Pembinaan Pengelolaan Keuangan dan Pemasaran Digital pada pelaku UKM Kecamatan Ciomas Bogor

Ardhiani Fadila^{1*}, Dienni Ruhjatini Sholihah¹, Siwi Nugraheni¹

¹ Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN Veteran Jakarta

*Correspondent Email: fadilaardhiani@upnvj.ac.id

Article History:

Received: 30-06-2021; Received in Revised: 09-07-2021; Accepted: 26-07-2021

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/tomaega.v4i2.782>

Abstrak

Kegiatan Program Pengabdian Masyarakat dari UPN Veteran Jakarta Bersama dengan pelaku UKM di Bogor. Kegiatan ini dilaksanakan untuk memperkuat pelaku UKM di Kecamatan Ciomas dalam segi manajemen keuangan dan pemasaran di platform digital serta meningkatkan kapasitas sumberdaya para pelaku UKM. Metode yang dipakai dalam kegiatan ini melalui kegiatan ceramah, diskusi dan bimbingan teknis untuk pelaku UKM. Banyak UKM yang memiliki potensi namun masih memiliki kendala dalam promosi dan penjualan yang dilakukan secara tradisional. Hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah para pelaku UKM memiliki wawasan dalam pengelolaan keuangan usahanya, penerapan dalam penggunaan aplikasi jual-beli *e-commerce* sehingga diharapkan bisa meningkatkan penjualan dan daya saing usaha.

Kata Kunci: Manajemen Keuangan; Pemasaran digital; UKM

Abstract

This activity is Community Service Program from UPN Veteran Jakarta in Collaboration with SMEs in Bogor. This activity was carried out to empower SMEs in Ciomas Sub-district in financial management and marketing in platform digital also improvement in human resources capacity. The method used in the training uses the method of mentoring, discussions, and technical guidance for SMEs. Potential SMEs are lack of promotion and sale of products that are still done traditionally. The results obtained from the implementation of community service is SMEs having insight in financial management for their business, applying e-commerce applications so they increase sales of their products so that their turnover increases as an effort to upgrade competitiveness for SMEs actors.

Key Word: Financial Management; Digital Marketing; SMEs

1. Pendahuluan

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) merupakan penyangga dan penyelamat perekonomian Indonesia saat terjadi krisis moneter. Selain itu, UMKM memiliki *multiplier effect* pada pertumbuhan ekonomi. Peran UKM yang mampu

menyerap banyak tenaga kerja dan mengurangi tingkat pengangguran serta berkontribusi pada pendapatan daerah dan negara.

Seiring pesatnya perkembangan teknologi yang memasuki berbagai sektor, salah satunya pada sektor keuangan. Hadirnya inovasi fintech kepanjangan dari *financial technology* telah mendukung kemudahan dalam mengakses layanan jasa keuangan. Perkembangan *fintech* telah memunculkan banyak inovasi berupa aplikasi layanan keuangan yang memudahkan melakukan pembayaran, pinjaman dan transaksi lainnya di era digital ini (Sugiarti et al., 2019). Inovasi baru bermunculan di bidang finansial dari lembaga keuangan yang sudah ada, hal ini dapat mendorong pertumbuhan perekonomian menjadi lebih baik (Winarto, 2020)

Sebuah riset yang dilakukan oleh (Luckandi, 2018) menyatakan bahwa transaksi pembayaran melalui fintech pada UMKM di Indonesia memberikan kenyamanan, keamanan, serta kemudahan yang mendukung pelaku UMKM, terutama kemudahan berupa pencatatan, proses transaksi serta meningkatkan penjualan.

