

KELOLA KEUANGAN DAN PEMASARAN ONLINE UKM PADA RUMAH PANGAN KERIPIK TEMPE DI DESA SINGARAJA INDRAMAYU

Agus Yudianto¹⁾, Meddy Nurpratama²⁾

¹⁾Fakultas Ekonomi Universitas Wiralodra Indramayu,

²⁾Fakultas Ekonomi Universitas Indramayu,
agus.yudianto@unwir.ac.id, meddynurpratamafe@unwir.ac.id

Abstract

Abstract Changes are getting sharper by being competitive and competitive. Therefore, given an expertise in the field of financial management and marketing skills based on the global world, namely through the internet network called the online concept, this must inevitably be handled wisely in line with the demands of the times. Of course, business actors must prepare strategically to achieve the expected goals, namely managing financial techniques that can be used as guidelines for managing finances in the hope that they can be more efficient and rapid market changes with the presence of online marketing technology are felt to be able to adapt. It is not impossible that we will use online marketing.

In the future, this is not to say that small and medium business actors will actually experience competitive competition, therefore small business actors must be equipped with the use of technology and be able to adapt to market conditions. Otherwise it will be crushed by the competitive competition knowledge and skills of financial management. This community service aims to improve good financial governance and online marketing. Attended by male and female SME participants, the techniques and methods used in community service activities through training assistance are; first, an explanation using a power point slide and an LCD projector in a simple and simple financial management training workshop. This service is carried out in Singaraja Village, Indramayu Regency.

Keywords: financial governance training, online marketing strategy.

Abstrak

Abstrak Perubahan semakin tajam dengan menjadi kompetitif dan kompetitif. Oleh karena itu, mengingat keahlian di bidang manajemen keuangan dan keterampilan pemasaran yang berbasis dunia global, yaitu melalui jaringan internet yang disebut dengan konsep online, mau tidak mau harus ditangani dengan bijak sesuai dengan tuntutan zaman. Tentunya para pelaku usaha harus mempersiapkan diri secara strategis untuk mencapai tujuan yang diharapkan yaitu teknik pengelolaan keuangan yang dapat dijadikan pedoman dalam pengelolaan keuangan dengan harapan dapat lebih efisien dan perubahan pasar yang cepat dengan hadirnya teknologi pemasaran online dirasakan dapat mampu beradaptasi. Bukan tidak mungkin kita akan menggunakan pemasaran online.

Ke depan, bukan berarti pelaku usaha kecil dan menengah justru akan mengalami persaingan yang kompetitif, oleh karena itu pelaku usaha kecil harus dibekali dengan pemanfaatan teknologi dan mampu beradaptasi dengan kondisi pasar. Jika tidak, ia akan dihancurkan oleh persaingan yang kompetitif, pengetahuan dan keterampilan manajemen keuangan. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan tata kelola keuangan dan pemasaran online yang baik. Dihadiri oleh peserta UKM laki-laki dan perempuan, teknik dan metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat melalui pendampingan pelatihan adalah; pertama, penjelasan menggunakan slide power point dan LCD proyektor dalam workshop pelatihan manajemen keuangan yang sederhana dan sederhana. Pengabdian ini dilaksanakan di Desa Singaraja, Kabupaten Indramayu.

Kata kunci: Pelatihan Tata Kelola Keuangan, strategi pemasaran online.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dunia maya yang menawarkan peluang akan kemampuan keuangan dan pemasaran online adalah yang harus menyesuaikan keadaan saat ini, melalui teknik pelatihan dan memasarkan produk yang mengalami kemajuan dan praktis, dan bahkan sebuah jaringan pemasaran secara global di persaingan bisnis yang mendunia hal ini membuat pelaku usaha untuk bisa menyesuaikan keadaan zaman, mulai menaruh perhatian akan pentingnya teknik pengelolaan keuangan dan memasarkan produk dengan jalur pemasaran online.

Pelatihan tata kelola keuangan dan pemasaran online adalah teknik di usaha kecil menengah untuk menjawab kebutuhan perkembangan bisnis secara global. Pengelolaan keuangan dan pemasaran online ini penting untuk seluruh kegiatan pelaku usaha dalam indikator dimanfaatkan adalah adanya tuntutan pengelolaan keuangan yang simple dan akurat terhadap teknik tata kelola keuangan dan pemasaran berbasis online, perkembangan akan teknologi baik keuangan dan pemasaran untuk bisa melakukan dan beradaptasi pada lingkungan riil era digitalisasi, yang menarik lagi adalah mencermati perkembangan usaha dengan media sosial menyediakan dan memudahkan pada

METODE

Metodologi pengabdian pelatihan ini dilakukan dalam melalui tahapan awal kegiatan, tahapan implementasi, dan analisa pembahasan.

