

Pelatihan Manajemen Usaha, Pemasaran Digital, dan Pembukuan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Nanggerang, Tajurhalang, Bogor

Laila Febrina ¹⁾; Julfi Restu Amelia ²⁾; Soecahyadi ³⁾

¹⁾ julfiestuamelia@gmail.com, Fakultas Teknik, Universitas Sahid

Article Info:

Keywords:

**Nanggerang Village, MSMEs
Business Management,
Digital Marketing, Bookkeeping.**

Article History:

Received : August 24, 2022
Revised : September 26,
2022
Accepted : September 29,
2022

Article Doi:

<http://10.22441/jam.v8i1.16822>

Abstract

Nanggerang Village has several types of MSMEs, such as cassava chips, banana chips, and others, so business management training in the form of digital marketing and bookkeeping is important to do. The purpose of this activity is to increase the knowledge and interest of the target participants in business management, digital marketing, and bookkeeping. The implementation of activities is carried out in three stages, namely preparation, implementation, and evaluation of activities. The results of the activity evaluation showed that 100% of the participants had understood the things that must be considered in managing a business and were interested in running their business by doing digital marketing. The results of this activity also showed that as many as 88% of participants were interested in recording their sales by using digital bookkeeping (smart cashier applications) to make it easier to calculate profits.

Abstrak

Desa Nanggerang memiliki beberapa jenis UMKM, seperti UMKM keripik singkong, keripik pisang, dan lainnya, sehingga pelatihan manajemen usaha berupa pemasaran digital dan pembukuan penting untuk dilakukan. Tujuan kegiatan ini yaitu meningkatkan pengetahuan dan minat target peserta dalam memanager usaha, pemasaran digital, dan pembukuan. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam tiga tahap, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan. Hasil evaluasi kegiatan menunjukkan bahwa 100% peserta telah memahami hal-hal yang harus diperhatikan dalam mengelola usaha dan tertarik menjalankan usahanya dengan melakukannya pemasaran secara digital. Hasil dari kegiatan ini juga menunjukkan bahwa sebanyak 88% peserta berminat untuk mencatatkan penjualannya dengan menggunakan pembukuan secara digital (aplikasi kasir pintar) untuk memudahkan menghitung keuntungan.

Kata Kunci: Desa Nanggerang, UMKM, Manajemen Usaha, Pemasaran Digital, Pembukuan

PENDAHULUAN

Desa Nanggerang merupakan desa yang berada di Kecamatan Tajurhalang Kabupaten Bogor. Masyarakat daerah tersebut rata-rata bergerak dibidang penyedia jasa seperti jasa pembuatan Surat Ijin Mengemudi (SIM), Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK) dan pengurusan surat lainnya. Namun terdapat industri kecil yang terdapat di Desa Nanggerang yaitu UMKM penghasil keripik singkong, keripik pisang, dan lainnya.

Bagi pelaku UMKM, perlu dilakukan manajemen usaha. Manajemen usaha ini diharapkan dapat mencapai tujuan yang diinginkan dengan cara mengatur segala aspek usaha. Manajemen usaha akan berpengaruh terhadap pendapatan, penjualan, dan kualitas produk. Manajemen usaha berupa perencanaan dan pengelolaan usaha memiliki beberapa manfaat, yakni : 1) memilih usaha yang feasible untuk dijalankan

berdasarkan studi kelayakan yang dilakukan, 2) memiliki usaha yang berbadan hukum jelas, 3) memiliki laporan keuangan (bermanfaat untuk kelangsungan usaha, keuntungan optimal, pengajuan kredit), dan 4) memiliki perencanaan pengembangan dan operasional usaha yang jelas (Hidayati, 2008).

Salah satu permasalahan yang timbul dalam manajemen usaha UMKM di Desa Nanggerang adalah dalam hal pemasaran produk. Pemasaran produk merupakan hal penting yang dirumuskan dalam suatu manajemen usaha, karena brand yang dimiliki oleh pelaku UMKM. bisa dikenal secara luas atau terbatas di wilayah lokal saja. Pemasaran produk di UMKM Desa Nanggerang pada umumnya dilakukan secara konvensional. Pemasaran konvensional merupakan kegiatan marketing yang dilakukan secara langsung dengan cara konvensional, seperti pembeli dan penjual bertatap muka dan begitu pula sebaliknya. Pemasaran konvensional memiliki kekurangan seperti jangkauan pemasaran terbatas serta memerlukan modal yang besar karena apabila ingin memperluas lingkup pemasaran produknya.

