

Pengembangan UMKM dengan Sosialisasi Pemasaran Digital dan Pembukuan Keuangan terhadap Masyarakat di Kelurahan Rembang.

Optimizing Digital Marketing and Financial Bookkeeping MSME through Outreach to the Community in the Rembang Village. (English Version)

Ronnald Christanto Admanegara¹, Ira Wikartika²

¹Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya

²Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya

Korespondensi penulis : ronnald.ca@gmail.com

Article History:

Received: 30 Mei 2023

Revised: 20 Juni 2023

Accepted: 10 Juli 2023

Keywords: Socialization, MSMEs, Rembang.

Abstract: *The potential of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in the Rembang sub-district of Blitar city is enormous and diverse. Based on the various potentials available, business resilience and development become one of the activities that can be carried out for community service. Maintaining businesses based on financial aspects is one of the challenges faced by MSMEs, with entrepreneurs struggling to manage financial assets and determine product prices, resulting in potential losses. Similarly, business development with traditional marketing methods while in an era disrupted by social media is also a concern. The method used is to conduct socialization on digital marketing and financial bookkeeping for MSME entrepreneurs and residents. The outcome of this community service is that residents and MSME entrepreneurs are able to develop their businesses and reduce the possibility of losses.*

Abstrak

Potensi UMKM yang ada di kelurahan Rembang, kota Blitar sangatlah besar dan beragam. Berdasarkan beragam potensi yang ada, ketahanan dan pengembangan usaha menjadi salah satu hal yang dapat dilaksanakan untuk kegiatan pengabdian. Mempertahankan usaha berdasarkan aspek keuangan menjadi salah satu permasalahan UMKM, dengan para pelaku yang susah untuk mengelola asset keuangan, menentukan harga produk, yang kemungkinan mengalami kerugian. Begitupun juga dengan pengembangan usaha dengan pemasaran yang belum menggunakan digital sedangkan pada era yang telah dirupsi menggunakan media sosial. Metode yang digunakan yaitu dengan melakukan sosialisasi pemasaran digital dan pembukuan keuangan terhadap pelaku UMKM serta warga. Hasil pengabdian ini adalah para warga serta pelaku UMKM dapat melakukan pengembangan usaha serta mengurangi kemungkinan kerugian.

Kata Kunci: Sosialisasi, UMKM, Rembang.

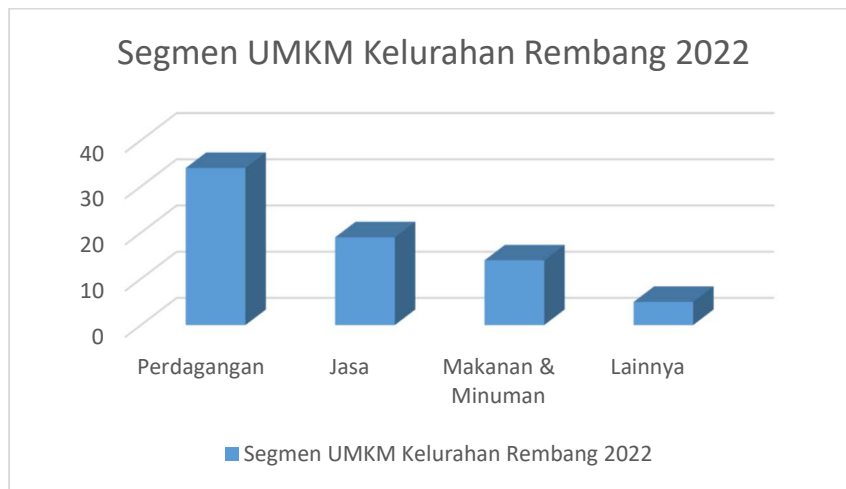
PENDAHULUAN

Peranan meningkatnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Indonesia sangat berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi nasional. Menurut Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia terhitung pada tahun 2022 kontribusi UMKM terhadap PDB mencapai 60,5%. Berdasarkan data tersebut UMKM sebagian besar PDB negara Indonesia berasal dari UMKM. Perkembangan UMKM akan selaras dengan pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Untuk dapat terus mengembangkan UMKM membutuhkan beberapa aspek dari ekonomi. Beberapa aspek diantaranya pemasaran dan keuangan.