Menteri Koperasi dan UKM, Teten Masduki mengatakan, *financial technology (fintech)* sangat dibutuhkan oleh pelaku UMKM. Menurutnya, *fintech* membantu perkembangan *startup* teknologi, memudahkan operasional usaha (pencatatan transaksi, mengatur persediaan barang) serta pelaku UMKM mendapat peluang dalam mengakses pembiayaan terutama modal kerja. (www.money.kompas.com, 13 November 2020),

Menurut Menteri Koperasi dan UKM menyebutkan *fintech* sangat diperlukan UMKM, melihat tingkat literasi digital Indonesia baru mencapai 35.5%. Peningkatan semua unsur dalam fintech menunjukkan peningkatan literasi keuangan masyarakat, khususnya UMKM dalam mengakses pembiayaan serta transaksi keuangan (www.money.kompas.com, 13 November 2020).

Belum lagi, kondisi pandemi Covid-19 berdampak besar pada kelangsungan bisnis pelaku UMKM, Ketua Umum Asosiasi *Fintech* Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI), Adria Gunadi menyatakan sektor UMKM sebagai penyangga ekonomi Indonesia dengan kontribusi 57% terhadap PDB dan menyerap 97% tenaga kerja tanah air. (<https://keuangan.kontan.co.id>, 26 November 2020).

Pengembangan fintech dan penerapannya dalam UMKM yang belum sepenuhnya optimal, diperlukan adanya pembinaan bagi pelaku UMKM. Tim pengabdian berniat melakukan pembinaan pada Komunitas UMKM Pribumi Bogor yang berdiri sejak 2019 dengan kendala yang dihadapi terutama dari segi pemasaran, modal kerja, *product branding*, dan pemasaran melalui *marketplace online*.

Pada umumnya pelaku UMKM memulai usaha mereka dengan bermodal nekat tanpa persiapan rencana pemodal jangka panjang maupun kemampuan dan pengelolaan manajerial yang dibutuhkan dalam berwirausaha (Fathah & Widyaningtyas, n.d.). Melalui Program Kemitraan Masyarakat (PKM), kami berencana mengadakan pembinaan dan penyuluhan pada perkumpulan UKM

Pribumi Bogor agar dapat meningkatkan usaha pelaku UKM secara berkelanjutan melalui edukasi pengelolaan keuangan dimulai dari membantu meningkatkan wawasan SDM, pengembangan pemasaran digital dan produk sampai penyuluhan mengenai manajemen keuangan serta pemahaman aplikasi *finctech* (pembayaran transaksi dengan *digital payment*) serta platform jual-beli *online* di situs seperti Tokopedia, Shoppe, Bukalapak, dan lain-lain.

Dengan dilakukannya Program Kemitraan Masyarakat (PKM), tim pengabdian berharap pelaku UKM Pribumi Bogor berorientasi pada meningkatnya pemahaman dalam manajemen keuangan dan literasi keuangan agar lebih inklusif serta berkembangnya kualitas SDM pada pelaku bisnis UKM juga kesiapan berwirausaha di era digital marketing.

2. Metode

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan tanggal 20 Maret 2021 bertempat di Kantor Kecamatan Ciomas. Kegiatan PKM memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM dengan beberapa aktivitas pembinaan, meliputi:

1. Ceramah/Diskusi mengenai pemahaman pelaku UKM terhadap penggunaan aplikasi *fintech* dan sejauh mana mereka bisa mengakses layanan digital keuangan dari aplikasi tersebut. Kegiatan ini juga meliputi survey, interaksi antar-individu serta pengisian kuesioner untuk mengetahui peranan fintech di UKM Pribumi Bogor.
2. Pembinaan dan pendampingan bagi para pelaku UKM untuk mengakses situs jual-beli secara *online*, edukasi memasarkan produk di dunia maya, membuka akun toko secara *online* sehingga tidak gagap teknologi dan mampu menjalankan bisnisnya baik secara tradisional maupun modern serta bimbingan teknis untuk memasarkan produknya secara online.
3. Pengembangan dan pelatihan SDM secara langsung bagi para pelaku UKM untuk menambah wawasan mereka dalam berwirausaha di era industri digital.

