

e-ISSN3025-8030 : p-ISSN3025-6267



Vol. 2, No. 2, Tahun 2024

Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat

AMPOEN

Akselerasi Merdeka Belajar dalam Pengabdian Orientasi Masyarakat



Diterbitkan oleh:
Universitas Serambi Mekkah - Banda Aceh

**Jurnal Akselerasi Merdeka Belajar dalam Pengabdian
Orientasi Masyarakat**

JURNAL AMPOEN

Vol. 2, No. 2, Tahun 2024

Halaman: 510-516

PELATIHAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DAN PENGELOLAAN KEUANGAN DIGITAL PADA UMKM SULTAN BAG

**Lulus Triyaningsih, Pitra Rahmad Priyadi, Lutfiyana Rosida,
Muhamad Asvak Sahroni, Muhammad Yusril**

Politeknik Mitra Global, Banyuwangi, Jawa Timur

Artikel di Jurnal AMPOEN

Tersedia di : <https://jurnal-serambimekkah.org/index.php/ampoen>

DOI : <https://doi.org/10.32672/ampoen.v2i2.2100>

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini

APA : Triyaningsih, L., Priyadi, P. R., Rosida, L., Sahroni, M. A., & Yusril, M. (2024). PELATIHAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DAN PENGELOLAAN KEUANGAN DIGITAL PADA UMKM SULTAN BAG. *Jurnal Akselerasi Merdeka Belajar Dalam Pengabdian Orientasi Masyarakat (AMPOEN): Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 510–516. <https://doi.org/10.32672/ampoen.v2i2.2100>

Lainnya Kunjungi : <https://jurnal-serambimekkah.org/index.php/ampoen>

Jurnal Akselerasi Merdeka Belajar dalam Pengabdian Orientasi Masyarakat (**Jurnal AMPOEN**): *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* dengan Visi “Berdaya melalui Abdi, Merdeka dalam Publikasi” sebagai platform bagi para pengabdian, peneliti, praktisi, dan akademisi untuk berbagi pengetahuan, pengalaman, dan hasil layanan yang berkontribusi terhadap pengembangan masyarakat di Indonesia. Berisi hasil-hasil kegiatan pengabdian dan pemberdayaan masyarakat berupa penerapan berbagai bidang ilmu diantaranya pendidikan, ekonomi, agama, teknik, teknologi, pertanian, sosial humaniora, komputer, kesehatan dan lain sebagainya.

Semua artikel yang diterbitkan dalam jurnal ini dilindungi oleh hak cipta dan dilisensikan di bawah Lisensi Creative Commons 4.0 International License (**CC-BY-SA**) atau lisensi yang setara sebagai lisensi optimal untuk publikasi, distribusi, penggunaan, dan penggunaan ulang karya ilmiah.





PELATIHAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DAN PENGELOLAAN KEUANGAN DIGITAL PADA UMKM SULTAN BAG

**Lulus Triyaningsih¹, Pitra
Rahmad Priyadi², Luffiyana
Rosida³, Muhamad Asvak
Sahroni⁴, Muhammad
Yusril⁵**

1,2,3,4,5)