1. Tahap Perencanaan

Pada tahap perencanaan, tim melakukan analisis keuangan pada pos – pos pengeluaran pada kegiatan ini.

Selain itu, tim melakukan perencanaan berupa persiapan yang dibutuhkan, tempat yang akan dijadikan tempat kegiatan, publikasi kegiatan, perijinan, administrasi birokrasi dan perkiraan jumlah peserta kegiatan. Pada tahap ini, tim merencanakan hari dan jadwal pelaksanaan. Perencanaan dilakukan pada bulan April 2021. Kegiatan pengabdian pada bulan April 2021. pelaku usaha laki-laki dan perempuan UKM di Rumah Pangan Keripik Tempe Desa Singaraja Kabupaten Indramayu berjumlah 10 orang.

2. Tahap Analisis Data

Berikut kegiatan dilakukan pada bulan Mei 2021, pada tahap ini, tim memahami seberapa persen pengusaha Perempuan UMKM di Pangan Keripik Tempe Desa Singaraja Kabupaten Indramayu yang mampu menambah ketrampilannya dan seberapa persen kebermanfaatannya kegiatan pelatihan ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada teks. Penyuluhan peserta pendampingan pemberdayaan UMKM dengan pendampingan masyarakat didesa Singaraja Blok Ketimpal. Didasari atas keingintahuan dan kemajuan usaha kecil menengah yang berkecimpung mengelola untuk menerapkan tata kelola keuangan dan sekaligus pemasaran berbasis dengan media social di Rumah pangan keripik Tempe yang sudah berdiri selama satu tahun. Pada kegiatan Program pendampingan masyarakat yang diajukan oleh tim, kepakaran yang dipandang perlu adalah kepakaran mengenai pelatihan dalam membuat laporan keuangan sebagai control menjalankan usaha. . Kepakaran yang lain adalah kemampuan dalam menganalisis terutama dalam bidang analisis kebermanfaatannya kegiatan melalui mencari strategi pemasaran

berbasis baik selling dan online. Tidak kalah penting, kepakaran dalam pembinaan dan metodologi pelaksanaan pengabdian masyarakat diperlukan sebagai pemahaman pada ussha skala kecil menengah.

Pelaksanaan pendampingan materi tata kelola keuangan dan pemasaran berisikan tentang bagaimana cara menerapkan pembukuan yang baik dan sederhana. Seperti praktek pembuatan jurnal transaksi bagi pendampingan kelompok usaha rumah pangan keripik tempe desa Singaraja dengan harapan tujuan pendampingan pengabdian msyarakat melalui penerapan tata kelola keuangan dan bagaimana strategi memasarkan produknya. Tentu diharapkan dari metode melauai workshop tata kelola keuangan dan strategi pemasaran ini dilaksanakan kemudian dipraktikkan pada usaha yang sedang berlangsung.

Diharapkan dengan semangat warga Blok Ketimpal Desa Singaraja kabupaten Indramayu bertujuan nuntuk bekal pengetahuan unit kelompok usaha mandiri kelompok pada rumah pangan keripik tempe yang memang berkecimpuk dalam usaha UMKM tentang tata kelola keuangan dan strategi pemasaran berbasis online. Sehingga program pendampingan berupa penyuluhan dengan metode workshop bisa dipahami oleh elompok usaha pada rumah pangan keripik tempe di Desa Singaraja Blok Ketimpal Kabupaten Indramayu. Diharapkan juga target pada kegiatan pendampingan berupa workshop bisa mengelola manajemen keuangan dari hasil usaha yang dijalankan dan bisa memahami bagaimana cara jitu memasrkan produk keripik tempe di tengah masyarakat Desa Singaraja khususnya dan umumnya masyarakat luas. Oleh karena itu diperlukan tujuan target pencapaian workshop ini dengan metode

pendampingan, pelatihan, dan praktek menyusun laporan keuangan dengan media teknik laporan keuangan yang simple dan bisa dipahami oleh pelaku kelompok usaha Rumah Pangan Keripik Tempe Blok Ketimpal Desa Singaraja Kabupaten Indramayu.