3. Hasil dan Pembahasan

Pendahuluan Kegiatan

Komunitas UMKM Pribumi Bogor berdiri sejak 4 Mei 2019 berlokasi di Jalan Dadali no 9 RT03 RW 05 Tanah Sareal, Bogor. Koperasi ini diketuai oleh Bapak Khanza. Anggota UMKM yang terdaftar Komunitas UMKM Pribumi Bogor sebanyak 50 UKM.

Sebelum melakukan kegiatan abdimas, bagian ini menjelaskan observasi tim kami dalam melakukan persiapan dan pelaksanaan kegiatan Pembinaan UKM Berbasis *Financial Technology (Fintech)* dan *Digital Marketing*. Tujuan observasi ini untuk menganalisis situasi objek pengabdian masyarakat dengan tujuan dapat

memberikan penyuluhan yang tepat sesuai subjek. Observasi ini dilakukan dengan wawancara dengan ketua, perwakilan, dan beberapa anggota UKM Pribumi Bogor yang ada ditempat.

Gambar 1. Survey Kunjungan ke Komunitas UKM Pribumi

Kemudian, selanjutnya merumuskan teknik perencanaan kegiatan yaitu, (a) Persiapan tema kegiatan, pemilihan materi, proses pemaparan dan waktu yang dibutuhkan dalam pelaksanaan kegiatan, (b) Melakukan koordinasi dengan pihak terkait yaitu UKM Pribumi Bogor mengenai media pelaksanaan, (c) Mempersiapkan tema penyuluhan yang telah disesuaikan berdasarkan hasil observasi.

Setelah selesai melakukan observasi dan perencanaan, dibuat susunan agenda untuk Pelaksanaan Pengabdian Program Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN “Veteran” Jakarta yaitu sebagai berikut: Pelaksanaan kegiatan selama satu hari dengan tim dosen sebagai fasilitator dalam menyampaikan Pembinaan UKM Berbasis *Financial Technology (Fintech)* dan *Digital Marketing*. Kegiatan abdimas diisi oleh dosen mengenai pengetahuan tentang keuangan dan pemasaran, kemudian dilanjutkan dengan materi penerapan pengelolaan keuangan berdasarkan aplikasi *Fintech* dan penggunaan *social media* sebagai akses untuk *digital marketing*.

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada tanggal 20 Maret 2021 di Kantor Kecamatan Ciomas berada di lokasi Blk. N-O Jl. Raya Ciomas Kreteg No.343, Pagelaran, Ciomas, Bogor. Kegiatan ini tetap menerapkan protokol kesehatan 3M selama masa pandemi Covid-19. Kondisi pandemi tidak mengurangi antusiasme anggota UKM dari ranca bungur dan ciomas dan Tim Kami dalam mengikuti dan melakukan kegiatan penyuluhan ini.

Gambar 2. Sambut oleh Pak Camat Ciomas

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilaksanakan dengan metode ceramah, tutorial, dan Diskusi/Evaluasi. Peserta akan diberikan wawasan terlebih dahulu melalui metode ceramah mengenai pentingnya pengelolaan keuangan dan pemasaran. Kemudian, peserta diberikan tutorial dalam menggunakan aplikasi secara *digital* melalui metode tutorial. Serta, tahap akhir sesi diskusi dan evaluasi atas kegiatan penyuluhan.

Penyuluhan materi di awal kegiatan adalah mengenai pengelolaan keuangan pada usaha UKM dan pengenalan aplikasi secara *digital* untuk mempermudah pencatatan keuangan. Peserta diberikan edukasi terlebih dahulu mengenai pentingnya pencatatan keuangan dalam kegiatan bisnis/usaha yang sedang dilakukan.

Gambar 3. Materi Pengelolaan Keuangan.