Politeknik Mitra Global,
Banyuwangi, Jawa Timur

***Korespondensi:**

Email : lulustriyaunej@gmail.com

Riwayat Artikel

Penyerahan : 01/08/2024
Diterima : 04/08/2024
Diterbitkan : 05/08/2024

Abstrak

Pengabdian pada UMKM Tas Anyaman Sultan Bag dilakukan sebagai bagian dari upaya untuk turut mendukung perkembangan UMKM khususnya dalam mengatasi permasalahan pencatatan keuangan dan pemasaran digital. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam beberapa metode diantaranya wawancara dan diskusi, pelatihan dan praktik pengelolaan keuangan, pemasaran digital dan tahapan akhir ialah pendampingan secara berkala. Hasil yang didapat peserta dari kegiatan pengabdian masyarakat ini antara lain dapat membantu tercapainya kesadaran bagi pelaku usaha rumah tangga akan pentingnya pembukuan keuangan sederhana melalui aplikasi e-kasir dan pemasaran produk usaha rumah tangga kerajinan tas anyaman melalui branding sosial media Tik tok, Instagram, Facebook, dan pembuatan video produk, serta tahapan pembuatan caption produk yang sesuai produk agar menarik daya beli masyarakat. Hasil pengabdian ini dapat terwujud karena peran serta dan partisipasi aktif dari mitra. Mitra diharapkan dapat senantiasa konsisten dalam melakukan pencatatan keuangan dan melakukan pemasaran digital secara aktif.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran digital; Pengelolaan keuangan.

Abstract

The dedication to the Sultan Bag Woven Bag MSMEs was carried out as part of an effort to support the development of MSMEs, especially in overcoming the problems of financial recording and digital marketing. This service activity is carried out in several methods including interviews and discussions, training and financial management practices, digital marketing and the final stage is regular mentoring. The results obtained by participants from this service activity can, among other things, help achieve public awareness for household business actors about the importance of simple financial bookkeeping through e-cashier applications and marketing of household business products made of woven bag crafts through social media branding, Tik Tok, Instagram, Facebook, and making product videos, as well as the stages of making product captions that suit the product to attract people's purchasing power. The results of this service can be realized because of the active role and participation of partners. Partners are expected to always be consistent in keeping financial records and carrying out active digital marketing.

Keywords: Digital marketing strategy; Financial management.



PENDAHULUAN

Tas anyaman merupakan tas yang dibuat dengan cara dianyam atau disusun dengan menggunakan bahan-bahan anyaman seperti bambu, rotan, dan sebagainya. Keunikan dari tas anyaman ini tidak lain adalah karena proses pembuatan, bahan yang digunakan, dan kharisma yang muncul dari produk itu sendiri. Tas Tali Jali adalah suatu kerajinan yang susah dijumpai pada zaman sekarang, karena sekarang banyak orang yang menggunakan tas yang terbuat dari bahan plastik, kain, kulit sintetis hingga kulit asli. Tas berbahan dasar tali jali anyaman yang dulunya kerap dipakai untuk belanja sayur ke pasar kini banyak diminati sebagai fashion item kekinian yang menunjang penampilan khususnya kaum perempuan, dan dalam pemasarannya tas ini tidak hanya di jual di wilayah Banyuwangi saja, bahkan sudah terjual sampai luar wilayah Banyuwangi seperti Magetan, Surabaya, Bali.

Berdasarkan hasil identifikasi awal yang kami lakukan di Desa Gintangan adalah terdapatnya potensi Sumber Daya Manusia (SDM) yang memiliki kemampuan atau skill dalam rangka memanfaatkan Sumber Daya Alam tali jali untuk dijadikan sebagai produk tas anyaman yang menarik. Salah satu pengrajin yang sudah mulai berkembang di daerah desa Gintangan adalah UMKM Sultan Bag. Sultan Bag ini berdiri pada tahun 2022 dengan nama pemilik Ibu Mustika Puspa Suciati. Dengan modal dan peralatan seadanya beliau terus menekuni usaha tas anyaman yang berbahan dasar tali-jali. Beragam tas baik dari model maupun ukuran dibuat di rumah Ibu Mustika sendiri. Sultan Bag ini dapat memproduksi tas anyaman tali jali dengan berbagai bentuk dan motif. Tali Jali digunakan sebagai bahan baku industri kerajinan yang hasilnya dapat berupa dompet, tas, gantungan kunci, atau bisa digunakan souvenir.



