



Pemberdayaan Komunitas UMKM Berbasis Penguatan Aspek Keuangan dan Pemasaran Digital di Kota Serang

Bambang Arianto¹, Sev Rahmiyanti², Becti Handayani³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dwimulya¹

Universitas Banten Jaya²

Universitas Bhakti Kencana Serang³

ariantobambang2020@gmail.com¹

Info Artikel

Dikirim 20 Maret 2024

Direvisi -

Diterima 2 April 2024

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama ekonomi Indonesia yang masih menemui berbagai kendala dari sisi tata kelola manajemen keuangan dan pemasaran. Dalam pengabdian masyarakat di Kelurahan Tembong Kota Serang yang dilaksanakan pada tanggal 5 Maret 2023, telah diberikan pendampingan bagi komunitas UMKM melalui penguatan aspek keuangan dan pemasaran digital. Dalam pendampingan ini telah diberikan pengetahuan tentang pentingnya laporan keuangan sederhana bagi UMKM dan teknik pemasaran digital. Dari hasil kegiatan diketahui bahwa pendampingan penyusunan laporan keuangan bisa memberikan kontribusi bagi perbaikan manajemen tata kelola UMKM. Sementara revitalisasi pemasaran digital melalui pemanfaatan media sosial dapat memperkuat aspek pemasaran bagi para pegiat komunitas UMKM. Keberhasilan kegiatan ini tampak dari para pegiat komunitas UMKM yang dapat mempergunakan pemasaran digital dan penyusunan laporan keuangan dengan baik. Para pegiat UMKM bisa memahami kebermanfaatan dari aspek keuangan.

Kata Kunci

UMKM, Laporan Keuangan, Pemasaran Digital

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are the main pillars of the Indonesian economy which still face various obstacles in terms of financial management and marketing. In community service in Tembong Village, Serang City, which was held on 5th March 2023, assistance was provided for the MSME community through strengthening financial aspects and digital marketing. In this assistance, knowledge was provided about the importance of simple financial reports for MSMEs and digital marketing techniques. From the results of the activity, it is known that assistance in preparing

financial reports can contribute to improving the management of MSME governance. Meanwhile, revitalizing digital marketing through the use of social media can strengthen marketing aspects for MSME community activists. The success of this activity can be seen from the MSME community activists who can use digital marketing and prepare financial reports well. MSME activists can understand the benefits of financial and digital marketing aspects for strengthening MSME businesses in Tembong Village, Serang City.

Keywords

MSME, Financial Statements, Digital Marketing

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah berkontribusi bagi penguatan fundamental ekonomi Indonesia. Hal itu disebabkan, UMKM merupakan usaha rakyat yang paling banyak digemari oleh masyarakat Indonesia. Hampir di semua wilayah, komunitas UMKM semakin bertumbuh yang kemudian menjadi pusat ekonomi. Hal yang sama terjadi di wilayah Kelurahan Tembong Kota Serang. Komunitas UMKM semakin bertumbuh seiring perkembangan wilayah. Dampaknya pusat-pusat ekonomi rakyat semakin bertumbuh dengan beragam jenis usaha. Mulai dari pedagang keliling, pedagang kaki lima, penjual jajanan kuliner, penjual sayur mayur, berbagai bentuk jasa hingga usaha kuliner berbasis kearifan lokal. Tumbuhnya sektor UMKM terutama di wilayah Kota Serang dapat memberikan dampak signifikan seperti bisa menekan angka pengangguran dan memberikan kontribusi positif bagi ekonomi daerah.

Meski demikian, masih ditemui banyak permasalahan yang dihadapi oleh para pegiat UMKM. Beberapa kendala tersebut meliputi, buruknya tata kelola manajemen UMKM baik dari sisi pemasaran, kualitas produk, pembiayaan dan penyusunan laporan keuangan (Hani & Fauzi, 2017). Ironisnya masih banyak ditemui pegiat UMKM yang memiliki pengetahuan bisnis yang sangat minim (Rokhmah & Yahya, 2020). Dampaknya pengelolaan bisnis UMKM masih terkesan hanya meraih untung semata tanpa lagi memperhatikan aspek keberlanjutan. Hal ini membuat perkembangan UMKM tidak signifikan dan belum bisa bersaing secara global. Padahal banyak produk UMKM di Banten memiliki keunikan dan kreativitas yang tinggi sehingga bisa bersaing secara global. Mayoritas pelaku UMKM terkesan belum mampu memperbaiki tata kelola bisnisnya agar dapat semakin bertumbuh.

