

Pengelolaan Keuangan Dan Pemasaran Digital Pada Kampung Rajoet

Johannes Kristian Siregar¹, Astari Dianty²

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Informatika Dan Bisnis Indonesia.¹,

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Informatika Dan Bisnis Indonesia.²

Email : Johannes@unibi.ac.id¹, astaridianty@unibi.ac.id²

Abstrak

Perkembangan usaha kecil menengah menjadi hal penting bagi pertumbuhan perekonomian suatu bangsa dimana pada saat ini pemahaman terhadap akuntansi serta perubahan bisnis menjadi bisnis digital merupakan kunci utama untuk meningkatkan hal tersebut. Melihat demografi Indonesia di pasar online yang cukup besar dan berpotensi terus berkembang dimana Indonesia menjadi yang tertinggi di kawasan Asia Tenggara dengan kontribusi ekonomi digital sebesar 7.8% pada tahun 2020 merupakan pasar yang menjanjikan untuk e-commerce. Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan pada Kampung Rajoet sebagai salah satu usaha kecil menengah yang ada di Kota Bandung yang memproduksi barang sandang dengan cara merajut. Kampung Rajoet mengalami kendala dalam menghitung harga jual serta pemasaran secara online dimana dampak dari pandemic Covid-19 menjadi kendala utama memaksa mereka merubah bisnis konvensional ke bisnis digital. Pelatihan yang dilaksanakan merujuk atas kebutuhan mereka dalam pemenuhan pengetahuan baik secara teori maupun praktik. Hasil yang diperoleh memberikan dampak yang signifikan dimana kurang lebih 85% atau 34 pengusaha Kampung Rajoet dari total 41 pengusaha telah memasarkan produknya secara online dengan menggunakan media sosial seperti WhatsApp, Instagram, Facebook ataupun E-commerce seperti Shopee. Selain itu dengan pengelolaan keuangan yang baik meningkatkan omset mereka hingga 70% walaupun masih belum normal seperti sebelum pandemik. Pelatihan tersebut memberikan dampak positif terkait penentuan harga jual serta pemasaran secara online sehingga diharapkan dapat meningkatkan perekonomian Kampung Rajoet.

Kata Kunci : Akuntansi, Pemasaran Digital dan Media Sosial.

Abstract

The development of small and medium enterprises is important for the economic growth of a nation where at this time an understanding of accounting and the change of business into a digital business is the main key to improve it. Seeing Indonesia's demographics in the online market which is quite large and has the potential to continue to grow, where Indonesia is the highest in the Southeast Asia region with a digital economy contribution of 7.8% in 2020, this is a promising market for e-commerce. Community Service is carried out in Kampung Rajoet as one of the small and medium businesses in the city of Bandung that produces clothing by knitting. Kamung Rajoet experienced problems in calculating selling prices and online marketing where the impact of the Covid-19 pandemic was the main obstacle forcing them to change their conventional business to digital business. The training carried out refers to their needs in fulfilling knowledge both in theory and practice. The results obtained have a significant impact where approximately 85% or 34 entrepreneurs of Kampung Rajoet from a total of 41 entrepreneurs have marketed their products online using social media such as WhatsApp, Instagram, Facebook or E-commerce such as Shopee. In addition, with good financial management, they increase their turnover by up to 70%, although it is still not as normal as before the pandemic. The training has a positive impact on determining selling prices and online marketing so that it is expected to improve the economy of Kampung Rajoet.

Keywords: Accounting, Digital Marketing and Social Media.

1. PENDAHULUAN

Usaha kecil menengah atau (UKM) merujuk kepada usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-undang No. 20 tahun 2008. Perkembangan usaha kecil menengah menjadi hal penting bagi pertumbuhan perkeonomian suatu bangsa dimana pada saat ini pemahaman terhadap akuntansi serta perubahan bisnis menjadi bisnis digital merupakan kunci utama untuk meningkatkan hal tersebut.

Melihat demografi Indonesia di pasar online yang cukup besar dan berpotensi terus berkembang dimana Indonesia menjadi yang tertinggi di kawasan Asia Tenggara dengan kontribusi ekonomi digital sebesar 7.8% pada semester I tahun 2020 merupakan pasar yang menjanjikan untuk e-commerce. Dari sisi pengguna internet yang terus bertambah sebesar kurang lebih 8% pertahun atau sekitar 2 juta jiwa merupakan pasar yang sangat menjanjikan untuk bekembangannya pasar digital. Tetapi hal ini bertolak belakang dengan kesiapan UKM untuk masuk kedalam pasar digital dimana terlihat baru 24.9% pengusaha UKM atau sekitar 15.9 juta UKM dari total 65 juta lebih pelaku UKM.