Pemasaran menurut (Syastra 2017) adalah sebuah serangkaian proses dari merencanakan hingga mendistribusikan barang dan jasa yang dapat bernilai bagi pembeli sehingga dapat merasa terpuaskan. Sehingga dalam membuat sebuah rancangan pemasaran yang tepat bagi UMKM dibutuhkan sebuah target dan juga pemahaman terhadap calon pembeli. Pada perkembangan teknologi saat ini, kemudahan untuk menyebarluaskan informasi dibantu dengan kecanggihan digitalisasi. Media digital dapat menjadi penghubung jarak yang tidak terbatas sehingga para pelaku UMKM dapat dengan mudah untuk menawarkan produknya. Sehingga bentuk pemasaran digital dirasa akan lebih mempermudah bagi para pelaku UMKM agar dapat mengoptimalkan penjualan produknya.

Adapun aspek keuangan yang menjadi peranan penting dalam keberlangsungan UMKM. Permasalahan tata kelola keuangan seperti salah mengelola asset, tidak dapat mengatur cash flow dengan baik, serta mengatur keuangan berdasarkan perasaan dan pengalaman saja dapat mengakibatkan UMKM tidak berkembang hingga gulung tikar. Survey menyatakan sekitar 90% UMKM di Indonesia yang tidak bertahan lebih dari 5 Tahun karena tidak memahami akuntansi. Akuntansi menjadi hal dasar yang harus dimiliki oleh para pelaku UMKM, salah satunya yaitu pembukuan keuangan. Menurut (Rivai 2013) pencatatan laporan keuangan memiliki beragam kebermanfaatan, mulai dari memberikan informasi perihal antar posisi keuangan usaha pada saat tertentu, hingga memberikan gambaran secara jelas untuk kondisi keuangan usaha agar dapat mengetahui potensi yang dapat dilakukan usaha kedepannya.

Kota Blitar, salah satu kota di Jawa timur, yang terkenal dengan sebutan kota Patria merupakan daerah yang terkenal akan wisata dan sejarahnya. Potensi kota yang menjadikan langganan para wisatawan juga berdampak pada sektor UMKM. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik kota Blitar (Badan Pusat Statistik 2022) jumlah UMKM yang terdapat di kota Blitar berjumlah 14.829. Jika berkaca dari keseluruhan penduduk yang ada di kota Blitar tahun 2020, jumlah UMKM berkisar 9,6% dari total 142 ribu jiwa. Banyaknya jumlah UMKM di kota Blitar yang sebagian besar bergerak pada bidang perdagangan. Sama halnya dengan data kota Blitar, kelurahan Rembang yang terletak di kecamatan Sananwetan juga sebagian besar UMKM bergerak pada bidang perdagangan. Kelurahan Rembang yang memiliki luas 10 km², dengan terdapat 4 RW dan 14 RT serta total jumlah penduduk sebanyak 3.267 jiwa. Secara total UMKM di kelurahan Rembang terdapat 74 usaha dengan bidang sebagai berikut.



