



PELATIHAN PEMANFAATAN MANAJEMEN KEUANGAN DAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM DI KECAMATAN PASRUJAMBE

Oleh

Sukma Irdiana¹, Nur Laily Arifiyah², Yatna Supriatna³

¹Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang

²Institut Teknologi dan Bisnis Yadika Bangil

³SMPN 3 Nguling Pasuruan

Email: ¹sukmapasah@gmail.com

Article History:

Received: 21-03-2023

Revised: 14-04-2023

Accepted: 25-04-2023

Keywords:

Manajemen

Keuangan, Digital

Marketing,

Pendapatan, UMKM

Abstract: *Persaingan di dunia bakery sekarang ini sangatlah ketat. Hal ini terbukti dari banyaknya usaha bakery di Lumajang. Assafir's Bakery merupakan salah satu toko bakery di Lumajang yang berkembang. Dengan inovasi yang begitu tinggi dengan memanfaatkan bahan baku yang ada di Kecamatan Pasrujambe, Assafir's Bakery mulai beranjak naik. Dengan berkembangnya Assafir's Bakery, Assafir's Bakery merasa memiliki kelemahan dalam bidang manajemen keuangan dan digital marketing. Untuk itu Assafir's Bakery meminta bantuan kepada Tim Pengabdian Masyarakat melalui seorang dosen yang merangkap sebagai Ibu Ketua TP PKK Kecamatan Pasrujambe. Permintaan ini di terima oleh Tim Pengabdian Masyarakat yang terdiri atas dosen ITB Widya Gama Lumajang, ITB Yadika Bangil dan Guru SMPN 3 Nguling serta dibantu oleh mahasiswa kedua universitas tersebut. Setelah diketahui permasalahan dan solusi yang akan di lakukan maka Tim Pengabdian Masyarakat melakukan sosialisasi, pelatihan manajemen keuangan dan digital marketing serta melakukan monitoring dan evaluasi pada Assafir's Bakery. Kegiatan pengabdian masyarakat ini berjalan dengan baik. Hal ini terbukti dari meningkatnya volume penjualan baik itu secara online maupun offline*

PENDAHULUAN

UMKM memegang peranan yang sangat vital dalam pertumbuhan dan perkembangan ekonomi (Permana, 2017). Tidak hanya di Negara berkembang saja, namun di Negara maju juga sangat mempengaruhi di dunia usaha. UMKM dapat membuka peluang kerja bagi para pencari kerja dan dapat pengentas kemiskinan di suatu Negara. UMKM juga dapat meningkatkan pendapatan bagi para pelaku usaha di daerah dan pedesaan (Niode, 2019). Jumlah UMKM pada tahun 2021 di Indonesia sekitar 65,46 juta unit. UMKM Indonesia dapat menyerap tenaga kerja sebanyak 97%, menyumbang Produk Domestik Burto (PDB) sebanyak 60,3%, dan berkontribusi pada ekspor nasional sebesar 14,4% (<https://databoks.katadata.co.id/>).

Lumajang merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Timur. Lumajang memiliki UMKM sampai tahun 2021 sebanyak 70 ribu UMKM (<https://lumajangkab.bps.go.id/>).



UMKM Lumajang diantaranya bergerak dalam usaha kripik, kue kering, kue basah, krupuk, olahan kedelai (Tahu dan Tempe), minuman olehan seperti jamu, jus buah, dan minuman yang lain. Setiap UMKM memiliki permasalahan yang beragam, namun ada beberapa permasalahan UMKM yang hampir sama yaitu masalah keuangan dan pemasaran. Kedua permasalahan ini menjadi dasar kurang berkembangnya UMKM (Sunardi et al., 2020); (Ratniasih & Nugraha, 2020).