Bidang usaha UKM merupakan salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Pebisnis UKM ini berasal dari berbagai macam kalangan masyarakat. Produk yang ditawarkan pun juga beraneka ragam. Jumlah pelaku bisnis ini juga semakin bertambah setiap tahunnya. Pesatnya perkembangan jumlah UMKM mengharuskan para pelaku UMKM untuk mampu bertahan dan siap bersaing dengan pelaku UMKM lainnya. UKM juga mampu membuka lapangan pekerjaan yang baru untuk masyarakat sekitar. Sehingga sangatlah wajar, bila semakin hari bisnis UKM ini semakin berkembang dan diminati

banyak orang. Bisnis ini juga menjadi perhatian pemerintah karena UKM bisa memberikan dampak yang besar bagi perekonomian negara.

Wabah virus Covid-19 yang muncul sejak awal tahun ini, sudah menyebar hampir ke seluruh dunia dalam jangka kurun waktu kurang dari tiga bulan. Dampak virus Covid-19 telah melumpuhkan ekonomi tidak hanya di Indonesia tetapi di seluruh dunia. Di Indonesia, bisnis UKM menjadi salah satu sektor yang paling merasakan dampak wabah virus Covid-19. Berdasarkan info dari Kementrian Koperasi dan UKM setidaknya terdapat 949 laporan dari pelaku koperasi serta usaha mikro, kecil, dan menengah (UKM) yang terkena dampak wabah virus Covid-19 (Kompas, 27 Maret 2020). Para pelaku bisnis UKM pada kenyataannya mengalami kesulitan dalam melakukan aktivitas bisnisnya karena salah satu dampak virus Covid-19 ini diantaranya berdampak pada penurunan daya beli masyarakat yang menyebabkan UKM mengalami penurunan penjualan sehingga UKM harus dapat melakukan pemasaran produk yang tepat sasaran agar dapat menambah penjualan.

Di masa sulit sekarang ini, para pelaku bisnis khususnya para UKM dituntut agar mampu melakukan pengelolaan neraca keuangan agar UKM dapat terus *survive* demi keberlangsungan bisnisnya. Lalu bagaimana strategi UKM agar dapat *survive* di masa pandemi covid-19 ini? Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka kami selaku para akademisi ingin mengimplementasikan Tridarma Perguruan Tinggi, dengan mengadakan kegiatan seminar dengan tujuan agar para pebisnis UKM dapat melakukan perencanaan dan pengorganisasian program kerja dengan baik dan lebih terencana. Kegiatan yang kami selenggarakan berjudul Pengelolaan Keuangan dan Pemasaran Digital pada Kampung Rajoet.

2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan melakukan seminar yang dilaksanakan dalam satu hari. Sebelumnya tim pengabdian masyarakat melakukan survei dan pendekatan observasi untuk memastikan hal-hal yang berkenaan dengan proses bisnis UKM Kampung Rajoet. Metode ini diharapkan dapat memperoleh informasi yang real time dan relevan untuk memberikan pelatihan dan *workshop* dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat secara daring.

Materi mengenai pengelolaan neraca keuangan UKM dan strategi bisnis digital ditekankan pada bagaimana pelaku bisnis UKM mampu mengelola bisnis dan *survive* di masa pandemi secara efektif dan efisien. Kegiatan ini diisi dengan simulasi mengenai proses penganggaran, proses pelaksanaan, membuat laporan keuangan, mengelola bisnis dengan pembiayaan yang kecil, dan mengelola pemasaran serta distribusi barang secara digital. Tujuan dari kegiatan ini sendiri untuk menjaga keberlangsungan UKM di masa pandemi yang sebagian besar terkena dampaknya. Dalam kegiatan seminar online ini, peserta dibekali modul sebagai wujud dari pengimplementasian pengelolaan neraca keuangan dan strategi entrepreneur yang mengarah ke digitalisasi.

Evaluasi diberikan dengan memberikan *review* terkait kegiatan yang telah diselenggarakan. *Review* dilaksanakan pada sesi diskusi dan pelaksanaannya dengan mengadakan *quiz* berhadiah berkenaan dengan materi dan simulasi yang telah disampaikan. Metode dan evaluasi dengan cara tersebut dipilih untuk menciptakan suasana yang komunikatif. Tujuan dengan adanya pemilihan metode dan evaluasi sebagai bahan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di periode selanjutnya atau kedepannya agar lebih baik dan maksimal.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat tidak dapat diukur secara objektif melainkan diukur secara subjektif berdasarkan *review* dan *feedback* dari peserta. Keaktifan dan partisipasi peserta dapat dikatakan baik. Hal ini dilihat dari simulasi penyusunan laporan keuangan proses perencanaan anggaran pembiayaan produksi, pelaksanaan kegiatan, dan laporan akhir keuangan UKM. Simulasi yang dilakukan dapat dilihat dari pemahaman peserta dalam mengimplementasikan materi yang telah diberikan selama seminar. Kemudian partisipasi dapat dilihat dari keseriusan peserta dalam melakukan sesi Tanya jawab, sehingga kegiatan seminar layaknya kegiatan diskusi.

