

Pengimplementasian Digital Marketing dan Manajemen Keuangan di Kelurahan Sukapura Kota Cirebon

Ramlah Puji Astuti^{1*}, Moh. Yudi Mahadianto², Rissa Nur Aisy³, Indah Permatasari³

Universitas Swadaya Gunungjati

¹ramlahpujiastuti@gmail.com

²mohyudim@gmail.com

³rissanuraisy05@gmail.com

⁴indah7permata23@gmail.com

*Correspond Author

ABSTRAK

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) merupakan salah satu roda penggerak perekonomian Indonesia. Di era serba digital para pelaku UMKM mengalami kesulitan yang biasanya terjadi pada internal pelaku usaha tersebut. Permasalahan yang terjadi di Kelurahan Sukapura yaitu kurangnya pemahaman mengenai pemasaran produk secara digital untuk memperluas dalam mempromosikan produk agar menarik daya beli masyarakat. Selain itu rendahnya pemahaman mengenai manajemen keuangan seperti membuat laporan keuangan untuk UMKM. Permasalahan tersebut dapat diatasi dengan melakukan alih teknologi pemasaran serta alih teknologi pembukuan. Tujuan kegiatan ini adalah terjadinya peningkatan produktivitas mitra menjadi lebih efektif dan efisien melalui, peningkatan penggunaan digital marketing dalam proses pemasaran serta pembukuan. Untuk mengatasi permasalahan yang dialami sasaran yang dapat dilakukan yaitu memberikan penerapan mengenai *digital marketing* melalui media sosial, dan marketplace. Selain itu, memberikan pelatihan tentang manajemen keuangan seperti laporan keuangan melalui *website* laporan keuangan dari Kementrian Koperasi Republik Indonesia dan Aposerba. Dengan adanya program pelatihan digital marketing dan manajemen pelaporan keuangan ini diharapkan dapat meningkatkan produktivitas UMKM baik dalam pemasarannya maupun pelaporan keuangan. Luaran kegiatan pengabdian ini adalah UMKM jauh lebih berkembang dengan mengikuti kemajuan zaman yaitu menjual produknya melalui digital marketing dan dapat membuat laporan keuangan dengan baik dan benar.

Kata Kunci: UMKM, Digital Marketing, Laporan Keuangan

ABSTRACT

MSMEs (Micro Small and Medium Enterprises) is one of the driving wheels of the Indonesian economy. In the all-digital era, MSME actors experience difficulties that usually occur internally to these business actors. The problem that occurs in Sukapura Village is the lack of understanding of digital product marketing to expand the promotion of products in order to attract people's purchasing power. In addition, there is a low understanding of financial management such as making financial reports for MSMEs. These problems can be overcome by transferring marketing technology and transferring bookkeeping technology. The purpose of this activity is to increase partner productivity to be more effective and efficient through increasing the use of digital marketing in the marketing and bookkeeping process. To overcome the problems experienced by the target, what can be done is to provide applications regarding digital marketing through social media and marketplaces. In addition, providing training on

financial management such as financial reports through the financial report website of the Ministry of Cooperatives of the Republic of Indonesia and Aposerba. With this digital marketing and financial reporting management training program, it is expected to increase MSME productivity both in marketing and financial reporting. The output of this service activity is that MSMEs are much more developed by following the progress of the times, namely selling their products through digital marketing and being able to make financial reports properly and correctly.

Keywords: MSMEs, Digital Marketing, Financial Reports

PENDAHULUAN

Revolusi industri 4.0 saat ini merupakan faktor pendorong dalam peningkatan inovasi dan kreasi para pelaku usaha. Pesatnya perkembangan teknologi saat ini sangat berpengaruh pada dunia pemasaran. Dengan adanya kemajuan teknologi yang beriringan dengan era industri 4.0 yang mendorong lapisan masyarakat untuk terus menciptakan inovasi dan kreasi. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu sektor ekonomi yang dituntut agar dapat bertahan dan mampu menyesuaikan dalam kegiatan produksi dan pemasaran dengan mengikuti era digitalisasi. Salah satunya dalam hal produksi dan pemasaran para pelaku usaha seharusnya sudah dapat menekan biaya produksi dengan teknologi yang digunakan guna menghasilkan sebuah produk yang lebih praktis. Namun pada kenyataannya, hal tersebut belum dapat dimanfaatkan dengan baik oleh para pelaku UMKM.

