

Pengenalan dan Pelatihan Pengelolaan Keuangan dan Pemasaran Digital bagi Pelaku Usaha UMKM di Kecamatan Wonosari Kabupaten Boalemo

Hais Dama

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia

email: haisdama@ung.ac.id

Abstract

The training was carried out within the framework of the 2nd period of Gorontalo State University's KKNT activities in 2022 with the title introduction and training in digital financial management for MSME business actors in Harapan Village, Wonosari District, Boalemo Regency. The method used is in the form of providing training and introduction to business actors in marketing their business products and making records both simply and using digital technology. There were 20 business actors who participated in this activity representing several hamlets in Harapan Village, Wonosari District, Boalemo Regency. The result of the activity is that business actors understand how to market their business products through the availability of websites and Market Places provided by Gorontalo State University. Likewise with training in preparing financial reports both in a simple and digital basis. This training is very useful for business actors in running their business towards advanced, independent and advanced MSMEs.

Keyword: *Digital marketing and financial management; business actors.*

Abstrak

Pelaksanaan pelatihan dilaksanakan dalam rangka kegiatan KKNT Universitas Negeri Gorontalo periode ke 2 tahun 2022 dengan judul pengenalan dan pelatihan pengelolaan keuangan digital bagi pelaku usaha UMKM di Desa Harapan Kecamatan Wonosari Kabupaten Boalemo. Metode yang dilakukan berupa memberikan pelatihan dan pengenalan bagi pelaku usaha dalam memasarkan produk usahanya dan membuat pencatatan baik secara sederhana dan penggunaan teknologi digital. Pelaku usaha yang mengikuti kegiatan ini berjumlah 20 pelaku usaha yang mewakili beberapa dusun yang ada di Desa Harapan Kecamatan Wonosari Kabupaten Boalemo. Hasil kegiatan adalah para pelaku usaha telah memahami bagaimana memasarkan produk usaha mereka melalui ketersediaan website dan Market Place yang disediakan oleh Universitas Negeri Gorontalo. Demikian pula dengan pelatihan penyusunan laporan keuangan baik secara sederhana maupun berbasis digital. Pelatihan ini sangat bermanfaat bagi para pelaku usaha dalam menjalankan usahanya menuju UMKM yang maju, mandiri dan naik kelas.

Kata Kunci: *Pemasaran; pengelolaan keuangan digital; pelaku usaha.*

© 2023 Universitas Negeri Gorontalo

Under the license CC BY-SA 4.0

Correspondence author: Hais Dama, haisdama@ung.ac.id, Gorontalo, and Indonesia

PENDAHULUAN

UMKM merupakan usaha masyarakat yang bertujuan untuk dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat itu sendiri melalui berbagai usaha kreatif yang diciptakan baik berupa produk olahan, kerajinan, dll. Pemerintah saat ini fokus pada bagaimana meningkatkan pertumbuhan masyarakat melalui pemberdayaan masyarakat. Salah satunya adalah melalui program pemberian bantuan kepada masyarakat terutama masyarakat yang memiliki usaha baik produk berupa barang maupun jasa. Sepanjang tahun 2020 sampai dengan 2021 pemerintah telah menyalurkan bantuan kepada para pelaku usaha UMKM akibat adanya pandemic covid-19. Bantuan yang diberikan berupa pembebasan pajak, restrukturisasi hutang bank, serta bantuan lainnya yang bertujuan untuk menyelamatkan usaha demi kesejahteraan masyarakat.

Dewasa ini, para pelaku usaha UMKM diperhadapkan dengan kondisi dimana seluruh sendi kehidupan manusia tidak lepas dari penggunaan Teknologi Informasi (IT). Mulai dari kegiatan transaksi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, sampai dengan kebutuhan lainnya dengan menggunakan perangkat teknologi seperti handphon android. Masyarakat dalam menjangkau yang dibutuhkan sangat mudah dan cepat bahkan boleh dikata juga sangat murah dan mudah. Hal inilah yang menjadi tantangan bagi para pelaku usaha UMKM dalam mendapatkan pelanggan demi melancarkan usaha mereka. Para pelaku UMKM dituntut dan wajib untuk menguasai Teknologi Informasi dalam mengembangkan usaha, mulai dari proses pembuatan produk sampai dengan pemasarannya. Bahkan sampai dengan bagaimana mengelola keuangan usaha juga perlu dikuasai oleh para pelaku usaha agar bisa

mengetahui keuntungan ataupun bahkan kerugian yang dialami secara lebih mudah dan transparan.

