

Buletin Pemberdayaan dan Pengembangan Masyarakat: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Volume 1 | Nomor 1 | Juni 2022

e-ISSN: XXXX-XXXX

DOI:

Website: <http://e-journal.unipma.ac.id/index.php/bppm/index>

Pelatihan Literasi Pemasaran Digital Pada UKM di Desa Mategal, Kecamatan Parang, Kabupaten Magetan Melalui Aplikasi Buku Warung

Liana Vivin Wihartanti¹, Ramadhan Prasetya Wibawa²

^{1,2}Universitas PGRI Madiun

Email korespondensi: lianavivi@unipma.ac.id



History Artikel

Received: tgl-bln-thn;

Accepted: tgl-bln-thn

Published: tgl-bln-thn

Kata kunci

Literasi;
Keuangan;
UMKM.

ABSTRAK

Desa Mategal memiliki potensi yang besar dalam bidang Pengembangan UKM khususnya dimasa pandemi perlunya literasi digital diharapkan dapat membuka wawasan terkait dengan strategi pemasaran dan juga pencatatan digital yang di pada penelitian ini menggunkan aplikasi buku warung dalam pencatatan sederhana yang mudah dan terpercaya. penggunaan aplikasi buku warung ini dirancang untuk mempermudah dalam pencatatan keuangan yang yang dapat mudah diakses oleh pelaku UKM.

Tujuan pengabdian ini adalah untuk memberikan pengetahuan bagaimana membangun citra merek dari produk yang dihasilkan, pengelolaan keuangan dalam menjalankan usahanya, dan melakukan manajemen isu-isu yang terjadi saat pandemi. Hasil dari pengabdian yang telah kami lakukan dapat disimpulkan bahwa kolaborasi antara pemasaran, keuangan dan manajemen isu perlu diperhatikan dengan segala kondisi.

Keywords:

Literacy;
Finance;
MSME

ABSTRACT

Mategal Village has great potential in the field of SME development, especially during the pandemic, the need for digital literacy is expected to open up insights related to marketing strategies and also digital recording, which in this study used the warung book application in simple, easy and reliable recording. the use of this book stall application is designed to make it easier to record financials that can be easily accessed by SMEs.

The purpose of this service is to provide knowledge on how to build a brand image of the products produced, manage finances in running their business, and manage issues that occur during a pandemic. The results of the service that we have done can be concluded that collaboration between marketing, finance and issue management needs to be considered under all conditions.



©2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

PENDAHULUAN

Berdasarkan hasil obsevasi yang yang sudah kami dapatkan dari informasi perangkat desa dan juga masyarakat desa yang mempunyai usaha . Pelaku UKM merasa kesulitan jika

harus menggunakan akuntansi dalam kegiatan bisnisnya. Hal ini dikarenakan tidak adanya pedoman atau buku yang dapat dijadikan referensi untuk belajar mengelola keuangan UKM. Buku-buku yang beredar saat ini memang belum ada yang fokus pada pengelolaan keuangan UKM. Banyak permasalahan di UKM yang berkaitan dengan aspek keuangan antara lain perkembangan perusahaan tidak signifikan, kinerja keuangan tidak terlihat, laba perusahaan sulit meningkat, ketidakmampuan dan ketidakmauan sumber daya untuk menggunakan akuntansi dan lain-lain. (Pasaribu, 2021)

Pelatihan ini diadakan untuk UKM yang dilakukan pada saat masa pandemi. Hal ini berdasarkan situasi dan kondisi serta aktivitas yang semua beralih maka dampak terbesar pada UKM di masa pandemi yang sangat rentan dalam perkembangannya. Akibat wabah Covid-19 ini maka omzet harian dari UKM hanya mampu bertahan 5-10% saja dari kondisi yang normal. Sehingga perlu memperhatikan serta mampu beradaptasi dengan adanya kejadian yang luar biasa ini. UKM mampu beradaptasi dalam penggunaan teknologi yang dituntut untuk melakukan penjualan daring serta mengelola keuangan dengan kondisi yang sangat minim. Apalagi jika tidak memiliki dana darurat, sehingga dalam pengelolaannya keuangan baik untuk menjual produk maupun mempertahankan produknya maka mudah sekali UKM tersebut mengalami kebangkrutan. Ancaman krisis yang terjadi di masa pandemi ini maka UKM harus mampu berubah ke penjualan daring, memaksa mau tidak mau dari UKM kecil sampai besar mampu menemukan cara-cara yang baru dan strategis menemukan semua peluang yang ada. (Susanti, 2020)