Assafir's Bakery adalah salah satu toko kue yang ada di Kecamatan Pasrujambe. Assafir's Bakery berdiri mulai tahun 2015 dengan menjual semua produk olahan kue, namun berdasarkan pesanan atau orderan. Sejak tahun 2018 usaha Assafir's Bakery tidak kunjung bertambah dan berkembang. Dengan berbekal keberanian meminta dukungan Bapak Camat Pasrujambe dan Ibu Ketua TP PKK Kecamatan yang berlatar-belakang seorang dosen, maka beliau memberikan saran untuk membuat produk unggulan kecamatan yang berlandaskan bahan baku semua berasal dari kecamatan. Pasrujambe adalah kecamatan yang berada di kaki gunung semeru yang memiliki hasil pertanian berupa padi, tela madu, tela ungu, pisang agung, pisang kirana, kopi, beraneka sayuran dan lain-lain. Dengan berbagai macam hasil pertanian, Assafir's Bakery menerima tantangan dari Bapak dan Ibu Camat membuat Strudel berbahan dasar tela madu. Berawal dari tantangan itu dan terus terus berusaha membuat inovasi olahan kue dari semua bahan yang ada di Pasrujambe, Assafir's Bakery akhirnya bisa maju dan berkembang. Dalam berinovasi produk. Namun maju dan berkembangnya Assafir's Bakery juga mengalami kesulitan dalam melakukan pemasaran serta mengelola keuangan. Kemudian Assafir's Bakery meminta kembali bantuan ke Bapak dan Ibu Camat untuk mencari solusi. Dengan berlatar belakang seorang dosen, Ibu Camat bersama tim pengabdian dari ITB Widya Gama, ITB Yadika dan Pakar Google Trainer yang kebetulan seorang guru dari SMPN 3 Nguling bersama-sama membantu Assafir's Bakery dalam manajemen keuangan dan digital marketing.

Berdasarkan permintaan dan menganalisis secara langsung kebutuhan Assafir's Bakery. Diketahui secara pasti bahwa Assafir's Bakery membutuhkan pengetahuan lebih baik lagi tentang manajemen keuangan dan digital marketing agar meningkatnya penjualan Assafir's Bakery. Berdasarkan analisis situasi yang dilakukan, permasalahan prioritas yang dihadapi oleh mitra yaitu (1) pemasaran produk yang hanya dilakukan melalui pesanan saja tanpa memanfaatkan teknologi internet, sehingga kurang maksimal menjaring customer yang dijadikan target. (2) Mitra tidak melakukan pengelolaan keuangan dengan baik sehingga tidak mengetahui rugi/laba setiap tahunnya, hal ini dikarenakan mitra tidak memiliki pengetahuan yang cukup dalam melakukan pengelolaan keuangan.

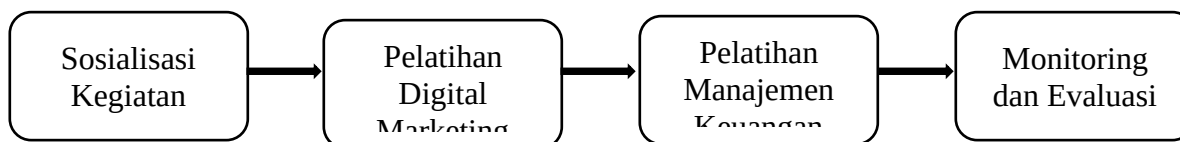
Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra, maka dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, solusi yang dapat ditawarkan adalah sebagai berikut (1) pelatihan pemanfaatan digital marketing untuk mengetahui teknik – teknik memanfaatkan teknologi internet dan media elektronik untuk memperluas pemasaran suatu produk atau brand dan meningkatkan pendapatan mitra. Digital marketing dengan memanfaatkan facebook. (2) Pelatihan pengelolaan keuangan sehingga meningkatkan kemampuan mitra dalam melakukan pencatatan pengeluaran dan pemasukan serta dapat mengetahui rugi/laba usaha setiap tahunnya.

