

PENDAMPINGAN PENGELOLAAN KEUANGAN DAN PEMBERDAYAAN E-COMMERCE PADA UMKM KERUPUK KEMPLANG DESA LEMBAK KABUPATEN MUARA ENIM

**Leriza Desitama Anggraini¹⁾, Mutiara Kemala Ratu²⁾,
Endah Dewi Purnamasari³⁾, Faradillah⁴⁾**

^{1,2,3)}Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri

⁴⁾Fakultas Ilmu Komputer Universitas Indo Global Mandiri
leriza@uigm.ac.id

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have the potential to improve the economy of both the region and even the country. SMEs as a form of community independent business that is useful for creating jobs. In order to realize advanced and developing MSMEs, MSMEs must have good internal management, especially financial management. Lack of understanding of accounting in preparing financial statements is a major problem for MSMEs. In addition to financial management, the lack of education and mastery of information technology, especially marketing technology, is a problem for MSMEs. In the era affected by the pandemic, MSMEs require SMEs to see broad marketing opportunities in order to increase their sales. MSMEs must take advantage of the empowerment of e-commerce or digital marketing. Crackers and Kemplang SMEs in Lembak Village are local businesses native to the area in Muara Enim Regency. Many of the problems faced by these SMEs range from inadequate financial management to very traditional marketing. There are also other problems such as packaging that is not durable, no branding yet, lack of knowledge about e-commerce as well as capital problems and rising raw material prices that affect the cost of goods manufactured.

Keywords: MSME, finance, e-commerce.

Abstrak

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berpotensi meningkatkan perekonomian baik daerah bahkan negara sekalipun. UMKM sebagai bentuk usaha mandiri masyarakat yang bermanfaat menciptakan lapangan pekerjaan. Guna mewujudkan UMKM yang maju dan berkembang, UMKM harus memiliki pengelolaan internal yang baik terutama pengelolaan keuangan. Kurangnya pemahaman akuntansi dalam menyusun laporan keuangan menjadi masalah utama pada UMKM. Selain pengelolaan keuangan, minimnya edukasi dan penguasaan teknologi informasi terutama teknologi pemasaran menjadi permasalahan pada UMKM. Pada era yang terdampak pandemi menuntut UMKM untuk melihat peluang pemasaran secara luas agar dapat meningkatkan penjualannya. UMKM harus memanfaatkan pemberdayaan e-commerce atau pemasaran digital. UMKM Kerupuk dan Kemplang di Desa Lembak merupakan usaha lokal asli daerah di Kabupaten Muara Enim. Banyak permasalahan yang dihadapi UMKM ini dari pengelolaan keuangan yang kurang memadai sampai dengan pemasaran yang masih sangat tradisional. Terdapat masalah lainnya juga seperti kemasan yang tidak tahan lama, belum ada branding, minimnya pengetahuan terhadap e-commerce serta permasalahan permodalan dan harga bahan baku yang melonjak naik sehingga mempengaruhi harga pokok produksi.

Kata kunci: UMKM, keuangan, e-commerce.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berpotensi meningkatkan perekonomian baik daerah bahkan negara sekalipun. UMKM sebagai bentuk usaha mandiri masyarakat yang bermanfaat menciptakan lapangan pekerjaan, dimana dengan adanya UMKM dapat membantu menyerap tenaga kerja dan mengurangi pengangguran di suatu daerah (Tanan and Dhamayanti, 2020). Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Indonesia mengungkapkan data yang menunjukkan total UMKM 99,9% dari jumlah unit usaha atau 65,4 juta UMKM. Berdasarkan data tersebut, terungkap data bahwa tenaga kerja mampu diserap sebesar 96,92% dari jumlah total penyerapan tenaga kerja. Pada sektor mikro sebesar 89,04%, sektor usaha kecil sebesar 4,81% dan pada sektor usaha menengah sebesar 3,07% (Kemenkop dan UMKM, 2019). Melihat potensi dan manfaat dari UMKM sehingga perlu adanya dukungan penuh baik dari pemerintah, sektor swasta dan perbankan untuk membantu agar UMKM semakin maju dan berkembang. Guna mewujudkan UMKM yang maju dan berkembang, UMKM harus memiliki pengelolaan internal yang baik terutama pengelolaan keuangan.

