

Pengenalan Pembukuan Sederhana dan Digital Marketing Guna Meningkatkan Produktifitas Usaha pada UMKM Nara Craft di Desa Cijayanti Kecamatan Babakan Madang

Ariani Nurkhatami¹, Budiansyah², Eri Wulansari³, Faras Wardana⁴, Imelda Resdiana⁵, Indriyani⁶, Karina Aurelya⁷, Restiana Febrianti⁸, Suci Rahmawati^{9*}, Yusman Harefa¹⁰

Universitas Djuanda Bogor

Corresponding Author: Suci Rahmawati susy.hambani@unida.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Administrasi keuangan, Digital Marketing, UMKM

Received : 07, Oktober
Revised : 15, Oktober
Accepted: 22, Oktober

©2022 Nurkhatami, Budiansyah, Wulansari, Wardana, Resdiana, Indriyani, Aurelya, Febrianti, Rahmawati, Harefa: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Keberadaan UMKM Nara Craft cukup berarti bagi perekonomian salah satu warga di Desa Cijayanti. Dimana UMKM tersebut menjadi sumber mata pencaharian warga sekitar. UMKM Nara Craft yang bergerak dibidang kerajinan yang berada di Desa Cijayanti, UMKM ini berdiri sejak 2019. Akan tetapi dalam kegiatan pemasaran dan pembukuan nya masih minim dan konvensional. Untuk itu UMKM ini perlu diadakanya pelatihan tentang pentingnya pemanfaatan *digital marketing* dan Pembukuan sederhana agar sistem pemasaran menjadi lebih baik sehingga dapat memperluas cakupan target usaha dan meningkatkan produktifitas usaha tersebut. Selain itu UMKM juga diberikan bantuan dalam membuat akun bisnis di media digital seperti, Instagram dan Shopee, beserta cara mengelola media digital tersebut secara optimal. Selain digital marketing, UMKM ini juga diberikan cara Pembukuan sederhana. Karna pada dasarnya Pembukuan Sederhana ini sangat penting dalam menjalankan usaha, dengan adanya Pembukuan Sederhana dapat mengetahui besarnya keuntungan/ kerugian yang di dapatkan. Sehingga dapat menunjang kegiatan pemasaran dan meningkatkan penjualan usaha UMKM.

PENDAHULUAN

Yang menjadi sasaran dalam program Pengabdian Masyarakat ini ini yaitu dengan membantu Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau lebih sering di kenal dengan sebutan (UMKM). UMKM memiliki kontribusi atau peran cukup besar bagi Indonesia berdirinya UMKM bisa memperluas kesempatan kerja dan penyerapan tenaga kerja. Konsep pemasaran masih bersifat tradisional sehingga tidak memberikan dampak terhadap peningkatan kinerja usaha. Salah satu konsep yang dapat dengan mudah diterapkan oleh para pelaku UMKM adalah digital marketing.. Praktik digital marketing dan perluasan telah diupayakan semaksimal mungkin oleh para pelaku UMKM di berbagai kota. Permasalahan yang ada tersebut bisa dioptimalkan melalui pelatihan-pelatihan tentang beberapa hal terkait pemasaran dan sistem pembukuan. Kurangnya pengetahuan dan pelatihan yang dimiliki pemilik UMKM ini perlu dilakukan pemberdayaan masyarakat dalam rangka peningkatan kinerja bagi UMKM.

Pada Kecamatan Babakan Madang Kabupaten Bogor yang terbagi menjadi 9 Desa memiliki instrumen yang dapat diberdayakan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat salah satunya para pelaku UMKM. Lokasi UMKM yang menjadi target kegiatan Pengabdian Masyarakat ini adalah Desa Cijayanti Kecamatan Babakan Madang. UMKM yang sudah terdaftar di Desa Cijayanti yaitu kurang lebih 50 UMKM dengan berbagai macam jenis usaha yaitu di bidang kuliner, pertanian, fashion dan masih banyak yang lainnya.

Pelaku UMKM yang menjadi target kegiatan Pengabdian Masyarakat ini adalah UMKM milik Ibu Lesni yang memproduksi kerajinan tangan di Desa Cijayanti. Usaha mikro tersebut belum dapat berkembang secara optimal, kendala yang dihadapi ialah pemasaran produk yang hanya sebatas berjualan secara *offline* dikarenakan minimnya pengetahuan pemilik dalam mengembangkan pemasaran produknya, belum melakukan pembukuan catatan usaha dan juga dalam keadaan pandemi Covid 19 sehingga pemilik UMKM harus beradaptasi dan mengembangkan kembali usahanya.

