

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT UNTUK MEMAJUKAN UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19

Ketut Sumantra¹, Ida Bagus Nyoman Mantra², Ni Putu Gita Aprini Dewi³

¹Program Pascasarjana Universitas Mahasaraswati Denpasar

²Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Mahasaraswati Denpasar

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: ketut.sumantra@unmas.ac.id, bagusmantra@unmas.ac.id,

ABSTRAK

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk memajukan UMKM di masa pandemi covid-19. Ray Ukir merupakan salah satu usaha pengrajin ukiran. Masalah yang dihadapi selama pandemi adalah penurunan omset. Solusi yang diberikan berupa pemberdayaan masyarakat melalui pemasaran digital dan pencatatan laporan keuangan. Dari hasil monitoring, kegiatan pengabdian ini sudah berhasil dengan baik. Pemilik Ray Ukir sudah mulai memahami dan melakukan pencatatan keuangan dan pemasaran melalui market digital.

Kata kunci: pemasaran, laporan keuangan, UMKM

ANALISIS SITUASI

Ray Ukir merupakan salah satu usaha pengrajin ukiran. Bertempat di Banjar Pekilen, Desa Selanbawak, Kecamatan Marga, Kabupaten Tabanan. Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan menunjukkan fakta bahwa pengrajin mengalami penurunan omset akibat pandemi Covid-19 ini. Disisi lain perlu adanya inovasi baru dari kerajinan ukiran kayu agar bisa menyesuaikan dengan segmen pasar modern yang berkembang saat ini. Selama ini pengrajin masih melakukan teknik pemasaran yang tradisional, yaitu dengan cara menunggu para pembeli untuk mengunjungi tempat mereka. Teknik ini secara langsung mengakibatkan rendahnya pendapatan yang mereka peroleh. Seringkali mereka melayani pesanan dari reseller

yang hanya akan menjual kembali produk mereka kepada pembeli.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat belakangan ini mengubah cara interaksi dalam komunikasi pemasaran dari *face to face* (konvensional) menjadi *screen to face* (*internet marketing*). Dapat dikatakan, bahwa internet begitu praktis dan mudah digunakan saat padatnya rutinitas di era digital saat ini (Lestari, 2015). Dalam bidang pemasaran, internet telah menjadi alat yang sangat diperlukan dalam pemasaran suatu bisnis. Internet adalah alat yang memiliki kekuatan yang dapat memberikan keuntungan yang sangat besar bagi suatu bisnis. (Yannopoulos, 2011). Namun dalam realitanya, mitra pengrajin belum memanfaatkan pemasaran berbasis online tersebut.

Ditinjau dari segi pengelolaan keuangan, para pengrajin juga belum melakukan pengelolaan yang baik. Para pengrajin tidak mencatat berapa pengeluaran biaya produksi serta berapa pendapatan yang mereka peroleh sehingga mereka tidak mengetahui secara pasti keuntungan yang mereka dapatkan. Keuntungan bulanan hanya diperkirakan secara kasar. Hal tersebut didukung dengan fakta bahwa mereka mencampur adukan antara pendapatan usahanya, biaya produksi usahanya dengan biaya kebutuhan sehari-hari dari keluarganya. Laporan keuangan merupakan salah satu informasi yang sangat penting dalam menilai perkembangan perusahaan, dapat juga digunakan untuk menilai prestasi yang dicapai perusahaan pada saat lampau, sekarang dan rencana pada waktu yang akan datang (Maith 2013).