Pengelolaan keuangan menjadi salah satu hal penting dalam mengelola suatu organisasi. Keuangan menjadi pusat dari kesuksesan operasional suatu organisasi termasuk UMKM. Pengelolaan keuangan yang baik akan menciptakan UMKM yang efektif dan efisien dalam menjalankan proses bisnisnya. Indikator UMKM yang sehat salah satunya pengelolaan keuangan yang akuntabel dan transparan. UMKM yang akuntabel dan transparan akan memiliki kelangsungan hidup (*going concern*) yang terus berlanjut dalam

waktu yang tak terbatas. Kurangnya pemahaman akuntansi dalam menyusun laporan keuangan menjadi masalah utama pada UMKM. Dalam menjalankan proses bisnisnya, UMKM seringkali tidak memiliki catatan keuangan yang memadai sehingga menyulitkan UMKM untuk memiliki pembukuan yang dapat mendukung dalam penentuan keputusan bisnis.

Selain pengelolaan keuangan, minimnya edukasi dan penguasaan teknologi informasi terutama teknologi pemasaran menjadi permasalahan pada UMKM. Pada era yang terdampak pandemi menuntut UMKM untuk melihat peluang pemasaran secara luas agar dapat meningkatkan penjualannya. Mengingat perkembangan teknologi yang sangat pesat mengakibatkan tingginya persaingan sehingga UMKM harus dinamis dengan kondisi perekonomian yang serba online seperti saat ini agar dapat bertahan bahkan bersaing dengan sektor lain. Dengan kondisi ini, tatanan perekonomian mengalami banyak penggeseran akibat kemajuan Teknologi Informasi (TI) saat ini. Secara bertahap kegiatan ekonomi bergeser menjadi digitalisasi marketing dimana pada awalnya dilakukan secara konvensional atau *offline marketing* (Rahmadani *et al.*, 2021).

UMKM harus memanfaatkan pemberdayaan pemasaran secara digital atau *e-commerce*. *E-commerce* dapat mendukung UMKM dalam menjalankan bisnisnya tanpa terbatas waktu (Tukino, Elisa and Fajrin, 2022). *E-commerce* menjadi solusi yang kongkrit bagi UMKM dalam menjalankan proses bisnisnya agar dapat mempertahankan bisnisnya (Kartika *et al.*, 2021). *E-commerce* dapat mempermudah UMKM dalam memasarkan produknya tanpa mempertemukan penjual dan konsumen secara langsung. Strategi pemasaran

berbasis *e-commerce* memiliki potensi yang besar dilihat dari semakin maraknya pengguna internet aktif. *E-commerce* mempermudah UMKM memperluas pemasaran ke pasar yang lebih global berpotensi memperluas penjualan secara *realtime* (Kartika *et al.*, 2021). *E-commerce* memberikan peluang kepada UMKM untuk memperluas pemasaran produknya salah satunya melalui *Marketplace* yang semakin dikembangkan (Fajrin and Tukino, 2021).

Di Indonesia penggunaan *Marketplace* terbesar di Asia Tenggara sebesar 60% transaksi ekonomi melalui platform *Marketplace* seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, dan lainnya (Fitriyana *et al.*, 2021). Berdasarkan informasi yang dilaporkan Ernst & Young, Indonesia didominasi 40% setiap tahun oleh bisnis online dari UMKM yang berkembang. Maka dari itu, penggunaan *e-commerce* dan *Marketplace* berpotensi sangat besar dan luas (Fitriyana *et al.*, 2021). Namun, pemanfaatan dan pemberdayaan *e-commerce* serta *Marketplace* ini tidak sepenuhnya dapat dimanfaatkan oleh semua UMKM. Masalah yang paling banyak ditemui pada UMKM yaitu minimnya pengetahuan pada keuangan terutama pada laporan keuangan UMKM dan kurangnya edukasi tentang teknologi informasi (Efriyenti and Tukino, 2021). Masih ada UMKM yang dalam menjalankan bisnisnya sering dihadapkan dengan permasalahan minimnya pengetahuan teknologi salah satunya UMKM Kerupuk dan Kemplang di Desa Lembak Kabupaten Muara Enim Sumatera Selatan.