Dalam hal ini, mahasiswa melaksanakan pengabdian masyarakat sebagai upaya proses penyelesaian masalah yang ada di masyarakat, kehadiran mahasiswa sebagai intelektual muda diharapkan mampu mengembangkan diri sebagai *agent of change* atau pemimpin perubahan yang secara cerdas dan tepat menyelesaikan permasalahan yang ada di masyarakat pada masa pandemi ini. Adapun kunci keberhasilan program ini adalah kerjasama antara pihak yang terlibat serta penerapan ilmu-ilmu yang dimiliki mahasiswa dengan tetap membawa nilai-nilai kebersamaan, berpikir cerdas dan kreatif serta peduli terhadap masyarakat.

PELAKSANAAN DAN METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang berupa Pengenalan Pembukuan Sederhana dan Digital Marketing pada UMKM di Desa Cijayanti Kecamatan Babakan Madang kabupaten Bogor. Jenis penelitian yang digunakandalam penelitian ini adalah survey, Study Kasus dengan Metode Deskriptif.

Kegiatan ini dilaksanakan mengikuti lamanya masa kegiatan Pengabdian pada Masyarakat, yaitu satu bulan yang dimulai dari tanggal 22 Juli sampai dengan 22 Agustus 2022. Kegiatan meliputi penelitian, persiapan, pengumpulan data, analisis data, dan pelaporan. Waktu dan kegiatan ini bersifat fleksibel. Tempat (Objek) pada penelitian ini UMKM pada Nara Craft yang berada di Desa Cijayanti, Kecamatan Babakan Madang, Kabupaten Bogor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu pelaku UMKM di Desa Cijayanti adalah Ibu Lesni Widya Ningsih dengan usaha dalam bidang kerajinan, yaitu usaha Kerajinan yang diberi nama Nara Craft16. Usahanya sudah berjalan sejak tahun 2020 hingga sekarang. Lokasi UMKM tersebut terletak di Kampung Pasir Karet RT 004 RW 010 Desa Cijayanti Kec. Babakan Madang, Kabupaten Bogor.

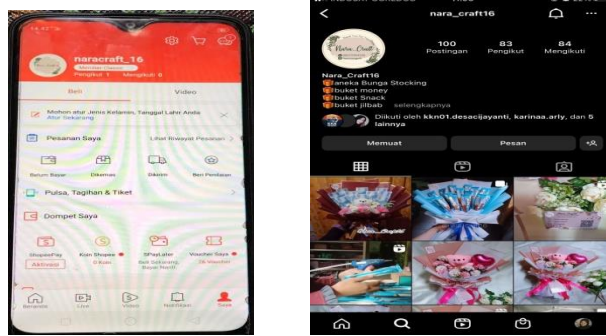
Program pelaksanaan yang dipilih sebagai bentuk pengembangan UMKM Nara Craft adalah agar UMKM dapat memahami dan menerapkan laporan keuangan dengan baik sesuai dengan standar akuntansi keuangan, pengembangan digital marketing agar sistem pemasaran menjadi lebih baik sehingga dapat memperluas cakupan target usaha dan meningkatkan produktifitas usaha tersebut. Hasil dari proker kami pembuatan banner Nara Craft, Label kemasan kartu ucapan dll. Pengembangan digital marketing melalui Shopee dan Instagram



Gambar 1. Label pada Kemasan Produk Nara Craft



Gambar 2. Banner



Gambar 3. Pembuatan Akun Shopee dan Instagram untuk UMKM Nara Craft

Di era digital pada saat ini penggunaan teknologi dalam kegiatan bisnis jual beli sangat dibutuhkan, karna dapat memudahkan pelaku usaha di sektor ritel untuk meminimalkan biaya operasional, menjangkau lebih banyak konsumen, dan mempermudah proses pemasaran. Dengan adanya pembuatan akun media social dan marketplace seperti Instagram dan Shopee mampu menjadikan hasil usaha UMKM lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Selain Promosi dalam bidang Digital, kami juga membuatkan titik lokasi di Google Maps untuk UMKM Nara Craft, yang bertujuan agar, para pembeli dapat dengan mudah mengetahui alamat UMKM tersebut dan mengetahui ulasan produk dari beberapa pembeli.