Alasan yang menunjukkan pentingnya strategi pemasaran adalah semakin kerasnya persaingan yang dihadapi oleh perusahaan pada umumnya terutama pada saat pandemi covid 19 ini. Dalam situasi yang demikian, tidak ada lagi pilihan lain bagi perusahaan kecuali berusaha untuk menghadapinya atau sama sekali keluar dari arena persaingan yang artinya sebuah kebangkrutan. Pemasaran perlu mendapat perhatian serius oleh UMKM (Muhani 2020)

METODE

Metode pelaksanaan dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat ini sebagai berikut:

A. Survei Lokasi

Survei lokasi dilakukan pada tanggal 1 Februari 2021. Survei dengan mendatangi kantor kelurahan desa mategal untuk memperoleh data terkait UKM yang ada di desa Mategal. Dari hasil survey didapat beberapa permasalahan yang dirasa menjadi kendala dalam menjalankan usaha bagi pelaku UKM diantaranya adalah terkait dengan pembukuan yang masih kurang baik dimana sistem pencatatan masih belum terpisah dan masih jadi satu dengan keuangan yang lain. selain pencatatan yang masih kurang maksimal adapun adaptasi terkait IPTEK juga masih minim sehingga masih banyak pelaku UKM yang masih belum paham terkait aplikasi yang mudah dan dapat diakses untuk mempermudah UKM. pembukuan keuangan terlihat masih belum tertata rapi. dan pemasaran yang dirasa masih belum adaptasi dengan IPTEK.



Gambar 3.1 Survei di Kantor Desa Mategal

B. Perencanaan Kegiatan

Perencanaan kegiatan dilakukan dengan cara diskusi bersama kepala Desa dan perangkat desa terkait dengan kegiatan yang akan dilaksanakan. setelah koordinasi dengan perangkat desa kemudian langsung datang ke UKM yang ditunjuk dari desa untuk mengetahui mendapatkan data terkait dengan fokus pengabdian masyarakat ini yaitu terkait dengan pembukuan yang sudah dilakukan selama ini serta strategi pemasaran yang selama ini digunakan dalam usaha tersebut. Hasil diskusi menghasilkan gagasan untuk mengembangkan literasi terkait keuangan dan pemasaran digital dengan memperkenalkan pencatatan sederhana dan promosi produk sederhana dengan aplikasi buku warung yang mudah di akses dan mudah digunakan dalam pencatatan keuangan bagi pelaku UKM di Desa Mategal, Kecamatan Parang, Kabupaten Mategal. Adapun beberapa kegiatan yang akan dilaksanakan meliputi:

1. *Survey ke pelaku UKM terkait pencatatan keuangan*

Sebelum menetapkan materi yang akan disosialisasikan terlebih dahulu tim pengabdian masyarakat menanyakan kepada pelaku UKM yang ada di desa Mategal terkait dengan pencatatan yang sudah di pakai dalam pencatatan keuangan selama ini. setelah itu menanyakan permasalahan dan juga kendala yang dialami dalam pencatatan keuangan yang sudah dijalankan. dari hasil survei didapatkan informasi bahwa alasan tidak menggunakan pembukuan usaha diantaranya adalah menganggap usahanya masih tergolong kecil, kurangnya pengetahuan tentang pembukuan, tidak mau ribet dan repot, buku sering sobek dan hilang kemudian terkait dengan pemasaran masih manual yaitu belum banyak yang mengenal pemasaran digital.