Melansir Databoks, UMKM memiliki kontribusi sebesar 60,3% dari total produk domestik bruto (PDB) Indonesia. Selain itu, UMKM menyerap 97% dari total tenaga kerja dan 99% dari total lapangan kerja. Pada tahun 2018, UMKM tercatat sebanyak 64,2 juta unit. Melihat jumlah UMKM di Indonesia sangat banyak, namun ada beberapa persoalan yang masih sering dihadapi oleh UMKM yaitu; rendahnya kualitas SDM, teknologi yang digunakan, proses pemasaran serta pengelolaan dalam laporan keuangan. Hal tersebut diperparah dengan adanya pandemi saat ini yang berdampak pada lapisan masyarakat.

Salah satu UMKM yang terdampak oleh pandemi saat ini adalah UMKM yang berada di Kelurahan Sukapura Kota Cirebon. Kelurahan Sukapura beralamat di Jalan Dr. Wahidin No. 04, Kelurahan Sukapura Kecamatan Kejaksan Kota Cirebon. Dengan anggota lebih dari 30 UMKM mulai beroperasi dalam menjalankan usahanya. Hingga saat ini lebih dari 30 UMKM di wilayah kelurahan Sukapura.

Tabel 1. Profil Mitra

Nama	: Kelurahan Sukapura
Ketua	: Achmad Muhaimin, SSTP, MH
Alamat	: Jalan Dr. Wahidin No. 04, Kelurahan Sukapura Kecamatan

Kejaksan Kota Cirebon.	
Jenis Produk	: Makanan dan Minuman
Modal	: Pribadi

Sumber: Data Primer, 2022



Sumber: Data Primer, 2022

Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan

Permasalahan selanjutnya adalah belum adanya jaringan pemasaran secara online yang mendukung secara optimal, produk dipasarkan menggunakan *Whatsapp*, *Facebook*, *Instagram* dan dari rumah ke rumah walaupun pemasaran produk sudah dilakukan namun pemasaran produk ini belum optimal. Sehingga diperlukan adanya pendampingan dan pelatihan lebih lanjut mengenai sistem pemasaran secara online dan digitalisasi.

Masalah lain yang dihadapi mitra adalah mengenai penyusunan laporan keuangan. Dimana proses pembukuan masih sangat sederhana dan mungkin belum sistematis dalam mencatat setiap transaksi yang terjadi. Laporan keuangan dalam kegiatan usaha ini sangat diperlukan untuk menilai kinerja usaha apakah sudah sesuai dengan tujuan atau tidak.

Permasalahan diatas seharusnya dapat dihindari jika adanya pengoptimalkan jaringan pemasaran secara online untuk mengembangkan pangsa pasar dari UMKM di kelurahan sukapura serta pemahaman mengenai penyusunan laporan keuangan yang memadai. Oleh sebab itu, perlu dilakukan adanya peningkatan mutu dan inovasi pengemasan produk, peningkatan pemasaran produk serta menyusun laporan keuangan secara online.



Sumber: Data Primer, 2022

Gambar 2. Dokumentasi Produk UMKM

Tabel 2. Kondisi Eksisting

Keterangan	Uraian Kondisi Eksisting
	Kumpulan UMKM Kelurahan Sukapura
1. Lingkup Pemasaran	Lokal
2. Pembukuan	▪ Masih menggunakan pencatatan di buku

Sumber: Data primer, 2022

BAHAN DAN METODE

Terdapat beberapa tahap dalam metode pelaksanaan pengabdian masyarakat. Tahap pelaksanaannya terdiri dari berupa persiapan program, pelaksanaan program, dan keberlanjutan program.

