

# PENINGKATAN LITERASI KEUANGAN DAN DIGITAL MARKETING BAGI UMKM RUMAH JAMUR

Ni Putu Shinta Dewi<sup>(1)</sup>, Ni Komang Sri Oktaviani<sup>(2)</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: shintadewi@unmas.ac.id

## ABSTRAK

Pandemi yang sudah berlangsung 2 tahun dan melanda seluruh dunia membuat para pelaku ekonomi baik usaha kecil maupun usaha besar menjadi terdampak. Permasalahan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) selama pandemi korona yaitu: penjualan mengalami penurunan karena pandemi, lemahnya promosi dan rendahnya pengetahuan pengelolaan dana usaha menjadi sebab turunnya penghasilan mereka. Tujuan pengabdian masyarakat ini untuk membantu mengurangi permasalahan yang terjadi, yaitu memberikan pelatihan literasi keuangan dan digital marketing kepada UMKM Rumah Jamur. Metode pelaksanaan dalam kegiatan ini dilakukan dengan metode partisipatif individual dan kelompok melalui koordinasi serta pemantauan, metode diskusi melalui pelatihan yang diberikan. Koordinasi dan pemantauan dilakukan sesuai dengan keperluan mitra guna memperlancar kegiatan.

**Kata kunci:** Virus Corona, Peningkatan Literasi Keuangan, Digital Marketing

## ANALISIS SITUASI

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia bisa dibilang bertumbuh sangat pesat. Dapat dilihat dengan semakin menjamurnya usaha-usaha kecil hampir merata di seluruh Indonesia, baik dalam skala mikro, kecil, menengah, maupun juga secara formal dan informal. Dukungan pemerintah juga luarnya banyak untuk semakin berkembangnya usaha-usaha kecil dan menengah ini yang bisa dilihat dari banyaknya tawaran dan dari perbankan maupun dari banyak pihak lainnya dengan tingkat bagi hasil yang cukup kompetitif. Tawaran-tawaran pelatihan dan kemampuan berwirausaha serta kemudahan-kemudahan lainnya.

Walaupun begitu ternyata kondisi pandemic corona yang sudah berlangsung 2 tahun dan melanda seluruh dunia saat

ini membuat para pelaku ekonomi baik usaha mikro kecil menengah maupun besar menjadi terdampak. Pemerintah melalui Kementrian Koperasi dan Kementrian Ekonomi Kreatif telah banyak melakukan upaya untuk membantu UKM (Usaha Kecil Menengah) yang cukup terpuak usahanya disebabkan pandemic ini. Pelaku Usaha Kecil Mikro dan Menengah harus terus didorong untuk melakukan inovasi dalam promosi produk-produk mereka baik secara kualitas, harga, rasa dan tentu saja pemasarannya.

Menurut Kasmir (2010) daya inovasi termasuk dalam salah satu kemampuan yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha. Seperti yang dituliskannya dalam pengertian kewirausahaan yaitu sesuatu kemampuan kreatif dan inovatif (create new and different) yang dijadikan

kiat, dasar, sumber daya, proses dan perjuangan untuk menciptakan sebuah nilai tambah barang dan jasa yang dilakukan dengan keberanian untuk menghadapi risiko.

Dewasa ini, dengan perkembangan teknologi digital yang sangat pesat serta penerimaan yang cukup luas dari hampir semua lapisan masyarakat, tak ayal membuat model pemasaran digital adalah salah satu channel utama. Beberapa contoh Teknik pemasaran yang termasuk dalam digital marketing seperti SEO, media online (Facebook, Instagram, Whatsapp), email marketing, dll. Keuntungan digital marketing adalah selain faktor kemudahan evaluasi, luas jangkauan geografis juga jadi salah satu keunggulan digital marketing. Dengan memanfaatkan media digital, anda dapat menyebarkan konten/brand produk ke seluruh dunia hanya dengan beberapa kali klik.

Berdasarkan analisis situasi kondisi terkini pada UMKM Rumah Jamur yang juga mengalami penurunan penjualan selama masa pandemi korona, otomatis juga menjadi sebab semakin rendahnya penghasilan yang mereka dapatkan. Disamping itu pengelolaan modal dan dana hasil usaha juga belum maksimal dan disiplin dalam hal penggunaannya karena minimnya catatan keuangan pandemic mereka. Literasi keuangan erat kaitannya dengan pengelolaan keuangan karena semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang maka semakin baik pula kemampuan pengelolaan keuangannya. Buku Kas merupakan aplikasi dari konsep pengelolaan keuangan pada level individu. Manajemen keuangan termasuk