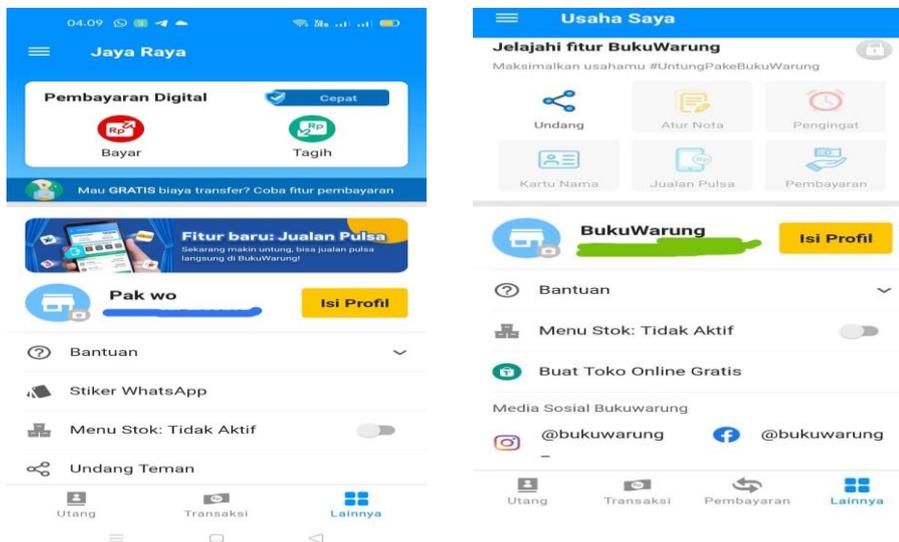
Gambar 3.2 Mendatangi UKM yang ada di desa Mategal

2. Sosialisasi pencatatan keuangan yang baik bagi UKM

Dari hasil survei yang sudah dilakukan sebelumnya maka tim pengabdian masyarakat ini memberikan solusi dengan mengadakan sosialisasi terkait dengan literasi keuangan yang baik akan memudahkan menentukan untung dan rugi dalam usaha yang dijalankannya serta melihat dan menganalisis strategi pemasaran yang sudah dijalankan selama ini.

3. Praktik penggunaan aplikasi Buku Warung

Buku warung merupakan aplikasi pencatatan keuangan dan pembukuan harian usaha UKM untuk mencatat penjualan transaksi bisnis. Mulai dari pemasukan, pengeluaran, hutang dan piutang pelanggan. dengan memperkenalkan dan mempraktikkan aplikasi buku warung pelaku usah bisa untuk mempraktikkan secara langsung terkait dengan pencatatan keuangan yang selama ini belum tersusun rapi serta dapat menawarkan pemasaran digital ke masyarakat dengan cara yang mudah yaitu hanya dengan mengirimkan sms dan juga pesan singkat melalui link yang mudah dibaca oleh masyarakat pada umumnya.



Gambar 3.3. Fitur Aplikasi Buku Warung

C. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pelatihan Literasi Pemasaran Digital Pada Ukm Di Desa Mategal, Kecamatan Parang, Kabupaten Magetan Melalui Aplikasi Buku Warung dilaksanakan pada tanggal 10 Februari 2021 yang bertempat di Balai Desa Mategal. Kegiatan ini dihadiri oleh perangkat desa Mategal dan juga pelaku UMK yang ada di desa Mategal sejumlah 10 Orang. dikarenakan masa pandemi dan harus ada pembatasan masyarakat yang diundang maka tim pengabdian masyarakat hanya mengundang perwakilan dari UKM yang ada di Desa yang jarak tempuhnya dekat dengan kantor Desa serta dalam pelaksanaan kami tetap mamtuhi protokol kesehatan yang mendapatkan ijindari Satgas Covid di Desa tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan yang telah dilaksanakan adalah terciptanya pengetahuan terkait dengan literasi keuangan dan juga pemasaran digital yang awalnya belum pernah digunakan sebelumnya. masyarakat sangat antusias dan mencoba untuk mempraktikan aplikasi tersebut sesuai dengan kebutuhan yang ada dalam usaha yang dijalankannya. adapun dampak setelah adanya pelatihan:

