

PELATIHAN DIGITALISASI PEMASARAN DAN PENCATATAN KEUANGAN SEDERHANA PADA UMKM

**Dewi Silvia¹, Nur Salma², Siti Khoirina³, M. Renandi Ekatama Surya⁴,
Armalia Reny WA⁵, Shinta Merinda WA⁶, Darwin Warisi⁷**

^{1,2,3,4,5,6,7} Fakultas Bisnis, Universitas Mitra Indonesia

Email: dewisilvia@umitra.ac.id, salma@umitra.ac.id, sitikhoirina@umitra.ac.id,
renandi@umitra.ac.id, armaliareny@umitra.ac.id, Shintamerinda@umitra.ac.id

Abstrak: Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu untuk memberikan pengetahuan kepada pelaku UMKM dalam mengatasi masalah terkait digital marketing dan pencatatan laporan keuangan. Kegiatan ini dilaksanakan dengan metode survey, sosialisasi, pelatihan, pendampingan dan evaluasi. Hasil yang didapat peserta dari kegiatan pengabdian masyarakat ini antara lain dapat membantu tercapainya kesadaran bagi pelaku usaha wajan amih akan pentingnya pencatatan laporan keuangan sederhana melalui aplikasi akuntansi dan pemasaran produk melalui branding sosial media Instagram, Tik tok, dan pembuatan konten produk agar menarik daya beli masyarakat. Hasil pengabdian ini dapat terwujud karena peran serta dan partisipasi aktif dari tim dan peserta. Dan diharapkan pemilik usaha wajan amih dapat senantiasa konsisten dalam melakukan pencatatan keuangan dan melakukan pemasaran digital secara aktif.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Laporan Keuangan Sederhana, UMKM*

1. Pendahuluan

UMKM banyak memberikan banyak manfaat terhadap perekonomian nasional di Indonesia, Melihat besarnya jumlah UMKM di Indonesia, pastinya pelaku UMKM tidak terkecuali akan menghadapi hambatan dan tantangan yang dapat mempengaruhi perkembangan serta keberlanjutan usahanya. Kegiatan pemasaran menjadi bagian yang paling penting dalam operasional usaha. Apabila pemasaran yang dilakukan tidak baik maka akan berpengaruh terhadap rendahnya pendapatan yang akan diperoleh oleh UMKM. Dimana seyogyanya pemasaran dianggap sebagai “ujung tombak” dari sebuah usaha. Seiring waktu kegiatan pemasaran semakin berkembang bersamaan dengan pemanfaatan teknologi digital sebagai media pemasaran. Aplikasi digital banyak di manfaatkan sebagai upaya menjangkau pasar yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan penjualan. Digital marketing merupakan kegiatan pemasaran yang berbentuk media internet dan aplikasi agar dapat menarik minat konsumen terhadap suatu produk yang dipasarkan.

Namun fenomena yang terjadi dimasyarakat walaupun telah banyak bermunculan aplikasi digital marketing, akan tetapi para pelaku UMKM belum banyak yang memanfaatkannya guna memasarkan produk yang dihasilkan. Karena Pelaku UMKM belum memahami bagaimana memilih aplikasi yang tepat dan sesuai dengan pengelolaan bidang pemasaran produknya. Selain masih menghadapi persoalan terkait digital marketing, UMKM juga masih mengalami permasalahan terkait dengan pencatatan keuangan. Pencatatan keuangan adalah suatu proses mencatat aktivitas-aktivitas transaksi keuangan yang terjadi dalam perusahaan. Permasalahan yang dihadapi UMKM dalam penerapan pencatatan keuangan sederhana biasanya dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki oleh pelaku UMKM terkait pengelolaan keuangan dan pengembangan usaha. Dari kedua permasalahan yang sering dihadapi UMKM yakni digital marketing dan pencatatan keuangan sederhana mendorong penulis untuk melakukan pengabdian terhadap UMKM "Wajan Amih". Umkm ini sudah berjalan cukup lama akan tetapi masih belum memanfaatkan aplkasi digital untuk memasarkan produknya, sehingga produk dari pempek bunda aqila masih dipasarkan dilingkungan sekitar dan jika pun ada order dari luar kota itu juga di pesannya menggunakan via WA yang di berikan dari teman atau keluarga dekat saja.

