

JURNAL MERPATI

Media Publikasi Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

<https://ejournal.ulbi.ac.id/index.php/merpati>

Pengenalan Digital Marketing dan Pembuatan Laporan Keuangan dalam Upaya Peningkatan Penghasilan UMKM Rumah Pintar Bandung

Marismiati¹, Gugum Gumilang Wirakanda², Khairaningrum Mulyanti³, Indra Firmansyah⁴

¹D4 Akuntansi Keuangan, Sekolah Vokasi Universitas Bisnis dan Logistik Internasional
marismiati@ulbi.ac.id,

²D3 Manajemen Pemasaran, Sekolah Vokasi Universitas Bisnis dan Logistik Internasional
gugum@ulbi.ac.id

³D4 Akuntansi Keuangan, Sekolah Vokasi Universitas Bisnis dan Logistik Internasional
khairaningrum@ulbi.ac.id

⁴D4 Akuntansi Keuangan, Sekolah Vokasi Universitas Bisnis dan Logistik Internasional
indrafirmansyah@ulbi.ac.id

ABSTRAK

UMKM di Indonesia mempunyai kontribusi yang penting sebagai penopang perekonomian. Penggerak utama perekonomian di Indonesia selama ini pada dasarnya adalah sektor UMKM. Memasuki era internet sekarang ini para pelaku UMKM kini banyak terbantu dengan adanya *Marketplace* seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, GoFood, ShopeeFood dll dimana dengan memanfaatkan Marketplace maka tidak lagi harus mengeluarkan biaya untuk menyewa tempat usaha yang tentunya menjadi biaya sewa bulanan nantinya. Tujuan kegiatan adalah membantu UMKM memaksimalkan media digital untuk meningkatkan penjualan dan memperbaiki laporan keuangannya sehingga penghasilan dapat lebih maksimal. Belum lagi dengan tumbuhnya media sosial seperti Instagram, Whatsapp, Tiktok, dll dapat dimanfaatkan bagi pelaku UMKM dalam mempromosikan produknya. Metode kegiatan yang dilakukan yaitu pembuatan foto produk, editing foto, membuat konten video, optimalisasi media social, Kemudian materi keuangan (akuntansi) dimulai dari mencatat, mengklasifikasi penerimaan dan pengeluaran kas sampai menjadi laporan keuangan. Hasil dari kegiatan diharapkan pelaku usaha UMKM sudah dapat membuat konten promosinya sendiri tanpa perlu bantuan orang lain ataupun konsultan sehingga setiap hari dapat mempromosikan produknya dan dapat memperbaiki laporan keuangannya.

Kata Kunci: UMKM, Rumah Pintar Bandung, Digitalisasi Pemasaran

ABSTRACT

MSMEs in Indonesia have an important contribution to make as a support for the economy. The main driver of the economy in Indonesia so far has basically been the MSME sector. Entering the current internet era, MSMEs are now greatly helped by the existence of marketplaces such as Tokopedia, Shopee, Bukalapak, GoFood, ShopeeFood, etc., where, by utilizing the marketplace, you no longer have to pay to rent a place of business, which of course will be a monthly rental fee later. The aim of the activity is to help MSMEs maximize digital media to increase sales and improve their financial reports so that their income can be maximized. Not to mention the growth of social media such as Instagram, WhatsApp, Tiktok, etc., MSMEs can use it to promote their products. The methods of activities carried out are making product photos, photo editing, creating video content, and optimizing social media.

Then financial (accounting) material starts with recording and classifying cash receipts and disbursements to become financial reports. The results of the activity are expected to be that MSME business actors will be able to create their own promotional content without the need for the help of other people or consultants, so that they can promote their products every day and improve their financial reports.