Berbagai program pendampingan telah banyak digulirkan oleh para pemangku kepentingan yang semakin menegaskan bahwa tata kelola UMKM masih banyak bermasalah (Puspita *et al.*, 2020). Terdapat beberapa aspek penting yang perlu dibenahi dalam pengelolaan UMKM yaitu keuangan dan pemasaran digital. Kedua aspek tersebut merupakan fundamental utama bagi pengembangan UMKM di Indonesia. Oleh sebab itu diperlukan berbagai stimulus berupa pendampingan, agar komunitas

UMKM bisa semakin mendapatkan bekal pengetahuan baru dalam pengembangan bisnis. Tahapan awal yang perlu dipertegas bagi pegiat komunitas UMKM adalah aspek keuangan. Para pegiat UMKM harus menciptakan tata kelola manajemen keuangan yang baik, termasuk bisa memisahkan antara uang pribadi dan uang UMKM (Hidayat *et al.*, 2020).

Hal itu disebabkan para pegiat UMKM masih sulit untuk memisahkan uang pribadi dengan uang operasional bisnis UMKM. Dampaknya kinerja UMKM sulit bersaing terutama menciptakan inovasi produk, padahal era digital inovasi menjadi kata kunci pengembangan bisnis (Casmis & Arianto, 2023). Tata kelola manajemen keuangan yang buruk juga seringkali membuat UMKM harus menutup usahanya akibat tingginya utang bisnis. Ada beberapa hal yang perlu dipertegas yaitu; (1) pemisahan uang pribadi dan uang bisnis; (2) perencanaan keuangan yang rasional; (3) pencatatan keuangan yang sistematis; (4) penguatan dana cadangan (Irawati *et al.*, 2020). Tidak hanya dari aspek tata kelola keuangan, UMKM juga masih menemui berbagai kendala dari sisi pemasaran. Mayoritas pegiat UMKM belum bisa memanfaatkan saluran digitalisasi dengan baik dalam pengembangan bisnis. Padahal saluran digitalisasi seperti media sosial telah menjadi ruang baru bagi UMKM dalam penguatan aspek pemasaran digital. Media sosial sangat efektif dan efisien untuk perluasan pangsa pasar UMKM karena bisa digunakan sebagai saluran komunikasi bisnis (Arianto, 2022). Hal itu disebabkan media sosial sangat mudah dipergunakan oleh siapapun dan menjadi media terfavorit bagi generasi milenial (Ahmad & Nurhidaya, 2020).

Meski demikian kendala utama yang masih dihadapi oleh pegiat UMKM dalam penguatan aspek pemasaran dan tata kelola keuangan terletak pada aspek kompetensi. Mayoritas pegiat UMKM masih minim terkait kompetensi dan penguasaan aspek pemasaran digital dan tata kelola keuangan (Arianto & Handayani, 2023a). Hal itu membuat diperlukan berbagai bentuk pendampingan pemasaran digital dan penguasaan tata kelola keuangan bagi para pelaku UMKM (Rifai & Meiliana, 2020). Oleh sebab itu pendampingan yang digelar lebih fokus pada penguasaan secara teknis aspek tata kelola keuangan dan pemasaran digital. Penguasaan aspek pemasaran digital dan keuangan bertujuan agar para pegiat UMKM bisa mengembangkan unit bisnisnya.