Gambar 1. Tas Anyaman yang dihasilkan Sultan Bag

Sejak mengawali bisnisnya UMKM Sultan Bag senantiasa dihadapkan dengan berbagai macam rintangan maupun hambatan, banyaknya UMKM sejenis yang muncul membuat pengrajin tas anyam

jali sulit untuk mempertahankan posisi produknya karena persaingan yang semakin ketat. Ada beberapa kendala yang dihadapi oleh Sultan Bag sebagai UMKM yang memproduksi tas anyam

tersebut, seperti 1) Minimnya pengetahuan tentang pengelolaan keuangan 2) Minimnya pengetahuan tentang pemasaran digital sehingga produk belum dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Sejauh ini, bentuk pengelolaan keuangan yang dilakukan oleh UMKM Sultan Bag masih terbatas pada pencatatan penjualan manual pada nota serta pencatatan sederhana dan tidak secara rutin dilakukan. Bentuk pencatatan yang dilakukan berupa transaksi penjualan yang terjadi serta biaya-biaya bahan tas anyaman yang dibutuhkan. Pemilik belum melakukan pencatatan atas keseluruhan biaya yang timbul secara rutin. Hal ini tentunya membuat informasi keuangan yang dicatat tidak dapat digunakan untuk menilai dan mengevaluasi kinerja UMKM. Keterbatasan waktu untuk melakukan pencatatan sembari memberikan layanan kepada pelanggan sering kali membuat pencatatan keuangan tidak dilakukan secara rutin oleh UMKM Sultan Bag. Pengelolaan keuangan merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari segala bentuk usaha, baik skala kecil maupun skala besar. Pengelolaan keuangan yang baik dapat mendorong pelaku usaha untuk dapat terus memantau perkembangan usahanya, baik dari peningkatan penjualan, kebijakan strategi yang melibatkan kebutuhan keuangan, serta evaluasi atas kegiatan usaha yang berlangsung. Sistem pengelolaan keuangan mengajarkan tentang mengelola informasi keuangan, sejak data direkam dalam dokumen melalui bagian sistem pembagian kekuasaan dalam organisasi perusahaan. Perancangan system pengelolaan keuangan dibuat untuk menghasilkan informasi keuangan dan perancangan berbagai unsure pengendalian internal yang melekat dalam pengolahan informasi tersebut (Triyaningsih, Wardani, 2024:68). Analisis keuangan menggunakan aplikasi digunakan untuk menilai tingkat produktivitas perusahaan, dan kinerja keuangan itu sendiri digunakan untuk menilai dan mengevaluasi perusahaan dalam menghasilkan laba dan posisi likuiditas tertentu (Triyaningsi, 2024:154).

Oleh karena itu, peneliti menawarkan sebuah aplikasi yang dirancang menggunakan

aplikasi keuangan digital yang bisa mendukung dalam pencatatan akuntansi di UMKM Sultan Bag. Selain pelaporan keuangan, pengembangan berikutnya yang perlu diperhatikan oleh UMKM Sultan Bag adalah pemasaran digital. Pemasaran secara digital merupakan wujud dari penerapan dan penggunaan dari teknologi dalam proses pemasaran (Rapitasari, 2016). Pemasaran secara digital (digital marketing) ialah juga menjadi salah satu hal yang sedang diupayakan oleh UMKM Sultan Bag. Hal ini dimaksudkan dengan harapan untuk dapat mengenalkan UMKM Sultan Bag kepada lebih banyak orang dan memperluas target pasarnya. Sejauh ini, bentuk pemasaran melalui media digital yang dilakukan oleh UMKM Sultan Bag menggunakan media sosial *Instagram* dan *WhatssAp*. Sebagai media sosial yang sedang digandrungi oleh masyarakat, UMKM Sultan Bag menyadari bahwa *instagram* mampu menjadi media untuk menjangkau banyak kalangan.. Mustika Puspa Suiati memiliki harapan untuk dapat juga menggunakan media-media lain sebagai upaya untuk melakukan bentuk pemasaran secara digital. Perkembangan teknologi dan masyarakat mendorong pelaku usaha untuk dapat berinovasi menyusun strategi termasuk dalam hal pemasaran