METODE

Lokasi pengabdian terletak di Dusun Pusung RT 32 RW 16 Desa Sukorejo Kecamatan



Pasrujambe. Jarak antara lokasi pelaksana dan mitra adalah kurang lebih 18 Km. Terdapat empat tahap rencana kerja dalam kegiatan pengabdian ini yaitu tahap pertama adalah sosialisasi kegiatan kepada mitra, tahap kedua adalah pelatihan pemanfaatan digital marketing, tahap ketiga adalah pelatihan pengelolaan keuangan kepada mitra dan tahap terakhir adalah monitoring dan evaluasi kegiatan untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan pengabdian. Prosedur kerja kegiatan pengabdian ini dapat digambarkan seperti rencana kegiatan yang dapat dilihat pada Gambar 1. Kegiatan sosialisasi memiliki tujuan untuk menyamakan persepsi tujuan kegiatan antara pelaksana pengabdian dan mitra. Kegiatan sosialisasi dilakukan dengan memberikan informasi kepada mitra tentang kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilaksanakan. Memberikan pemahaman kepada mitra tentang latar belakang kegiatan dan tujuan kegiatan. Sosialisasi diberikan oleh tim pengusul yang melibatkan pemilik UMKM dengan cara duduk bersama. Dokumentasi kegiatan ini berupa foto kegiatan sosialisasi dan video dibantu oleh tim mahasiswa. Pelatihan pemanfaatan digital marketing merupakan sebuah usaha memasarkan produk/bisnis dengan menggunakan perangkat elektronik/internet dengan beragam taktik marketing dan media digital bukan hanya untuk meningkatkan penjualan, tapi juga termasuk promosi produk dan membina hubungan dengan pelanggan. Pelatihan pemanfaatan digital marketing akan memanfaatkan tool yang disediakan oleh media social (facebook). Pelatihan digital marketing diberikan kepada 4 orang peserta yang terdiri dari pemilik dan karyawan mitra dengan metode ceramah dan praktek langsung. Dokumentasi kegiatan berupa foto dan video dibantu oleh tim mahasiswa. Kegiatan pelatihan pengelolaan keuangan akan memberikan pelatihan pengelolaan keuangan secara sederhana dengan pencatatan pemasukan dan pengeluaran mitra pada buku besar. Hal ini dilakukan agar mitra memahami cara mencatat kas masuk dan keluar serta dapat membuat report laporan keuangan setiap bulannya. Peserta pelatihan berjumlah 4 orang yang terdiri dari pemilik dan karyawan mitra dengan metode ceramah dan praktek langsung. Dokumentasi kegiatan berupa foto dan video dibantu oleh tim mahasiswa.



Gambar 1. Rencana Kerja Kegiatan

HASIL

Kegiatan pengabdian pada Assafir's Bakery dilakukan dalam beberapa tahap sesuai dengan rencana kegiatan. Terdapat empat tahap kegiatan dalam pengabdian ini yaitu tahap pertama adalah sosialisasi kegiatan kepada mitra, tahap kedua adalah pelatihan pemasaran online (*digital marketing*), tahap ketiga adalah pelatihan manajemen keuangan, dan tahap keempat adalah monitoring dan evaluasi kegiatan ini untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan pengabdian.

Tahap Pertama (Sosialisasi Kegiatan Pada Mitra)

Kegiatan sosialisasi dilakukan pada bulan Mei 2022. Materi sosialisasi diberikan oleh



Sukma Irdiana, Nur Laily Arifiah dan Yatna Supriatna serta didampingi oleh mahasiswa dimana sosialisasi dilakukan dengan pemilik usaha Assafir's Bakery yaitu Ibu Khusnul untuk menyampaikan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat telah diterima dan dibiayai. Pada pertemuan tersebut telah disampaikan informasi – informasi mengenai latar belakang, target, sasaran dan tujuan kegiatan. Indikator – indikator tersebut memiliki satu tujuan prinsip, yaitu meningkatkan kesejahteraan mitra serta meningkatkan pengetahuan mitra dalam memasarkan produk secara online. Kegiatan sosialisasi dilakukan dengan cara diskusi dan tanya jawab serta dilakukan dokumentasi kegiatan.

Tahap Kedua (Pelatihan *Digital Marketing*)

Pelatihan pemanfaatan digital marketing dengan menggunakan facebook sebagai media pemasaran online dilakukan beberapa kali dalam satu bulan Agustus 2022. Kegiatan ini diikuti oleh 3 orang peserta yang terdiri dari pemilik dan karyawan Assafir's Bakery. Materi pemasaran online diberikan oleh Nur Laily Arifiah dan Yatna Supriatna dengan cara praktek langsung dan diskusi. Kegiatan yang dilakukan dalam pelatihan ini yaitu mempelajari sosial media. Instruktur memperkenalkan sosial media *facebook* sebagai contoh. Peserta diajarkan membuat membuat *account facebook* sampai mengoperasikan *facebook* untuk menjual dan menerima pesanan secara online. Hasil pelatihan pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran adalah *account facebook*. Materi yang disampaikan pada saat pelatihan pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran produk adalah bagaimana langkah – langkah mendaftar *facebook* dan fitur – fitur pada *facebook*.

Tahap Ketiga (Pelatihan Manajemen Keuangan)

Kegiatan pelatihan manajemen keuangan adalah memberikan pelatihan manajemen keuangan secara sederhana dengan pencatatan pemasukan dan pengeluaran mitra pada buku besar. Pada pelatihan ini juga diperkenalkan pemanfaatan Microsoft Excel dalam pencatatan transaksi. Kegiatan pelatihan ini diikuti oleh para peserta yang sama dengan pelatihan sebelumnya yaitu berjumlah 2 orang peserta yang terdiri dari pemilik dan karyawan Toko Annika. Pada pelatihan ini instruktur mengajarkan bagaimana membuat sebuah kolom pada Microsoft Excel dan pembuatan form pencatatan keuangan atau pembukuan. Pada pelatihan ini, para peserta belajar untuk melakukan rekapitulasi pengeluaran, pemasukan dan data kas lainnya. Hasil pelatihan pada kegiatan pelatihan Microsoft Excel untuk manajemen keuangan. Pada pelatihan ini para peserta diajarkan membuat kolom serta rumus – rumus yang dapat dipergunakan pada Microsoft Excel.