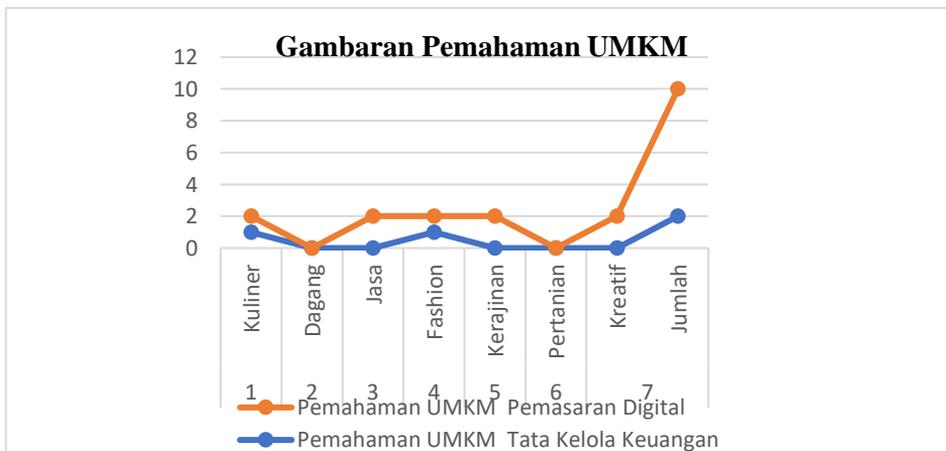
Metode

Tahap awal dalam pelaksanaan pendampingan ini dimulai dengan silaturahmi kepada para pegiat komunitas UMKM Tembong, Kota Serang Banten. Tujuan dari kunjungan ini untuk mengetahui topik penyuluhan yang sangat dibutuhkan oleh para pegiat komunitas UMKM. Ketepatan penyuluhan dengan permasalahan yang dihadapi oleh

para pegiat komunitas UMKM dapat menciptakan program keberlanjutan. Mengingat sangat dibutuhkan penyusunan laporan keuangan dan penguatan pemasaran digital, maka disepakati untuk mengambil topik tersebut. Adapun bentuk kegiatan pendampingan melalui tatap muka dan bimbingan teknis yang dibantu oleh para mahasiswa. Para peserta yang mengikuti pendampingan merupakan perwakilan dari pegiat UMKM di Kelurahan Tembong. Pemilihan peserta tersebut lebih berdasarkan jenis usaha yang termasuk dalam cakupan UMKM. Jenis usaha pelaku UMKM sangat beragam, mulai dari usaha toko kelontong, pengrajin kuliner, usaha makanan ringan, penjual sayur mayur, pedagang keliling, hingga penjual pulsa elektronik yang berdomisili di Kelurahan Tembong Kota Serang.

Kegiatan pendampingan ini berlokasi di Kelurahan Tembong yang terletak di wilayah Kecamatan Cipocok Jaya Kota Serang. Kelurahan Tembong memiliki luas wilayah 266,71 Km² dengan jumlah penduduk 630.320 jiwa. Pendampingan digelar pada hari minggu, 5 Maret 2023. Durasi waktu kegiatan dimulai pada pukul 10.00 – 13.00 WIB. Kegiatan pendampingan ini merupakan kolaborasi antar Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dwimulya (STIE Dwimulya), Universitas Universitas Banten Jaya (Unbaja) dan Universitas Bhakti Kencana Serang (UBK). Dalam konteks pengembangan aspek kewirausahaan, kelurahan Tembong Kota Serang, sangat potensial untuk semakin berkembang. Hal itu disebabkan karena dekat dengan Ibukota Provinsi Banten dan merupakan daerah yang tergolong maju. Dalam kegiatan ini metode penyampaian materi melalui tatap muka dan teknik partisipatif. Tujuannya agar para pegiat UMKM dapat langsung praktik dalam menyusun laporan keuangan dan mempergunakan teknik pemasaran digital. Hal itu disebabkan, dari total peserta sebanyak 18 orang yang hadir, diketahui hanya terdapat 2 pegiat UMKM yang memahami tata kelola keuangan. Sementara untuk pemasaran digital cukup banyak yaitu terdapat 8 pelaku UMKM yang telah mempergunakan pemasaran digital.