Permasalahan yang dikemukakan oleh mitra ini kemudian menjadi alasan tim pengabdian untuk dapat menawarkan solusi sebagai wujud peran serta dalam upaya mendukung pengembangan usaha khususnya di sektor usaha mikro. Tim pengabdian memberikan pelatihan pada permasalahan yang dikemukakan oleh mitra yaitu pengelolaan keuangan, pemasaran secara digital. Tim pengabdian juga akan memperkenalkan aplikasi yang mudah untuk digunakan dalam mengatasi permasalahan pengelolaan keuangan dan pemasaran digital yang dihadapi oleh mitra. Kegiatan diharapkan mampu meningkatkan usaha dari UMKM Sultan Bag dan dapat mendukung tumbuh kembangnya.

Kegiatan Pengabdian ini dilaksanakan pada UMKM Sultan Bag yang berada di Desa Gintangan, Kecamatan Rogojampi, Banyuwangi. Pelatihan dilaksanakan pada Jumat, 2 Feb 2024. Tim Pengabdian selanjutnya melakukan pendampingan dalam kurun waktu 2 bulan. Target dari kegiatan pengabdian ini

ialah adanya peningkatan kemampuan dari pemilik dan tim UMKM Sultan Bag baik dari segi pencatatan keuangan, pemanfaatan media pemasaran digital. Mitra diharapkan dapat mengenal, mengetahui serta menerapkan materi pelatihan yang diberikan terkait pengelolaan keuangan dan pemasaran digital melalui berbagai platform digital seperti *Instagram, Facebook, Tik tok*, dll.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pelatihan ini diselenggarakan pada usaha Kedai Kopi Garasi yang berada di Desa Gintangan, Rogojampi, Banyuwangi selaku mitra dari kegiatan ini. Pelatihan dilaksanakan pada Jumat, 2 Feb 2024. Tim Pengabdian selanjutnya melakukan pendampingan dalam kurun waktu 2 bulan. Kegiatan tersebut berlangsung melalui beberapa tahapan yaitu:

a. Pelatihan pembukuan sederhana

Saat pelaksanaan pelatihan pembukuan sederhana tim pengabdian masyarakat memaparkan beberapa materi dalam bentuk power point tentang pentingnya pencatatan keuangan, cara menyusun laporan keuangan, pengenalan akan standar akuntansi sederhana untuk UMKM. Kemudian dilanjutkan dengan praktik penggunaan aplikasi keuangan digital Aplikasi ini dikenalkan sebagai upaya untuk dapat meningkatkan konsistensi dari pelaku usaha untuk secara rutin dapat melakukan pencatatan keuangannya. Ada sejumlah aplikasi yang serupa dengan aplikasi tersebut namun dari segi tampilan, fitur serta akses yang diberikan dipandang bahwa aplikasi e-kasir merupakan aplikasi yang paling sesuai. Hal ini juga menyesuaikan dengan kebutuhan mitra

b. Pelatihan pemasaran produk

Dalam kegiatan ini memaparkan materi tentang pentingnya digital marketing bagi UMKM. Dalam tahap ini peserta akan diajarkan tata cara membuat video produk yang semenarik mungkin agar menarik masyarakat untuk membeli produk mereka, memberikan tata cara dalam

memasukkan caption produk sesuai keterangan produk yang ada, memberikan tata cara apload video produk ke dalam sosial media Tik tok.