Persiapan program

Persiapan program dalam hal ini berupa mempersiapkan segala sesuatu yang berkaitan dengan program seperti, materi yang ingin disampaikan kepada peserta, alat dan bahan yang diperlukan. Dalam program ini sasaran yang dituju yaitu kumpulan UMKM Kelurahan Sukapura yang masih belum memaksimalkan proses pemasaran produk secara digital serta pelaporan keuangan secara digital.

Pelaksanaan program

1. Motivation Life

Peserta diberikan motivasi dan gambaran mengenai pemasaran produk secara online dan penyusunan laporan keuangan digital. Peserta diharapkan dapat memahami dan mendapatkan manfaat dari kegiatan ini dan melaksanakan pemasaran produk dengan menggunakan *media*

social. Dalam hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan motivasi, video motivasi dan tanya jawab.

2. Pemberian Materi Peningkatan Sumber Daya

Pemberian materi ini mengenai pentingnya pengetahuan secara luas dalam meningkatkan *skill* dalam berwirausaha agar dapat memaksimalkan hasil penjualan.

3. Praktek Pembuatan Laporan Keuangan Digital

Pada tahap ini mitra diberikan pengetahuan mengenai penyusunan laporan keuangan dan aplikasi kasir digital dengan menggunakan aplikasi aposerba. Dimana dalam pengaplikasiannya pengguna hanya menginput transaksi yang terjadi. Dengan itu, maka seluruh laporan keuangan berupa penjualan harian, mingguan, dan bulanan akan terbuat secara otomatis.

4. Evaluasi Pelaksanaan Program dan Keberlanjutan Program

Evaluasi dan monitoring dilakukan sejak tahapan persiapan implementasi, implementasi awal, pertengahan hingga akhir implementasi untuk melihat kendala yang ditemukan dan upaya mengatasinya serta untuk mendorong terwujudnya keberlanjutan program.

Kegiatan program

Tabel 3. Kegiatan program

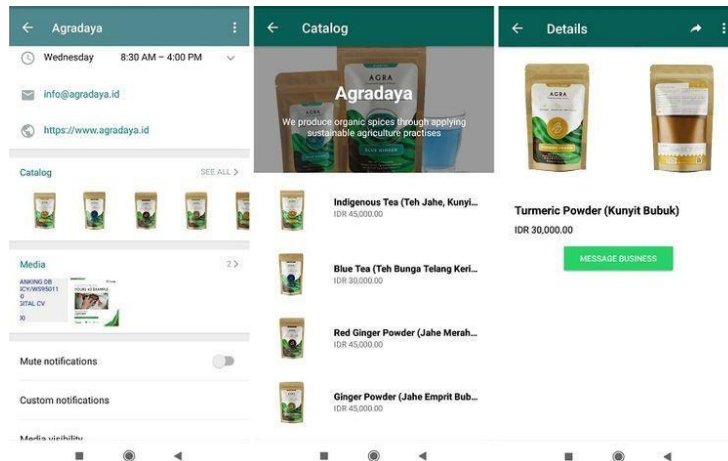
No.	Program	Luaran
1.	Sosialisasi Peningkatan Sumber Daya Dengan Meningkatkan Strategi Pemasaran dan Pelaporan Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> • Diberikan pemahaman tentang pentingnya meningkatkan strategi pemasaran • diberikan pemahaman mengenai pentingnya penerapan pelaporan keuangan • diberikan pemahaman mengenai pentingnya penerapan kasir secara digital
2.	Pelatihan Pemasaran Proses	<ul style="list-style-type: none"> • Efisiensi dan efektifitas pemasaran • Peningkatan pendapatan mitra • Peningkatan jumlah kapasitas penjualan
3.	Pelatihan Pembukuan Proses	<ul style="list-style-type: none"> • Efisiensi dan efektifitas pembukuan • Output laporan keuangan secara otomatis • Output struk secara digital • Peningkatan kualitas laporan keuangan
4.	Pendampingan penggunaan teknologi	<ul style="list-style-type: none"> • Diberikan fasilitas teknologi yang dapat digunakan oleh mitra untuk meningkatkan kualitas pemasaran dan laporan keuangan digital • Dilatih agar mampu menggunakan teknologi yang diberikan, sehingga dapat digunakan secara lebih fungsional untuk menunjang kegiatan usaha mitra; • Pendampingan penggunaan teknologi.
5.	Monitoring dan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mitra dapat mengaplikasikan pemasaran digital

