

Implementasi Penggunaan Teknologi Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Pengelolaan Keuangan dalam Mendorong Penjualan Produk di UMKM

Muhammad Saputra, Rico Elhando Badri^{*)}, Yusminar Wahyuningsih, Joko Triloka, Kurnia Fadila, Lislindawati, dan Cahyani Pratisti

Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

^{*)} *Corresponding author*: ricoelhando@ darmajaya.ac.id

(Received: 28 May 2023 • Revised: 10 July 2023 • Accepted: 20 July 2023)

Abstract

MSMEs are a driving force for economic progress in a country, one of which is Indonesia. Utilization of a technology is one of the efforts that can be utilized by Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the midst of the national industrial revolution era to encourage MSMEs to continue to exist and compete at the international level and. The Covid 19 pandemic has had an impact on the business world, including MSME players. Nayla Roti is one of the MSMEs in Kemiling District, Bandar Lampung. The results of observations and interviews conducted by the service team, some of the obstacles faced by Nayla Roti MSME actors include the lack of knowledge of business people in utilizing technology in business processes that are carried out such as buying and selling activities only focusing on offline buyers and products sold without using a label so that sales feel less than optimal. Another problem is that the recording of transactions for the purchase of raw materials and sales of products is still done manually so that costs and payments are not properly identified. The method of implementing community service activities carried out in this activity uses Participatory Action Research (PAR), Community Based Research (CBR) and Service Learning (SL). The results of the service activities carried out by MSME actors Nayla Roti have social media in the form of Instagram media. MSME actors Nayla Roti have computerized financial records to facilitate financial recording and administration

Abstrak

UMKM merupakan pendorong kemajuan ekonomi dalam sebuah negara salah satunya Indonesia. Pemanfaatan sebuah teknologi merupakan salah satu upaya yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ditengah di era revolusi industri mendorong pelaku UMKM dapat terus eksis dan bersaing di tingkat nasional maupun internasional. Pandemi Covid 19 berdampak kepada bisnis tidak terkecuali pelaku UMKM Nayla Roti merupakan salah satu UMKM di Kecamatan Kemiling Bandar Lampung. Hasil obervasi dan wawancara yang dilakukan oleh tim pengabdian, beberapa kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM Nayla Roti diantaranya kurangnya pengetahuan pelaku bisnis dalam memanfaatkan teknologi dalam proses bisnis yang dijalankan seperti kegiatan jual beli hanya berfokus pada pembeli offline dan produk yang dijual tanpa menggunakan label sehingga penjualan dirasa kurang maksimal. Masalah lain dimana pencatatan transaksi pembelian bahan baku dan penjualan produk masih dilakukan secara manual sehingga pengeluaran dan pemasukan tidak teridentifikasi dengan baik. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian yang dilakukan dalam kegiatan ini menggunakan Participatory Action Research (PAR), Community Based Research (CBR) serta Service Learning (SL). Hasil dari kegiatan pengabdian yang dilakukan Pelaku UMKM Nayla Roti memiliki sosial media berupa media instagram. Pelaku UMKM Nayla Roti memiliki catatan keuangan berbasis komputerisasi sehingga memudahkan dalam pencatatan dan administrasi keuangan

Keywords: *Use of Technology, Marketing, Finance, MSMEs*

PENDAHULUAN

UMKM memegang peranan penting sebagai bagian dari pendorong kemajuan ekonomi dalam sebuah negara salah satunya Indonesia. Berdasarkan data yang dihimpun dari Kementerian Koperasi dan UKM, menunjukkan bahwa jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi [1]. Meskipun memiliki peran yang cukup penting didalam sebuah perekonomian, Pelaku UMKM masih lemah dalam pengelolaan bisnis yang dijalankan ditengah persaingan. Oleh sebab itu, diperlukan sebuah strategi yaitu memperkuat peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sehingga dapat bertahan didalam sebuah pasar.

