

## PELATIHAN PEMBUKUAN SEDERHANA BAGI PELAKU UMKM DAN STRATEGI PEMASARAN MELALUI DIGITAL MARKETING

I Putu Mega Juli Semara Putra<sup>1,\*</sup>, Ni Komang Pika Dinanti<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

\*Email: [megaebat@unmas.ac.id](mailto:megaebat@unmas.ac.id)

### ABSTRAK

Salah satu UMKM yang belum menerapkan digital marketing yaitu “Made Silver” yang bergerak dalam bidang kerajinan perak dan sudah berpengalaman di bidangnya. UMKM ini memproduksi berbagai kerajinan perak untuk sarana upacara agama hindu, berupa bokor, canting, caratan, dll. Lokasi UMKM ini berada di Jl. Bale Batur Banjar Sangging Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung. Usaha ini merupakan usaha turun temurun di keluarga tersebut sejak tahun 1990 dan saat ini usaha tersebut memiliki 5 pekerja. Adapun metode pendekatan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yaitu dengan pendampingan secara langsung pada kegiatan pengoptimalisasian strategi pemasaran dengan digital marketing, serta penerapan pembukuan sederhana dalam upaya peningkatan daya saing UMKM. Setelah berjalannya kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan beberapa program kerja yang dilaksanakan mengenai penerapan pembukuan sederhana dan strategi pemasaran melalui digital marketing. Hasil yang dicapai melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat adalah sebagai berikut: 1. Di era sekarang ini, para pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut 3. UMKM perlu disiplin dan membiasakan melakukan pembukuan untuk usahanya, agar terbiasa dan mempunyai laporan keuangan untuk menhajikan perkreditan, ataupun untuk dilaporkan pada proposal bisnis

**Kata Kunci:** UMKM, Digital Marketing, Pembukuan Sederhana.

### ANALISIS SITUASI

Keberadaan UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian, baik dalam menyerap tenaga kerja, menyumbang devisa maupun kontribusinya dalam menyumbang pendapatan daerah dalam bentuk pajak (Nurlida & Sinuraya, 2020). UMKM bersifat *income gathering* yaitu menaikkan pendapatan, dengan ciri-ciri seperti berikut : merupakan usaha milk keluarga, menggunakan teknologi yang masih relatif sederhana, kurang memiliki akses permodalan, dan tidak ada pemisahan modal usaha dengan kegiatan pribadi (Lestiani, Maryam, & Widayanti, 2020).

Masalah yang dihadapi UMKM adalah kesulitan dalam memasarkan produk dan keterbatasan menyusun pembukuan sederhana. Pembukuan transaksi keuangan adalah salah satu tugas penting dalam melakukan atau mencatat transaksi bisnis, seringkali pembukuan ini jarang dilakukan UMKM karena keterbatasan informasi di bidang akuntansi dan UMKM berfokus hanya pada bagaimana cara melakukan pemasaran.

Pengelola UMKM masih banyak yang belum sadar pentingnya akuntansi dalam perkembangan usaha. Sekecil apapun data keuangan yang dimiliki, harus dicatat dengan baik dan ada pembuktian melalui laporan keuangan. Melihat banyak UMKM yang pembukuannya masih sangat kurang bahkan tidak melakukan pembukuan, maka pemerintah dan lembaga-lembaga terkait sangat penting bagi UMKM untuk membantu memberikan pelatihan serta pemahaman bagaimana pencatatan dan pelaporan keuangan yang baik.

Dengan adanya pelatihan pembukuan sederhana kepada para UMKM, memberikan kontribusi bagaimana menyusun pembukuan antara pemasukan dan pengeluaran, sehingga dapat mempermudah proses pencatatan arus kas dan kinerja yang diperoleh UMKM.

Pemberdayaan UMKM dalam menghadapi globalisasi dan persaingan memaksa UMKM untuk mengatasi permasalahan umum seperti meningkatkan ide promosi serta pengembangan teknologi guna memperluas area pemasaran. Alasan ini sangat penting, karena diperlukan untuk mengembangkan kualitas dan kuantitas UMKM itu sendiri.