Tahap Keempat (Evaluasi dan Monitoring)

Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi, luaran kegiatan pengabdian masyarakat berdasarkan target capaian kegiatan mampu menambah konsumen melalui media pemasaran online sehingga meningkatkan pendapatan mitra. Evaluasi dan monitoring kegiatan selama 1 bulan dapat dilihat pada table di bawah ini :

Table 1. Evaluasi dan Monitoring Kegiatan

No	Kegiatan	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan	Peningkatan
1	Peningkatan jumlah pesanan per hari	Pesanan per hari 3-5	Pesanan per hari 5-15	Kenaikan sebesar 50%
2	Perluasan jaringan pemasaran	Pemasaran secara langsung	Pemasaran secara langsung dan media	Kenaikan sebesar 50%



No	Kegiatan	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan	Peningkatan
			social (facebook)	
3	Peningkatan pendapatan	Pendapatan per minggu Rp. 1.000.000-Rp. 2.000.000	Pendapatan per minggu Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	Kenaikan sebesar 50%
4	Peningkatan pengetahuan	Dari 4 orang peserta pelatihan yang memahami pengetahuan tentang manajemen keuangan dan digital marketing sebanyak 0 orang	Dari 4 orang peserta pelatihan yang memahami pengetahuan tentang manajemen keuangan dan digital marketing sebanyak 4 orang	Kenaikan sebesar 100%

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang telah berlangsung maka dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu : (1) Kegiatan yang telah dilakukan adalah sosialisasi kegiatan, pemanfaatan digital marketing melalui pemanfaatan teknologi untuk pemasaran produk, pelatihan manajemen keuangan, dan monitoring evaluasi. (2) Beberapa target dan luaran dari kegiatan ini telah tercapai yaitu adanya peningkatan pengetahuan UMKM dalam pemanfaatan digital marketing untuk pemasaran produk seperti facebook, meningkatnya pendapatan mitra hingga 50%, dan meningkatkan pengetahuan mitra dalam manajemen keuangan hingga 100%.

SARAN

Mengingat besarnya manfaat kegiatan pengabdian pada masyarakat ini, maka selanjutnya perlu : (1) Mengadakan pelatihan serupa pada usaha kecil dan menengah lain baik yang bergerak dalam bidang yang sama maupun bidang lainnya. (2) Adanya kesinambungan dan monitoring program pasca kegiatan pengabdian ini sehingga para peserta benar – benar dapat mempraktekan pengetahuan yang didapat setelah melakukan pelatihan.

PENGAKUAN/AKNOWLEDGEMENT

Ucapan terima kasih kepada lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat ITB Widya Gama Lumajang, ITB Yadika Bangil, SMPN 3 Nguling dan Kecamatan Pasrujambe serta kepada UMKM yang mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian dengan baik dan lancar, serta kepada pihak yang memberikan gagasan, saran, masukan serta pandangan terhadap penyusunan artikel pengabdian ini.



DAFTAR REFERENSI

- [1] Niode, I. Y. (2019). Sektor UMKM di Indonesia: Profil, Masalah dan Strategi Pemberdayaan. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis OIKOS-NOMOS*, 2(1), 1–10. <https://repository.ung.ac.id/kategori/show/uncategorized/9446/jurnal-sektor-umkm-di-indonesia-profil-masalah-dan-strategi-pemberdayaan.html>
- [2] Permana, S. H. (2017). STRATEGI PENINGKATAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI INDONESIA. *Aspirasi*, 8(1), 93–103. <http://news.detik.com/>
- [3] Ratniasih, N. L., & Nugraha, D. H. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing dan Pengelolaan Keuangan Pada Toko Bahan Kue. *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 6–12. <https://doi.org/10.31334/jks.v3i1.963>
- [4] Sunardi, N., Lesmana, R., Rudi, Kartono, & Hasbiyah, W. (2020). Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi Umkm Pasar Modern Intermoda Bsd City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19. *Abdi Masyarakat*, 2(1), 75–86. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAMH/article/view/7416/4901>