Gambar 1. Diagram UMKM Kelurahan Rembang 2022

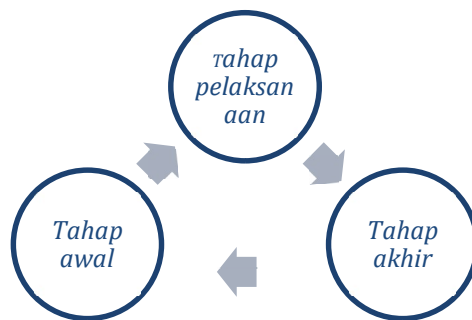
Berdasarkan data tersebut, sebagian besar bergerak pada bidang perdagangan dengan komposisi sebanyak 34 usaha, kemudian jasa dengan 19 usaha, makanan dan minuman 14 usaha, serta lainnya 5 usaha (Kelurahan Rembang Kota Blitar 2022). Dengan banyaknya jumlah UMKM yang seharusnya juga diiringi dengan cara perkembangan usaha dan meminimalisir kesalahan yang ada pada usaha. Oleh karena itu, dibutuhkannya pemahaman terhadap pemasaran digital serta pembukuan keuangan agar para UMKM di kelurahan Rembang dapat terus berkembang dan maju kedepannya. Salah satu solusi untuk menambah wawasan dan pemahaman terhadap pemasaran digital serta pembukuan keuangan adalah dengan melaksanakan Sosialisasi untuk warga. Diadakannya sosialisasi tidak hanya untuk pengembangan UMKM tetapi juga kepada warga untuk menumbuhkan semangat untuk berwirausaha dan memajukan ekonomi kreatif.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini terbagi atas tiga tahapan, yaitu Tahap awal, Tahap Pelaksanaan, dan Tahap akhir. Pada proses pelaksanaan tahap awal, yaitu dengan melakukan pengumpulan data atau observasi terhadap masyarakat, perangkat kelurahan, maupun para pelaku UMKM yang ada di kelurahan Rembang. Pada tahap ini, pelaksanaan dilakukan secara langsung melalui pembagian kuesioner, yang kemudian pendataan secara langsung terhadap pelaku umkm. Komunikasi juga dilakukan dengan pemangku kekuasaan warga setempat, seperti ketua RT dan RW untuk mendapatkan gambaran kondisi pada daerah tersebut. Setelah mendapatkan data dari observasi, proses selanjutnya yaitu menganalisa dari hasil data tersebut. Diketahui data seperti yang tertera, dari hasil permasalahan juga sebagian besar sesuai dengan topik yang akan diangkat yaitu pengoptimalan pemasaran digital serta pengaplikasian pembukuan keuangan.

Tahap selanjutnya yaitu tahap pelaksanaan, dalam proses pelaksanaan diawali dengan berkoordinasi kembali terhadap warga untuk menyebarkan undangan sosialisasi. Dalam undangan sosialisasi juga bertujuan memberikan informasi terhadap isi yang akan dibahas sehingga mendapatkan ketertarikan lebih terhadap kegiatan. Pada pelaksanaannya juga akan diselenggarakan dengan pemaparan materi serta sesi diskusi untuk memberikan ruang bagi para pelaku UMKM maupun warga mendapatkan informasi lebih sehingga dapat memanfaatkan kesempatan dengan baik. Pengisi materi yang akan menyampaikan materi pemasaran digital dan pembukuan keuangan adalah beliau yang paham dalam bidangnya, sehingga kesempatan ini diharapkan sangat membantu tidak hanya para pelaku UMKM tetapi juga warga setempat untuk penambahan wawasan serta memperluas pandangan akan ekonomi kreatif.

Pada tahap terakhir, adalah tahap dimana proses monitoring dan evaluasi atas pelaksanaan kegiatan yang telah dilaksanakan. Luaran yang dapat diperoleh pada tahap akhir ini adalah mengetahui kekurangan atau hambatan atas pelaksanaan kegiatan serta mengetahui dampak-dampak hasil dari pelaksanaan kegiatan. Monitoring sendiri dilakukan untuk sebagai proses pengawalan terhadap UMKM ataupun warga yang telah mengikuti kegiatan. Proses tahap akhir ini akan dapat menjadi awal kegiatan kembali untuk kedepannya dengan mengetahui hasil luaran pelaksanaan kegiatan.



Gambar 2. Tahap Pelaksanaan kegiatan Pengabdian

HASIL

Pelaksanaan kegiatan yang sesuai dengan perencanaan yang telah disepakati sebelum kegiatan dijalankan. Penentuan peserta pelaksana kegiatan termasuk dari warga dan pelaku UMKM yang ada di kelurahan Rembang. Total undangan pelaksanaan kegiatan ini disebarkan sebanyak 50 orang peserta, dengan pembagian kuota untuk UMKM sebanyak 20 serta warga kelurahan sebanyak 30 orang. Kegiatan yang dilaksanakan pada hari Kamis, 25 Mei 2023 bertempat di Kantor Kelurahan Rembang ini pada akhirnya dihadiri oleh 40 orang atau sekitar 80% dari jumlah undangan yang disebarkan.