Masih banyak usaha kecil yang sedang berkembang tanpa adanya pencatatan keuangan yang dilakukan secara khusus serta masih mencampurkan antara pendapatan usaha dengan keluarga (Saptono dkk., 2016) Usaha akan sulit berkembang dengan kondisi seperti ini serta sulit dilaksanakan karena tercampur dengan kegiatan rumah tangga.

Dari hasil observasi dan kegiatan penyuluhan yang dilakukan, peserta kegiatan belum sepenuhnya disiplin dalam melakukan pencatatan keuangan.

Laporan keuangan merupakan bagian yang sangat penting untuk dilakukan pelaku usaha, baik masih skala kecil maupun skala besar (Kusjono et al., n.d.). Disiplin dalam pencatatan keuangan sangat diperlukan guna mengetahui perkembangan bisnis.

Masih disayangkan pelaku UKM belum disiplin dalam melakukan pencatatan keuangan dan mengesampingkannya. Hal ini disebabkan penyusunan laporan keuangan yang dianggap rumit dan memakan waktu. Peserta kegiatan diberikan lima tips yang harus diperhatikan dalam pengelolaan keuangan usaha, bersumber dari Phobi dalam Baskoro (2014), yaitu pertama, melakukan pemisahan keuangan pribadi dan usaha. Kedua, menentukan presentase keuangan yang akan digunakan untuk keperluan usaha. Ketiga, menyusun pembukuan dengan rapi untuk mengontrol transaksi keuangan. Keempat, mengurangi resiko dari utang usaha. Kelima, mengontrol arus kas usaha.

Pelaku UKM tidak perlu khawatir membayangkan rumitnya penerapan dalam menyusun laporan keuangan, tentunya penyusunan laporan keuangan UMKM berbeda dengan penyusunan laporan keuangan perusahaan besar. Ukuran usaha yang lebih kecil, laporan yang disusun lebih sederhana. Berikut laporan keuangan yang bisa disiapkan pelaku UKM (Fauzi, 2020), diantaranya: laporan rugi laba, laporan arus kas, neraca, dan laporan perubahan modal.

Peserta diberikan penyuluhan dan pelatihan untuk menyusun keuangan dengan aplikasi *Financial* yaitu Buku Kas dengan tujuan mempermudah pembuatan laporan keuangan dan kegiatan usahanya dalam satu aplikasi lengkap yang dibisa diakses melalui *smartphone*.

Gambar 4. Penyuluhan penggunaan aplikasi Keuangan (Buku Kas)

Penyuluhan materi selanjutnya adalah wawasan mengenai manajemen pemasaran bagi peserta UKM. Manajemen pemasaran merupakan proses mengolah kebutuhan, keinginan dan permintaan dengan tujuan menarik pembeli dengan menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan *customer* serta penetapan harga yang terjangkau dengan tetap berprinsip pada kepuasan pelanggan (Evasari dkk., 2019). Pemasaran bertujuan untuk mengenalkan produk pada pasar yang lebih luas, menciptakan *demand*, meningkatkan kepuasan konsumen, memperoleh keuntungan dan citra yang positif. Dalam memasarkan produk perlu disusun strategi pemasaran diantaranya; harga, produk, promosi dan saluran. Strategi

tersebut harus didukung dengan *value-based prices* (harga berbasis nilai), *product features and quality* (fitur produk dan kualitas) dan *service mix and quality* (layanan dan kualitas) (Kusumaningsih dkk., 2018).

Gambar 5. Penyuluhan Materi Manajemen Pemasaran

Pada materi pemasaran, peserta diberikan edukasi dan wawasan mengenai pembuatan citra *merk*, logo, desain dan *layout* produk agar pelaku UKM bisa mengenalkan produknya lebih dekat ke masyarakat. Beberapa peserta UKM masih mengemas produk dengan sederhana dan pengemasan produk yang digunakan masih kurang menarik minat pembeli.