UMKM Kerupuk dan Kemplang di Desa Lembak merupakan usaha lokal asli daerah di Kabupaten Muara Enim. Kerupuk dan Kemplang Desa Lembak menjadi ikon oleh-oleh dari desa

tersebut. Kurang lebih sejumlah 114 UMKM Kerupuk dan Kemplang berjualan di sepanjang jalur lintas Sumatera Palembang – Prabumulih. Sebagian besar pendapatan Desa Lembak bergantung pada penjualan Kerupuk dan Kemplang ini. Banyak permasalahan yang dihadapi UMKM ini dari pengelolaan keuangan yang kurang memadai belum memiliki pencatatan akuntansi sederhana sampai dengan pemasaran yang masih sangat tradisional hanya bergantung dengan kendaraan yang melintas di jalan lintas tersebut. Terdapat masalah lainnya juga seperti kemasan yang tidak tahan lama, belum ada *branding*, minimnya pengetahuan terhadap *e-commerce* serta permasalahan permodalan dan harga bahan baku yang melonjak naik sehingga mempengaruhi harga pokok produksi. Hal tersebut yang melatarbelakangi untuk melakukan pendampingan pengelolaan keuangan dan pemberdayaan *e-commerce* pada UMKM Kerupuk dan Kemplang di Desa Lembak.

METODE

Kegiatan PkM Pendampingan Pengelolaan Keuangan dan Pemberdayaan *e-commerce* pada UMKM Kerupuk dan Kemplang di Desa Lembak Kabupaten Muara Enim melalui tahapan persiapan, pelaksanaan, pelaporan dan evaluasi. Adapun uraian tahapannya sebagai berikut: berdiskusi bersama tim penyelenggara berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan PkM dan menetapkan jadwal kegiatan beserta materi yang akan disampaikan; selanjutnya menyusun proposal kegiatan; mempersiapkan materi yang disampaikan. Materi-materi yang akan disajikan seperti dasar-dasar akuntansi, laporan keuangan UMKM dan pemberdayaan *e-commerce*. **Tahapan**

terakhir melaksanakan kegiatan PkM dan membuat laporan kegiatan.

Peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan dalam kegiatan ini seperti laptop, dan perlengkapan lain seperti printer, keyboard, mouse, dan proyektor. Peralatan dan perlengkapan tersebut sebagai alat untuk membantu memberikan gambaran serta cara membuat laporan keuangan secara sederhana sekaligus membuat akun pada marketplace.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan Pengelolaan Keuangan dan Pemberdayaan *e-commerce* pada UMKM Kerupuk dan Kemplang di Desa Lembak Kabupaten Muara Enim dilaksanakan dua hari pada tanggal 13 – 14 Juli 2022 pada pukul 13.00 – 16.00 WIB. Kegiatan ini dihadiri oleh 20 orang peserta yang berlatarbelakang sebagai pelaku usaha kerupuk kemplang dan ibu – ibu PKK di Desa Lembak Kabupaten Muara Enim. Pelaksanaan dimulai dari ceramah lalu dilanjutkan dengan diskusi tanya jawab dan pendampingan pembuatan laporan keuangan secara sederhana dan pembuatan akun serta tutorial penggunaan marketplace.

Pelaksanaan Kegiatan

Pada pelaksanaan kegiatan PkM dibagi menjadi dua hari. Hari pertama terbagi menjadi dua sesi. Sesi pertama pembahasan materi dasar-dasar akuntansi yang membahas prinsip akuntansi, menjurnal umum dan mengklasifikasikan transaksi secara sederhana. Selanjutnya, sesi kedua membahas penyusunan laporan keuangan UMKM secara sederhana, dimana peserta didampingi menyusun neraca dan laporan laba rugi secara sederhana. Pada hari kedua membahas pemberdayaan *e-commerce* mulai dari

pengenalan perangkat sampai dengan pendampingan membuat akun pada marketplace Tokopedia dan Shopee.