Gambar 1. Gambaran Pemahaman Komunitas UMKM Tembong



Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pendampingan penyusunan laporan keuangan dan pemasaran digital dilaksanakan di salah satu rumah yang merupakan pegiat komunitas UMKM. Pendampingan ini dihadiri oleh 15 peserta yang berasal dari beragam jenis unit bisnis UMKM Tembong. Kegiatan pendampingan ini dibuka oleh koordinator komunitas UMKM sekaligus tuan rumah pelaksana kegiatan. Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan pada hari Minggu, 5 Maret 2023 yang dimulai dari pukul 11.00 – 13.30 WIB. Kegiatan awal pendampingan dimulai dengan memberikan materi tentang pengembangan bisnis UMKM di era digitalisasi. Dalam hal ini para pelaku UMKM diberikan pengetahuan tentang pengembangan bisnis melalui penyusunan laporan keuangan dan pemasaran digital. Para pegiat UMKM diberikan pemahaman yang komprehensif tentang kebermanfaatan penyusunan laporan keuangan bagi UMKM. Dijelaskan pula bahwa laporan keuangan dalam dunia bisnis terutama UMKM dapat membantu para pemilik usaha dalam perencanaan bisnis, pengembangan inovasi dan evaluasi bisnis (Rahmadiane *et al.*, 2022).

Gambar 2. Pemaparan Materi Pengembangan Bisnis UMKM



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023.

Keberadaan laporan keuangan tidak hanya untuk mengetahui laba rugi suatu unit bisnis, akan tetapi untuk bahas perencanaan bisnis. Oleh sebab itu dalam pendampingan ini diberikan berbagai pengetahuan yang wajib diketahui oleh para peserta akan pentingnya laporan keuangan (Alinsari, 2020). Selanjutnya ada dua tipe pendampingan penyusunan laporan keuangan yang diberikan. Para peserta diberikan pemahaman teknis cara penyusunan laporan keuangan secara konvensional atau manual. Para peserta diberikan bimbingan teknis pembuatan laporan keuangan secara

manual dibantu oleh para mahasiswa. Bagi pegiat UMKM yang telah beradaptasi dengan digitalisasi, maka diberikan pendampingan penyusunan laporan keuangan sederhana berbasis aplikasi <https://bukukas.co.id/>. Perlu diketahui aplikasi BukuKas merupakan aplikasi keuangan digital yang diperuntukan bagi UMKM (Soejono *et al.*, 2020). Penggunaannya aplikasi BukuKas sangat mudah dan efektif sehingga akan membantu dalam tata kelola keuangan bisnis UMKM.

Dalam pendampingan ini para peserta diberikan bimbingan teknis cara mempergunakan aplikasi BukuKas. Mulai dari pengenalan fitur, cara pengisian BukuKas hingga pengetahuan tentang literasi keuangan digital. Pada akhirnya pemanfaatan aplikasi keuangan digital dapat menjadi landasan bagi pegiat komunitas UMKM dalam pengembangan bisnis lebih baik. Tahap terakhir dalam pendampingan ini adalah pelatihan tata kelola pemasaran digital bagi UMKM di era digital. Para pelaku UMKM diajak untuk dapat mempergunakan berbagai saluran digitalisasi dalam pemasaran produk dan jasa. Pegiat UMKM diberikan pemahaman untuk lebih fokus memanfaatkan media sosial sebagai saluran utama pemasaran. Pemasaran berbasis media sosial (*Social Media Marketing*) dikenal sangat efektif dan efisien. Terlebih media sosial dengan mudah diakses oleh seluruh masyarakat tanpa ada biaya tambahan (Arianto & Handayani, 2023b).

Kebermanfaatan media sosial harus bisa dimanfaatkan oleh para pegiat UMKM di era digitalisasi. Apalagi pangsa pasar saat ini dikuasai oleh generasi milenial yang merupakan pengguna utama media sosial. Para peserta kemudian diberikan bimbingan teknis terkait fitur-fitur yang ada di media sosial, hingga berbagai fungsinya. Para peserta dibimbing secara teknis untuk membuat akun media sosial Instagram hingga cara tata kelolanya agar dapat banyak interaksi publik. Para peserta pendampingan juga diberikan cara pembuatan konten kreatif berbentuk foto dan video bagi para pegiat UMKM (Arianto & Handayani, 2022). Pembuatan konten kreatif ini mempergunakan *smartphone* yang dimiliki oleh para pegiat UMKM. Artinya, para peserta tidak perlu lagi mempergunakan kamera profesional untuk menghasilkan konten kreatif. Tetapi para peserta diberikan tips dan trik cara fotografi yang kreatif bagi UMKM. Dalam pendampingan ini para peserta juga diberikan pemahaman penggunaan aplikasi Canva untuk membantu pembuatan konten kreatif UMKM. Aplikasi Canva selain mudah digunakan, juga telah menyediakan berbagai fitur untuk memperindah hasil fotografi berbasis *smartphone* (Negoro & Jufriyanto, 2022).

Lebih lanjut, para peserta juga diberikan pendampingan tentang cara pemanfaatan Whatsapp bisnis untuk penguatan teknik pemasaran digital UMKM. Para peserta diperkenalkan berbagai fitur-fitur Whatsapp hingga tips dan trik khusus dalam pemanfaatan Whatsapp *Story*. Pengenalan Whatsapp bisa agar para pegiat UMKM bisa memperkenalkan produk dan jasa melalui Grup Whatsapp maupun fitur *Story*. Berbagai tahapan pendampingan konten kreatif bertujuan agar para pegiat UMKM dapat bisa menciptakan konten dari produk UMKM, sehingga bisa diunggah dalam

akun Instagram masing-masing. Dengan demikian, para pegiat UMKM bisa semakin dikenal oleh publik tanpa lagi dibatasi oleh wilayah. Melalui penguatan aspek pemasaran digital, pangsa pasar produk UMKM akan semakin luas, dan tentunya bisa menjangkau konsumen hingga diluar wilayah Banten. Berikut dilakukan foto bersama dengan para peserta kegiatan pendampingan Komunitas UMKM Tembong.

Kesimpulan

Kegiatan pendampingan ini bertujuan untuk memperkuat pengembangan bisnis para pegiat komunitas UMKM Tembong dari aspek laporan keuangan dan pemasaran digital. Dalam konteks ini laporan keuangan yang disusun masih bersifat sederhana karena pegiat UMKM memiliki keterbatasan pengetahuan. Oleh sebab itu, para pegiat komunitas UMKM Tembong kemudian dibimbing untuk bisa menyusun laporan keuangan UMKM secara sederhana. Dalam pendampingan ini terdapat dua laporan keuangan sederhana yang harus diketahui oleh para pegiat komunitas UMKM yaitu laporan keuangan versi manual maupun digital. Laporan keuangan sederhana diberikan pelatihan dengan cara menuliskan melalui buku dengan tetap memperhatikan kaidah standar akuntansi. Pendampingan penyusunan laporan keuangan secara manual sementara ditujukan bagi pegiat UMKM yang masih pemula dan tidak mengenal dunia digital. Bagi yang telah memahami digitalisasi, tentu bentuk pendampingan juga berbeda, sebab lebih menekankan penggunaan aplikasi keuangan digital seperti <https://bukukas.co.id/>. Aplikasi laporan keuangan BukuKas yang dikenal sangat sederhana dan mudah dalam penggunaannya, sehingga sangat cocok bagi pegiat UMKM.

Pendampingan penggunaan aplikasi diberikan khusus kepada para pegiat UMKM yang telah beradaptasi dengan digitalisasi. Kegiatan ini memberikan pemanfaatan melalui penguasaan pemasaran digital (*digital marketing*). Pendampingan diberikan tentang teknik pemanfaatan sarana pemasaran digital yang lebih fokus pada pemanfaatan media sosial. Bagi pegiat UMKM media sosial sangat dikenal luas dan mudah untuk digunakan. Pendampingan pemasaran digital ini mulai dikenalkan dari pemanfaatan peran media sosial seperti Instagram dan Whatsapp. Selanjutnya diberikan pemahaman akan fitur dari berbagai platform media agar bisa membantu pengembangan bisnis UMKM. Terakhir diberikan teknik pembuatan konten kreatif dan tata kelola agar konten tersebut dapat dikenal luas oleh publik. Ketercapaian dalam kegiatan ini tampak dari meningkatnya pengetahuan para pegiat UMKM setara 80 persen dalam tata keuangan bisnis UMKM dan teknik pemasaran digital. Berbagai teknik pengelolaan keuangan baik manual dan digital bisa dipahami oleh para pegiat UMKM. Pemasaran digital dari pembuatan konten, tata kelola media sosial dan manajemen pemasaran digital juga bisa dipahami dengan baik oleh pegiat UMKM. Dengan demikian melalui pendampingan penyusunan laporan keuangan dan pemasaran

digital telah menciptakan pemahaman yang komprehensif bagi para pegiat komunitas UMKM dalam pengembangan bisnis.