PERUMUSAN MASALAH

1. Sistem pemasaran produk yang masih tradisional *face to face* (konvensional)
2. Belum melakukan pencatatan laporan keuangan

SOLUSI YANG DIBERIKAN

1. Merancang fitur pembuatan instagram dan facebook
2. Melakukan penyuluhan tentang pemasaran
3. Melakukan pelatihan dan monitoring pengaplikasian instagram dan facebook.
4. Melakukan pelatihan dan penyuluhan laporan keuangan

5. Melakukan pendampingan mengenai laporan keuangan

METODE PELAKSANAAN

Pada kegiatan pemasaran kami melakukan perancangan fitur untuk pembuatan instagram dan facebook usaha serta melakukan penyuluhan tentang pemasaran secara digital dan cara pengaplikasiannya. Sedangkan pada pencatatan laporan keuangan kami melakukan penyuluhan dan pelatihan dalam melakukan pencatatan laporan keuangan secara sederhana serta pendampingan dengan memperhatikan kendala-kendala dan keluhan mitra terhadap pengimplementasian laporan keuangan tersebut. Mitra akan berkontribusi dengan menyediakan tempat dan produk-produk yang akan digunakan dalam media pemasaran

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Pemberdayaan masyarakat untuk memajukan UMKM di Ray Ukir telah berhasil ditingkatkan melalui penyuluhan, pelatihan dan pendampingan. Adapun target yang tercapai dari kegiatan ini adalah mempunyai market digital seperti instagram dan facebook (100%), pemesanan kerajinan bisa dilakukan langsung melalui market digital yang telah dibuat (100%), mempunyai laporan keuangan sederhana (100%) dan laporan keuangan mudah dibuat (100%). Faktor pendukung keberhasilan kegiatan pemberdayaan adalah pemilik Ray Ukir beserta karyawan mendukung penuh kegiatan

ini dan tersedianya fasilitas digital yang memadai, sedangkan faktor penghambat kegiatan pemberdayaan adalah pemilik memiliki latar belakang keahlian diluar bidang marketing.

Pemilik usaha Ray Ukir bersedia mengikuti penyuluhan dan pelatihan dalam kegiatan ini dengan baik. Dalam perencanaan kegiatan ini pemilik usaha Ray Ukir mampu memahami pentingnya pencatatan laporan keuangan dan pemasaran kerajinan melalui market digital untuk memajukan UMKM, dengan demikian pemilik usaha menyetujui perencanaan kegiatan ini.



Gambar 1. Merancang fitur pembuatan instagram dan facebook

Pada saat pelaksanaan kegiatan pemberdayaan masyarakat, pemilik Ray Ukir mengikuti arahan yang disampaikan pada saat penyuluhan, dan dalam pendampingan kegiatan, pemilik Ray Ukir sudah mulai memahami dan melakukan pencatatan keuangan dan pemasaran melalui market digital.



Gambar 2. Melakukan pelatihan dan penyuluhan laporan keuangan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian masyarakat Universitas Mahasaraswati di Ray Ukir Banjar Pekilen Desa Selanbawak secara umum terlaksana dengan baik dan lancar. Kesimpulan yang dapat diperoleh dari pelaksanaan program pemerdayaan masyarakat untuk memajukan UMKM bahwa dengan melakukan pencatatan laporan keuangan dan pemasaran melalui market digital dapat membantu dalam memajukan usaha. Pemilik Ray Ukir sudah mulai memahami dan melakukan pencatatan keuangan dan pemasaran melalui market digital.

Pencatatan laporan keuangan harus dilakukan secara rutin dan berkelanjutan agar dapat mengetahui perkembangan keuangan usaha, serta selalu melakukan pemasaran melalui market digital agar dikenal orang luas dan meningkatkan penjualan kerajinan.

DAFTAR PUSTAKA

- Lestari, DP. 2015. *Analisis Strategi Internet Marketing Butik Online di Surabaya Melalui Instagram*. Comoonline Department Komunikasi. Vol. 4 No. 2
- Maith., H. A. 2013. *Analisis Laporan Keuangan Dalam Mengukur Kinerja Keuangan Pada PT Hanjaya Mandala Sampurna TBK*. Jurnal EMBA. Vol 1 No 3
- Yannopoulos, P. 2011. *Impact of the Internet on Marketing Strategy Formulation*. International Journal of Business and Social Science. Vol. 2 No. 18