c. Pendampingan penggunaan aplikasi keuangan digital dan pemasaran produk

Pada tahap ini dalam pengabdian masyarakat adalah kegiatan pendampingan. Tim pengabdian melakukan follow up setiap 2 minggu sekali untuk memantau perkembangan pelaku usaha dalam penggunaan aplikasi keuangan digital dan pemasaran produk melalui sosial media, bila si pelaku usaha mendapatkan masalah dalam aktivitas usaha mereka maka kami tim pengabdian masyarakat akan memberikan pengarahan kembali sampai masalah yang dihadapi pelaku usaha dapat terselesaikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap pelaksanaan pelatihan pengelolaan keuangan diawali dengan sosialisasi mengenai pentingnya dan peranan dari pengelolaan keuangan dan pencatatan keuangan dari kegiatan usaha. Mitra dan segenap timnya diberikan wawasan dan edukasi mengenai pentingnya pemisahan pengelolaan keuangan untuk kegiatan usaha dan kepentingan pribadi. Berikutnya dipaparkan pula mengenai SAK EMKM yang menjadi landasan dalam penyusunan laporan keuangan oleh UMKM.. SAK EMKM merupakan standar keuangan yang disusun dan disiapkan secara khusus untuk pelaku UMKM (Sundari & Merry, 2020). SAK EMKM memberikan gambaran bahwa untuk pelaku UMKM dalam penyajian laporan keuangan dapat disusun minimal terdiri atas neraca, laporan laba rugi dan catatan atas laporan keuangan (Ikatan Akuntan Indonesia, 2016). Paparan ini dilakukan untuk menjadi pengenalan kepada mitra terkait penyusunan laporan keuangan yang sesuai dengan kaidah yang berlaku. Tahapan pengenalan pengelolaan keuangan ini disampaikan dan dilanjutkan dengan diberikan contoh bentuk transaksi hingga tersusun laporan keuangan.



Gambar 2. Pemberian Materi dan Praktik Pengelolaan Keuangan

Tim pengabdian berusaha menyesuaikan dengan kondisi mitra yang mengharapkan bentuk pencatatan yang sederhana serta fleksibel. Oleh karena itu, pelatihan pengelolaan keuangan kemudian dilanjutkan dengan pengenalan aplikasi berbasis android kepada mitra. Hal ini merupakan bentuk respon tim pengabdian atas keinginan mitra untuk tetap bisa melakukan pencatatan dan pengelolaan keuangan dengan mudah dan fleksibel. Mitra dikenalkan dahulu dengan aplikasi pengelolaan keuangan yang tersedia pada handphone yang berbasis Android. Mitra dikenalkan terlebih dahulu mengenai fitur-fitur yang tersedia dalam aplikasi tersebut untuk selanjutnya diberikan penjelasan mengenai tahapan-tahapan penggunaan aplikasi. Setelah mitra memiliki gambaran mengenai aplikasi tersebut, mitra diajak

untuk praktik melakukan pencatatan keuangan usaha menggunakan aplikasi tersebut.

Pelatihan pemasaran digital dengan 514ocus pada pembuatan media promosi dan konten promosi ini juga dirasakan memberikan dampak positif oleh mitra. Mitra menjadi mengenal media pembuatan menggunakan aplikasi *cap cut* yang bagi mitra sangat membantu ketika ingin melakukan promosi. Selain itu, fitur-fitur yang ditampilkan sederhana sehingga memudahkan bagi mitra untuk memanfaatkannya. Antusiasme ini dapat dilihat dari beberapa bentuk hasil pembuatan konten promosi yang dibuat dan disajikan oleh mitra berkolaborasi dengan tim pengabdian. Pembuatan video promosi digital ini merupakan upaya untuk dapat menjangkau pasar lebih luas selain itu keberadaannya dapat menjadi pendukung dalam strategi pemasaran suatu produk.

Tabel 1. Kondisi mitra sebelum dan setelah pelatihan

Indikator	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan
Pelaksanaan pengelolaan Keuangan	Hanya dicatat manual dan tidak Konsisten	Telah dicatat dengan menggunakan aplikasi dan mulai berlangsung kontinu
Pemasaran Digital	Masih menyajikan dalam bentuk sederhana melalui whatsapp dan instagram	Mampu membuat konten promosi dengan aplikasi Cap Cut untuk selanjutnya disebarluaskan melalui media sosial yang dimiliki