No.	Program	Luaran
	Evaluasi	<ul style="list-style-type: none"> Mitra dapat membuat struk penjualan secara digital Mitra dapat mengaplikasikan laporan keuangan digital

Sumber: Data primer, 2022

Produk Teknologi yang Digunakan

Berikut gambaran teknologi yang akan diimplementasikan dalam program:



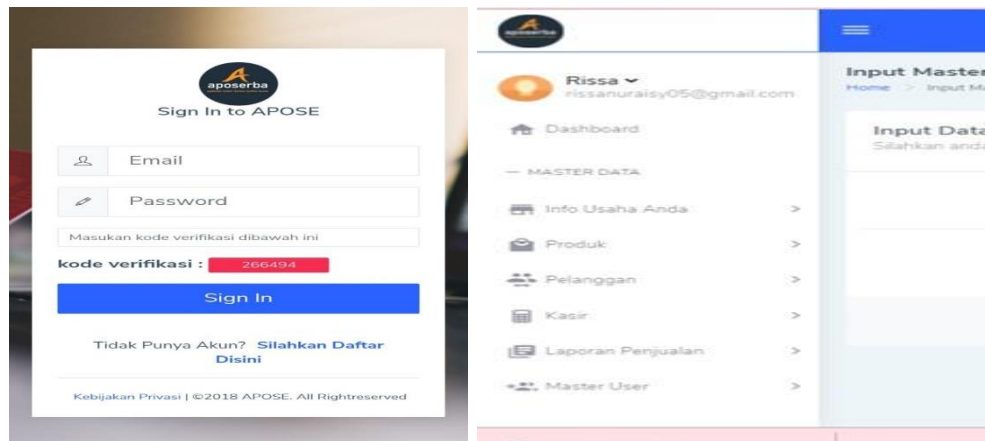
Sumber: Data primer, 2022

Gambar 3. Penerapan Whatsapp Bisnis



Sumber: Data primer, 2022

Gambar 4. Output Struk Menggunakan Aposerba



Sumber: Data primer, 2022

Gambar 5. Aplikasi Laporan Keuangan Aposerba

Partisipasi Mitra Dalam Pelaksanaan Program

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program yang diusulkan, *yaitu*: Instrumen atau alat dan bahan yang digunakan dalam pengabdian ini, yaitu berbagai materi presentasi (saat pelatihan), Berbagai teknologi yang disediakan.

Jenis kepakaran yang diperlukan dalam menyelesaikan seluruh persoalan atau kebutuhan mitra.

Berdasarkan hasil analisis permasalahan yang ada pada mitra UMKM Kelurahan Sukapura, maka tim pengabdian masyarakat mengidentifikasi bahwa terdapat dua permasalahan pokok yang harus dibenahi, yaitu permasalahan dalam bidang pemasaran berbasis IT, dan bidang keuangan berbasis IT. Berdasarkan hasil identifikasi masalah tersebut, maka jenis kepakaran yang dibutuhkan untuk menyelesaikan permasalahan mitra adalah : **kepakaran dalam bidang pemasaran** yang meliputi penentuan perluasan segmen pasar serta penjualan produk via e-marketing, **kepakaran dalam bidang pembukuan** yaitu meliputi penyusunan laporan keuangan secara digital dan **kepakaran dalam bidang manajemen sumber daya manusia** yaitu meliputi motivasi wirausaha, penyusunan uraian pekerjaan karyawan dll.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan pelaksanaan kegiatan ini mengacu pada rencana kegiatan yang telah tersusun sesuai dengan proposal yang telah dibuat sebelumnya. pada tahapan pelaksanaan ini menjelaskan apa saja hasil yang akan dicapai dalam pelaksanaan kegiatan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sebelumnya. Tahapan Pelaksanaan dapat dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4. Tahapan Pelaksanaan