perencanaan pengelolaan dan pengendalian kegiatan keuangan sangat penting untuk mencapai kemakmuran finansial. Kegiatan perencanaan meliputi kegiatan perencanaan yang mengalokasikan pendapatan yang diperoleh untuk digunakan untuk apa saja. Manajemen adalah kegiatan untuk mengatur dan mengelola keuangan secara efektif sedangkan pengendalian adalah kegiatan untuk menilai apakah pengelolaan keuangan sudah sesuai dengan yang telah direncanakan dan dianggarkan. Widayati (2012) menyatakan bahwa keputusan keuangan individu mencakup berapa banyak uang yang harus dikeluarkan dalam setiap periode jika ada surplus dan bagaimana menginvestasikan surplus dan bagaimana membiayai investasi dan konsumsi. Untuk lebih meningkatkan penjualan, pemasaran, kemampuan mengatur keuangan usaha pelaku UMKM Rumah Jamur ini, maka, Tim Pengabdian Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar berinisiatif untuk melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat dengan melaksanakan pelatihan digital marketing dan literasi keuangan untuk meluaskan pasar konsumen produk UMKM Rumah Jamur dengan system online dan melatih bagaimana agar disiplin dalam pengelolaan dan pencatatan dana usaha sehingga diharapkan peningkatan penjualan yang lebih signifikan akan mereka dapatkan.

## **PERUMUSAN MASALAH**

Permasalahan yang terjadi di lapangan saat ini, bahwa UMKM Rumah Jamur di Desa Bungbung Kecamatan Banjarangkan: (1) Modal yang terbatas.

Permodalan yang dimiliki UMKM budidaya jamur ini masih terbatas sehingga skala usaha mereka kurang berkembang menjadi besar. Rata-rata permodalan usaha antara 1-5 juta rupiah, dan modal terbesar biasanya hanya digunakan untuk pembelian bahan baku atau media budidaya jamur seperti: pupuk NPK, pupuk organik, kapur, arang, sekam, serta transportasi serta upah karyawan yang dikalkulasikan akan mendapat keuntungan sangat kecil. Sehingga perlunya pencatatan akuntansi akan mempermudah untuk dapat mengajukan pinjaman di bank untuk permodalan. (2) Pemasaran belum bisa maksimal melalui online, masih bersifat offline. Selama ini UMKM Rumah Jamur masih memasarkan secara tradisional (manual). Hal ini akan merugikan UMKM itu sendiri apabila sebagian produknya tidak terjual, karena jamur akan tersimpan dan tertimbun di dalam Gudang penyimpanan yang dapat mengakibatkan kerusakan pada jamur itu. Dampak kerugian yang akan muncul antara lain: warna jamur yang akan berubah, bau yang tidak sedap, rasa yang tidak enak serta produk jamur yang tidak higienis. Hal yang terbaik dilakukan adalah diperlukannya pendampingan yang baik dalam memilih dan menentukan strategi pemasaran yang menguntungkan. Berdasarkan masalah tersebut, rumusan masalahnya bagaimana UMKM Rumah Jamur bisa bangkit dan lebih sejahtera dengan pengelolaan keuangan dan dengan baik dan memperluas pemasaran produk dengan pemasaran digital.

## **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Dari permasalahan yang ada maka solusi yang dapat kami berikan yaitu: (1) Mengatasi masalah keterbatasan modal pada kelompok UMKM jamur ini akan dilakukan dengan memberikan penyuluhan dan pelatihan pembuatan buku kas dan laporan keuangan sederhana dengan menggunakan aplikasi Buku Kas untuk mempermudah mencari sponsor atau pemberi pinjaman uang dari Lembaga keuangan Bank permodalan. (2) Sebagaimana UMKM jamur memasarkan produk jamurnya dari mulut kemulu dan konsumen datang ke tempat produksi budidaya jamur atau sistem tradisional. Untuk mengatasi permasalahan pemasaran tradisional produk jamur ini pada masa pandemic covid-19 sekarang dimana banyak produk yang tidak terserap pasar akibat virus corona, maka kami akan memberikan penyuluhan tentang strategi pemasaran secara sistem Digital Marketing menggunakan aplikasi Whatsapp bisnis, Facebook, Instagram dan juga Marketplace.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan dalam kegiatan ini dilakukan dengan metode partisipatif individual dan kelompok melalui koordinasi serta pemantauan, metode diskusi melalui pelatihan yang diberikan. Koordinasi dan pemantauan dilakukan sesuai dengan keperluan mitra guna memperlancar kegiatan. Adapun kegiatan dibagi menjadi persiapan kegiatan dan pelaksanaan yang terdiri dari:

1. Tahap persiapan  
Melakukan koordinasi dengan mitra dalam membahas

persiapan pelaksanaan kegiatan. Melihat sampai sejauh mana keadaan mitra dan manajemen yang dimiliki serta waktu yang tersedia bagi mitra, sehingga dapat dirancang rencana pelaksanaan yang tepat bagi pelaksanaan pelatihan kepada mitra. Disini sangat diperlukan komunikasi dan koordinasi yang baik antara tim pengabdian dengan mitra, terutama tentang kondisi peserta, tempat dan waktu yang tepat untuk pelaksanaan kegiatan serta segala sesuatu yang dapat mendukung kelancaran kegiatan.