Fokus kegiatan sosialisasi ini dibagi menjadi 2(dua) bagian pembahasan, yaitu pengoptimalan pemasaran digital dan pengaplikasian pembukuan keuangan, berikut bagian dari pembahasan materi:

1. Pengoptimalan pemasaran digital bertujuan untuk mengembangkan potensi UMKM sehingga dapat menyebarkan produk usaha secara mudah dan efisien. Penyajian materi melalui sesi diskusi dan juga menggunakan power point yang meliputi:
 - Materi awal menjelaskan apa itu pemasaran digital, dengan pandangan baru tentang dunia digital yang dapat menjadi salah satu media untuk menawarkan produk yang lebih mudah dengan mengutamakan kreatifitas.
 - Pengenalan media digital atau sosial media seperti Instagram, tiktok, marketplace sebagai stimulus untuk langkah awal dalam pemasaran digital menggunakan media sosial. Berdasarkan latar belakang pelaku UMKM dan warga yang sebagian besar berusia dewasa tua yang jarang mengaplikasikan aplikasi tersebut.
 - Materi selanjutnya memaparkan beberapa contoh orang yang dapat memanfaatkan media sosial, berupa algoritma yang ada di dalamnya, yang membuat penarikan terhadap sebuah konten dapat meningkat tidak melihat seberapa bagus kontennya tetapi dengan preferensi pelihat dengan melihat konten-konten yang disukai.
 - Terakhir pemateri langsung untuk memberi contoh mengaplikasikan pembuatan konten untuk mendukung pemasaran digital, dengan pemanfaatan beberapa aplikasi tidak hanya untuk aplikasi media sosialnya tetapi juga aplikasi untuk menyiapkan kontennya.
2. Pada materi pembukuan keuangan, pemateri menjelaskan secara lisan dengan tanpa bantuan dari power point. Langsung seperti talkshow, membuat hubungan interaksi pemateri dengan peserta semakin dekat. Dimulai dari pengelolaan arus kas dengan penentuan harga pokok penjualan yang benar sehingga meminimalkan kerugian atas penjualan produk. Pemateri juga menjelaskan cara mengelola asset pribadi dengan usaha yang seharusnya dibedakan agar tidak merugikan serta membuat bingung bagi para pelaku UMKM untuk menjalankan usaha.

Pada sosialisasi ini juga terdapat sesi diskusi yang dapat membuat antusias peserta ikut terbangun untuk menelaah lebih jauh. Para peserta juga interaktif dalam bertanya mulai dari pelaku UMKM hingga warga yang turut serta hadir. Pembahasan diskusi sesuai dengan topik yaitu pemasaran digital dan pembukuan keuangan. Hal yang menjadi perhatian peserta dalam diskusi adalah langkah pengaplikasian dari pembahasan materi. Dengan antusias para peserta juga turut menggambarkan rasa keinginan dan ketertarikan untuk mengembangkan produk UMKM serta memunculkan keterampilan dalam mengelola usaha.

Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan Sosialisasi



DISKUSI

Pada hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di kelurahan Rembang, beberapa temuan yang dapat didiskusikan yang meliputi kajian teori yang bersinggungan dengan pelaksanaan di lapangan.

Menurut (Suyanto 2010) menyebutkan bahwa kegiatan sosialisasi adalah suatu konsep umum yang dapat dimaknakan sebagai serangkaian proses dimana dapat memperoleh pelajaran dari orang lain tentang cara berpikir, merasakan, dan bertindak, dimana kesemuanya itu merupakan hal-hal yang sangat penting dalam menghasilkan partisipasi sosial yang efektif. Dalam awal diadakannya kegiatan sosialisasi ini, kebanyakan pelaku UMKM maupun masyarakat di kelurahan Rembang sedikit banyak mengetahui tentang pemasaran digital dan pembukuan keuangan. Namun, tidak semua pemahaman yang diketahui akan dapat dengan mudah diaplikasikan. Dengan adanya kegiatan sosialisasi ini, mungkin membuat seluruh peserta dari latar belakang memiliki dasar pemahaman maupun belum, merasakan sebuah hal yang sama, sebuah rasa untuk belajar bersama. Hal ini dapat diketahui saat timbulnya banyak interaksi ataupun diskusi dari sesi tanya jawab yang telah disediakan dalam pelaksanaan kegiatan.