1. Literasi Keuangan UMKM

Pemaparan yang telah dilakukan dan diskusi dengan peserta maka dapat kita melakukan pembahasan pada pengabdian ini adalah dengan adanya masa pandemi ini, maka peran penting penggunaan digital marketing terutama sosial media untuk pemasaran dan menggunakan aplikasi untuk mengontrol keuangan sederhana atau membuat pembukuan sederhana memang belum dilakukan. Namun dengan adanya masa pandeminya semua dilakukan secara online untuk mempromosikan produk mereka agar tidak jatuh di saat seperti ini. Budget yang terbatas juga menjadi kendala sehingga dengan adanya pemaparan ini, peserta akan mulai dengan menuliskan apa saja yang menjadi pemasukan dan pengeluaran selama ini, sementara mereka menggunakan yang terbatas untuk mempertahankan keuangannya. Banyak kredit yang ditawarkan oleh pihak bank namun peserta belum berani mengambil risiko, sehingga banyak yang melakukan pemanfaatan dana yang ada walaupun memenuhi persyaratan dana darurat yang belum terpikirkan oleh pelaku UKM. Adanya pelatihan ini memberikan wawasan terkait bagaimana dalam menjalankan pencatatan yang sederhana dan mudah diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

2. Strategi pemasaran Digital

Dari informasi permasalahan yang didapatkan dari pelaku UKM yang ada di Desa Mategal diantaranya adalah kurangnya inovasi dan kurang memaksimalkan Pemasaran Online. Salah satu faktor yang menyebabkan pendistribusian barang UMKM kurang meluas karena pengusaha belum melakukan pemasaran online. Mungkin, beberapa pelaku UMKM sudah memasarkan produknya secara online melalui media sosial, situs marketplace, dan lainnya. Akan tetapi, dalam praktiknya masih kurang maksimal. Sehingga, hasil yang didapat pun kurang maksimal. Kurangnya pengetahuan sampai dengan adaptasi terhadap internet dan perkembangan teknologi yang dialami pelaku UMKM ini menjadi tantangan dan masalah yang harus dihadapi

Adanya pelatihan yang diselenggarakan oleh tim pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat membantu pelaku UMK dalam menginovasikan sistem pemasaran digital sehingga produk yang dijual dapat lebih dikenal masyarakat luas dan lebih memotivasi dalam menjalankan usahanya.

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari pengabdian yang telah kami lakukan dapat disimpulkan bahwa kolaborasi antara pemasaran, keuangan, dan manajemen isu perlu diperhatikan dengan segala kondisi. Perlu diperhatikan tidak hanya isu yang terjadi pada saat masa pandemi tapi saat normal juga sudah dipersiapkan sehingga apa pun kondisinya mampu beradaptasi dengan baik. Pemaparan materi dan penyampaian diskusi melalui dengan bantuan aplikasi buku warung ini sangat memberikan solusi yang tepat bagi pelaku usaha yang ada di desa Mategal, sehingga adanya penyampaian permasalahan dan solusi atau arahan yang diberikan selama masa pandemi ini memberikan wawasan dan juga langkah kedepannya untuk terus berinovasi dan lebih efisien. Perubahan pemasaran yang dilakukan, pengelolaan keuangan yang sederhana agar bisa dikontrol dan cepat tanggap terhadap isu yang terjadi pada pelaku UKM dalam menjalankan usahanya dengan lebih baik dan praktis.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadly, H. D., & Utama, S. (2020). Membangun Pemasaran Online Dan Digital Branding Ditengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis dan Manajemen*, 5(2), 213-222.
- Muhani, M., Karyatun, S., Hardini, R., & San Sabilah, H. (2020). Strategi Pemasaran Selama Masa Pandemi Covid-19.
- Pasaribu, R. (2021). Optimalisasi media online sebagai solusi promosi pemasaran umkm di semarang pada masa pandemi covid-19. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 1(1), 33-44.
- Susanti, A., Istiyanto, B., & Jalari, M. (2020). Strategi UKM pada Masa Pandemi Covid-19. *KANGMAS: Karya Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 67-74.