Permasalahan lainnya yang sering timbul di dalam mengelola UMKM adalah kurangnya pengetahuan dalam manajemen keuangan berupa pembukuan. Manajemen keuangan merupakan proses pencatatan, perencanaan, penganggaran, hingga pengelolaan dana yang dimiliki dalam suatu usaha. Pembukuan yang dilakukan oleh pelaku UMKM di Desa Nanggerang pada umumnya dilakukan secara manual, dan seringkali modal bercampur dengan kebutuhan sehari-hari, sehingga menimbulkan kesulitan tersendiri dalam menghitung keuntungan dari hasil penjualan. Dengan manajemen keuangan yang baik, pelaku UMKM dapat menjaga arus kas dan memaksimalkan pendapatan perusahaan, mengingat keuangan merupakan faktor krusial dalam suatu usaha. Pelaku UMKM perlu untuk memiliki pengetahuan dalam memmanage keuangan sehingga memiliki keluasaan wawasan dalam memajemen dalam usahanya, baik dalam hal pemasaran produk maupun pembukuan. Berdasarkan hal tersebut, tim PPDM Universitas Sahid Jakarta mengadakan pelatihan manajemen usaha berupa pemasaran digital dan pembukuan kepada masyarakat Desa Nanggerang. Target peserta pelatihan yakni mitra PPDM, kelompok UMKM, serta beberapa kelompok Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) Desa Nanggerang, Tajur Halang, Bogor. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, minat target peserta pelatihan dalam hal manajemen usaha, pemasaran digital, maupun pembukuan.

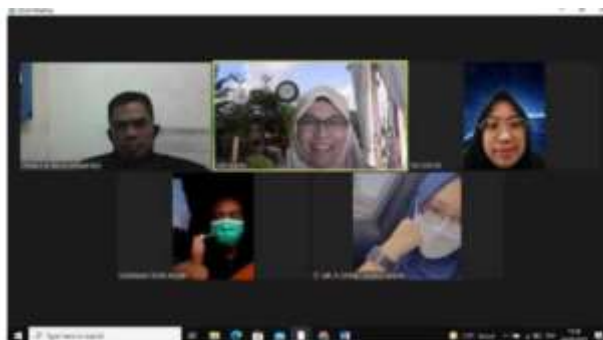
METODE

Pelaksanaan kegiatan ini diselenggarakan dalam tiga tahap, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan. Pada tahap persiapan, tim PPDM Universitas Sahid melakukan koordinasi dengan pihak desa yang diwakili oleh sekretaris desa. Tahap pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi tiga jenis kegiatan, yakni 1) 1) Sosialisasi pengetahuan manajemen usaha; 2) Pelatihan pemasaran digital, dan 3) Pelatihan pembukuan secara daring. Tahap evaluasi kegiatan dilakukan dengan menggunakan *pretest* dan *posttest* yang disiapkan dalam bentuk *form* pada google yang kemudian disebarakan melalui whatsapp untuk peserta kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Tahap Persiapan

Pada tahap ini, Tim PPDM melakukan rapat via daring sebanyak dua kali menggunakan zoom meeting dengan Sekretaris Desa sebagai perwakilan dari Kepala Desa. Berdasarkan pertemuan tersebut disepakati waktu pelaksanaan kegiatan yang pertama yaitu sosialisasi kegiatan, transfer pengetahuan dan wawasan mengenai sosialisasi secara umum kegiatan pada tahun ke-tiga PPDM. Koordinasi dilakukan pada saat awal covid. Koordinasi awal kegiatan ini yaitu melalui whatsapp dengan pihak mitra dan koordinasi selanjutnya dilaksanakan secara daring, karena terjadi peningkatan kasus Covid-19 di Desa Nanggerang. Kegiatan koordinasi terdapat pada Gambar 1.