2. Metode

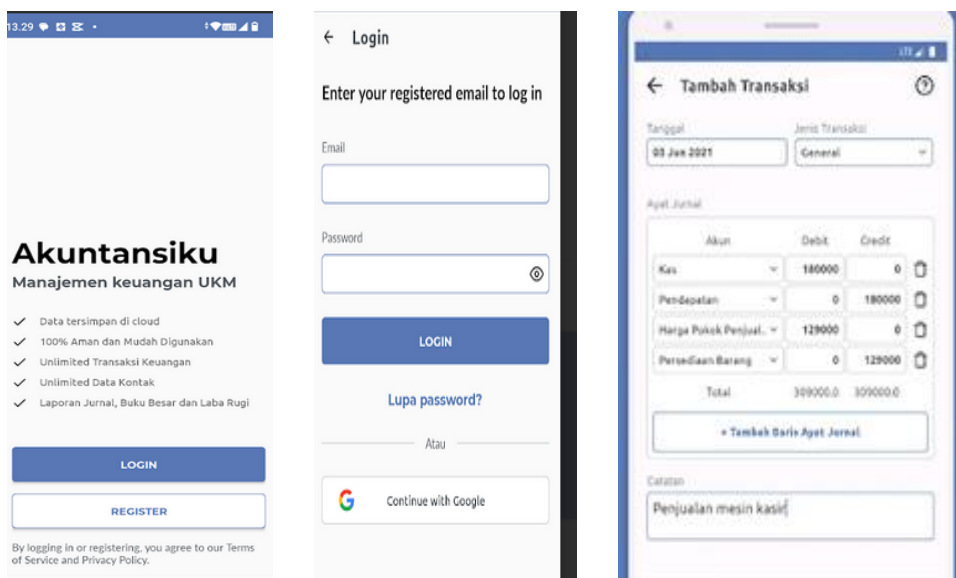
Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu survey, sosialisasi, pelatihan, pendampingan dan evaluasi

- 1) Survey. Tahap survey dilakukan dengan datang langsung ke tempat yang akan dijadikan lokasi pengabdian. Kemudian dilalukan observasi dengan cara mewawancarai secara langsung terkait permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM "Wajan Amih"
- 2) Sosialisasi. Setelah dilakukan survey, diketahui bahwa pelaku umkm tidak melakukan pencatatan keuangan sederhana dengan baik dan belum melakukan digital marketing
- 3) Pelatihan Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan secara langsung pada bulan September 2024 yang diawali dengan menjelaskan digital marketing dan manfaat jika menggunakan digital marketing terhdap penjualan, serta menjelaskan pencatatan keuangan sederhana.
- 4) Pendampingan. Setelah dilakukan sosialisasi, tahap berikutnya dilakukan pendampingan. Pelaku UMKM juga diajarkan untuk membuat platform akun Instagram, TikTok dalam memasarkan produknya. Untuk kegiatan pendampingan, tim pengabdi melihat perkembangan hasil dari pencatatan keuangan sederhana yang telah dilakukan dan pemanfaatan platform digital sebagai media pemasaran.
- 5) Evaluasi. Tahap evaluasi dilakukan dari praktek yang pelaku UMKM lakukan untuk memperkuat pengetahuan dan memberikan saran agar pelaku UMKM dapat terus menerapkan hasil pelatihan dan pendampingan yang dilakukan dengan lancar.

3. Hasil dan Pembahasan

Penggunaan media sosial seperti Instagram dan TikTok merupakan aspek krusial yang harus diperhatikan oleh pelaku bisnis agar dapat mengakses basis pelanggan yang lebih luas. Langkah selanjutnya adalah melakukan sosialisasi singkat mengenai pentingnya penerapan pemasaran digital melalui media sosial, khususnya Instagram dan Tiktok sebagai alat pemasaran. Selain itu, penting pula untuk memberikan penjelasan mengenai pentingnya pencatatan keuangan yang sederhana bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Untuk menjangkau lebih banyak pelanggan, dan potensi pendapatan yang dihasilkan oleh pempek bunda aqila juga akan meningkat. Selain keuntungan yang diperoleh dari implementasi penggunaan digital marketing, pencatatan keuangan yang baik juga dapat membantu pelaku usaha dalam memahami kondisi keuangan mereka.