Rasa ketertarikan ini pun, juga akan membuat para peserta sosialisasi agar lebih tergugah untuk mengimplementasikan apa yang telah mereka dapatkan dalam kegiatan. Begitupun yang telah dituturkan oleh (Syastra 2017) yakni pemasaran adalah serangkaian dari merencanakan hingga tepat sasaran terhadap pembeli. Dengan rasa keinginan untuk mencoba metode pemasaran digital, serta dalam sosialisasi juga dijelaskan beberapa latihan untuk membuat konten yang sesuai dengan kebutuhan dapat membuat para peserta berandai atau memikirkan terlebih dahulu strategi

pemasaran digital juga dengan media yang akan dipergunakan. Materi pembukuan keuangan juga dapat mendukung aktivitas pelaku UMKM ataupun para masyarakat untuk merencanakan dan mengestimasi jumlah keuangan dalam usaha. Seperti manfaat pembukuan keuangan yang diterangkan oleh (Rivai 2013), dapat memberikan pandangan baru terhadap para peserta kegiatan sosialisasi ini untuk dapat mempertahankan usaha serta mengembangkan usahanya.

KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi pemasaran digital dan pembukuan keuangan yang juga merupakan sebuah bentuk pengabdian kepada masyarakat khususnya di kelurahan Rembang sangat mendapat dukungan yang positif dari warga. Para pelaku UMKM maupun masyarakat sekitar mendapatkan pengetahuan serta pandangan baru terhadap pemasaran yang efisien dan tata kelola keuangan sehingga dapat diaplikasikan kedalam usaha.

Pengalaman yang banyak diambil adalah dari pengelolaan usaha, yang mana terdapat sebuah perencanaan dalam pembuatan produk serta strategi efisiennya yang terkait dengan pemasaran dan pembukuan. Dalam kata lain, pemasaran digital dapat menjadi salah satu langkah yang efektif karena dengan biaya yang relatif rendah namun dapat meningkatkan produktivitas penjualan. Pengelolaan sebuah usaha juga termasuk dalam tata kelola keuangan atau berupa pembukuan secara sederhana saja agar para pelaku usaha tidak terancam untuk mengalami kerugian.

PENGAKUAN

Ucapan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam kegiatan pengabdian sosialisasi pemasaran digital dan pembukuan keuangan, khususnya kelompok KKN, Dosen Pembimbing Lapangan, Penanggung Jawab kelompok, Narasumber atau Pemateri dalam sosialisasi, serta seluruh perangkat kelurahan Rembang dan warga yang turut serta menyukseskan kegiatan ini.

DAFTAR REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. BPS Kota Blitar. Maret 16, 2022. blitarkota.bps.go.id (accessed April 25, 2023).
- Kelurahan Rembang Kota Blitar. Data Monografi Kelurahan Rembang 2022. Blitar, Mei 20, 2022.
- Maulani, Dialysa, Prawirasasra. "Pelatihan Pembukuan Keuangan Sederhana dan Motivasi Kewirausahaan pada Kelompok Usaha Makanan RW 02 Kelurahan Neglasari Kecamatan Cibeunying Kaler Bandung." Jurnal Dharma Bhakti STIE Ekuitas, 2016: 2-4.
- Rivai. Commercial Bank Management : Manajemen Perbankan dari Teori ke Praktik/Vithzal Rivai, Sofyan Basir, Sarwono Sudarto, Arifiandy Permata Veithzal. Jakarta: Rajawali Press, 2013.
- Suyanto, Joko. Gender dan Sosialisasi. Jakarta: Nobel Edutama, 2010.
- Syastra. "Penggunaan Media Sosial sebagai New Marketing Strategy Tool pada Usaha Kecil Menengah." ISSN: 2477-4944, Volume 3, 2017: 111-120.