Keywords: MSMEs, Rumah Pintar Bandung, Marketing Digitalization,

1. PENDAHULUAN

UMKM di Indonesia mempunyai kontribusi yang penting sebagai penopang perekonomian. Penggerak utama perekonomian di Indonesia selama ini pada dasarnya adalah sektor UMKM. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan dan merupakan motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional. Perhatian pada pengembangan sektor UMKM memberikan makna tersendiri pada usaha menekan angka kemiskinan suatu negara. Pertumbuhan dan pengembangan sektor UMKM sering diartikan sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan, khususnya bagi negara - negara yang memiliki income perkapita yang rendah. Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) identik dengan masih kurangnya kesadaran untuk menjalankan pembukuan dengan baik dalam dunia bisnis. Dengan kurangnya pengetahuan dalam pembukuan, otomatis menghambat mereka menjalankan kegiatan pembukuan keuangan. Sementara minimnya pengetahuan pebisnis UMKM dalam pembukuan juga seringkali tidak disertai dengan pemenuhan sumberdaya untuk menjalankan kegiatan akuntansi bisnis. Kesadaran akan pentingnya pembukuan justru sering timbul ketika mereka harus berhadapan dengan institusi atau pihak lain yang mensyaratkan adanya laporan keuangan atau istilah modernnya akuntansi, untuk kegiatan tertentu. Misalnya, untuk kepentingan meminjam modal ke bank. Para pengusaha kecil tidak memiliki pengetahuan akuntansi, dan banyak diantara mereka yang belum memahami pentingnya pencatatan dan pembukuan bagi kelangsungan usaha. Dalam mendirikan usaha bisa dilakukan oleh siapapun yang memiliki modal, namun untuk menjadikan usaha tersebut sukses bukan sesuatu yang mudah. Faktor-faktor yang dapat menentukan usaha sukses tidaknya yakni peluang pasar, kondisi persaingan dan lainnya. Dalam pengambilan keputusan pun tidak bisa dengan mengandalkan insting perlu keahlian dan pengetahuan yang baik dalam mengelola usaha tersebut. Memasuki era internet sekarang ini para pelaku UMKM kini banyak terbantu dengan adanya Marketplace seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, GoFood, ShopeeFood dll dimana dengan memanfaatkan Marketplace maka tidak lagi harus mengeluarkan biaya untuk menyewa tempat usaha yang tentunya menjadi biaya sewa bulanan nantinya. Belum lagi dengan tumbuhnya media sosial seperti Instagram, Whatsapp, Tiktok, dll dapat dimanfaatkan bagi pelaku UMKM dalam mempromosikan produknya. Banyak pelaku UMKM terutama yang berusia setengah baya masih sangat minim pemahaman mengenai berjualan di internet hal ini dapat dipahami mengingat mereka tidak terlalu suka bermain Handphone karena fokus mereka hanya membuat produk sekaligus mengurus rumah tangganya.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Tempat dan waktu.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat dengan kerjasama UMKM Rumah Pintar Bandung dilaksanakan secara luring yang dilaksanakan pada :

Hari/Tanggal : Senin /15 Agustus 2022

Waktu : 09.00 s.d selesai

Tempat : Kampus ULBI

Gedung Pendidikan ruang 312 Jalan Sariosih no 54 Bandung

2.2 Khalayak Sasaran

Kegiatan ini dihadiri oleh 20 UMKM Rumah Pintar Bandung dengan core bisnis kuliner, peserta UMKM dari Rumah Pintar Bandung tersebut diseleksi berdasarkan mereka yang belum memiliki atau belum mempunyai kemampuan dalam membuat media promosi seperti brosur dan video promosi dan

Menyusun laporan keuangan dengan baik, sehingga diharapkan dengan adanya kegiatan tersebut dapat membantu mereka untuk dapat membuat media promosinya sendiri dan tentu membuat laporan keuangan dengan lebih baik.

2.3 Metode Pengabdian

Materi yang dipersiapkan yakni mengenai Market Place, pelatihan Foto Produk, Media Sosial Ads. Kemudian materi keuangan (akuntansi) dimulai dari mencatat, mengklasifikasi penerimaan dan pengeluaran kas sampai menjadi laporan keuangan. Menyiapkan alat untuk presentasi secara offline serta materi yang akan digunakan saat sosialisasi dan pelatihan.

2.4 Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan kegiatan PKM ini adalah:

- Jumlah peserta yang hadir di pelatihan
- Keaktifan peserta dalam menjawab dan bertanya saat pelatihan berlangsung di kelas
- Keberhasilan peserta dalam membuat media promosi sendiri dan membuat laporan keuangan

2.5 Metode Evaluasi

Evaluasi yang dilakukan adalah bagaimana kemampuan peserta dalam memahami tools yang ada pada aplikasi pembuat media promosi baik brosur maupun video. Evaluasi dilakukan saat mereka sudah mulai memposting hasil desainnya apakah hasilnya sesuai dengan kaidah desain dan mendapatkan respon yang baik dari follower mereka. Sedangkan untuk laporan keuangan evaluasi yang dilakukan adalah pemahaman peserta dalam menulis pengeluaran dan pemasukan mereka setiap harinya dengan dicatat didalam buku kas

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pengenalan Materi

Pemaparan pertama yaitu materi mengenai laporan keuangan, dimana pemateri memaparkan pentingnya laporan keuangan yang baik hingga beberapa aplikasi yang dapat membantu mempermudah membuat laporan keuangan. Pemaparan materi yang kedua adalah materi mengenai pembuatan desain promosi untuk di media sosial seperti post Instagram, feed, whatsapp status, dll.