Gambar 4. Pembuatan Titik Lokasi Google Maps UMKM Nara Craft.



Gambar 5. Kegiatan Bersama UMKM Nara Craft.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM Nara Craft, terdapat beberapa permasalahan yang menjadi hambatan dan kendala dalam menjalankan usahanya, yaitu:

1. Minimnya kegiatan pemasaran atau promosi produk dengan menggunakan media digital atau internet (digital marketing).
2. Belum adanya Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan ingin segera dibuatkan.
3. Proses pengelolaan pencatatan keuangan masih belum tersaji dengan baik.
4. Kurangnya luas target pasar bagi UMKM Nara Craft.
5. UMKM belum menguasai perkembangan teknologi pemasaran seperti *online shop* atau *marketplace*.
6. UMKM belum memperbaharui label dan kemasan yang menarik.

Adapun yang mahasiswa lakukan dengan permasalahan yang ada yaitu:

1. Memberikan pemahaman cara mempromosikan dengan menggunakan digital marketing.
2. Membantu dalam pembuatan Surat Izin Usaha Perdagangan kepada kepala desa.
3. Dengan dibuatkan laporan pembukuan sederhana dan memberikan pemahaman penggunaannya.
4. Membantu mempromosikan UMKM Nara Craft
5. Dengan dibuatkan akun *e-commerce* seperti Instagram, Website dan Shopee.
6. Membantu memperbaharui label kemasan yang baru dan menarik.

SARAN

1. UMKM diharapkan dapat melengkapi program mahasiswa dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat yang belum sesuai dan melanjutkan program-program yang berkelanjutan.
2. Program-program yang telah dilaksanakan mahasiswa dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat diharapkan dapat diteruskan dan dikembangkan serta dimanfaatkan untuk kepentingan UMKM setempat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kami sampaikan kepada semua pihak yang terlibat dalam Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini, Khususnya Kepada Desa Cijayanti Kecamatan Babakan Madang Kabupaten Bogor, Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen, Semua Rekan-Rekan Anggota Kegiatan Pengabdian Masyarakat, Para Pelaku UMKM, sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan rencana, Semoga dengan

Nurkhatami, Budiansyah, Wulansari, Wardana, Resdiana, Indriyani, Aurelya, Febrianti, Rahmawati, Harefa

diadakanya Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dapat berguna bagi UMKM dan Semua Masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aufar, F.D. 2014. *UMKM & Globalisasi Ekonomi Yogyakarta : Lembaga Penelitian, Publikasi, & Pengabdian Masyarakat (LP3M)*, 2014.
- Effendi, Rizal. 2013. *Akutansi pembukuan*. Jakarta : Bumi Aksara 2013.
- Ekonomi, F. 2021. *Buku Panudan Kuliah Kerja Nyata (KKN)*. Bogor : Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda Bogor, 2021.
- Freeman, Stoner dan. 2012. *Manajemen Sumber Daya*. Jakarta : Bumi Aksara, 2012.
- Irjayanti, Anton Mulyono Aziz dan Maya. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung : Rosda Karya, 2014.
- Kasmir. 2019. *Akutansi keuangan dalam pembukuan*. Bandung : Rajawali Press, 2019.
- (Kharisma), Kotler. 2016. *Manajemen Pemasaran Yogyakarta : Deepublish*, 2016.
- Martini, Dwi. 2012. *Pelatihan akutansi dasar dan pembukuan*. Yogyakarta : Univesitas Malahayati, 2012.
- Muhadi, Wener R. 2019. *Laporan keuangan dalam bisnis manajemen*. Bandung : Bumi Aksara, 2019.
- Ratieh Wisdhiastuti, K.N. 2019. *Model Akutansi sederhana bagi UMKM .Semarang : Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat, 2019, Vol. 3*.
- Tambunan. 2013. *Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Jakarta : Erlangga , 2013.
- Umar.M. 2010. *Manajemen Pemasaran* Bandung : Rosda Karya, 2010.
<http://journal.stiestekom.ac.id/index.php/Community/issue/view/33>.