Pemanfaatan sebuah teknologi merupakan salah satu upaya yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ditengah di era revolusi industri mendorong pelaku UMKM dapat terus eksis dan bersaing di tingkat nasional maupun internasional [2]. Aspek pemasaran dan keuangan merupakan bagian yang sangat penting dalam perkembangan pelaku UMKM [3]. Strategi promosi dengan memanfaatkan media sosial merupakan alat komunikasi yang sangat populer ditengah masyarakat dapat dijadikan sebagai sarana promosi bagi para pelaku UMKM untuk memperluas informasi serta meningkatkan penjualan produk. Selain itu, pemanfaatan teknologi dalam bidang financial yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM dalam pengelolaan keuangan sehingga memudahkan pencatatan keuangan melalui laporan keuangan secara digital [4].

Pandemi Covid 19 membawa dampak yang cukup signifikan dalam proses bisnis yang dijalankan oleh pelaku UMKM meskipun saat ini perekonomian berangsur membaik. UMKM Nayla Roti merupakan salah satu UMKM di Kecamatan Kemiling Bandar Lampung yang saat ini sedang bangkit dari krisis ekonomi dimasa pandemi. Berawal dari karyawan pembuat roti di salah satu penjual roti yang sudah berkembang pemilik UMKM Nayla Roti awal mempunyai skill dengan membuka pabrik roti yang di namai sama dengan nama Nayla Roti. Hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh tim pengabdian, beberapa kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM Nayla Roti diantaranya kurangnya pengetahuan pelaku bisnis dalam memanfaatkan teknologi dalam proses bisnis yang dijalankan seperti kegiatan jual beli hanya berfokus pada pembeli *offline* dan produk yang dijual tanpa menggunakan label sehingga penjualan dirasa kurang maksimal. Selain itu, pelaku UMKM dalam pencatatan transaksi pembelian bahan baku dan penjualan produk masih dilakukan secara manual sehingga pengeluaran dan pemasukan tidak teridentifikasi dengan baik.

Melihat permasalahan oleh pelaku UMKM Nayla Roti, tim pengabdian membantu UMKM Nayla Roti dalam meningkatkan nilai jual dan daya tarik konsumen terhadap produk dengan memerikan pelatihan bagi mitra terkait dengan pentingnya sebuah identitas produk yang dijual sehingga memudahkan pemasaran dan indentifikasi produk oleh konsumen. Selain itu untuk perluasan pemasaran dan penjualan produk, tim pengabdian memberikan pelatihan berupa penggunaan sosial media sehingga memudahkan konsumen mengakses informasi baik dalam proses pemasaran dan penjualan. Untuk permasalahan pencatatan keuangan pengusul akan memberikan pelatihan serta pengetahuan tentang pencatatan keuangan bagi mitra menggunakan buku Kas dan aplikasi Pencatatan Keuangan.

METODE

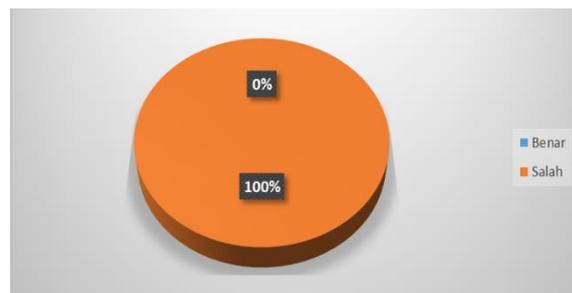
Metode pelaksanaan adalah desain atau kerangka yang digunakan dalam pengabdian untuk memberikan informasi atau pemetaan masyarakat secara langsung sehingga terjadi interaksi yang cair antara peserta dan pelaksana kegiatan [5]. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian yang dilakukan dalam kegiatan ini menggunakan *Participatory Action Research* (PAR), *Community Based Research* (CBR) serta *Service Learning* (SL) [6]. Tahapan kegiatan pengabdian yang dilakukan sebagai berikut :

1. Pemaparan presentasi : Pemaparan presentasi dilakukan dengan memberikan materi pengenalan pemanfaatan teknologi dalam proses bisnis yang dijalankan dengan menggunakan media sosial sebagai media pemasaran secara online. Selain itu presentasi juga dilakukan dalam pengenalan terkait dengan branding dan penggunaan aplikasi keuangan dalam pencatatan proses transaksi penjualan serta perhitungan biaya produksi
2. Diskusi : Diskusi dimana pembicara atau tim pengabdian selesai melakukan penyampaian materi penting seputar pemanfaatan teknologi dalam pemasaran dan manajemen keuangan digital yang dilanjutkan dengan tanya jawab dengan pelaku UMKM Nayla Roti
3. Praktik : Praktik yang dilakukan merupakan implementasi dari pemaparan materi telah dilaksanakan terkait dengan pembuatan media sosial dan penggunaan aplikasi pencatatan keuangan UMKM