Berdasarkan hasil survey sebanyak 96 persen pelaku UMKM mengaku sudah mengalami dampak negatif Covid-19 terhadap persen bisnisnya. Sebanyak 75 persen diantaranya mengalami dampak penurunan penjualan yang signifikan. Sebanyak 51 persen pelaku UKM meyakini kemungkinan besar bisnis yang dijalankan hanya akan bertahan satu bulan hingga tiga bulan kedepan. Sebanyak 67 persen pelaku UKM mengalami ketidakpastian dalam memperoleh akses dana darurat dan 75 persen merasa tidak mengerti bagaimana membuat kebijakan di masa krisis. Sementara, hanya 13 persen pelaku UKM yakin, mereka memiliki rencana penanganan krisis untuk mempertahankan bisnis mereka.

Kegiatan pengabdian ini dapat memberikan kontribusi kepada UKM Kampung Rajoet agar dapat merencanakan pembiayaan produksi secara efisien dan efektif, serta dapat memaksimalkan keuntungan yang diperoleh di masa pandemi. Berdasarkan hasil survei melalui

ketua komunitas UKM Kampung Rajoet menyatakan bahwa permasalahan yang dihadapi oleh UKM saat ini adalah penurunan tingkat penjualan yang mengakibatkan biaya operasional tidak sebanding dengan tingkat keuntungan yang diperoleh. Selain itu, pemasaran yang masih terbatas karena selama ini sebelum adanya pandemi pemasar dilakukan dengan cara konvensional. Maka dari itu, berdasarkan evaluasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat hasil evaluasi yang diperoleh sebagai berikut:

- a. Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai penyusunan laporan keuangan sebagai bentuk pengendalian pembiayaan dan pemasukan UKM.
- b. Meningkatkan pengetahuan mengenai distribusi produk secara digitalisasi.
- c. Meningkatkan pengetahuan mengenai bagaimana pelaku bisnis UKM Kampung Rajoet tetap *survive* dengan keterbatasan akses di masa pandemi.

Terdapat beberapa solusi yang dapat diambil, antara lain yaitu dengan pemberdayaan pelaku usaha UMKM lewat bisnis dan menggerakkan *digitalpreneurship*. Pemberdayaan pelaku usaha UMKM lewat bisnis online dapat dilakukan dengan strategi memaksimalkan teknologi, pelaku UMKM dapat melakukan promosi dari tradisional menuju pemasaran secara digital (*digital marketing*) misalnya melalui sosial media (*facebook, instagram, twitter, whatsapp* dan sebagainya), melakukan pencatatan /pembukuan menggunakan software akuntansi dan sistem pengajian menggunakan sistem akuntansi. Selanjutnya strategi yang dapat dilakukan pelaku usaha adalah meningkatkan jejaring/relasi dan meningkatkan kualitas produk dan layanan

dengan salah satunya melakukan diversifikasi produk agar produk keunggulan dan keunikan sehingga selalu diminati oleh konsumen. Masa pandemi ini dapat dimanfaatkan untuk kegiatan yang berharga dalam usaha meningkatkan kualitas produk dan perbaikan pelayanan.

4. KESIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa:

- a. Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai penyusunan laporan keuangan UKM.
- b. Meningkatkan pengetahuan pelaku bisnis UKM mengenai peran dan tanggung jawab sebagai perencanaan pembiayaan dan pendapatan UKM.
- c. Meningkatkan pengetahuan mengenai enterprenuer berbasis teknologi yang akan digunakan dalam strategi operasional bisnis dan pemasaran UKM Kampung Rajoet

Mengingat besarnya manfaat kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, maka:

- a. Perlu adanya kerjasama dengan Kampung Rajoet sebagai wujud kesinambungan dalam menerapkan bidang keilmuan program studi akuntansi.
- b. Perlu pengembangan dalam kegiatan ini dengan mengangkat topik lainnya yang masih relevan dengan bidang keilmuan program studi akuntansi.
- c. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk kedepannya lebih mengutamakan pelatihan dan workshop agar evaluasi dalam kegiatan ini lebih bisa terukur manfaatnya.

5. DAFTAR PUSTAKA

Rudiantara. 2015. *Strategi Kewirausahaan Digital, Sebuah Panduan untuk UMKM, Startup, dan E-Commrce Seri Literasi Digital*. Menteri Komunikasi dan Informatika Literasi Digital.

Suindari, Ni Made. Ni Made Rai Juniariani. 2020. Pengelolaan Keuangan, Kompetensi Sumberdaya Manusia, dan Strategi Pemasaran dalam mengukur kinerja usaha UMKM. Jurnal KRISNA Vol. 11, No. 2

Warren, Carl S., J. M. Reeve, J. E. Duchac, Novrys Suhardianto, D.S. Kalanjati, A.A. Jusuf, dan C. D. Djakman. 2015. *Accounting Indonesia Adaptation*. Edisi 25. Salemba Empat: Jakarta.