Pelaksanaan dan pendekatan pada program ini menggunakan pendekatan Fenomonologi, yaitu pendekatan dimulai dengan memperhatikan dan menelaah kebiasaan warga setempat dalam mengelola usaha Rumah Pangan Produksi Tempe. Hal ini tim pendamping memberikan pemahaman dan pengetahuan prkatek pembelajaran dengan workshop tata kelola keuangan dan pemasaran dengan pemanfaatan media social untuk nantinya diterapkan pada Rumah pangan Keripik Tempe Di Blok Ketimpal Desa Singaraja Kabupaten Indramayu

. Bagi pelaku UKM yang masih berskala kecil dan menengah, tentunya laporan keuangan bisa dicoba dalam bentuk sederhana. Ingin tahu apa saja laporan sederhana yang harus dimiliki UKM dan bagaimana cara membuatnya.

Kegiatan pengabdiana masyarakat termasuk persiapan sampai dengan pelaksanaan kegiatan. Untuk pelatihannya sendiri dilaksanakan pada Peserta kegiatan berjumlah 10 orang, merupakan pelaku UKM Rumah Pangan Keripik Tempe dan 2 orang tim dosen. Lokasi pelaksanaan kegiatan adalah dilokasi usaha pelaku UKM Usaha Rumah Pangan keripik Tempe yang dirintis sejak tahun 2020. Sejalan UKM. Kelompok usaha bergerak untuk memenuhi kebutuhan eonomi. Permasalahan yang ditemukan adalah minimnya pengetahuan dan pemahaman kelompok usaha tentang pengelolaan keuangan UKM Kemudian dari transaksi kejadian selama satu bulan dengan dibuatnya buku kas. Buku kas adalah merupakan informasi penting yang

perlu dimiliki oleh pelaku usaha untuk mengetahui perkembangan keuangannya. Melalui buku kas ini, seseorang bisa mengetahui bagaimana kondisi keuangan sebuah perusahaan. Berbagai keputusan penting yang akan diambil biasanya akan ditentukan dari kondisi keuangan. Bentuknya sederhana saja. Setidaknya terdiri dari tiga atau empat kolom; yaitu keterangan, debit, kredit dan saldo. Kolom keterangan untuk mencatat penjelasan suatu transaksi. Jumlah penerimaan uang dicatat pada kolom debit atau kas masuk. Sedangkan jumlah pengeluaran uang dicatat pada kolom kredit atau kas keluar. Sisa kas dicatat pada kolom saldo kas.

. Kemudian dibuat buku penjualan sebagai kegiatan transaksi rumah pangan keripik tempe desa singaraja. Jurnal penjualan adalah jurnal khusus yang digunakan untuk menyimpan transaksi penjualan terperinci. Tujuan utamanya adalah untuk meringkas informasi transaksi bervolume tinggi dari buku besar umum, sehingga menyederhanakan buku besar. Pengertian penjualan menurut Henry Simamora dalam buku "Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis" menyatakan bahwa: "Penjualan adalah pendapatan lazim dalam perusahaan dan merupakan jumlah kotor yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dan jasa". Kemudian yang diperhatikan adalah Mencatat transaksi penjualan tunai, kredit, atau retur dengan baik dan benar. Teliti dan cermat saat mencatat jurnal diskon penjualan. Memperhatikan posisi debit kredit yang tepat ketika membeli persediaan. Mencatat persediaan pada posisi kredit saat terjadi retur pembelian. Selanjutnya membuat buku penyesuaian adalah diakhir pencatatan maka dibuat buku neraca yaitu sebagai informasi keadaan posisi keuangan terhadap baik kemunduran dan kemajuan suatu usaha. pelaku usaha dari sisi keuangan. Sebuah pelaku usaha tidak hanya harus memahami bagaimana membuat laporan

neraca namun juga memahami tujuan dari pembuatan neraca. Sehingga, pelaksanaan tujuan ataupun bisnis dapat berjalan dengan baik sesuai dengan keinginan dan kesepakatan di awal perencanaan berdirinya usaha. Lantaran pemahaman bagi pelaku UKM strategi agar usaha tetap jalan dan mampu meminimalkan resiko kerugian. Materi yang diberikan berasal dari pengalaman tim pendamping yang mengelola usaha mandiri yang berjalan baik bertahan dan menjalankan usahanya dalam masa krisis saat pandemi.