Setelah kegiatan pelaksanaan diselenggarakan, tim pelaksana mengadakan evaluasi kepada pelaku UMKM Nayla Roti. Evaluasi dilakukan melihat secara keseluruhan perencanaan dan implementasi kegiatan serta melakukan perbandingan sebelum dan sesudah setelah dilakukannya kegiatan pengabdian.

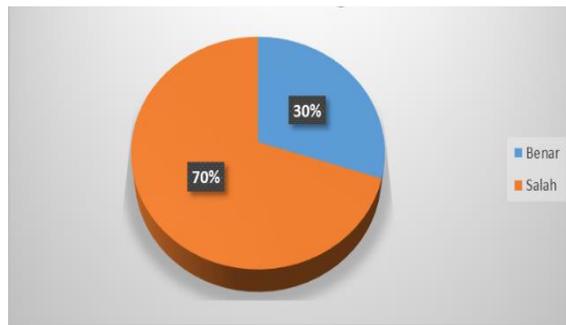
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di UMKM Nayla Roti berfokus kepada 3 (tiga) kegiatan inti diantaranya pelatihan pembuatan media pemasaran dan penjualan online yang dalam hal ini dalam bentuk media sosial instagram, branding produk melalui pembuatan label dan pencatatan transaksi jual beli serta perhitungan biaya produksi. Sebelum dilakukan kegiatan dimulai, tim pengabdian melakukan kegiatan prasurvey guna mengukur kepeahaman mitra mengenai media sosial instagram, branding produk melalui label dan pencatatan transaksi jual beli serta perhitungan biaya produksi. Berikut hasil prasurvey sebelum kegiatan pelatihan dimulai :



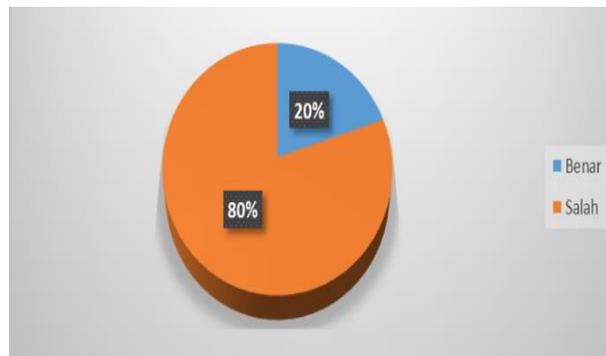
Gambar 1. Hasil Prasurvey Pemahaman Mitra Mengenai Sosial Media

Berdasarkan persentase jawaban mitra terkait dengan sosial media melalui 10 item pertanyaan menghasilkan persentase jawaban benar sebesar 0% dan 100% jawaban salah pada Gambar 1 Hasil Prasurvey Pemahaman Mitra Mengenai Sosial Media. Hasil persentase jawaban tersebut menjadi evaluasi tim pengabdian dalam melakukan treatment kepada mitra pengabdian.



Gambar 2. Hasil Prasurvey Pemahaman Mitra Mengenai Desain Logo UMKM

Berdasarkan persentase jawaban mitra terkait dengan Desain Logo melalui 10 item pertanyaan menghasilkan persentase jawaban benar sebesar 30% dan 70% jawaban salah pada Gambar 2. Hasil persentase jawaban tersebut menjadi evaluasi tim pengabdian dalam melakukan treatment kepada mitra pengabdian



Gambar 3. Hasil Prasurvey Pemahaman Mitra Mengenai Pencatatan Transaksi Penjualan dan Perhitungan Biaya Produksi