## 2. Tahap pelaksanaan

Tahap pelaksanaan diawali dengan pemberian informasi kepada mitra tentang pelaksanaan kegiatan melalui sosialisasi program pengabdian masyarakat pada UMKM Rumah Jamur. Hal ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada mitra, rencana program kerja untuk mitra dalam peningkatan pengetahuan digital marketing dan kemampuan literasi keuangan mereka berupa kemampuan pencatatan pembukuan keuangan yang benar. Berikutnya adalah pelaksanaan pemberian pelatihan digital marketing berupa cara berjualan di marketplace yang ada seperti Shopee, Lazada, juga Whatsapp, Facebook dan Instagram.

## 3. Tahap akhir pelaksanaan

Dalam pelaksanaan pelatihan dan implementasi yang telah dilakukan akan selalu

dievaluasi oleh tim pelaksana pengabdian. Penilaian berdasarkan dari hasil pencapaian mitra. Hal ini dibutuhkan untuk mengetahui tingkat pencapaian mitra menyangkut peningkatan penjualan produk dan kemampuan pencatatan keuangan usaha yang lebih baik. Mitra juga akan diberikan motivasi agar bersemangat mengembangkan usahanya sehingga persentase penjualan dapat meningkat. Karena bila usaha ini dilakukan secara serius maka manfaat kegiatan program pengabdian ini sangat besar bagi kehidupan pribadi, keluarga mitra, serta lingkungan sekitar mitra yang diharapkan dapat menjadi contoh bagi masyarakat sekitarnya.

## **HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di UMKM Rumah Jamur pada tanggal 21 Februari s.d. 9 April 2022. Peningkatan Literasi Keuangan dan Digital Marketing telah berhasil ditingkatkan dengan program kerja penyuluhan dan pelatihan pembukuan kas sederhana dengan aplikasi Buku Kas dan pelatihan digital marketing berupa cara berjualan di marketplace yang ada seperti Shopee, Whatsapp Bisnis, Facebook, dan Instagram sebagai sarana pemasaran secara online untuk meningkatkan omset mitra di masa pandemic covid-19 ini.

Hasil dari kegiatan ini diharapkan membawa perubahan yang cukup signifikan bagi pelaku UMKM Rumah

Jamur yang merupakan peserta dalam kegiatan ini, baik dari sisi perubahan pemahaman akan dunia bisnis, semakin siapnya menghadapi tantangan pandemic dengan segala perubahan yang ada, memiliki ketrampilan dibidang digital marketing yang semakin baik dan terasah untuk meningkatkan volume penjualan produk mereka dan tentu saja semakin memahami dan mampu membuat catatan pembukuan dan literasi keuangan untuk kedisiplinan keuangan usaha mereka.

Melalui system modern, Digital Marketing yaitu proses *delivery* produk olahan jamur tiram kepada konsumen melalui kurir yang sudah disiapkan oleh UMKM Rumah Jamur, tentunya dilengkapi dengan protocol kesehatan pada masa pandemic covid ini.

Pemasaran melalui media social tidak hanya berhubungan dengan membeli dan menjual, melalui cara ini, produk dipasarkan melalui konten kreatif dalam bentuk gambar atau video. Konten yang dipasarkan melalui media social relevan dengan produk yang dijual. Teknik pemasaran modern ini tidak hanya bertujuan untuk memasarkan produk tetapi juga digunakan untuk pemasaran merk. Tujuan dari *brand* secara umum kepada masyarakat atau yang biasa dikenal dengan *brand awareness*. Dengan menampilkan merk dan kesan yang baik, maka kepercayaan masyarakat akan meningkat sehingga dapat meningkatkan konversi promosi menjadi penjualan. (Permana, 2019)

*Gambar 1. Kondisi Kumbung Jamur*



*Gambar 2. Penyuluhan Digital Marketing*



*Gambar 3. Pelatihan Pembukuan sederhana*



*Gambar 4. Hasil Jamur*



### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Kemampuan karyawan dalam membuat pembukuan kas sederhana dan peningkatan digital marketing dengan memanfaatkan marketplace telah berhasil ditingkatkan melalui penyuluhan, pelatihan dan pendampingan sehingga dapat membantu pemilik dalam mengelola keuangan dan melakukan promosi dengan baik.