No.	Kegiatan	Deskripsi	Sasaran
1	Perencanaan kegiatan	❖ Menentukan Objek Mitra ❖ Membuat perencanaan kegiatan melalui pembuatan proposal kegiatan	❖ 1 buah proposal kegiatan
2	Sosialisasi Pentingnya digital marketing	❖ Melakukan penyuluhan terhadap Mitra mengenai proses penjualan secara digital ❖ Memberikan Pelatihan kepada mitra mengenai penjualan melalui sosial media	❖ 25 Orang
3	Pelatihan	❖ Melakukan pelatihan pembuatan akun media sosial ❖ Melakukan pelatihan pembuatan media social ❖ Melakukan pelatihan pelaporan keuangan usaha secara sederhana melalui aplikasi aposerba	❖ 25 Orang
4	Pendampingan	❖ Membuat media sosial seperti WhatsApp Bisnis dan Instagram Bisnis ❖ Membuat struk penjualan digital menggunakan aplikasi aposerba ❖ Membuat laporan keuangan usaha dengan menggunakan e-reporting atau aposerba	❖ 25 orang
5	Monitoring dan Evaluasi	❖ Tim PKM Melakukan monitoring dan evaluasi terkait dengan pemasaran produk dan pembuatan laporan keuangan usaha	❖ 5 orang
6	Keberlanjutan Program	❖ Membuat tindak lanjut dari pelaksanaan kegiatan pemberdayaan	❖ publikasi media cetak

Sumber: Data primer, 2022

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan Kegiatan pemberdayaan ini membutuhkan waktu selama 6 bulan atau 1 semester, mulai dari tahap perencanaan hingga dengan tahap monitoring dan evaluasi sampai dengan keberlanjutan program. Pelaksanaan kegiatan Sosialisasi secara langsung dimulai pada hari Selasa 11 Januari 2022. Berikut uraian pelaksanaan kegiatan sesuai dengan target penovapaian:

Tabel 5. Pelaksanaan Kegiatan

No.	Kegiatan	Luaran	Sasaran
1	Pelatihan pemasaran penjualan online melalui WhatsApp dan Instagram	❖ Meningkatnya kemampuan membuat pemasaran produk secara online	❖ 25 Orang
2	Penyusunan Pembuatan Laporan Keuangan sederhana	❖ Mitra UKM berhasil membuat laporan keuangan dengan aplikasi aposerba ❖ Mitra UKM berhasil membuat struk penjualan digital menggunakan Aposerba	❖ 25 Orang
3	Pendampingan pemasaran online dan Laporan keuangan secara	❖ Mitra UKM mampu membuat media sosial yang dapat	❖ 25 orang

No.	Kegiatan	Luaran	Sasaran
	digital	membantu untuk berjualan ❖ Mitra UKM mampu membuat laporan keuangan sederhana melalui aplikasi aposerba	
4	Monitoring dan Evaluasi	❖ melakukan monitoring dan evaluasi terkait dengan pembuatan laporan penggunaan dana desa secara periodic	❖ 25 orang

Sumber: Data primer, 2022

Hasil yang dicapai selama pelaksanaan kegiatan ini mengacu pada indikator keberhasilan sebuah kegiatan, hal tersebut dapat dilihat dari kesesuaian jenis dan jumlah luaran yang telah berhasil dilaksanakan selama proses kegiatan pemberdayaan ini berlangsung :