Berdasarkan persentase jawaban mitra terkait dengan Pencatatan Transaksi Penjualan dan Perhitungan Biaya Produksi melalui 10 item pertanyaan menghasilkan persentase jawaban benar sebesar 20% dan 80% jawaban salah pada Gambar 3 Hasil Prasurvey Pemahaman Mitra Mengenai Pencatatan Transaksi Penjualan dan Perhitungan Biaya Produksi. Hasil persentase jawaban tersebut menjadi evaluasi tim pengabdian dalam melakukan treatment kepada mitra pengabdian

Setelah melakukan kegiatan prasurvey guna mengukur pemahaman mitra terkait dengan kegiatan pelatihan yang dilakukan sebagai landasan pelaksanaan kegiatan pengabdian yang akan dilakukan. Berikut rincian hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian :

Pelatihan Pembuatan Media Sosial Instagram

Kegiatan jual beli akan sangat efektif jika dilakukan menggunakan media sosial yang dapat diakses oleh orang banyak. Tim pengabdian pelatihan pembuatan media sosial dengan nama *@nayla.roti* untuk mempermudah konsumen membeli dan memilih makanan atau cemilan secara mudah serta melatih pelaku UMKM Nayla Roti dalam penggunaan media sosial tersebut. Berikut dokumentasi media sosial instagram Nayla Roti dalam kegiatan pengabdian ini :



Gambar 4. Media Sosial Instagram

Pelatihan Pembuatan Desain UMKM

Kegiatan membuat design logo ini sangat diperlukan guna untuk memberitahu kepada konsumen terkait dengan produk yang dijual dan memudahkan konsumen melakukan diferensiasi produk dengan pesaing. Semakin baik kemasan sebuah produk maka akan semakin meningkatkan minat beli konsumen. Berikut dokumentasi desain logo produk UMKM Nayla Roti dalam kegiatan pengabdian ini :

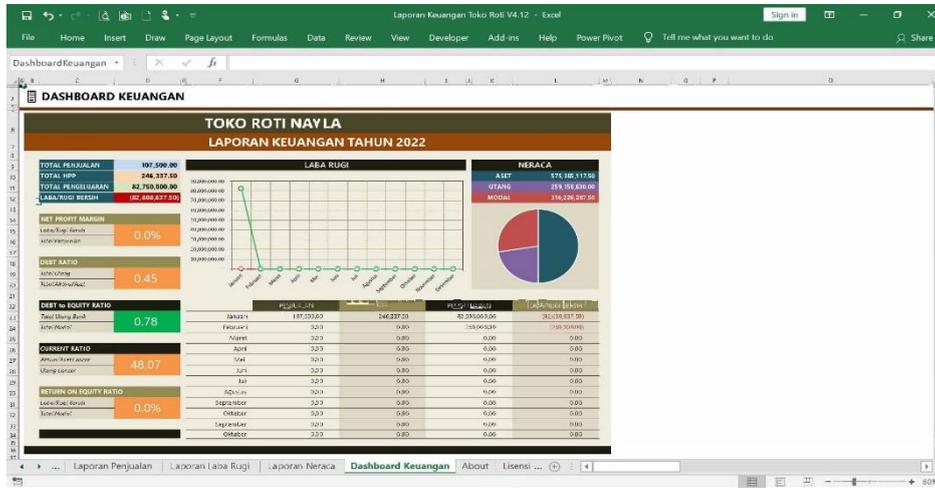


Gambar 5. Desain Logo Nayla Roti

Pelatihan Pencatatan Transaksi Penjualan dan Perhitungan Biaya Produksi

Pencatatan transaksi keuangan adalah bentuk pembukuan baik secara manual maupun digital atas segala aktivitas keuangan tersebut, Bukti kas keluar adalah salah satu bukti yang digunakan sebagai pencatatan atas seluruh transaksi yang erat kaitannya dengan bukti pengeluaran kas bisnis yang dijalankan. Di dalam bukti transaksi keuangan ini terdapat dokumen pencatatan yang nantinya akan menunjukkan informasi seputar pengeluaran sejumlah dana finansial. Pelatihan yang dilakukan

di UMKM Nayla Roti berupa pelatihan catatan transaksi penjualan produk serta perhitungan biaya produksi. Berikut dokumentasi Pelatihan Pencatatan Transaksi Penjualan dan Perhitungan Biaya Produksi dalam kegiatan pengabdian ini :