METODE PELAKSANAAN

Teknologi / Metode Yang Digunakan

Metode yang dilakukan dalam program KKN tematik ini adalah membangun ini meliputi pemberian pelatihan teknik dan tata cara membuat laporan keuangan dan pemasaran digital bagi pelaku usaha UMKM. teknologi yang akan digunakan adalah dengan emberikan pelatihan aplikasi pemasaran digital dan aplikasi pengelolaan keuangan digital bekerjasama dengan mitra yang memiliki dan professional dalam hal digitalisasi usaha dan digitalisasi keuangan UMKM..

Kelompok Sasaran, Potensi Dan Permasalahan.

Yang menjadi sasaran dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata tematik ini adalah para palaku usaha UMKM di Kexcamatan Wonosari Kabupaten Boalemo Provisni Gorontalo.

Target dan luaran yang akan dicapai dalam pelaksanaan KKN tematik adalah:

- a. Memberikan pelatihan pengelolaan keuangan Digital

Pengelolaan keuangna usaha bagi pelaku dan atau pemilik usaha UMKM saat ini masih sanat sederhana, sehingga terkadang mereka tidak mengetahui apakah dalam menjalankanusaha ini untuk atau malah merugi. Oleh Karena itu perlu dilakukan pelatihan bagaimana mengelola keruangan usaha yang transparan dan akuntabel dengan menerapkan aplikasi pengelolaan keuangan UMKM.

- b. Memberikan pelatihan memasarkan produk usaha UMKM secara digital.

Target capaian ini adalah bagaimana memberikan pembelajaran kepada para pelaku usaha UMKM dalam hal memasarkan produk usahanya secara digital dengan menggunakan aplikasi pemasaran, promosi dll. Hal ini akan memudahkan para pelaku usaha untuk mencapai konsumen atau calon konsumen secara cepat agar lebih kompetitif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ketersediaan dan kesiapan pelaku usaha UMKM terhadap penggunaan teknologi Usaha

Kemajuan usaha UMKM tidak terlepas dari bagaimana kemampuan dari pelaku usaha itu sendiri dari segi Pendidikan dan ketrampilannya. Ada beberapa faktor dalam meningkatkan usaha UMKM seperti:

1. Faktor produk
2. Faktor harga
3. Faktor promosi
4. Faktor saluran distribusi

Dalam konsep strategi pemasaran usaha, selain ke empat faktor tersebut diatas, langkah awal yang perlu dilakukan sebelum melakukan usaha adalah menganalisis siapa yang akan menjadi target dari produk usaha nanti. Selanjutnya menetapkan target yang akan menjadi konsumen tetap untuk dijadikan sebagai target pasar utama, dari penetapan target ini untuk kemudian bisa menentukan *positioning* UMKM tersebut terhadap pesaing.

Kajian tersebut dimulai dari strategi pemasaran dan kajian awal dalam meningkatkan usaha UMKM semuanya tidak lepas dari ketersediaan dan kesiapan SDM itu sendiri. Jumlah UMKM di desa harapan

Kecamatan Wonosari sebagaimana data yang diperoleh berjumlah 270 UMKM dan yang sudah memiliki NIB berjumlah 268 UMKM. Kalau dilihat dari karakteristik usaha, rata-rata usaha UMKM di Desa Harapan Kecamatan Wonosari bergerak dibidang usaha kuliner yakni 86%. Dari sekian jumlah pelaku usaha sebagian besar masih menjalankan usaha secara tradisional baik dalam proses produksi, pemasaran dan administrasi keuangan. Kegiatan pemasaran yang dilakukan selama ini masih bersifat sangat tradisional yaitu memasarkan secara langsung kepada masyarakat, tidak berdasarkan pesanan, dan biasanya hanya dipasarkan melalui penjualan langsung melalui toko-toko kecil. Para pelaku usaha belum memiliki kemampuan baik dalam pemahaman maupun aplikatif bagaimana mempromosikan dan memasarkan produk usaha mereka melalui sistem pemasaran online. Demikian pula dalam hal administrasi keuangan usaha yang selama ini mereka jalani. Rata-rata para pelaku usaha tidak memiliki pencatatan yang jelas terkait dengan penerimaan dan pengeluaran/biaya selama mereka menjalankan usaha.