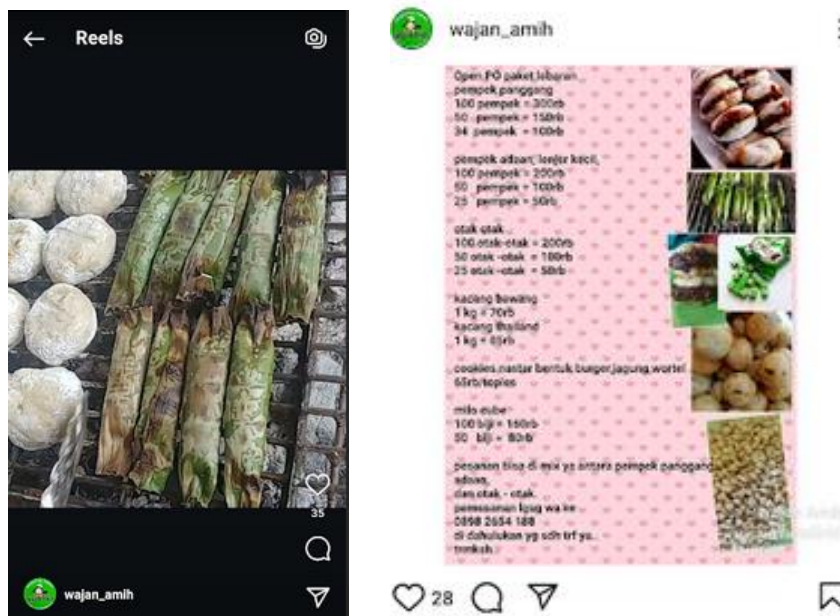
Sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan oleh Tim pengabdian dilakukan pada bulan September 2024 di Pramuka Bandar Lampung. Tahap yang pertama yaitu melakukan survey ke tempat usaha yang sesuai dengan kriteria tema pengabdian. Saat melakukan survey, tim pengabdian juga melakukan perizinan kepada Ibu Sutin selaku pemilik usaha "Wajan Amih" untuk dapat bekerja sama dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Setelah mendapatkan izin, tim melakukan wawancara untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Dalam wawancara tersebut tim pengabdian simpulkan bahwa pelaku usaha belum memanfaatkan media sosial dengan maksimal sebagai media pemasaran, selama ini pelanggan yang datang dan membeli wajan amih masih dari lingkungan sekitar, teman dan kerabat dari pemilik usaha, dan belum menjangkau pelanggan yang lebih luas. Selain belum melakukan pemasaran melalui media sosial dengan maksimal, pelaku usaha juga belum menerapkan pencatatan keuangan dengan baik sehingga tidak mengetahui secara pasti berapa keuntungan yang diperoleh dari total pendapatan dikurangi biaya yang dikeluarkan setiap harinya.



Gambar 1. Aplikasi Keuangan untuk UMKM

Wajan Amih belum melakukan pemisahan dengan jelas antara uang pribadi dan uang yang digunakan untuk keperluan operasional usaha. Dimana hal itu menyulitkan pelaku usaha dalam mengetahui kondisi keuangan mereka. Selain itu, minimnya pemahaman tentang pencatatan keuangan sederhana menyebabkan pelaku usaha belum melakukan pencatatan terhadap transaksi pemasukan dan pengeluaran yang mereka lakukan. Jika pelaku melakukan dan memanfaatkan pencatatan keuangan sederhana, maka dapat dipakai sebagai dasar untuk pengambilan keputusan bisnis di masa depan. Pencatatan keuangan sederhana juga memungkinkan pelaku usaha untuk mengetahui dengan pasti jumlah keuntungan yang mereka peroleh. Setelah tahap sosialisasi, tahap berikutnya yang dilakukan oleh tim adalah pelatihan dan pendampingan. Pengabdian memberikan bantuan kepada pelaku usaha dalam memanfaatkan Instagram dan TikTok sebagai sarana digital marketing. Pemilihan Instagram dan Tiktok sebagai platform digital marketing didasarkan pada kedua platform ini dianggap paling banyak dipakai oleh konsumen sehingga dapat menjangkau masyarakat secara luas, pemilik usaha dapat membuat pembuatan konten seperti video, foto, atau brosur menarik yang dapat meningkatkan kesadaran merek dan menarik perhatian pelanggan.