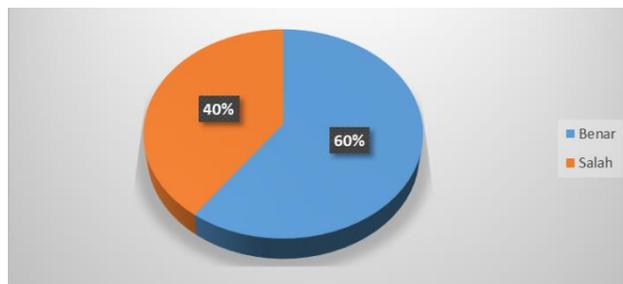


Gambar 6. Dokumentasi Pencatatan Transaksi Penjualan

Tabel 1. Dokumentasi Perhitungan Biaya Produksi

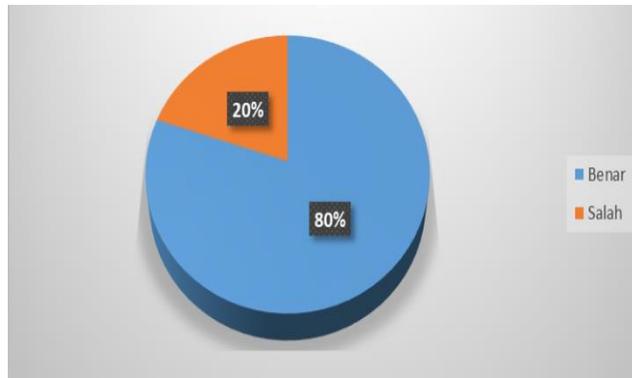
Keterangan	Metode	Metode
	Full Costing	Variable Costing
Biaya Bahan Baku	545,000	545,000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	450,000	450,000
Biaya <i>Overhead Variable</i>	143,950	143,950
Biaya <i>Overhead Tetap</i>	108,000	
Harga Pokok Produksi	1,246,950	1,138,950
Jumlah Produksi Roti	1,000	1,000
HPP Per Potong Roti	1,247	1,139

Setelah melakukan kegiatan pengabdian, tim pengabdian melakukan posttest mengenai pelatihan yang telah dilaksanakan dengan memberikan 10 pertanyaan yang sama kepada mitra terkait dengan media sosial instagram, branding produk melalui label dan pencatatan transaksi jual beli serta perhitungan biaya produksi. Berikut hasil jawaban posttest mitra dalam kegiatan pengabdian ini :



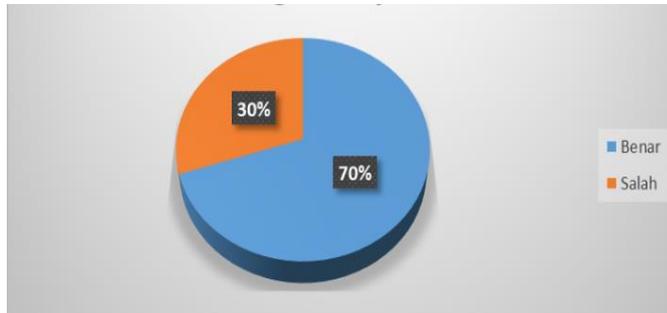
Gambar 7. Hasil Posttest Pemahaman Mitra Mengenai Sosial Media

Berdasarkan persentase jawaban mitra terkait dengan sosial media melalui 10 item pertanyaan menghasilkan persentase jawaban benar sebesar 60% dan 40% jawaban salah pada Gambar 7 Hasil Posttest Pemahaman Mitra Mengenai Sosial Media. Hasil persentase jawaban mitra terkait dengan sosial media mengalami peningkatan dari hasil prasurvey sebelumnya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mitra sudah mulai memahami mengenai penggunaan dan kebermanfaatan sosial media dalam usaha.



Gambar 8. Hasil Posttest Pemahaman Mitra Mengenai Desain Logo

Berdasarkan persentase jawaban mitra terkait dengan Desain Logo melalui 10 item pertanyaan menghasilkan persentase jawaban benar sebesar 80% dan 20% jawaban salah pada Gambar 8 Hasil Posttest Pemahaman Mitra Mengenai Desain Logo. Hasil persentase jawaban mitra terkait dengan desain logo mengalami peningkatan dari hasil prasurvey sebelumnya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mitra sudah mulai memahami mengenai penggunaan dan kebermanfaatan dari desain logo.