Gambar 1: Penyampaian Materi

Kegiatan PkM berjalan dengan sangat baik dan lancar. Peserta mengikuti dengan antusias terlihat dari sesi diskusi peserta banyak memberikan pertanyaan baik seputar materi yang dipaparkan maupun seputar usahanya. Peserta menjelaskan permasalahan dan kesulitan yang dihadapi dalam menjalankan usahanya lalu pemateri memberikan beberapa solusi dan langkah untuk membantu meringankan dan menyelesaikan permasalahan tersebut.



Gambar 2: Sesi Diskusi

Dari diskusi tersebut mendapatkan beberapa keterangan bahwa peserta memang belum memahami akuntansi dengan alasan tidak mempelajari ilmunya karena dianggap sulit dan peserta tidak memiliki strategi pemasaran yang memadai hanya mengandalkan kendaraan yang melintas di jalan lintas

sumatera saja. Sejak dilanda pandemi dan terdapat pembatasan bepergian sehingga mengakibatkan semakin berkurang jumlah pengunjung yang membeli kerupuk kemplang di Desa Lembak. Peserta juga mengeluhkan sulitnya mendapatkan pinjaman modal dari lembaga keuangan. Syarat dan birokrasi yang sulit dan berbelit – belit menyulitkan pelaku usaha sulit untuk berkembang.



Gambar 3: Penutupan Kegiatan

Kegiatan berjalan sesuai dengan jadwal dan rencana awal tanpa kendala yang berarti. Diharapkan kegiatan ini dapat memberikan nilai tambah untuk pelaku usaha kerupuk kemplang Desa Lembak agar lebih maju dan berkembang lagi dan tentunya memberikan peningkatan pendapatan untuk masyarakat Desa Lembak.

Evaluasi Kegiatan

Setelah melakukan kegiatan pendampingan pengelolaan keuangan dan pemberdayaan e-commerce pada UMKM kerupuk kemplang di Desa Lembak, penulis dan tim melakukan evaluasi dimana diperoleh dari hasil perbandingan sebelum disampaikan materi (*pra-test*) dengan setelah disampaikan materi (*post-test*). Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. Hasil Pra dan Post Test

No	Aspek	Test		Indikator keberhasilan
		Pra	Post	
1	Pengetahuan Akuntansi	15%	85%	70%
2	Laporan Keuangan	10%	80%	70%
3	Pengetahuan e-commerce	20%	95%	75%

Berdasarkan tabel diatas, peserta diberikan kuesioner pertanyaan terkait tiga aspek yaitu aspek pengetahuan akuntansi, aspek laporan keuangan dan aspek pengetahuan e-commerce. Kuesioner diberikan kepada 20 orang, dimana pertanyaan masing-masing aspek terdiri dari 5 sehingga berjumlah 15 pertanyaan.

Hasil dari tabel diatas menunjukkan terdapat peningkatan pada tiga aspek, pada aspek pengetahuan akuntansi sebesar 70% terlihat rata-rata peserta dapat menjawab pada *pra test* hanya sebesar 15% dan pada *post test* sebesar 85%. Pada aspek laporan keuangan terdapat peningkatan sebesar 70% terlihat rata-rata peserta dapat menjawab dari *pra test* hanya sebesar 10% dan pada *post test* sebesar 80%. Peningkatan itu juga terlihat dari aspek pengetahuan e-commerce sebesar 75%. Terlihat dari rata-rata peserta dapat menjawab pada *pra test* hanya sebesar 20% dan pada *post test* meningkat sebesar 95%.