Penyebab utama adalah kurangnya pemahaman dari para pelaku usaha tersebut dalam penguasaan teknologi utamanya teknologi pemasaran online dan pengelolaan keuangan digital. Tidak hanya itu, banyak para pelaku usaha di Desa Harapan dilihat dari segi tingkat pendidikannya kebanyakan hanya tamatan Pendidikan sekolah menengah pertama dan menengah atas. Usaha yang selama ini mereka jalani, merupakan usaha rintisan dari orang tua.

Pemasaran online bagi pelaku usaha UMKM di Desa Harapan kecamatan Wonosari

Pemasaran online merupakan praktek pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan media teknologi, mulai dari kegiatan promosi

produk menyangkut merek, kualitas dan harga dan cara mendapatkan produk tersebut. Pemasaran online adalah praktik memanfaatkan saluran berbasis web untuk menyebarkan pesan tentang merek, produk, atau layanan perusahaan kepada calon pelanggannya. Metode dan teknik yang digunakan untuk pemasaran online termasuk email, media sosial, periklanan tampilan, optimisasi mesin pencari, dan banyak lagi.

Pelaksanaan pelatihan pemasaran online dilakukan bekerjasama dengan mitra usaha yang selama ini banyak bergerak dalam memasarkan produk secara online, baik dengan menggunakan media social ataupun melalui aplikasi Market place. Pelaksanaan pelatihan diikuti oleh peserta yang terdiri dari para pelaku usaha dan pengurus BUMdes yang ada di Desa Harapan Kecamatan Wonosari Kab. Boalemo yang berjumlah 20 peserta. Materi pelatihan yang diberikan meliputi:

1. Pembuatan website usaha
2. Cara memasarkan produk melalui media pemasaran online seperti blibli, dll
3. Perkenalan aplikasi market place dan cara memasarkan produk melalui aplikasi pemasaran online.
4. Pemanfaatan mobile phone dalam memasarkan produk.

Salah satu model pemasaran online melalui aplikasi *market place* adalah model yang selama ini telah dikembangkan oleh koperasi Ponuwa Mart Universitas Negeri Gorontalo.



Gambar 1
Model aplikasi *market place*

Dalam model aplikasi *Market Place* diatas, peserta diminta untuk dapat menginput produk mereka dalam bentuk gambar kemasan atau gambar produk untuk dipromosikan kedalam directory UMKM dalam aplikasi *Market Place* dimaksud. Sasaran konsumen adalah masyarakat yang tidak melek teknologi dan memahami cara membuka dan belanja melalui aplikasi daring. Dengan pemahaman ini para peserta dapat melakukan dua metode pemasaran yakni melalui pemasaran daring dan luring melalui penjualan langsung.

Pelatihan pengelolaan keuangan digital bagi pelaku usaha UMKM

Pengelolaan keuangan usaha merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan usaha. Tujuannya adalah agar para pelaku usaha mengetahui berapa keuntungan dari kegiatan usahanya dalam satu periode. Periode yang dimaksud disini adalah periode perekapan dan pengecekan apakah selama periode tersebut para pelaku usaha mendapatkan keuntungan atau malah merugi. Selama ini salah satu

kelemahan para pekaku usaha apapun dan dimanapun, adalah dalam hal bagaimana mengelola keuangan usaha mereka dengan baik. Para pelaku usaha banyak yang tidak memiliki pencatatan keuangan yang baik dan benar, sehingga sulit membedakan mana keuntungan usaha dan mana modal usaha.

Fenomena ini yang menjadi latar belakang dilakukannya pelatihan pengelolaan keuangan baik secara manual/tradisional maupun dengan model pengelolaan berbasis aplikasi/modern. Para peserta yang terdiri dari para pelaku usaha diajarkan tata cara pembukuan dan pencatatan dan pelaporan keuangan yang baik dan benar untuk mendapatkan informasi kesehatan usaha melalui kemampuan keuangannya. Para peserta juga diperkenalkan model aplikasi pengelolaan keuangan berbasis digital dengan menggunakan aplikasi pengelolaan keuangan digital/modern.