Gambar 9. Hasil Posttest Pemahaman Mitra Mengenai Pencatatan Transaksi Penjualan dan Perhitungan Biaya Produksi

Berdasarkan persentase jawaban mitra terkait dengan sosial media melalui 10 item pertanyaan menghasilkan persentase jawaban benar sebesar 70% dan 30% jawaban salah pada Gambar 9 Hasil Posttest Pemahaman Mitra Mengenai Pencatatan Transaksi Penjualan dan Perhitungan Biaya Produksi Hasil persentase jawaban mitra terkait dengan sosial media mengalami peningkatan dari hasil prasurvey sebelumnya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mitra sudah mulai memahami mengenai pencatatan transaksi penjualan dan perhitungan biaya produksi.

Evaluasi kegiatan pengabdian dilakukan pada akhir kegiatan pengabdian. Evaluasi dilakukan guna mengukur kebermanfaatan dari pelatihan yang diberikan oleh tim pengabdian kepada mitra dalam hal ini pelaku UMKM Nayla Roti. Hasil dari evaluasi kegiatan yang dilakukan adalah kegiatan berlangsung dengan baik sesuai dengan perencanaan dan dinilai sangat bermanfaat bagi pelaku UMKM Nayla Roti. Kegiatan pengabdian ini cukup fleksible dimana proses pelaksanaan pengabdian

dapat berjalan sesuai dengan perencanaan. Hasil prasurvey dan posttest mengenai pelatihan yang dilakukan mengalami cukup peningkatan, hal tersebut menjadi tolak ukur keberhasilan kegiatan pengabdian yang dilakukan. Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dimana pelaku UMKM Nayla Roti masih belum terbiasa menggunakan sosial media sebagai sarana promosi, namun pemilik UMKM berkeinginan terus belajar memperluas jaringan pemasaran yang dilakukan menggunakan sosial media.

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang dilakukan terkait dengan Implementasi Penggunaan Teknologi Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Dan Pengelolaan Keuangan Dalam Mendorong Penjualan Produk di UMKM Nayla Roti maka kesimpulan dari kegiatan pengabdian ini diantaranya : Pelaku UMKM Nayla Roti memiliki sosial media berupa media instagram sebagai sarana promosi penjualan produk secara online serta memiliki design logo sebagai bentuk diferensiasi produk ditengah sebuah pasar. Pelaku UMKM Nayla Roti memiliki catatan keuangan berbasis komputerisasi sehingga memudahkan dalam pencatatan dan administrasi keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Limanseto, Haryo. (2021, May.5) *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia* [Online]. Available: <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/%20umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- [2] M. E. Atmojo, “Pemberdayaan UMKM Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi”, DJPKM, vol. 6, no. 2, pp. 378-385, Apr. 2022.
- [3] D. Puspita, Leni Anggraeni, Akhmad Khumaidi, and Rina Wati, “Sosialisasi Pemasaran Produk Melalui (Internet Marketing) Pada Umkm ”, JG, vol. 1, no. 1, pp. 155–160, Feb. 2023.
- [4] Ariyani, A. D., Fajri, R. N., Hidayah, N., Layli, M., Setiawan, D. F., Sari, S. W. H. P., ... & Hisam, M. “Pendampingan Pengelolaan Keuangan Dan Pemasaran Bisnis Digital Untuk Pelaku Umkm”. JMM, vol, 7, no. 1, pp. 477-490, Feb. 2023.
- [5] Fauzi, M. N., Mahmudah, A., Maysaroh, D., Belinda, P., & Afif, A. “Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada Umkm Di Desa Waruk”. Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi, vol. 1. No. 2, pp 30-35, Apr. 2023.
- [6] O. Dhana and Y. Maulana, “Penguatan Karakter Kebangsaan Dan Pemberdayaan Masyarakat Pesisir Desa Donomulyo, Kabupaten Malang”, Anfatama, vol. 1, no. 1, pp. 59–66, Feb. 2022.