Pekembangan teknologi informasi telah mengubah lingkup dunia pemasaran dalam beberapa tahun terakhir ini. Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, kini telah terintegrasi dalam dunia digital (Jannatin, Wahyu, Rudi, Agus, 2020). Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital seringkali disebut dengan digital marketing. Digital marketing terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen.

Di era sekarang ini, para pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. UMKM yang memiliki akses online, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan ecommercenya, biasanya akan menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing. Akan tetapi, masih banyak UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan media digital dan belum mengerti seberapa besar manfaat dan peranan penggunaan media digital tersebut (Wardhana, 2018).

Salah satu UMKM yang belum menerapkan digital marketing yaitu “Made Silver” yang bergerak dalam bidang kerajinan perak dan sudah berpengalaman di bidangnya. UMKM ini memproduksi berbagai kerajinan perak untuk sarana upacara agama hindu, berupa bokor, cangkir, caratan, dll. Lokasi UMKM ini berada di Jl. Bale Batur Banjar Sangging Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung. Usaha ini merupakan usaha turun temurun di keluarga tersebut sejak tahun 1990 dan saat ini usaha tersebut memiliki 5 pekerja.

UMKM Made Silver memiliki keunggulan dari pengrajin perak lainnya yang sejenis, karena Made Silver salah satu UMKM kerajinan perak yang selalu menerima pesanan dari toko kerajinan perak yang sangat terkenal yaitu toko Notina Klungkung

dan Rosiana yang beralamat di Pasar Umum Klungkung. Made Silver juga memiliki banyak customer dari berbagai daerah yang ada di Bali seperti Sanur maupun Karangasem.

Cara pemasaran yang dilakukan UMKM ini adalah dengan melakukan penjualan secara langsung, yaitu dimana penjual dan pelanggan bertemu secara face to face atau tatap muka. Metode ini dapat mengenai sasaran pelanggan dengan sangat tepat sehingga peluang penjualan semakin besar. Dengan begitu, akan terjalin komunikasi interpersonal antara penjual dan pelanggan. Komunikasi antara penyedia produk dan pelanggan yang membutuhkan produk bisa berjalan dengan lebih efektif. Hal ini akan mempermudah pengusaha dalam menyampaikan kelebihan dari usaha dan produk yang mereka buat, atau pelanggan bisa menyampaikan *request* dalam memesan produk yang akan dibeli.

### **PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan pada UMKM Made Silver, terdapat permasalahan sebagai berikut: Permasalahan yang pertama yaitu, kurangnya pemahaman terkait pencatatan penjualan dan pembukuan Made Silver yang masih menggunakan pembukuan secara manual tulis tangan di buku penjualan. Permasalahan yang kedua yaitu, rendahnya pengetahuan karyawan Made Silver dalam pengelolaan sosial media sehingga menghambatnya perkembangan usaha.

### **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah dikemukakan, maka solusi yang diberikan sebagai berikut:

1. Memberikan pelatihan pembukuan sederhana dengan Microsoft Excel sehingga dapat mempermudah karyawan dalam melakukan pencatatan penjualan
2. Melakukan sosialisasi kepada karyawan Made Silver mengenai pentingnya social media dalam pengembangan usaha

### **METODE PELAKSANAAN**

Adapun metode yang digunakan dalam pelaksanaan setiap program kerja dalam optimalisasi serta pengembangan usaha “Made Silver” sebagai berikut:

1. Tahap Observasi  
Pada tahap ini merupakan kegiatan awal yang dilaksanakan untuk mengetahui bagaimana keadaan serta permasalahan yang akan diamati serta digunakan sebagai tempat pelaksanaan kegiatan untuk merealisasikan program kerja yang sudah disusun
2. Tahap Persiapan dan Penyusunan Program Kerja  
Pada tahap ini yaitu mempersiapkan dan menyusun sesuai permasalahan yang dihadapi oleh sasaran
3. Tahap Penerapan atau Pelaksanaan Program Kerja