Secara keseluruhan pelaksanaan PKM cukup berhasil karena peserta mampu menguasai materi, baik tentang pengelolaan keuangan usaha maupun membuat laporan keuangan menggunakan aplikasi keuangan. Peserta juga menjadi lebih mengerti bagaimana cara mengukur kinerja keuangan usahanya. Dengan diadakan pelatihan pengelolaan keuangan bagi UMKM ini semua pihak memperoleh hasil dan manfaat, terutama bagi pelaku UMKM Sultan Bag. Tim PKM mampu

memberikan pengetahuan untuk masyarakat tentang pengelolaan keuangan bagi UMKM. Terjalin kerjasama antara pihak Kelurahan Gintangan Kecamatan Rogojampi dan dosen pelaksana program pengabdian kepada masyarakat khususnya dan Politeknik Mitra Global pada umumnya. Dosen mampu melaksanakan tri dharma perguruan tinggi yaitu pengabdian kepada masyarakat dengan terlaksananya kegiatan ini



Gambar 3. Foto Bersama Tim Pkm dan Mitra UMKM

Ada sejumlah faktor yang menjadi pendukung terlaksananya kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dan ada yang menjadi penghambat. Pengabdian pada masyarakat ini tidak dapat terealisasi dengan baik tanpa adanya faktor pendukung didalamnya. Faktor yang mendukung terlaksananya kegiatan ini diantaranya ialah (1) dukungan dan peranan mitra untuk memberikan fasilitas berupa penyediaan tempat untuk melaksanakan kegiatan pengabdian; (2) antusiasme dan semangat dari mitra untuk mencari tahu dan mengaplikasi materi pelatihan. Hal ini dapat dilihat dari hasil yang telah dibuat oleh mitra. Peran serta mitra sangat berarti dalam pelaksanaan kegiatan ini.

SIMPULAN

Sebelum pelaksanaan Pengabdian Masyarakat, para pelaku usaha rumah

tangga/peserta pelatihan belum melakukan pencatatan transaksi keuangan dan pemasaran produk menggunakan media digital. Hal ini karena para pelaku usaha belum memiliki pengetahuan dan ketrampilan yang cukup dalam melakukan kegiatan usaha. Para pelaku usaha ini belum pernah mengenal pencatatan keuangan dan pemasaran produk secara digital. Maka kegiatan pengabdian masyarakat tentang pelatihan pengelolaan keuangan dan pemasaran digital ini sangat membantu para pelaku usaha UMKM untuk mencatat setiap transaksi keuangan secara kontinyu dan memiliki kemampuan untuk memasarkan produk usahanya di media sosial. Hasil dari pengabdian masyarakat di UMKM Sultan Bag para pelaku usaha sudah menerapkan pengelolaan keuangan digital dan pemasaran produk secara digital untuk kelancaran usaha mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Ikatan Akuntan Indonesia. (2016). *SAK Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah*. Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia.
- Rapitasari, D. (2016). *Digital marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Cakrawala, 10(2), 107–112. Retrieved from <http://www.cakrawalajournal.org/index.php/cakrawala/article/view/36>
- Sundari, E. M., & Merry, A. S. (2020). *Analisis Penerapan Laporan Keuangan Berdasarkan SAK EMKM Pada Kios Gapoktan Margo Makmur Di Jatiagung Lampung Selatan*. Jurnal Gentiaras Manajemen Dan Akuntansi, 12(2), 139–152
- Triyaningsih, L (2024). *Strategi Pengelolaan Keuangan Sederhana Berbasis Android Menggunakan Buku Kas*. Jurnal Serambi Ekonomi dan Bisnis, 7 (1), 153-165.
- Triyaningsih, L., & Astrid Salsabila Widya Wardhani. (2024). *Perancangan Aplikasi Pengelolaan Keuangan Menggunakan Microsoft Access pada Peternakan UD Permata Jaya di Banyuwangi*. LANCAH: Jurnal Inovasi Dan Tren, 2 (1), 67~84.