Dengan kemampuan dan ketrampilan yang dalam bidang digital marketing yang telah didapatkan ini, dengan sendirinya akan semakin meningkatkan kepercayaan diri para peserta untuk juga bisamennjual produk tidak hanya secara offline yang sangat terbatas waktu dan tempatnya juga bisa merambah ke dunia online yang sangat luas dan tak terbatas baik dari sisi waktu maupun jangkauan pasarnya sehingga saat penjualan mengalami peningkatan maka akan berdampak positif pada peningkatan modal usaha juga dari laba yang didapat. Dapat disimpulkan:

1. Pelatihan digital marketing dan literasi keuangan yang dilaksanakan oleh Tim Pengabdian Masyarakat dari Unmas ini sangat bermanfaat dan berdampak positif bagi peserta

pelatihan yang merupakan UMKM Rumah Jamur.

2. Diharapkan terjadinya peningkatan penjualan produk-produk UMKM Rumah Jamur setelah mendapatkan pelatihan digital marketing dan literasi keuangan ini.
3. Kemampuan literasi keuangan dalam hal kedisiplinan pencatatan penjualan, baik dari modal, laba, pemisahan dari harta pribadi dan usaha juga semakin bisamereka terapkan dengan baik.

Kemampuan karyawan dalam pembukuan kas perlu ditingkatkan melalui pendampingan secara berkala untuk memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pemilik UMKM. Perlu adanya koordinasi serta komunikasi yang berkelanjutan antara mahasiswa dengan pemilik UMKM Rumah Jamur agar program kerja pengabdian masyarakat dapat berjalan dengan baik serta bersinergi dengan tujuan yang ingin dicapai.

1. Dibutuhkan followup atau pemberian motivasi yang rutin untuk terus menyemangati peserta pelatihan dengan cara terus meningkatkan kapasitas diri dan memantaskan diri untuk menjadi wirausaha sukses dengan adanya pelatihan dibidang pemasaran dan pembukuan pencatatan keuangan yang baik dan benar di masa-masa berikutnya.
2. Adanya tindak lanjut pemberian pemahaman dengan pelatihan yang lebih intens di bidang media online dan offline seperti

facebook, Instagram, flyer, brosur, spanduk, youtube dan radio.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aribawa, D. (2016). Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 1-13.
- Ardiyasa, I. W., Nirmala, B. M. S., Ramayasa, I. P., Ndok, A. T., & Histiningdyah, N. F. R. (2021). Penerapan Aplikasi Web Profile Dan Pelatihan Digital Marketing Pada Usaha Budidaya Jamur Tiram Di Denpasar Bali. *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*, 3(3), 105-111.
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis. 2022. Panduan KKN Alternatif Peduli Pandemi Covid-19.
- Kasmir. (2010). *Kewirausahaan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Permana, A. (2019). Pemasaran Melalui Media Sosial: Solusi Pemasaran Digital Bisnis Anda. S.E.O. Anak Sholeh. <https://seoanaksholeh.com/pemasaran-melalui-media-sosial/>
- Siswanto, T. (2013). Optimalisasi sosial media sebagai media pemasaran usaha kecil menengah. *Liquidity*, 2(1), 80-86.
- Widyawati, I. (2012). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Literasi Finansial Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. *ASSET: Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*, 1(1).
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya literasi keuangan bagi pengelolaan keuangan pribadi. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 6(1), 11-26.

- Kasmir. (2010).  
Kewirausahaan. PT Raja  
Grafindo Persada
- Permana, A. (2019). *Pemasaran  
Melalui Media Sosial:  
Solusi Pemasaran Digital  
Bisnis Anda. S.E.O. Anak  
Sholeh.*  
[https://seoanaksholeh.co  
m/pemasaran-melalui-  
media-sosial/](https://seoanaksholeh.com/pemasaran-melalui-media-sosial/)
- Widyawati, I. (2012). Faktor-  
faktor yang  
Mempengaruhi Literasi  
Finansial Mahasiswa  
Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Universitas  
Brawijaya. *ASSET:  
Jurnal Akuntansi dan  
Pendidikan*, 1(1)
- Yushita, A. N. (2017).  
Pentingnya literasi  
keuangan bagi  
pengelolaan keuangan  
pribadi. *Nominal:  
Barometer Riset  
Akuntansi dan  
Manajemen*, 6(1), 11-26.