Peserta juga diberikan penyuluhan untuk memasarkan produk melalui aplikasi *e-commerce* agar bisa menjaring banyak pelanggan baru. *E-commerce* adalah hubungan antara organisasi atau pelaku bisnis dengan pembeli melalui media internet dan *website* yang digunakan untuk menjual produk serta melayani pembeli lebih efektif dan efisien tanpa harus datang ke lokasi penjual.

Penggunaan media sosial bertujuan untuk membangun komunitas bagi pengguna produk atau layanan guna membangun hubungan dan berkomunikasi dua arah, sehingga pelaku UKM dapat mendengar keluhan dan kebutuhan konsumennya (Normawati dkk., 2020). Interaksi melalui internet dalam kaitannya di dunia bisnis dan usaha memiliki dampak positif untuk melakukan penjualan produk usaha, meningkatkan penjualan dan mendapat konsumen baru serta membangun hubungan antara penjual dan pembeli untuk peningkatan layanan kepuasan.

Perbedaan transaksi jual beli produk melalui aplikasi *e-commerce* dengan transaksi jual beli secara tradisional adalah semua proses pencarian informasi barang dan jasa yang dibutuhkan *customer* sampai tahap pembayaran dilakukan secara elektronik. (Evasari dkk., 2019). Kemampuan dalam berinovasi juga bergantung pada kualitas sumber daya manusia dalam menggunakan iptek dan inovasi (Laurentinus et al., 2021). Peserta juga diberikan pembinaan tenaga kerja dan peningkatan SDM mengenai manajemen pemasaran dan MSDM, penggunaan aplikasi jual beli *e-commerce* serta keuangan sederhana dan *branding* produk. Era

industry 4.0 merupakan era yang bergantung pada kualitas SDM pekerja dalam menggunakan teknologi dalam berinovasi dan berkeaktifitas. Kegiatan ini akan menambah wawasan UKM supaya dapat meningkatkan SDM dalam menggunakan teknologi.

Gambar 6. Penyuluhan Penggunaan aplikasi *e-commerce*

Evaluasi Kegiatan

Tahap terakhir dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah evaluasi. Dilakukan dengan menganalisis dan mengolah informasi yang diterima. Kegiatan abdimas telah terlaksana dengan cukup baik. Dilihat dari tanggapan, komentar, interaksi yang bagus dari peserta UKM dalam menyimak materi.

Gambar 7. Sesi Diskusi dan Evaluasi

Dari hasil diskusi dan evaluasi yang telah dilakukan untuk melihat keberhasilan kegiatan penyuluhan ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Meningkatnya wawasan serta minat dari pelaku UKM di kecamatan Ciomas untuk disiplin dalam menyusun laporan keuangan.
2. Dengan adanya pelatihan dan aplikasi *e-commerce* diharapkan dapat meningkatkan motivasi bagi pelaku UKM untuk semakin giat dalam memasarkan produknya.
3. Masih minimnya pengetahuan yang dimiliki pelaku UKM mengenai keuangan, pemasaran dan SDM sehingga dengan dilakukannya pembinaan dan penyuluhan dibidang ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan peserta kegiatan dibidang tersebut.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan diatas terlihat bahwa setelah diberikan edukasi dan sosialisasi mengenai manajemen keuangan, manajemen pemasaran dan sumber daya manusia, peserta diharapkan dapat mengembangkan usaha kecil dan mikronya menjadi lebih baik. Dilihat hasil pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa pelaku UKM masih belum mempunyai wawasan dan informasi yang memadai mengenai pentingnya pencatatan keuangan, menciptakan dan memasarkan produk secara *online*, serta penggunaan aplikasi *e-commerce* yang belum optimal. Melalui kegiatan pembinaan ini, pelaku diharapkan memiliki pengetahuan lebih dalam untuk mengembangkan bisnisnya. Permasalahan mengenai kesulitan dalam menyusun laporan keuangan dan minimnya pengetahuan dalam pemasaran online akan menyulitkan pelaku UKM untuk mengembangkan usahanya.

