

Membangun UMKM Unggul melalui Peningkatan Strategi Pemasaran dengan Digital Marketing serta Pencatatan Pembukuan Laporan Keuangan

Muhamad Raihan^{1*}, Fitri Desta Wijaya², Ahmad Rifaldi Putra Semendaya³, Aulia Sari Anur⁴, Dicky Candra Wiana⁵, Elsa Novia Ramdani⁶, Galang Sadya Ogbona⁷, Gunawan Al Mahendra⁸, Suci Utami Sudirawarda⁹, Syita Oktaviani Zuniarti¹⁰

Universitas Djuanda Bogor

Corresponding Author: Elsa Novia Ramdani noviaelsa84@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: UMKM, Laporan Keuangan Sederhana, Pemasaran, Teknologi Digital, Inovasi

Received : 01, Oktober

Revised : 12, Oktober

Accepted: 22, Oktober

©2022 Raihan, Wijaya, Semendaya, Anur, Wiana, Ramdani, Ogbona, Mahendra, Sudirawarda, Zuniarti: This is an open

access article distributed under

the terms of the [Creative](#)

[Commons](#) [Atribusi](#) [4.0](#)

[Internasional](#).



ABSTRAK

UMKM NNC Snack merupakan salah satu usaha dibidang makanan ringan yang berada di wilayah Desa Cimande Kecamatan Caringin Kabupaten Bogor. Terdapat permasalahan yang terjadi pada UMKM NNC Snack diantaranya tidak adanya inovasi produk menyebabkan produk NNC Snack ini memiliki banyak pesaing sehingga kurang meningkatnya angka penjualan. Ibu Neng selaku pemilik NNC Snack belum mengerti cara memanfaatkan teknologi digital sebagai media pemasaran dan media promosi. Dalam laporan keuangan pun pihak UMKM belum mengerti dalam pencatatan laporan. Kami melakukan observasi dan wawancara kepada pemilik UMKM mengenai sosialisasi dan program kerja yang akan kami laksanakan agar menyelesaikan permasalahan yang ada di UMKM tersebut.

DOI: <https://10.55927/jpmf.v1i4.1438>

ISSN-E: 2829-6486

<https://journal.formosapublisher.org/index.php/jpmf>

elsa.novia2020@unida.ac.id

PENDAHULUAN

UMKM NNC Snack merupakan Usaha perorangan yang dijalankan oleh Ibu Neneng yang berada di wilayah Desa Ciderum, Kecamatan Caringin, Kabupaten Bogor. Dalam pengelolaan usahanya terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM ini yaitu belum mengerti penggunaan teknologi digital sebagai media promosi dan media pemasaran, belum mengerti cara melakukan pencatatan laporan keuangan sederhana, serta tidak adanya inovasi produk. Untuk itu dibutuhkan strategi yang tepat agar UMKM dapat berkembang dan mengikuti perkembangan yang serba digital seperti sekarang ini. Pengenalan ilmu ekonomi menjadi peran penting bagi pelaku usaha agar lebih berkembang lagi dalam mengelola usahanya. Dalam kegiatan KKN yang diselenggarakan Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda Bogor merupakan wadah mahasiswa untuk mengimplementasikan ilmu yang didapat dikampus kemudian diterapkan ke masyarakat.

Adapun dalam prosesnya, Mahasiswa mengidentifikasi permasalahan yang sedang dihadapi oleh pelaku UMKM tersebut lalu kami membuat program kerja dan mengimplementasikannya sesuai harapan para pelaku UMKM. Kurangnya pemahaman mengenai pemanfaatan teknologi untuk media promosi dan media pemasaran serta pencatatan laporan keuangan yang belum tersusun dengan baik dapat menyebabkan kerugian dalam usahanya dan memberikan ide mengenai inovasi produk agar produk yang dijual lebih berkembang. Melalui kegiatan KKN ini diharapkan mahasiswa lebih peduli akan permasalahan yang ada di masyarakat sekitar dan membantu memecahkan permasalahan yang ada di masyarakat khususnya di sektor UMKM tempat kami KKN.

METODE PENGABDIAN

Program Kuliah Kerja Nyata dilaksanakan di Desa Cimande, Kecamatan Caringin, Kabupaten Bogor. Adapun dalam pelaksanaannya yaitu pada hari Sabtu dan Minggu, yang dilaksanakan selama 1 bulan dari tanggal 23 Juli-23 Agustus 2022. Peserta pelatihan ini adalah pelaku UMKM Kafana Snack yaitu Ibu Neneng. Metode yang digunakan dalam kegiatan KKN ini meliputi wawancara dan observasi

Kerangka Pemecahan Masalah

Setelah dilakukan survei dan wawancara terdapat 5 permasalahan yang dihadapi oleh UMKM disertai dengan strategi untuk memecahkan permasalahan tersebut.

Table 1. Kerangka Pemecahan Masalah

No	Masalah	Proses	Hasil
1	UMKM belum bias memasarkan produknya melalui <i>digital marketing</i>	Sosialisasi mengenai cara pembuatan akun di <i>e-commerce</i> dan cara penjualan produk di <i>e-commerce</i>	Dibuatkan akun penjualan <i>e-commerce</i> shopee
2	UMKM belum bisa mempromosikan produknya melalui <i>social media</i>	Pemotretan produk UMKM untuk di <i>upload</i> ke <i>media social</i>	Dibuatkan akun Instagram sebagai media promosi
3	UMKM belum bisa menyusun pembukuan laporan keuangan sederhana	Sosialisasi penyusunan unsur-unsur pembentuk laporan keuangan	Pendampingan mengenai perhitungan harga pokok penjualan dan penyusunan laporan keuangan
4	Tidak adanya Inovasi Produk	Memberi ide produk inovasi	Membuat produk inovasi yaitu keripik pisang rasa coklat
5	UMKM belum memiliki banner	Mendesain banner yang akan diberikan kepada UMKM	Memberikan banner untuk UMKM

1. Dalam pengabdian masyarakat di UMKM NNC Snack ini menggunakan 3 metode diantaranya adalah Metode Observasi Kegiatan ini merupakan pengumpulan data dimana dilakukan pengamatan secara langsung kegiatan UMKM untuk mengetahui kondisi yang terjadi yang nantinya dijadikan sebagai objek penelitian.

Metode Wawancara

Wawancara adalah kegiatan tanya jawab antara peneliti dengan subjek penelitian dengan tujuan memperoleh informasi dan permasalahan yang terjadi pada UMKM.

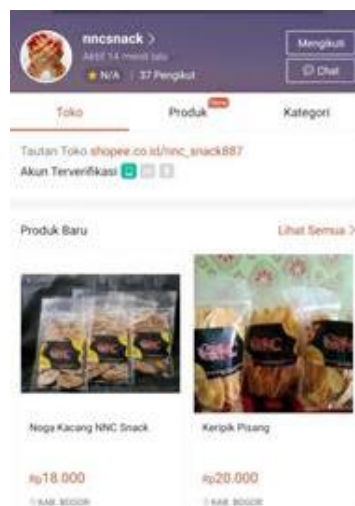
Metode Pelatihan

Metode pelatihan adalah cara untuk menacapai tujuan yang telah direncanakan melalui diskusi sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A.Membantu Pemasaran Produk-Produk melalui *Digital Marketing*

Digital marketing merupakan suatu kegiatan pemasaran atau mempromosikan sebuah produk menggunakan media internet. Kami membuatkan akun Shopee dan akun instagram untuk UMKM NNC Snack. Pemanfaatan teknologi dilakukan agar produk UMKM ini dapat mencapai pangsa pasar yang luas sehingga produk dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.



Gambar 1. Pembuatan Akun Shopee

B. Mempromosikan Produk dengan Memanfaatkan *Social Media*

Saat ini penggunaan *Social Media* semakin meningkat, banyak orang yang memanfaatkan *Social Media* sebagai media komunikasi dengan orang terdekat. Selain untuk berkomunikasi *Social Media* juga dimanfaatkan untuk media pemasaran dan media promosi produk. Oleh sebab itu, kami membantu UMKM untuk menggunakan *Social Media* sebagai media promosi dengan dibuatkan akun instagram agar produk yang dijual dapat dikenal oleh masyarakat luas.



Gambar 2. Pembuatan Akun Instagram

C. Membantu para pelaku UMKM dalam Melakukan Pencatatan Laporan Keuangan

Masih banyak yang belum mengetahui pentingnya membuat laporan keuangan atau pembukuan akuntansi yang terstruktur secara rutin. Di sektor UMKM misalnya, masih banyak para pelaku UMKM yang belum mengerti cara menyusun laporan keuangan dengan tepat. Oleh sebab itu, kami melakukan pendampingan kepada UMKM tentang bagaimana cara menyusun pencatatan laporan keuangan sederhana yang baik agar keuangan dapat terkelola dengan baik. Karena pembukuan atau laporan keuangan ini adalah kunci dalam mengendalikan performa suatu usaha.



Gambar 3. Pendampingan penyusunan laporan keuangan

D. Pembuatan Inovasi Produk

Produk inovasi adalah sebuah produk yang dikembangkan dari produk sebelumnya yang memiliki nilai perubahan dari segi rasa, bentuk, kombinasi atau hal lainnya. Hal ini dapat mengembangkan ide ide yang tertuang dalam terus menciptakan produk produk yang inovatif. Produk inovasi yang kami buat adalah keripik pisang rasa coklat, kami juga mengubah kemasannya yang semula menggunakan standing pouch kemudian diubah menggunakan toples.



Gambar 4. Inovasi Produk

E. Pembuatan *Banner* atau Spanduk

Selain melalui *Digital Marketing*, penggunaan banner sebagai media promosi menjadi salah satu cara terbaik dan cukup mudah dalam menawarkan serta menginformasikan suatu usaha. Kami membuat *banner* untuk lebih memperkenalkan produk ke masyarakat sekitar dan mendapat perhatian lebih banyak dari para calon konsumen.



Gambar 5. Pembuatan *banner* untuk UMKM

SIMPULAN

Pelaksanaan program KKN Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda merupakan salah satu bentuk Tri Darma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian kepada masyarakat juga sebagai upaya untuk mendukung perkembangan UMKM di daerah sekitar. Ada beberapa permasalahan di tempat UMKM diantaranya adalah belum memahami pemanfaatan teknologi sebagai media pemasaran dan media promosi serta belum mengerti cara pencatatan laporan keuangan dengan baik. Sehingga dalam pelaksanaan KKN ini kami membantu UMKM untuk membuat akun Instagram dan akun Shopee sebagai salah satu pemanfaatan teknologi digital dan pendampingan UMKM tentang penyusunan pencatatan laporan keuangan, yang bertujuan untuk mengembangkan produk agar pangsa pasar semakin luas, produk dapat dikenal lagi oleh masyarakat luas serta keuangan dapat dikelola dengan baik juga membuat produk inovasi.

Selain itu, kehadiran mahasiswa di Desa Ciderum ini mampu memberikan peningkatan kualitas UMKM agar dapat bersaing dengan UMKM lain. Diharapkan dengan terlaksananya program KKN ini para pelaku UMKM dapat mengembangkan produknya, dapat memperluas target pasarnya dan keuangan UMKM dapat dikelola dengan baik. Program KKN ini menjadi ajang silaturahmi serta kerjasama dengan berbagai pihak juga sebagai wadah mahasiswa untuk mengaplikasikan ilmu yang didapat dari kampus untuk masyarakat.

SARAN

Bagi pemilik UMKM harus memiliki ide baru untuk produk inovasi supaya produk lebih bervariasi bukan hanya satu. Spanduk atau *banner* produk rencananya akan dipasangkan di depan rumah tapi menurut kami sebaiknya dipasangkan di depan gang rumah, Jalan menuju tempat UMKM sebaiknya ada petunjuk jalan atau rute sebagaipatokan arah.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada Dekan Fakultas Ekonomi yang mengadakan kegiatan KKN ini. Juga terimakasih kepada pihak UMKM atas Kerjasama dalam kegiatan KKN ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Popuplix.(n.d.). Retrieved from Popublix Blog:
<https://info.popuplix.co/articles/wawancara;adalah/>
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia* , 46-53.
- Soleha, Rulianti, & Maria. (2022). Sosialisasi Pemberdayaan UMKM "UMKM Bangkit Bersinergi". *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 01-07.
- Ulfah, I. F. (2016). Akuntansi untuk UMKM . *AKUNTANSI UNTUK UMKM*