Salah satu kelemahan utama para pelaku usaha dalam mengaplikasikan pengelolaan keuangan digital adalah lemahnya pemahaman para pelaku usaha dalam hal pembukuan usaha. Selama ini metode pembukuan usaha hanya dilakukan secara tradisional yang hanya menghitung berapa jumlah uang yang keluar dan masuk tanpa melakukan perincian terhadap seluruh biaya dan penerimaan/pendapatan. Dalam kegiatan pelatihan ini para pelaku usaha sangat antusias terutama dalam memahami tata cara pencatatan keuangan yang selama ini bagi mereka sangat tidak mengerti. Pelaporan keuangan dengan penggunaan aplikasi beberapa pelaku usaha sangat memahami dan mengharapkan bantuan narasumber dan para mahasiswa untuk membantu menyusun laporan keuangan mereka secara online.

Sebagaimana yang menjadi sasaran luaran dalam pelaksanaan KKNT periode ke 2 tahun 2022 ini, yakni pemahaman para pelaku usaha

terkait dengan bagaimana memasarkan produk usaha mereka secara *online* melalui aplikasi pemasaran *online* seperti *Market Place* telah tercapai dan sesuai harapan, dimana banyak diantara peserta yang tertarik dan meminta bantuan mahasiswa untuk memasarkan produk mereka, hanya saja salah satu kelemahan lagi adalah dalam hal kemasan. Sebagian besar produk dari para pelaku usaha ini tidak memiliki kemasan yang baik.

Demikian pula dalam pelatihan pengelolaan keuangan berbasis digital, sebagaimana target capaian dalam pelaksanaan KKNT periode ke 2 tahun 2022, telah tercapai, dimana para pelaku usaha memahami metode pembukuan yang benar untuk menyusun laporan keuangan usaha, sehingga mereka memahami kondisi usaha mereka apakah memiliki keuntungan atau malah merugi.

KESIMPULAN

Dari pelaksanaan pengabdian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Penerapan metode pemasaran online dikalangan pelaku usaha UMKM di Desa Harapan Kecamatan Wonosari Kab. Boalemo selama ini masih belum banyak diketahui dan dilaksanakan dengan baik.
2. Para pelaku usaha UMKM di Desa harapan selama ini hanya melakukan penjualan secara tradisional dikarenakan keterbatasan kemampuan dan pemahaman dalam melakukan pemasaran secara online/digital.
3. Para pelaku usaha dalam hal pembukuan masih dilaksanakan secara tradisional sehingga tidak memahami apakah usaha yang

selama ini mereka jalani mendapatkan keuntungan atau malah merugi.

4. Pelaksanaan pelatihan baik itu pemasaran online dan pengelolaan keuangan berbasis digital sangat membantu para pelaku usaha dalam menjalankan usaha mereka dalam menghadapi era digitalisasi usaha saat ini.
5. Para pelaku usaha dan pemerintah desa sangat berharap bahwa kegiatan-kegiatan seperti ini bisa dilakukan secara intensif dalam upaya meningkatkan pemahaman dan tingkat ketrampilan bagi pelaku usaha di desa Harapan untuk lebih maju.

REFERENCES

- Atkinson, A., & Messy, F. (2013). Assessing Financial Literacy in 12 Countries. Indonesia, D.P.R R. (2011).*
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2007). Baby Boomer Retirement Security : The Roles of Planning*
- Measuring Financial Literacy: Questionnaire and Guidance Notes for Conducting an Internationally Comparable Survey of Financial Literacy. (n.d.).*
- Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan T. R. I. (2015). Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2015 Tentang Pendirian, Pengurusan dan Pengelolaan dan Pembubaran Badan Usaha Milik Desa, 1–11. Mishkin, F. S. (2013).*
- The Economics of Money, Banking, and Financial Markets, Global Edition - Tenth Edition, Pearson. (10th Editi). Pearson. Zulbetti, R. (2012). Pengaruh rasio-rasio camel dan faktor-faktor makroekonomi terhadap. Banking & Management Review, 1(Mei 2012), 48–62.*

Kemenkeu. UU Nomor: 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa lembaga keuangan. Keuangan, O.J. (2017). STRATEGI NASIONAL LITERASI KEUANGAN INDONESIA (Revisit 2017).