SIMPULAN

Kegiatan PkM pendampingan pengelolaan keuangan dan pemberdayaan e-commerce pada UMKM kerupuk kemplang di Desa Lembak berlangsung dengan baik dan lancar. Peserta dapat memahami penjelasan mengenai pengelolaan keuangan dan e-commerce. Berdasarkan

hasil evaluasi kegiatan, pengetahuan dan pemahaman peserta juga mengalami peningkatan. Pendampingan ini membantu pelaku usaha kerupuk kemplang untuk menyusun catatan akuntansi sampai dengan laporan keuangan secara sederhana. Tidak hanya itu pada kegiatan PkM ini juga tim membantu menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) dan penentuan harga jual produk. Serta membantu membuat akun sampai dengan menjajakan produknya di Tokopedia dan Shopee.

Dari kegiatan PkM ini telah membantu pelaku usaha kerupuk kemplang di Desa Lembak menemukan solusi dan permasalahan yang selama ini dihadapi. Kedepannya pelaku usaha akan menerapkan pengetahuan yang didapatkan ini untuk menjalankan usahanya agar semakin meningkat pendapatan yang diperoleh dari usaha kerupuk kemplang. Dan tentunya usaha ini diharapkan dapat berkontribusi untuk meningkatkan perekonomian di Desa Lembak.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan untuk semua pihak yang terlibat dalam kegiatan PkM ini. Semua pelaku usaha kerupuk kemplang di Desa Lembak Kabupaten Muara Enim yang sudah hadir dan terlibat pada kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga diucapkan untuk Kepala Desa dan seluruh perangkat Desa Lembak yang telah memfasilitasi sehingga kegiatan ini dapat dilaksanakan dengan sangat baik dan juga pihak Universitas Indo Global Mandiri beserta mahasiswa yang memberikan dukungan penuh dan bantuan dalam pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Efriyenti, D. and Tukino, T. (2021) 'Pembinaan Penyusunan Laporan Keuangan Dan Pemberdayaan Pemasaran Berbasis E-commerce Pada UKM Bank Sampah Mandiri Kota Batam', *Altruis: Journal of Community Services*, 2(1). doi: 10.22219/altruis.v2i1.15533.
- Fajrin, A. A. and Tukino (2021) 'Pembinaan Pemberdayaan Pemasaran Berbasis Online Untuk UMKM Di Kota Batam', *Journal Puan Indonesia*, 3(1), pp. 83–92.
- Fitriyana, F. *et al.* (2021) 'Pelatihan Pemanfaatan Marketplace Pada Umkm Dalam Masa Covid-19', *Dedikasi Pkm*, 2(2), p. 206. doi: 10.32493/dedikasipkm.v2i2.9765.
- Kartika, I. *et al.* (2021) 'Peningkatan Usaha Kreatif dan Pengelolaan Keuangan Berbasis Akuntansi Keluarga di Desa Pabelan Kabupaten Semarang dalam Rangka Peningkatan Ketahanan Ekonomi Keluarga', *Indonesian Journal of Community Services*, 3(2), p. 135. doi: 10.30659/ijocs.3.2.135-144.
- Kemenkop dan UMKM (2019) 'Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Dan Usaha Besar (UB) Tahun 2018 - 2019', *Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia*, (1), pp. 2018–2019.
- Rahmadani *et al.* (2021) 'Pendampingan UMKM Hebat dengan Inovasi Produk, Pemasaran Digital, dan Pengelolaan Keuangan Pada Usaha Cekeremes di Kecamatan Medan Tuntungan', *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada*

- Masyarakat*), 2(2), pp. 147–157.
doi: 10.37339/jurpikat.v2i2.637.
- Tanan, C. I. and Dhamayanti, D. (2020) ‘Pendampingan UMKM dalam Pengelolaan Keuangan Usaha Guna Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Distrik Abepura Jayapura’, *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 1(2), pp. 173–185. doi: 10.37680/amalee.v1i2.408.
- Tukino, Elisa, E. and Fajrin, A. A. (2022) ‘Pembinaan Pemberdayaan Pemasaran Berbasis E-Commerce Pada Ukm Rafflesia Di Kota Batam’, *Snistek* 4.