Referensi

- Ahmad, A., & Nurhidaya, N. (2020). Media sosial dan tantangan masa depan generasi milenial. *Avant Garde*, 8(2), 134-148.
- Alinsari, N. (2020). Peningkatan literasi keuangan pada umkm melalui pelatihan dan pendampingan pembukuan sederhana. *Magistrorum et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 256-268.
- Arianto, B., & Handayani, B. (2022). Studi Fenomenologi Youtube Sebagai Saluran Pembelajaran Kewargaan Desa Sukoharjo Kabupaten Sleman. *Jurnal DIALOGIKA: Manajemen dan Administrasi*, 3(2), 92-106. <https://doi.org/10.31949/dialogika.v3i2.8717>
- Arianto, B., & Handayani, B. (2023a). Pendampingan Pencegahan Stunting Berbasis Tata Kelola Akuntansi Rumah Tangga di Desa Bakung Kabupaten Serang. *Rahmatan Lil'Alamin Journal of Community Services*, 117-128. <https://doi.org/10.20885/RLA.Vol3.iss2.art6>
- Arianto, B., & Handayani, B. (2023b). Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Digital Kewargaan: Studi Etnografi Digital. *ARKANA: Jurnal Komunikasi dan Media*, 2(02), 220-236. <https://doi.org/10.62022/arkana.v2i02.5813>
- Arianto, B. (2022). Peran Media Sosial Dalam Penguatan Komunikasi Bisnis Kewargaan di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Ekonomi Perjuangan*, 4(2), 132-146.
- Casmi, E., & Arianto, B. (2023). Pengembangan Inovasi Bisnis Batik Nologaten di Padukuhan Nologaten Kabupaten Sleman. *Seandanan: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(2), 87-95.
- Hani, S., & Fauzi, Z. (2017). Persepsi Pelaku UKM Terhadap Penyelenggaraan Laporan Keuangan. *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perpajakan Indonesia*, 5(2).
- Hidayat, R. A. L., Juitania, S., Indrawan, I. G. A., & Syahputra, A. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Keuangan Si Apik Dalam Pembuatan Laporan Keuangan Umkm Rumah Pemberdayaan Masyarakat Tangerang Selatan. *JAMAICA: Jurnal Abdi Masyarakat*, 1(3), 1-10.
- Irawati, W., Indrayani, L., & Barli, H. (2020). Tata Kelola Keuangan Sederhana bagi UMKM di Kapuk Muara. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 125-131.
- Negoro, Y. P., & Jufriyanto, M. (2022). Pelatihan Desain Kemasan Produk Frozen Food Dengan Smartmockups Dan Aplikasi Canva Pada Umkm Asosiasi Sidayu. *DedikasiMU: Journal Of Community Service*, 4(2), 150-160.
- Puspita, V. A., Veranita, M., & Gunardi, G. (2020). Perbaikan tata kelola bisnis UMKM kerupuk kulit singkong menuju ketahanan BUMDes Jagabaya. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 29-37.

- Rahmadiane, G. D., Mahmudah, N., Faidah, Y. A., & Tasya, S. K. (2022). Strategi Penguatan Usaha dan Pemahaman Laporan Keuangan Bagi UMKM Kota Tegal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat-PIMAS*, 1(2), 60-66.
- Rahmiyanti, S., & Arianto, B. (2023). Pendampingan Literasi Keuangan Digital Bagi UMKM Digital Di Kelurahan Tembong Kota Serang. *PRAXIS: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(3), 158-167.
- Rifai, Z., & Meiliana, D. (2020). Pendampingan Dan Penerapan Strategi Digital Marketing Bagi Umkm Terdampak Pandemi Covid-19. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 604-609.
- Rokhmah, B. E., & Yahya, I. (2020). Tantangan, Kendala dan Kesiapan Pemasaran Online UMKM di Desa Nglebak, Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Sukoharjo. *Filantropi: Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf*, 1(1), 20-31.
- Soejono, F., Sunarni, T., Kusmawati, K., Samuel, S., & Angeliana, W. (2020). Pendampingan Usaha: Pentingnya Laporan Keuangan Dan Penggunaan Aplikasi Bukukas Untuk Laporan Keuangan Usaha. *LOGISTA-Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 210-219.