Tahap ini merupakan tahap berjalannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Made Silver. Kegiatan ini digunakan untuk memberi solusi terhadap permasalahan yang dihadapi sasaran

4. Tahap Evaluasi

Tahap ini merupakan tahap akhir untuk menyimpulkan hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat pada UMKM Made Silver

### **HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN**

Setelah berjalannya kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan beberapa program kerja yang dilaksanakan mengenai penerapan pembukuan sederhana dan strategi pemasaran melalui digital marketing, maka dapat dilihat peningkatan atau perubahan lebih baik yang dialami seperti:

1. UMKM Made Silver dapat membuat akun media social sehingga mempermudah dalam menarik konsumen atau pembeli untuk mengetahui jenis produk yang ditawarkan



**Gambar 1**, Sosialisasi Mengenai Pentingnya Sosial Media

2. UMKM Made Silver dapat melakukan sistem pencatatan keuangan dengan menggunakan Microsoft Excel dan tidak lagi menggunakan sistem manual, sehingga pencatatan keuangan menjadi lebih optimal dan dapat mengetahui juga apakah usaha mengalami keuntungan atau kerugian



**Gambar 2**, Pelatihan Pembukuan Sederhana dengan Microsoft Excel

Faktor pendukung saat pelaksanaan proses kegiatan Pengabdian Masyarakat pada UMKM “Made Silver” di Desa Kamasan, Klungkung adalah sebagai berikut :

1. Dukungan yang diberikan oleh pemilik usaha Made Silver yang berkenan memberikan izin untuk melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat dan melaksanakan berbagai program kerja pada tempat usahanya
2. Dukungan dari dosen pembimbing yang memberikan bimbingan, pengarahan, dan kesempatan kepada para mahasiswa pengabdian masyarakat untuk mengembangkan kemampuan mahasiswa dalam menjalankan program kerja ini

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Hasil yang dicapai melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan judul Pelatihan Pembukuan Sederhana Bagi Pelaku UMKM dan Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing ini adalah sebagai berikut :

1. Di era sekarang ini, para pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut
2. Perkembangan teknologi digital memungkinkan para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara online dan melakukan transaksi melalui sistem perbankan secara online pula
3. UMKM perlu disiplin dan membiasakan melakukan pembukuan untuk usahanya, agar terbiasa dan mempunyai laporan keuangan untuk menhajikan perkreditan, ataupun untuk dilaporkan pada proposal bisnis

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini telah dilaksanakan dengan baik dan sudah sesuai dengan program kerja yang telah direncanakan sebelumnya, dimana semua program kerja yang dilakukan dapat meningkatkan upaya pengembangan usaha mitra, seperti dalam pengembangan pemasaran, pencatatan keuangan, dan mempermudah dalam penggajian karyawan.

Diharapkan pemilik UMKM “Made Silver” di desa Kamasan harus selalu mencatat transaksi yang nominalnya kecil, baik dari penjualan ataupun pembelian yang dilakukan karena sekecil apapun pemasukan atau pengeluaran akan mempengaruhi laporan keuangan yang dimiliki. Selalu konsisten dalam melakukan evaluasi terkait kinerja yang sudah dilakukan serta pengambilan keputusan yang diperlukan untuk pengembangan produk dan usaha kedepannya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Chairia, C., Ginting, J. V. B., Ramles, P., & Sabrina, Y. (2021). Pelatihan Pembukuan Sederhana Bagi Pelaku Umkm Pancur Batu Di Desa Baru Kecamatan Pancur Batu. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 323-330.

- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.
- Syifa, Y. I., Wardani, M. K., Rakhmawati, S. D., & Dianastiti, F. E. (2021). Pelatihan UMKM melalui digital marketing untuk membantu pemasaran produk pada masa Covid-19. *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), 6-13.
- Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 92-96.