Gambar 4.1 Koordinasi kegiatan PPDM tahun ke-3 dengan pihak Desa Nanggerang

Hasil koordinasi menunjukkan bahwa Mereka sangat menyambut baik dan menantikan kegiatan ini. Mereka berharap akan ada manfaat yang banyak bagi masyarakat setempat. Berdasarkan hasil kuestioner tahun kedua masyarakat sangat berharap akan ada program lanjutan untuk menambah wawasan pengetahuan.

4.2 Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan, tim PPDM melaksanakan tiga jenis kegiatan sosialisasi dan pelatihan, yakni : 1) Sosialisasi pengetahuan manajemen usaha; 2) Pelatihan pemasaran digital, dan 3) Pelatihan pembukuan secara daring. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan dilaksanakan secara daring dengan menggunakan zoom meeting. Kegiatan dilaksanakan dengan metode daring dikarenakan kasus covid yang sedang meningkat di berbagai wilayah termasuk di Desa Nanggerang pada saat itu. Kegiatan dibuka oleh Pak Ujang sebagai sekretaris desa sebagai perwakilan dari pihak desa dan ketua Tim PPDM, Ibu Laila Febrina. Kegiatan tersebut dihadiri kurang lebih

17 orang dari berbagai sisi, yaitu dari pihak mitra, Kegiatan tersebut dihadiri kurang lebih 17 orang dari berbagai sisi, yaitu dari pihak mitra, kelompok UMKM, serta (PKK). Sebelum dilakukan sosialisasi dan pelatihan, peserta terlebih dahulu mengisi Pre test dalam bentuk form google yang disebarakan melalui aplikasi chat whatsapp. Begitupula dengan Post test disebarakan dalam bentuk form google yang dikirim dan disebarakan melalui whatsapp setelah dilakukan pelatihan. Kegiatan sosialisasi pengetahuan manajemen usaha terdapat pada gambar 2.



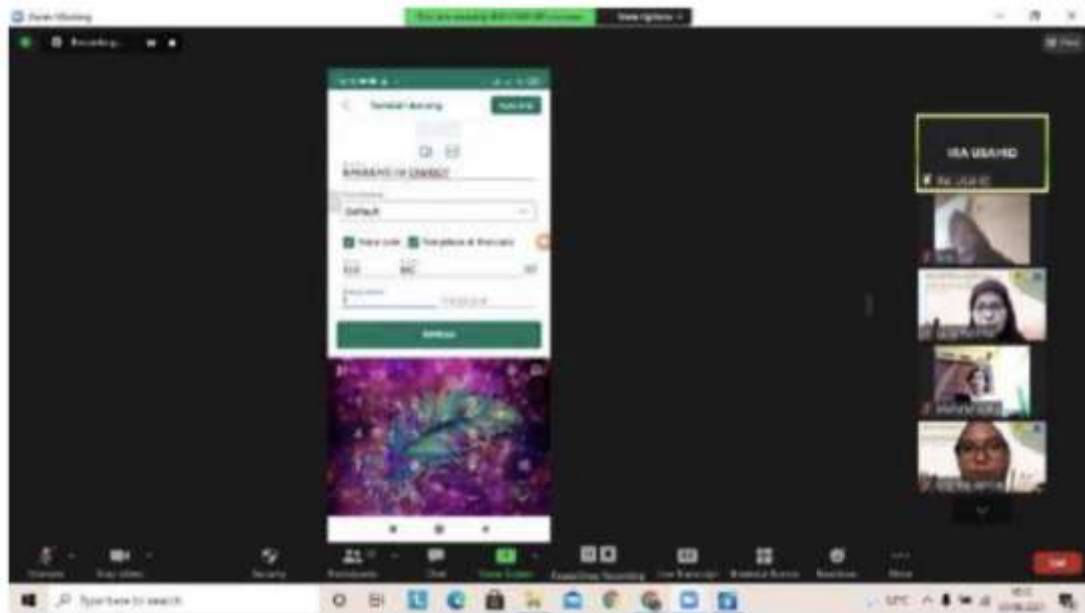
Kegiatan pertama berupa sosialisasi pengetahuan manajemen usaha yang disampaikan oleh bapak Soecahyadi, ST.MT, dosen Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Sahid Jakarta. Narasumber pada kegiatan tersebut mengajak peserta untuk untuk memulai dan mengatur segala aspek dalam menjalankan usaha sehingga tercapainya tujuan yang diinginkan. UMKM pada umumnya dalam kegiatannya kurang memerhatikan aspek fungsional perusahaan berupa manajemen usaha, manajemen keuangan, produksi, SDM, dan marketing. Sosialisasi yang telah dilaksanakan oleh tim PPDM bertujuan untuk memberikan wawasan dalam manajemen usaha yaitu diantaranya : 1) Bisnis itu harus realistis; 2) tidak menginvestasikan uang sendiri artinya dalam berbisnis hendaklah mencari partner; 3) bersedia bekerja keras; 4) bersedia bekerja keras; 5) rekrut karyawan; 6) jual kelebihan; 7) hitung harga pokok penjualan ; 8) gunakan teknologi; 9) perlakukan vendor dengan baik ; 10) jadi yang terbaik.

