

PELATIHAN DIGITALISASI PEMASARAN DAN PENCATATAN KEUANGAN SEDERHANA PADA UMKM MIE AYAM DI DUSUN BANDUT KIDUL

Tiara Sastianing Maharani^{1*}, Azfa Mutiara Ahmad Pabulo²

¹²Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Indonesia

Tiaraaa.smaharani28@gmail.com¹

Received: 28-11-2024

Revised: 10-12-2024

Approved: 16-06-2024

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, namun banyak pelaku UMKM yang masih menghadapi tantangan dalam hal pemasaran produk dan pencatatan keuangan. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk memberikan pelatihan dan pendampingan terkait digitalisasi pemasaran dan pencatatan keuangan sederhana pada UMKM Mie Ayam “Mbah Wongso” di Dusun Bandut Kidul, Argorejo, Sedayu, Bantul. Metode yang digunakan terdiri dari empat tahapan: survey, sosialisasi, pelatihan & pendampingan, dan evaluasi. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa pelaku UMKM telah mampu memanfaatkan Instagram sebagai platform digital untuk memasarkan produk mereka dan melakukan pencatatan keuangan sederhana dengan baik. Penerapan pemasaran digital dan pencatatan keuangan ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional dan keberlanjutan usaha UMKM.

Kata Kunci : Digitalisasi; Pemasaran; Pembukuan Sederhana; UMKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau biasa disebut dengan UMKM merupakan unit usaha yang berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional di Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2024 mencapai lebih dari 65 juta unit. Dengan jumlah unit yang terbilang besar ini, UMKM sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia dapat berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sebesar 61% atau setara dengan Rp9.580 triliun. Selain itu, keberadaan UMKM dapat menyerap tenaga kerja sebesar 97% dari total tenaga kerja atau sekitar 117 juta pekerja di lapangan. UMKM juga mampu menghimpun hingga 60,4% dari total investasi di Indonesia.

Dibalik manfaat yang diberikan UMKM terhadap perekonomian nasional di Indonesia, UMKM juga menghadapi permasalahan tersendiri. Melihat besarnya jumlah UMKM di Indonesia, pastinya pelaku UMKM tidak terkecuali akan menghadapi hambatan dan tantangan yang dapat mempengaruhi perkembangan serta keberlanjutan usahanya. Salah satunya ialah dalam hal memasarkan produk.

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. Sehingga pemasaran seringkali dianggap sebagai “ujung tombak” dari sebuah usaha. Seiring waktu kegiatan pemasaran semakin berkembang bersamaan dengan pemanfaatan teknologi digital sebagai media pemasaran. Adanya perkembangan teknologi mengakibatkan banyaknya aplikasi digital yang hadir di masyarakat. Aplikasi digital tersebut dapat digunakan sebagai media pemasaran untuk menjangkau pasar yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan penjualan.

Istilah digital marketing atau digitalisasi pemasaran kini sering digunakan oleh para pelaku ekonomi di masa kini. Digitalisasi pemasaran merupakan kegiatan pemasaran yang berbentuk media internet dan aplikasi guna menarik minat

konsumen terhadap suatu produk. Pemasaran secara online kini menjadi pilihan bagi semua pihak untuk mempromosikan hasil produknya. Pelaku usaha semestinya sadar bahwa sebagai bagian pelaku pasar tidak hanya memahami tetapi harus lebih kreatif dalam memasarkan produknya secara online melalui media internet dan aplikasi. Walaupun telah banyak bermunculan aplikasi digital marketing, akan tetapi para pelaku UMKM belum banyak yang memanfaatkannya guna memasarkan produk yang dihasilkan. Di era digital ini masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami secara detil terkait pemilihan media sosial sebagai alat untuk memasarkan produknya. Pelaku UMKM belum memahami bagaimana memilih aplikasi yang tepat dan sesuai dengan pengelolaan bidang pemasaran produknya.

Selain masih menghadapi persoalan terkait pemasaran, UMKM juga mengalami permasalahan terkait dengan pencatatan keuangan. Dari total keseluruhan jumlah UMKM di Indonesia, hanya sebagian kecil dari mereka yang melakukan pencatatan keuangan. Sebagian besar UMKM tidak melakukan pencatatan keuangan dan tidak memiliki laporan keuangan. Padahal dengan melakukan pencatatan keuangan yang baik, pelaku UMKM dapat mengontrol kinerja keuangan yang dapat berpengaruh langsung terhadap kelangsungan usahanya.

Pencatatan keuangan pada bisnis merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan. Pencatatan keuangan adalah suatu proses mencatat aktivitas-aktivitas transaksi keuangan yang terjadi dalam perusahaan. Dengan mencatat aktivitas-aktivitas keuangan yang terjadi, pelaku usaha dapat melakukan kontrol terhadap uang masuk dan uang keluar. Apabila pengelolaan keuangan telah terkontrol dengan baik, maka rencana strategi yang akan dijalankan dapat berjalan dengan baik dan meminimalisir risiko yang tidak terduga. Pencatatan keuangan sederhana yang dilakukan oleh pelaku UMKM jika diterapkan dengan baik dan benar akan meningkatkan keberhasilan dalam pengelolaan usahanya. Sehingga membuat UMKM dapat menjadi lebih berkembang dan dapat bertahan lama dikarenakan pengelolaan keuangan yang baik.

Namun, pelaku UMKM masih sulit untuk menerapkan pencatatan keuangan sederhana yang baik dan benar. 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. Pengelolaan keuangan dan pengembangan usaha terkait lingkungan eksternal UMKM seharusnya menjadi perhatian besar oleh pelaku UMKM. Hal ini karena dengan memperhatikan kedua pengelolaan tersebut dapat tergambarkan peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh UMKM. Minimnya sumber daya manusia yang mengetahui tata cara pencatatan keuangan juga mengakibatkan pelaku UMKM sering mengabaikan pentingnya melakukan pencatatan keuangan sederhana dalam menjalankan usahanya. Sehingga, sering terjadi pencatatan yang tidak teratur, tidak ada kontrol terhadap uang masuk dan uang keluar, dan tidak memisahkan uang perusahaan dengan uang pribadi. Akibatnya ialah usaha akan menghadapi permasalahan dan risiko keuangan, tidak dapat mengontrol hutang, dan tidak dapat menginvestasikan uangnya dengan bijak. Hal ini akan berdampak pada kerugian yang bakal dialami UMKM tersebut.

Kedua permasalahan yang sering dihadapi UMKM yakni terkait pencatatan keuangan sederhana dan digitalisasi pemasaran mendorong penulis untuk melakukan pengabdian terhadap UMKM di sekitar tempat tinggal pengabdian, yakni UMKM Mie Ayam "Mbah Wongso". Pemilik UMKM tersebut belum memanfaatkan aplikasi digital

sebagai alat pemasaran untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas dan meningkatkan penjualan. Selain itu, pemilik UMKM tersebut belum mengetahui dan memahami dengan baik dalam menerapkan pencatatan keuangan sederhana diakibatkan kurangnya pengetahuan dan minimnya sumber daya manusia yang paham akan pencatatan keuangan sederhana. Hal ini membuat pemilik kesulitan dalam menghitung dan mengetahui hasil dari usaha dan menghambat perkembangan usaha.

METODE KEGIATAN

Objek pada kegiatan ini adalah pelaku dari usaha UMKM Mie Ayam “Mbah Wongso” yang beralamat di Bandut Kidul, Argorejo, Sedayu, Bantul. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini terdiri dari empat tahapan, yaitu survey, sosialisasi, pelatihan & pendampingan, dan evaluasi.



Gambar 1. Metode pengabdian masyarakat

1. Survey

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 10 September 2024. Tahap survey dilakukan dengan datang langsung ke tempat sasaran dan melakukan observasi mengenai kelayakan narasumber sebagai objek pengabdian. Observasi dilakukan dengan cara wawancara langsung terhadap pelaku UMKM Mie ayam “Mbah Wongso” terkait permasalahan yang dihadapi oleh UMKM tersebut.

2. Sosialisasi

Setelah dilakukan survey, maka dapat diambil kesimpulan bahwa permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM yaitu tidak melakukan pencatatan keuangan sederhana dengan baik dan tidak melakukan digitalisasi pemasaran. Sehingga pengabdian melakukan sosialisasi langsung terkait pencatatan keuangan sederhana dan digitalisasi pemasaran.

3. Pelatihan & Pendampingan

Selepas dilakukan sosialisasi, tahap berikutnya yaitu dilakukan pelatihan dan pendampingan. Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan secara langsung pada tanggal 10 September 2024 yang diawali dengan menjelaskan akan pentingnya melakukan pencatatan keuangan sederhana untuk kelangsungan usaha yang sedang dijalankan. Selain itu dijelaskan pula mengenai manfaat digitalisasi pemasaran terhadap penjualan produk. Kemudian diadakan pelatihan mengenai pencatatan keuangan sederhana yang baik dan benar serta mudah dimengerti untuk diterapkan. Pelaku UMKM juga diajarkan untuk membuat akun Instagram sebagai platform dalam memasarkan produk jualannya. Untuk kegiatan pendampingan dilakukan dari tanggal 10 September 2024 – 30 September 2024 dengan datang langsung untuk melihat perkembangan hasil dari pencatatan keuangan sederhana yang telah dilakukan dan pemanfaatan platform digital sebagai media pemasaran.

4. Evaluasi

Tahap yang terakhir yaitu dilakukan evaluasi dari praktek yang pelaku UMKM lakukan untuk memperkuat pengetahuan dan dapat memberikan saran agar pelaku UMKM dapat terus menerapkan hasil pelatihan dan pendampingan yang dilakukan dengan lancar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan ini dilakukan pada tanggal 10 September 2024 sampai 30 September 2024 di Dusun Bandut Kidul, Argorejo, Sedayu, Bantul. Tahap yang pertama yaitu melakukan survey ke tempat usaha yang sesuai dengan kriteria pengabdian. Saat melakukan survey, pengabdian juga melakukan perizinan kepada Ibu Retno selaku pemilik usaha mie ayam untuk dapat bekerja sama dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Setelah mendapatkan izin, dilakukan wawancara untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM.

Dalam wawancara tersebut dapat pengabdian simpulkan bahwa pelaku usaha belum memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran sehingga pelanggan yang datang hanya dari sekitar usaha tersebut berdiri, belum menjangkau pelanggan yang lebih luas. Selain belum melakukan pemasaran melalui media sosial, 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. Tidak adanya pemisahan yang jelas antara uang pribadi dengan uang yang digunakan untuk operasional usaha juga membuat sulit untuk mengetahui kepastian keuangannya. Kurangnya pemahaman mengenai pencatatan keuangan sederhana mengakibatkan pelaku usaha belum melakukan pencatatan transaksi pemasukan dan pengeluaran yang dilakukannya.

Tahap berikutnya yaitu sosialisasi secara singkat mengenai pentingnya menerapkan pemasaran digital dengan memanfaatkan sosial media seperti Instagram sebagai media pemasarannya serta memberikan penjelasan akan pentingnya melakukan pencatatan keuangan sederhana bagi UMKM. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram merupakan hal penting yang harus dilakukan oleh pelaku usaha untuk dapat menjangkau pelanggan yang lebih luas, tidak hanya bergantung kepada masyarakat sekitar usaha saja. Dengan menjangkau pelanggan yang lebih luas, maka penghasilan yang diperoleh juga akan meningkat. Selain manfaat yang diperoleh dari menerapkan digital pemasaran, melakukan pencatatan keuangan sederhana juga dapat membantu pelaku usaha dalam mengetahui kondisi keuangannya.



Dengan begitu pelaku usaha dapat menggunakan pencatatan keuangan sederhana tersebut sebagai dasar dalam pengambilan keputusan usaha ke depannya. Adanya

pencatatan keuangan sederhana juga membuat pelaku usaha dapat mengetahui berapa jumlah pasti dari keuntungan yang diperoleh. Setelah dilakukannya sosialisasi, tahapan selanjutnya yaitu dilakukan pelatihan dan pendampingan. Pengabdian membantu pelaku usaha untuk menggunakan Instagram sebagai media pemasaran. Alasan memilih Instagram sebagai platform *digital marketing* ialah karena Instagram mampu menjangkau masyarakat secara luas dengan membuat konten seperti dokumen, video, foto ataupun brosur menarik yang dapat meningkatkan *brand awareness* dan menarik minat pelanggan. Langkah pertama yaitu melakukan pembuatan akun Instagram dan pengenalan fitur-fitur yang ada kepada pelaku usaha seperti *Instagram Stories*, *Reels*, dan berbagai opsi filter alat pengeditan untuk membantu pelaku usaha mempromosikan usahanya secara menarik dan inovatif. Setelah itu pengabdian mengajarkan bagaimana caranya membuat postingan dan tampilan muka Instagram yang menarik agar pelanggan tertarik untuk membeli produk usaha.

Kegiatan selanjutnya yaitu membantu pelaku usaha untuk dapat melakukan pencatatan keuangan sederhana yang baik. Disini pengabdian menjelaskan cara untuk mencatat transaksi pemasukan dan pengeluaran menggunakan kolom yang sudah pengabdian sediakan. Pemasukan digunakan untuk mencatat berbagai transaksi uang yang masuk seperti pendapatan usaha yang diperoleh. Pengeluaran digunakan untuk mencatat berbagai transaksi uang yang keluar seperti pembelian bahan baku, pembelian peralatan masak, pembayaran biaya listrik, dan sebagainya. Setelah itu, untuk mengetahui keuntungan yang diperoleh caranya dengan mengurangi total pemasukan dengan total pengeluaran. Selama kegiatan pelatihan dan pendampingan ini pelaku usaha berpartisipasi secara aktif dan antusias mengikuti kegiatan ini.



Gambar 3. Tampilan Instagram usaha

Tahap yang terakhir yaitu evaluasi. Dari kegiatan pelatihan dan pendampingan yang berlangsung dari tanggal 10-30 September 2024 didapat hasil ketercapaian dari kegiatan pengabdian ini, yaitu pelaku usaha mampu menggunakan Instagram sebagai sarana promosi usahanya dan dapat mengelolanya secara rutin untuk memasarkan jualannya. Pelaku usaha juga mampu menerapkan pencatatan keuangan sederhana secara rutin dengan baik selama pendampingan dan diharapkan dapat terus berlanjut

setiap bulannya.



Gambar 4. Pelatihan pencatatan keuangan sederhana

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat mengenai pelatihan digitalisasi pemasaran dan pencatatan keuangan sederhana memperoleh hasil yang cukup baik. Pelaku UMKM menjadi lebih memahami dan menyadari akan pentingnya pemanfaatan platform media sosial sebagai sarana pemasaran guna menjangkau konsumen yang lebih luas. Selain itu, pelaku UMKM 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.

DAFTAR PUSTAKA

- Aflah Ramadiansyah, S., & Indah Pratiwi, N. (2024). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Alat Promosi Produk UMKM di Desa Sibang Gede Abiansema Bali. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2694–2701. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.3330>
- Bella Safitri, & Azfa Mutiara Ahmad Pabulo. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan Pemasaran UMKM. *Aksi Nyata : Jurnal Pengabdian Sosial Dan Kemanusiaan*, 1(3), 110–114. <https://doi.org/10.62383/aksinyata.v1i3.327>
- Fanreza Budi Sevina, & Azfa Mutiara Ahmad Pabulo. (2023). Upaya Digitalisasi Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM di Kecamatan Juwana. *Faedah : Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(4), 251–257. <https://doi.org/10.59024/faedah.v1i4.414>
- Hartono, R., Sudiarjo, A., Supriatman, A., & Perjuangan Tasikmalaya, U. (2024). PEMANFAATAN SOCIAL MEDIA MARKETING UNTUK PEMASARAN DIGITAL BAGI UMKM TANAMAN HIAS. In *PROFICIO: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 5, Issue 1). <https://ejournal.utp.ac.id/index.php/JPF/article/view/3129/520521888>
- Rusti, N., Kareja, N., & Febrita, R. E. (2023). Digitalisasi Pemasaran dan Pencatatan Keuangan pada UMKM Obugame. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 7(2), 373–383. <https://doi.org/10.29407/ja.v7i2.18767>
- Kewa Lisa, M. G., & Ahmad Pabulo, A. M. . (2024). Strategi Pemasaran Pembuatan Konten Untuk Pemasaran UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*

- Nusantara, 5(3), 3037-3041. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i3.3455>
- febiyana, lina, & Pabulo, A. M. A. (2023). Pendampingan Pencatatan Transaksi Keuangan Terhadap Pelaku UMKM di Kabupaten Bantul. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(4), 4072-4078. Retrieved from <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1984>
- wijayanti, wahyu, & Azfa Mutiara Pabulo. (2023). Pendampingan Pengurusan Legalitas Serta Optimalisasi WhatsApp Bisnis Dalam Rangka pengembangan UMKM: "UMKM Naik Kelas!". *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(4), 3784-3789. Retrieved from <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1904>
- Winda Tri Hapsari, & Azfa Mutiara Ahmad Pabulo. (2023). Optimasi WhatsApp Business Sebagai Media Pemasaran Produk Pada UMKM Di Condongcatur, Yogyakarta. *Jurnal Pengabdian Indonesia*, 1(3). Retrieved from <https://jurnalpengabdianindonesia.com/index.php/1/article/view/5>