Tim pengabdian membantu pemilik usaha membuat akun Instagram dan TikTok kemudian memperkenalkan pelaku usaha pada berbagai fitur yang tersedia, seperti Instagram Stories, Reels, serta berbagai opsi filter dan alat pengeditan. Tujuan dari ini adalah untuk membantu pelaku usaha dalam mempromosikan bisnis mereka dengan cara yang menarik dan inovatif. Setelah itu, tim pengabdian akan mengajarkan cara membuat postingan dan mendesain tampilan profil Instagram dan TikTok yang menarik agar dapat menarik perhatian pelanggan untuk membeli produk mereka. Dan mengajarkan bagaimana cara melakukan Live di tiktokshop. Kegiatan berikutnya adalah membantu pelaku usaha dalam melakukan pencatatan keuangan sederhana dengan cara yang tepat. Di sini, pengabdian menjelaskan cara mencatat transaksi pemasukan dan pengeluaran menggunakan kolom yang telah disediakan. Pemasukan digunakan untuk mencatat berbagai transaksi uang yang masuk, seperti pendapatan dari usaha yang diperoleh. Sementara itu, pengeluaran digunakan untuk mencatat berbagai transaksi uang yang keluar, seperti pembelian bahan baku, peralatan masak, pembayaran biaya listrik, dan lain-lain. Selanjutnya, untuk mengetahui jumlah keuntungan yang diperoleh, pelaku usaha perlu mengurangi total pemasukan dengan total pengeluaran. Selama pelatihan dan pendampingan ini, pelaku usaha berpartisipasi secara aktif dan menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap kegiatan tersebut.



Gambar 2. Akun Instagram “Wajan Amih”

Tahap terakhir adalah evaluasi. Dari kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilaksanakan bulan September 2024, diperoleh hasil yang menunjukkan ketercapaian dari kegiatan pengabdian ini.

Tabel 1. Evaluasi Kegiatan

| Indikator | Sebelum pelatihan | Setelah pelatihan |
|-----------------------------|--|---|
| Digital Marketing | Masih menyajikan dalam bentuk sederhana melalui whatsapp | Mampu membuat konten promosi kemudian disebarakan melalui media sosial yang telah dimiliki oleh pemilik yaitu aplikasi Instagram dan TikTok |
| Pencatatan laporan keuangan | Hanya dicatat manual dan tidak Konsisten | Telah dicatat dengan menggunakan aplikasi dan mulai berlangsung terus menerus |

Secara keseluruhan pelaksanaan kegiatan pengabdian berjalan dengan baik hal ini dapat dilihat dari Pelaku usaha sudah mampu memanfaatkan Instagram sebagai media promosi untuk usaha mereka dan dapat mengelolanya secara konsisten untuk memasarkan produk. Selain itu, pelaku usaha juga berhasil menerapkan pencatatan keuangan sederhana secara teratur dengan baik selama masa pendampingan, dan diharapkan praktik ini dapat terus berlanjut di masa mendatang.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat mengenai pelatihan digitalisasi Marketing dan pencatatan keuangan sederhana memperoleh hasil yang cukup baik. Pelaku UMKM khususnya pemilik usaha wajan amih menjadi lebih memahami dan menyadari akan pentingnya pemanfaatan platform media sosial sebagai sarana pemasaran guna menjangkau konsumen yang lebih luas. Selain itu, pemilik usaha wajan amih juga lebih memahami terkait pentingnya dilakukan pencatatan keuangan sederhana

dengan baik agar dapat mengontrol kinerja keuangan usahanya. Diharapkan pengetahuan akan pencatatan keuangan dan penggunaan media sosial sebagai media pemasaran dapat lebih baik seiring dengan penerapan yang dilakukan secara konsisten elalu konsisten dalam melakukan evaluasi terkait kinerja yang sudah dilakukan serta pengambilan keputusan yang diperlukan untuk pengembangan produk dan usaha kedepannya.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis dapat memberikan ucapan terimakasih kepada terima kasih yang sebesar-besarnya kepada rektor universitas mitra Indonesia, pemilik usaha wajan amih dan seluruh tim yang terlibat secara langsung dalam proses pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini.

Referensi

- Andriani, Melly, Dewi Silvia, Evi Meidasari, Susi Indriyani (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi terhadap Keputusan Pembelian Ikan Patin. Prosiding Seminar Teknologi, Akuntansi, Ekonomi dan Komunitas. Jilid 4, 271-285
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Untuk Bersaing Di Era Pandemi. *Competitive*, 16(1), 32–41. <https://doi.org/https://doi.org/10.36618/competitive.v16i1.1171>
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.
- Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 92-96.
- Triyaningsih, L (2024). Strategi Pengelolaan Keuangan Sederhana Berbasis AndroidMenggunakan Buku Kas.*Jurnal Serambi Ekonomi dan Bisnis*, 7 (1), 153-165.