Kegiatan kedua yang dilaksanakan yaitu pelatihan pemasaran digital, yang disampaikan oleh Bapak Ghuftron. Pemasaran Digital merupakan suatu metode dalam memasarkan produk menggunakan media digital. Metode tersebut dapat menjangkau banyak konsumen, tepat sasaran dan relevan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Dalam pemasaran digital, segala bentuk promosi digital dilakukan secara daring tanpa terbatas waktu dan tempat. Pemasaran dengan digital marketing membutuhkan biaya yang relatif lebih murah jika dibandingkan dengan periklanan konvensional seperti memasang iklan di koran, radio atau televisi. Selain itu, jangkauan calon konsumen juga menjadi lebih luas dan cepat. Pemasaran digital juga dapat menyajikan, mengolah dan menyimpan data para produsen ataupun konsumen dalam sebuah database secara akurat dan terjamin (Musnaini, 2020). Pelatihan

pemasaran digital yang telah dilaksanakan bertujuan untuk memberikan wawasan kepada masyarakat untuk kreatif dalam marketing. Masyarakat diajak untuk peka terhadap masalah, kesulitan, kurang pengetahuan, ada elemen yang hilang (rasa tidak mampu), ketidakharmonisan, dan sebagainya, untuk diubah menjadi; mencari solusi, menghadirkan sesuatu yang baru dan berharga (valueable).

Pelatihan tersebut juga mengajarkan masyarakat untuk menjual produk-produk mereka dengan memanfaatkan teknologi yaitu seperti menggunakan aplikasi facebook, Instagram dan mediacartz. Lima Langkah mudah untuk menaikkan penjualan menggunakan digital, yakni 1) Membuat akun facebook dan Instagram; 2) Membuat akun fanpage facebook yang terkoneksi ke Instagram; 3) Upload foto foto produk; 4) Jalankan Iklan menggunakan facebook business suite; dan 5) Analisis Market. Selain menggunakan facebook dan Instagram, masyarakat juga dilatih menggunakan aplikasi mediacartz. Mediacartz membantu UMKM, brand lokal/global, agency & reseller untuk melakukan promosi tepat sasaran dan hasil yang berorientasi pada peningkatan nilai jual. Pada sesi tersebut, masyarakat juga diajarkan untuk membuat SMS Blast dalam mempromosikan produknya. Manfaat yang paling dirasakan dalam menggunakan pemasaran digital adalah komunikasi dengan customer dan pemasok dapat berkomunikasi langsung selama 24 jam/real time, terhitung lebih instensif serta efektif dan efisien. Prosesnya pun terasa lebih murah dan udah karena media komunikasi hanya mengeluarkan biaya pulsa dan paket data untuk mendukung komunikasi (Pradiani, 2017).

