasaran, karena bisnis yang mampu bertahan adalah bisnis yang responsif terhadap perubahan lingkungan. Perbaiki kualitas produk dan pelayanan, dimasa pandemic sekarang ini konsumen lebih berhati-hati dalam mengkonsumsi makanan. Selain itu keterbatasan konsumen dalam melakukan pembelian langsung juga berdampak pada berkurangnya secara signifikan jumlah pembelian konsumen. Untuk itu pelaku UMKM harus melakukan perbaikan kualitas produk untuk dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan secara intensif mengkomunikasikan terhadap kualitas produk. Selain itu kami juga menganalisa keuntungan bisnis secara profesional, misalnya dengan cara menghitung berapa keuntungan yang dihasilkan setiap satu produk dengan perincian yang jelas, dan mengusahakan untuk hindari penggunaan kas yang berlebihan untuk keperluan pribadi.

2. Strategi Bisnis Yang Bisa Diterapkan Pada Usaha dimasa Pandemi Covid-19

Strategi kompetitif, strategi ini adalah usaha harus melakukan penghematan agar biaya rendah, dan fokus melayani konsumen. maka konsumen yang ada harus tetap dipertahankan dengan fokus pada kualitas dengan mempertahankan dan meningkatkannya. Kemudian memilih supplier yang tepat juga merupakan pilihan yang efektif untuk menekan anggaran yang berlebih dalam membeli barang yang akan dijual kembali kepada calon pembeli, mencoba untuk menerapkan harga yang lebih rendah dari pesaing namun tentu dengan selisih harga yang tidak merugikan usaha sendiri dan terpenting untuk tetap menjaga kepercayaan konsumen.

3. Cara yang Dapat Dilakukan Dalam Memasarkan Produk dimasa Pandemi Covid-19

Dimasa pandemic pemasaran digital sangatlah efektif untuk digunakan dalam pemasaran usaha. Digital marketing sendiri merupakan suatu kegiatan pemasaran yang menggunakan sebuah teknologi yang mempunyai tujuan dalam meningkatkan pengetahuan para konsumen dengan menyesuaikan kebutuhan yang mereka butuhkan. Digital marketing sendiri di zaman sekarang sudah menjadi hal yang lumrah di semua kalangan umur. Hampir semua tingkatan umur dapat mengakses sesuai mereka. Maka dari itu menjadi suatu keharusan bagi para pelaku usaha dalam mempelajari dan memahami digital marketing ini sehingga dapat diambil manfaatnya semaksimal mungkin. Cara kerja di gital marketing ini yakni dengan pemasaran melalui media sosial yang sering kita gunakan sehari-hari seperti instagram, facebook, twitter dan masih banyak lagi yang lainnya. Perkembangan ini semakin hari akan semakin pesat, maka dari itu para pelaku usaha harus sesegera mungkin mulai menggunakannya dan mulai beralih ke digital marketing.

METODE PENGABDIAN

Dalam melakukan Pengabdian, penulis menggunakan pendekatan Pengabdian kualitatif. Pendekatan Pengabdian kualitatif yang dilakukan bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek Pengabdian misalnya sejarah, kondisi usaha, serta identifikasi aktivitas-aktivitas keuangannya dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata, dan bahasa, pada suatu konteks yang alamiah. Pengabdian ini dilakukan pada Usaha Bersama yang beralamat di Jl. Lubuk begalung , dekat kampus UPI YPTK PADANG.

Jenis data yaitu kuantitatif yaitu seluruh informasi yang dikumpulkan dari lapangan yang dapat dinyatakan dalam bentuk angka-angka. Dalam Pengabdian ini, data tersebut berupa data bukti transaksi yang nantinya akan digunakan untuk menyusun laporan keuangan, dan data kualitatif yaitu data yang berupa uraian atau keterangan dan tidak berbentuk angka, meliputi gambaran umum usaha Usaha Bersama dan keterangan responden mengenai kondisi saat ini Usaha Bersama. Sumber data yaitu data primer

yang diperoleh dengan melakukan wawancara kepada informan, dan data sekunder yang diperoleh melalui orang lain. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENGABDIAN

Tabel 1.2 Keseluruhan Biaya Bahan dan Biaya produksi KuyKuyDrink

No	Bahan Baku	Biaya (Rp)
1	Pembelian bahan minuman	100.000
2	Susu	20.000
3	Gula	14.000
4	Batu Es	6.000
5	Cup	15.000
6	Sedotan	8.000
7	Kantong Kresek	5.000
Total Biaya Bahan Baku		168.000

Sumber : Hasil pembelian bahan Minuman

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas dapat dilihat selama kegiatan praktek kewirausahaan yang dilakukan untuk produk frozen food mengeluarkan biaya bahan dan biaya produksi sebesar Rp 168.000. Jika dihitung berdasarkan jumlah porsi yang dapat dihasilkan yaitu sebanyak 18 porsi maka biaya pokok bahan baku dan biaya produksi per porsi (modal) senilai Rp 9,300 -

Perencanaan Laba Rugi

Kelompok Berkat Yakin

Laporan Laba Rugi

5 Oktober sampai 14 November 2021

A. Pendapatan Usaha (Revenue)		
Penjualan KuyKuyDrink		Rp 180.000
Total pendapatan usaha		Rp 180.000
B. Biaya-Biaya		
Biaya pembelian bahan	Rp 100.000	
Biaya pembelian susu	Rp 20.000	
Biaya pembelian gula	Rp 14.000	
Biaya pembelian batu es	Rp 6.000	
Biaya pembelian cup	Rp 15.000	
Biaya pembelian sedotan	Rp 8.000	
Biaya pembelian kantong kresek	Rp 5.000	
Total Biaya		Rp 168.000
Laba Bersih		Rp 12.000

Berdasarkan hasil dari laporan laba rugi diatas, dapat dilihat bahwa hasil akhir kegiatan praktek usaha KuyKuyDrink ini menghasilkan laba bersih sebesar Rp 12.000 dan dapat dikatakan sebuah bisnis berwirausaha yang cukup menguntungkan.

KESIMPULAN

Usaha minuman KuyKuyDrink ini merupakan salah satu peluang usaha yang cukup menjanjikan untuk kedepannya. Apalagi sekarang ini sangat sulit untuk mencari

pekerjaan, sehingga peluang usaha ini sangat baik apabila kita tekuni dan kita kembangkan lagi tergantung dari seberapa besar modal yang kita milik.

DAFTAR PUSTAKA

<https://ejurnal.umri.ac.id/index.php/jae/article/download/1934/1223>

<http://sisfotenika.stmikpontianak.ac.id/index.php/sindimas/article/download/584/392>

<http://journal.unpad.ac.id/dharmakarya/article/download/30941/14451>