Selanjutnya di lakukan teknik pemasaran berdasarkan tren dengan media social dengan pemanfaatan pada teknologi informasi yang bisa memasarkan produknya dengan facebook salah satu sarana promosi berbasis internet. Salah satunya adalah Semakin cepat dan makin baik respon freebuddies maka lebih memuaskan bagi pengunjung. Jika belum bisa merespon setidaknya mintalah untuk menunggu dulu. Jadi freebuddies menunjukkan perhatian yang tinggi terhadap pengunjung. Sebaiknya jangan membiarkan atau mengabaikan postingan begitu saja karena bisa mengecewakan.



Gambar foto 4.1 profil Strategi Pemasaran Facebook



Gambar Foto 2 Produk Rumah Pangan Keripik Tempe

SIMPULAN

Simpulan Pelaksanaan pendampingan workshop pengabdian masyarakat tim Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Wiralodra Indramayu pada tanggal 13 April 2021 dengan konsep kegiatan pendampingan berupa workshop Pelatihan Tata Kelola Keuangan Kelompok masyarakat blok ketimpal desa Singaraja, pada Usaha Mikro Keripik Tempe yang berlokasi di Desa Singaraja Blok Ketimpal Kabupaten Indramayu. Peserta sebanyak 10 orang termasuk ketua kelompok usaha Rumah Pangan Keripik Tempe yaitu bapak Rifky Widasarandy . Metode pelaksanaan dengan konsep pelatihan workshop, strategi pemasaran menggunakan media sosial. strategi pemasaran. Pencapaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memahami dan mengetahui pengetahuan pelaku usaha tentang tata kelola pengelolaan UMKM serta strategi pemasaran online .

Untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman pada kelompok usaha rumah pangan keripik tempe yang berada di blok ketimpal desa Singaraja diperlukan UMKM yang bersinergi yang mengelola usaha dengan meningkatkan peran tata kelola keuangan dan strategi pemasaran yang dikembangkan dengan mengelola UMKM khususnya di Blok Ketimpal Desa Singaraja. Memaksimalkan terhadap yang masih belum memahami manjerial kemampuan pembukuan akuntansi dan penggunaan perangkat lunak.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih disampaikan kepada Ketua rumah pangan keripik tempe Bapak Rifkie Widasarandy . tak lupa kepada pihak Pimpinan yaitu Bapak Rektor Universitas wiralodra Indramayu dan ketua LPPM Universitas wiralodra Indramayu serta Tim Dosen Pengabdian masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Kannan, P. K., & Hongshuang, L. (2016). Digital Marketing: A Framework, Review and Research Agenda. *International Journal of Research in Marketing* . Kemp, S. Retrieved February 18, 2017, from <http://wearesocial.com/blog/2017/02/digital-southeast-asia-2017>
- Khan, F., & Siddiqui, K. (2013). The Importance of Digital Marketing: An Exploratory Study to Find The Perception and Effectiveness of Digital Marketing amongst The Marketing Professionals in Pakistan. *Journal of Information Systems and Operations Management* , 1-8.

- Rahayu, E. M. (2012, March 19). from <http://swa.co.id/>:
<http://swa.co.id/swa/trends/marketing/digital-marketing-carakomunikasi-dua-arah-acer>
- Stelzner, M. (2012, April). How Marketers are Using Social Media to Grow Their Business.
- Stockdale, R., Ahmed, A., & Scheepers, H. (2012). Identifying Business Value from The Use of Social Media: An SME Perspective. Pacific Asia Conference on Information Systems. Association for Inforamtion System Electronic Library.
- Supriadi, C. (2016, November 16). Retrieved February 18, 2017, from <http://www.marketing.co.id/duk-ung-wirausaha-wanita-lewat-aplikasi-dbsbusinessclass/>
- Supriadi, C. (2016, October 21). Retrieved February 18, 2017, from <http://www.marketing.co.id/>:
<http://www.marketing.co.id/men-kop-puspayoga-ukm-harus-manfaatkaninternet/>
- Utomo, R. M. (2016, October 20). from [metrotvnews.com](http://m.metrotvnews.com):
<http://m.metrotvnews.com/teknologi/news-teknologi/GNGyEMrpkpemanfaatan-digital-marketing-diindonesia-masih-minim>
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia.