
**PEMBERDAYAAN KOMUNITAS UMKM TEMBONG
MELALUI PENGUATAN ASPEK KEUANGAN DAN PEMASARAN DIGITAL**

Bambang Arianto¹, Sev Rahmiyanti², Bkti Handayani³

¹Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dwimulya, Banten

²Universitas Banten Jaya, Banten

³Universitas Bhakti Kencana Serang, Banten

¹ ariantobambang2020@gmail.com

²sevrahmiyanti@bku.ac.id

³bkti.handayani@bku.ac.id

History Artikel

Received: 27-06-2023; **Revised:** 22-12-2023; **Accepted:** 26-03-2024; **Published:** 30-09-2024

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 dan pemasaran digital bagi penguatan bisnis UMKM di Kelurahan Tembong Kota Serang.

Kata Kunci: UMKM, Laporan Keuangan, Pemasaran Digital

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are the main pillars of the Indonesian economy which still encounter various obstacles in terms of financial management and marketing governance. In community service in the Tembong Village, Serang City which was held on 5th March 2023, assistance was provided to the MSME community through strengthening financial aspects and digital marketing. In this assistance, knowledge has been 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 the preparation of financial reports can contribute to improving MSME governance management. Meanwhile, revitalizing digital marketing through the use of social media can strengthen the marketing aspect for MSME community activists. The success of this activity can be seen from the UMKM community activists who can use digital marketing and prepare financial reports properly. MSME activists can understand the benefits of the financial and digital marketing aspects for strengthening the MSME business 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 masih stagnan dan tidak mampu bersaing dengan menciptakan inovasi produk. 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 adalah kompetensi. Mayoritas pegiat UMKM masih minim terkait kompetensi dan penguasaan aspek pemasaran digital. Hal itu yang membuat diperlukan banyak pendampingan pemasaran digital bagi para pelaku UMKM (Rifai & Meiliana, 2020). Apalagi diketahui bahwa para pegiat UMKM belum mampu untuk menciptakan konten kreatif yang bisa menarik atensi konsumen.

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.

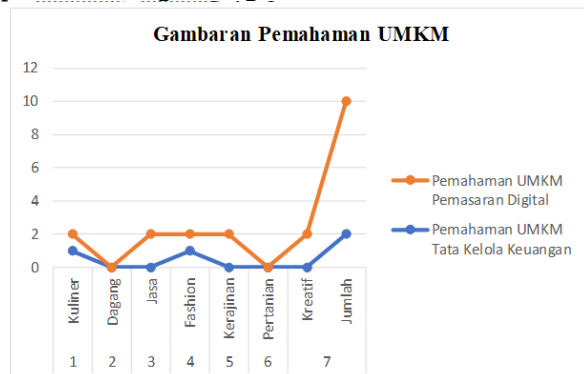
HASIL DAN PEMBAHASAN

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 coordinator komunitas UMKM sekaligus tuan rumah pelaksana kegiatan. Adapun kegiatan pendampingan ini dilaksanakan pada hari Minggu, 5 Maret 2023 yang dimulai dari pukul 11.00 – 13.30 WIB. Kegiatan pendampingan ini 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). Berikut tahapan pendampingan tentang pengembangan bisnis bagi UMKM.

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 (Rahmiyanti & Arianto, 2023). 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 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. Berikut tahapan pemaparan tentang penguatan pemasaran digital bagi UMKM.



Gambar 1. Gambaran pemahaman masyarakat sasaran

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 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. 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.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pendampingan ini bertujuan untuk memperkuat pengembangan bisnis para pegiat komunitas UMKM Tembong dari aspek laporan keuangan dan pemasaran digital. Berbagai pengembangan bisnis UMKM, masih terletak pada aspek penyusunan laporan keuangan dan pemasaran. Tetapi dengan kehadiran digitalisasi membuat UMKM bisa memanfaatkan sarana tersebut untuk pengembangan bisnis. Pada tahap awal pendampingan bagi para pegiat komunitas

UMKM Tembong difokuskan pada penyusunan laporan keuangan. Mayoritas para pegiat UMKM Tembong telah berupaya untuk bisa Menyusun laporan keuangan setingkat UMKM. Dalam hal ini laporan keuangan yang disusun masih bersifat sederhana karena pegiat UMKM memiliki keterbatasan pengetahuan. Dengan begitu pendampingan laporan keuangan lebih difokuskan pada penyusunan laporan keuangan 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 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 di kenal sangat sederhana dan mudah dalam penggunaannya sehingga sangat cocok bagi pegiat UMKM. Pendampingan penggunaan aplikasi juga diberikan khusus kepada pegiat UMKM yang telah beradaptasi dengan digitalisasi.

Dalam kegiatan ini juga diberikan pengembangan bisnis melalui pemanfaatan pemasaran digital (digital marketing). Pendampingan diberikan tentang tentang pemanfaatan sarana pemasaran digital yang lebih focus pada pemanfaatan media sosial. Hal itu disebabkan bagi pegiat UMKM media sosial sangat dikenal luas dan mudah 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. Pada akhirnya melalui pendampingan penyusunan laporan keuangan dan pemasaran digital akan menciptakan pemahaman para pegiat komunitas UMKM dalam pengembangan bisnis di Kelurahan Tembong Kota Serang. Sementara saran buat program pendampingan kedepan dapat

lebih mempertegas tema ini karena masih banyak komunitas yang belum mendapatkan pendampingan dengan intensif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Para panitia pengabdian masyarakat mengucapkan kepada pegiat komunitas UMKM yang telah membantu terselenggaranya kegiatan ini. Ucapan ini juga diberikan kepada seluruh komponen masyarakat kelurahan Tembong Kota Tembong yang telah membantu secara teknis, sehingga kegiatan ini berjalan aman dan lancar.

DAFTAR RUJUKAN

- 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. (2022). Peran Media Sosial Dalam Penguatan Komunikasi Bisnis Kewargaan di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Ekonomi Perjuangan*, 4(2), 132-146.
- 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.