Tabel 6. Pencapaian Hasil

No.	Kegiatan	Deskripsi	Pencapaian
1	Pelatihan digital marketing	❖ Meningkatnya kemampuan membuat media sosial untuk pemasaran produk	❖ 100 % terlaksana
2	Penyusunan Laporan Keuangan sederhana	❖ Mitra UKM berhasil membuat laporan keuangan dengan aplikasi aposerba	❖ 100 % terlaksana
3	Pendampingan pemasaran digital dan marleting dan Laporan keuangan secara digital	❖ Mitra UKM mampu membuat akun dalam media sosial ❖ Mitra UKM mampu membuat laporan keuangan sederhana melalui aplikasi aposerba ❖ Mitra UKM mampu membuat struk penjualan digital melalui aposerba	❖ 100 % terlaksana
4	Monitoring dan Evaluasi	❖ melakukan monitoring dan evaluasi terkait dengan pembuatan laporan penggunaan dana desa secara periodic	❖ 100 % terlaksana
5	Keberlanjutan Program	❖ publikasi di media cetak	❖ 100 % terlaksana

Sumber: Data Primer, 2022

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan pemberdayaan ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Anggota UMKM Kelurahan Sukapura berhasil membuat akun belanja online dan prodmosi melalui media sosial
- Anggota UMKM Kelurahan Sukapura berhasil membuat dan menggunakan laporan keuangan melalui aplikasi aposerba untuk kegiatan usahanya
- Anggota UMKM Kelurahan Sukapura berhasil membuat dan menggunakan struk penjualan digital melalui aplikasi aposerba untuk kegiatan usahanya

Saran dan Rekomendasi

Adapun saran kegiatan, Penerapan digital marketing dan manajemen keuangan UMKM Kelurahan Sukapura Yaitu:

1. Diperlukan dukungan dari semua *stakeholder* untuk meningkatkan kegiatan produksi di UMKM Kelurahan Sukapura
2. Dibutuhkan program lanjutan secara *kontinyu* sehingga mengarah pada peningkatan kapasitas aparatur desa baik pembuatan anggaran desa dan pelaporan pertanggung jawaban penggunaan dana desa sesuai dengan peraturan yang berlaku dengan sistem yang terintegrasi.
3. Perlunya pengawasan semua pihak dalam peningkatan produksi baik dari pihak pemerintahan setempat maupun pihak lainya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dan kepada seluruh Civitas Akademika Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada masyarakat Kelurahan Sukapura yang telah bersedia menjadi mitra dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat kami.

DAFTAR PUSTAKA

- Bappenas. 2016. Upaya Pemberdayakan UMKM. www.bappenas.go.id. Diunggah Tanggal 22 Oktober 2020.
- Dinas Koperasi dan UMKM Kota Cirebon. 2018. Rekapitulasi Usaha Mikro Kecil Menengah Kabupaten Cirebon 2018. Dinas Koperasi dan UMKM Kabupten Cirebon.
- Hafiluddin, M. R., Suryadi, & Saleh, C. (2014). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis “Community Based Economic Development” (Studi pada pelaku UMKM di Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo). *Wacana*–, 17(2), 68–77
- Muizu, Wa Ode Zusnita. 2017. “Pendampingan Pengelolaan Umkm Di Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon-Jawa Barat.” *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat (SNP2M) 2017* (pp.100-103) 2017: 100–103.
- Musa, H., & Chinniah, M. (2016). Malaysian SMEs Development: Future and Challenges on Going Green. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 224(August 2015), 254–262. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.457>

- Rostansi, Y., Indaryono. Yusuf, A. M., Apdian, Donny. 2021. Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Untuk UMKM Kabupaten Karawang. Abdimas: Sistem dan Teknologi Informasi, 1(1). 1-6.
- Sadia, I. W. (2013). Laporan Akhir ibW Mutigunua dan Pedahan. Sriyana, Jaka. 2010. Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM): Studi Kasus Di Kabupaten Bantul Paper pada Simposium Nasional 2010: Menuju Purworejo Dinamis dan Kreatif Statistik Daerah Kota Cirebon 2021.” Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah. 2021. “Cirebon Satu Data.” : 1–2. <https://satin.cirebonkota.go.id>.
- Suprayanto. (2013). Kewirausahaan Konsep dan Realita pada Usaha Kecil (2nd ed.). Bandung: ALFABETA, cv.
- Syahrenny, N. (2019). Laporan Keuangan UMKM Sesuai Sak Emkm Nenny Syahrenny. Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat, 13–17.