3.2 Praktek Aplikasi

Praktek membuat desain promosi menggunakan aplikasi Lightroom dan Canva dan capcut untuk membuat video promosinya. Sebelum memulai melakukan editing, peserta diharuskan foto produknya terlebih dahulu menggunakan smartphone mereka masing-masing. *Setup* foto produk sudah disiapkan oleh panitia sebelumnya seperti *Lighting, Background, Diffuser*, dan aksesoris pendukung foto produk lainnya sehingga peserta hanya tinggal membawa produk mereka masing-masing sekaligus belajar *layout* foto produk yang menarik.

3.4 Keberhasilan Kegiatan

Kegiatan ini dibatasi 20 UMKM karena menyesuaikan dengan waktu karena mereka harus bergantian dalam melakukan foto produk sehingga di khawatirkan apabila terlalu banyak pesertanya maka pelaksanaan kegiatan ini akan terlalu lama. Peserta UMKM dari Rumah Pinter Bandung tersebut diseleksi berdasarkan mereka yang belum memiliki atau belum mempunyai kemampuan dalam membuat media promosi seperti brosur dan video promosi dan Menyusun laporan keuangan dengan baik, sehingga diharapkan dengan adanya kegiatan tersebut dapat membantu mereka untuk dapat membuat media promosinya sendiri dan tentu membuat laporan keuangan dengan lebih baik. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat “Pemberdayaan UMKM Rumah Pinter Bandung Dengan Digitalisasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Usaha” dibantu oleh beberapa mahasiswa dari Jurusan D4 Akuntansi dan Jurusan D3 Manajemen Pemasaran



Gambar 1. Pemaparan materi pembuatan laporan keuangan

Pemaparan dilaksanakan kurang lebih 30 menit dengan materi penyusunan laporan keuangan bagi UMKM guna memaksimalkan pemasukan dan meminimalisir arus dana yang tidak terdata.



Gambar 2. Pemaparan materi pembuatan media promosi digital

Pemaparan selanjutnya adalah materi pembuatan media promosi digital agar para peserta tidak lagi memerlukan jasa orang lain dalam membuat media promosi usahanya melainkan mereka sudah bisa membuat desain brosur hingga membuat video promosi.



Gambar 3. Sesi Foto Produk

Pada sesi ini peserta melakukan foto produk yang mereka bawa sendiri dengan memaksimalkan property yang sudah disediakan. Setelah itu baru mereka melakukan editing dari foto produk tersebut.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian adalah

- a. Pemberian materi teori dan pelatihan kemudian dilanjutkan dengan praktik sesuai dengan tema.
- b. Terdapat kenaikan pemahaman tentang akuntansi, bertransaksi/berjualan melalui marketplace, foto produk

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada LPPM Universitas Logistik dan Bisnis Internasional atas kegiatan hibah internal PKM 2022 dan juga kepada UMKM Rumah Pintar Bandung atas partisipasinya dalam kegiatan PKM ini.

6. REFERENSI

- Carl s, W., Reeve, J. M., Duchac, J. E., Wahyuni, E. T., & Jusuf, A. A. (2018). Pengantar Akuntansi 2. Salemba.
- Diana, A., & Setiawati, L. (2017). Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis Standar Akuntansi Keuangan Terbaru. Andi.
- Hermawan, A. (2012). Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga. IKAPI. (2010). Penelitian Tindakan Kelas. Gava Media.
- Muljono, R. . (2018). Digital Marketing Concept. Indonesia: PT Gramedia Pustaka Utama. Munawir. (2010). Analisis Laporan Keuangan (Cetakan Ke). Liberty Yogyakarta.
- Nugroho, A. (2015). Pengaruh Reward dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan PT Business Training and Empowering Management Surabaya Vol. IV, No. 2. Hal 36.
- Opiida. (2014). Pengertian E-marketplace.
- Silvia, A. F. (2014). Desain dan Pengembangan Bahan Ajar Sistem Komputer. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Syaiful, B. (2016). Pengantar Akuntansi (Cetakan Pe). CV. Andi Offset. Walter, H. J. (2012). Akuntansi Keuangan IFRS (Edisi Kede). Erlangga.