Kegiatan ketiga yang dilaksanakan adalah pelatihan pembukuan daring. Pelaku UMKM pada umumnya belum melakukan pembukuan karena mengalami kesulitan, karena belum memiliki knowledge untuk pembukuan, adanya kekonsistenan dalam melakukan pembukuan, sehingga sebagian pelaku merasa mengalami hambatan dalam meminjam dana ke bank sebagai penambahan modal, karena bank menuntut adanya laporan keuangan yang lengkap yang bertujuan untuk mengetahui prospek usaha yang dilakukan pelaku UMKM. Pembukuan merupakan salah satu evaluasi dan mengetahui perkembangan usaha dari pengembalian investasi maupun segi profit. Minimnya pelatihan dan pendampingan menyebabkan kurangnya pengelolaan keuangan dalam UMKM. Selain itu, keuangan seringkali sulit dikontrol karena adanya percampuran antara keuangan pribadi dan keuangan usahanya. Berdasarkan hal tersebut, tim PPDM juga melakukan pelatihan pembukuan secara daring kepada mitra dan pelaku UMKM, dan masyarakat. Pelatihan pembukuan secara daring disampaikan oleh Ibu Ira Mulyawati, S.Si., MT. Pada sesi tersebut, peserta diberikan pengetahuan mengenai pencatatan transaksi keuangan menggunakan aplikasi kasir pintar. Peserta juga diberikan pengetahuan untuk membuat struk penjualan, laporan laba harian, bulanan dan tahunan, pencatatan piutang dan manajemen stock barang. Kegiatan pelatihan pembukuan secara daring yang tergambar pada Gambar 3.



Gambar 3. Pelatihan pembukuan daring

Pelatihan pembukuan daring dengan menggunakan aplikasi memberikan beberapa manfaat yakni dapat menghemat tenaga dan waktu dibandingkan dengan menggunakan pembukuan secara manual, serta dapat mengurangi resiko kesalahan teknis dalam mencatat transaksi berupa kesalahan dalam perhitungan nominal angka pada invoice atau kesalahan penulisan. Resiko terjadi kesalahan timbul ketika melakukan penyusunan laporan keuangan lebih besar bila dilakukan secara manual (Komarasari, 2017).

5. PENUTUP

Kesimpulan

Kegiatan yang telah dilaksanakan dilakukan proses evaluasi, dengan menggunakan pretest dan posttest. Pretest dilakukan sesaat sebelum pelaksanaan kegiatan pelatihan. Hasil pretest menunjukkan bahwa sebanyak 69% peserta belum mengetahui model bisnis, 68,75% peserta belum melakukan pemasaran digital, dan 59,25% peserta belum melakukan pembukuan di dalam melaksanakan usahanya. Setelah dilakukan tiga kegiatan pelatihan, selanjutnya dilakukan posttest untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap materi kegiatan. Hasil posttest menunjukkan bahwa 100% peserta telah memahami hal yang harus dilakukan dalam mengelola suatu usaha agar berjalan dengan baik serta peserta juga sudah mengetahui dan memahami beberapa model bisnis yang telah dipaparkan oleh para narasumber. Hasil posttest juga menunjukkan bahwa peserta tertarik menjalankan usahanya dengan melakukannya pemasaran secara digital baik dengan menggunakan Facebook maupun Mediacartz. Hasil posttest juga menunjukkan bahwa sebanyak 88% peserta berminat untuk mencatatkan penjualannya dengan menggunakan pembukuan secara digital (aplikasi kasir pintar) untuk memudahkan menghitung keuntungan.

DAFTAR PUSTAKA

Hidayati, LN. (2008). Manajemen Usaha.

<http://staffnew.uny.ac.id/upload/132309680/pengabdian/ppmmanajemen-usaha.pdf>.

Komarasari, W. (2017). Pengaruh kapasitas sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi informasi dan pengendalian intern akuntansi terhadap keterandalan pelaporan keuangan daerah (Pada SKPD Kabupaten Bantul Bagian Akuntansi dan Keuangan). Prodi Akuntansi UPY.

Musnaini., Suherman., Wijoyo, H., Indrawan, I. 2020. Digital Marketing. Jawa Tengah : Pena Persada.

Pradiani, T. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia, 11(2), 46-53.