Saran yang dapat disampaikan terkait dengan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelaku UKM diberikan edukasi dan penyuluhan secara efektif terutama pada bidang keuangan, pemasaran dan peningkatan kapasitas SDM. Selain itu, diharapkan pelaksanaan kegiatan ini terus dilakukan kepada masyarakat umum yang produktif tetapi masih rendah pengetahuan bisnisnya.

5. Ucapan Terimakasih

Tim pengabdian mengucapkan terimakasih kepada LPPM UPN Veteran Jakarta yang telah memberikan hibah program pengabdian untuk melaksanakan kegiatan penyuluhan ini. Selain itu, Tim Pengabdian juga berterimakasih kepada Bapak Khanza Selaku Ketua UKM Ciomas serta Bapak Camat Kecamatan Ciomas yang telah menyediakan tempat untuk pelaksanaan kegiatan ini.

6. Daftar Pustaka

- Evasari, A. D., Utomo, Y. B., & Ambarwati, D. (2019). Pelatihan Dan Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Produk UMKM Di Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri. *Cendekia : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 75. <https://doi.org/10.32503/cendekia.v1i2.603>
- Fauzi, H. (2020). Pelatihan Manajemen Keuangan Bagi Pelaku Umkm Sebagai Upaya Penguatan Umkm Jabar Juara Naik Kelas. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 247–255. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i3.324>
- Kusjono, G., Azwina, D., Sulistyani, T., & Andrei Lesmono, M. (n.d.). Pelatihan Manajemen Keuangan Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Umkm Kelurahan Benda Baru Pamulang. In *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat-Aphelion* (Vol. 1, Issue 2).

- Kusumaningsih, A., Pratiwi, A. P., Supriadi, A., & Priadi, A. (2018). Pembinaan Kewirausahaan Berbasis Fintech (Financial Technology) Untuk Umkm Di Koperasi Cipta Boga Keranggan, Tangerang Selatan. *Sembadha 2018*.
- Laurentinus, L., Rizan, O., Hamidah, H., & Sarwindah, S. (2021). Digitalisasi UMKM berbasis Retail melalui Program Hibah RISTEK-BRIN. *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v4i1.418>
- Luckandi, D. (2018). Analisis Transaksi Pembayaran Menggunakan Fintech Pada UMKM di Indonesia : Pendekatan Adaptive Structuration Theory. *DSpace*.
- Nurul Fathah, R., & Dian Widyaningtyas, R. (n.d.). *Pelatihan Manajemen Keuangan Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Sekitar UNISA*.
- Rani Arifah Normawati, Ike Wardani, S., & Widayani, A. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Sarana Komersialisasi Produk Kampung Batik Kembang Turi Blitar. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 253–261. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i2.4157>
- Saptono, A., Dewi, R. P., & Suparno, S. (2016). Pelatihan Manajemen Usaha Dan Pengelolaan Keuangan Ukm Bagi Tenaga Kerja Indonesia (TKI) Purna Di Sukabumi Jawa Barat. *Sarwahita*, 13(1), 6–14. <https://doi.org/10.21009/sarwahita.131.02>
- Sugiarti, E. N., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2019). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Di Malang. *E-Jra*.
- Winarto, W. W. A. (2020). Peran Fintech dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.132>

Website

- Faisal Maliki Baskoro. (2014). Lima tips cerdas mengelola keuangan UMKM. <https://www.beritasatu.com/ekonomi/173156/lima-tips-cerdas-mengelola-keuangan-umkm>, diakses pada 8 Juni 2021.
- <https://keuangan.kontan.co.id/news/umkm-mendominasi-pinjaman-fintech-lending>, diakses tanggal 19 Februari 2021
- <https://money.kompas.com/read/2020/11/13/123900926/menkop-teten--fintech-sangat-dibutuhkan-pelaku-umkm>, diakses tanggal 19 Februari 2021