

## Pembinaan Administrasi Keuangan Dan Pemasaran Digital Pada UMKM Karunia Desa Sawahan Mojokerto

M.Syamsul Hidayat<sup>1</sup>, Toto Heru Dwihandoko<sup>2</sup>, Eny Setyariningsih<sup>3</sup>  
[syamshidayat@gmail.com](mailto:syamshidayat@gmail.com)

<sup>1,2,3</sup>Universitas Islam Majapahit

### ABSTRAKSI

Sebagian besar Pengusaha UMKM dalam pengelolaan perdagangan masih tradisional, sehingga hasil usaha hanya cukup untuk kehidupan sehari-hari dan sebagainya kebutuhan lain. Pembukuan belum tercatat secara tertib, apalagi laporan keuangan yang sederhana bahkan tidak ada. Demikian juga sistem pemasaran yang dilakukan UMKM Karunia Desa Sawahan Kecamatan Mojokerto juga masih jauh dari modern. Di mana pemasaran yang dilakukan masih mengandalkan Pemasaran Tradisional dengan mengandalkan tenaga penjualan. Hal ini menyebabkan Tidak diketahuinya besarnya biaya dan keuntungan serta sistem pemasaran yang baik. Disamping itu juga dalam kondisi ekonomi sekarang ini di era revolusi industri 4.0 dan masa pandemic covid 19 diperlukan pemasaran modern dengan sistem digital. Oleh karena itu diperlukan adanya pengembangan pengetahuan dan ketrampilan agar Usahanya (UMKM) dapat lebih maju dan berkembang dengan memasukkan digitalisasi dan strategi pemasaran digital (digital marketing) diperlukan yang memanfaatkan situs web, blog atau media sosial sebagai Media promosi dan strategi penjualan (Umar et al., 2020)

Guna mengatasi permasalahan tersebut dari Tim Pengabdian Fakultas Ekonomi Universitas Islam Majapahit merancang solusi dengan kegiatan Memberikan pendampingan Pembinaan Administrasi Keuangan dan Pemasaran Digital supaya Mitra mengerti tentang bagaimana sistem keuangan yang baik serta manajemen pemasaran yang baik dengan memanfaatkan teknologi digital (Digital Marketing). Seperti yang dikatakan oleh Kim (2010) "Untuk mengembangkan kapasitas pengetahuan UMKM, Pembelajaran secara teknis pemilik UMKM dan industri harus diperkaya (Kim et al., 2010).

Hal ini dapat berdampak pada peningkatan produktivitas pada Produksi Rengginang UMKM "Karunia" alamat, Desa Sawahan Gang 2, Kec Mojokerto Kabupaten Mojokerto. Diharapkan melalui Pembinaan administrasi keuangan dan Pemasaran digital berpengaruh pada peningkatan pendapatan mereka.

Hasil yang didapat dari kegiatan ini: 1) Laporan keuangan sederhana UMKM. 2) Mitra memahami Pemasaran Digital, Kemudian dengan digital marketing manajemen pemasaran ini diterapkan maka, mitra dapat menambah pelanggan, dan mengatur cara kerja pemasarannya. serta meningkatkan penjualan.

Kata Kunci : Administrasi Keuangan, UMKM, Digital Marketing, Pendapatan

### ABSTRACTION

*Most of the MSME entrepreneurs in trade management are still traditional, so that the results of their business are only sufficient for daily life and some other needs. Bookkeeping has not been recorded in an orderly manner, let alone simple financial reports do not even exist. Likewise, the marketing system carried out by MSME Karunia Desa Sawahan, Mojokerto District is also still far from modern. Where marketing is still being carried out by relying on traditional marketing by relying on salespeople. This causes the amount of costs and benefits to be unknown and a good marketing system to be known. Besides that, in the current economic conditions in Indonesia, The era of the industrial revolution society 4.0 and the COVID-19 pandemic period requires modern marketing with a digital system. Therefore, it is necessary to develop knowledge and skills so that their businesses (MSMEs) can be more advanced and develop by incorporating digitalization and digital marketing strategies (digital marketing). help use websites, blogs or social media as promotional media and sales strategies (Umar et al., 2020)*

*In order to overcome these problems, the Service Team of the Faculty of Economics, Majapahit Islamic University, designed a solution by providing assistance in Financial Administration and Digital Marketing so that partners understand how to have a good financial system and good marketing management by utilizing digital technology (Digital Marketing). As said by Wang (2010), "To develop the knowledge capacity of MSMEs, the technical learning of MSME owners and industry must be enriched (Kim et al., 2010).*

*This can have an impact on increasing productivity in the Rengginang MSME Production "Karunia" address, Sawahan Village Gang 2, Mojokerto District, Mojokerto Regency. It is hoped that through financial administration development, digital marketing funds will have an effect on increasing their income.*

*The results obtained from this activity: 1) Simple financial statements of SMEs. 2) Partners understand Digital Marketing, Then with digital marketing marketing management is implemented, partners can add customers, and regulate how their marketing works, and increase sales.*

**Keywords:** *Financial Administration, MSMEs, Digital Marketing, Income*

## LATAR BELAKANG

Di sebelah Timur wilayah Kabupaten Mojokerto terkenal dengan home industri produksi Rengginang yang dapat ditemukan di Desa Sawahan, Kecamatan Mojosari. Desa ini menyimpan potensi ekonomi pedesaan yang masih sangat natural dengan budaya masyarakat desa yang ramah dan sopan.

Daya tarik lain dari Desa Sawahan yaitu terdapat pasar yang merupakan Salah satu pusat ekonomi Di Kecamatan Mojosari.

Sebagian besar mata pencaharian masyarakat Desa Sawahan adalah perdagangan termasuk salahsatunya adalah sebagai penghasil atau produsen Rengginang. Tingkat pendidikan yang masih rendah menyebabkan pengelolaan perdagangan masih tradisional, sehingga hasil usaha hanya cukup untuk kehidupan sehari-hari dan sebageaian kebutuhan lain. Oleh karena itu di perlukan adanya pengembangan pengetahuan dan ketrampilan agar Usahanya (UMKM) dapat lebih maju dan berkembang. Apalagi ditengah persaingan Usaha dalam kondisi pandemic covid 19, yang mengalami penurunan, sangat diperlukan adanya pengembangan yang berkaitan dengan pembukuan laporan keuangan serta pemasaran dengan tekhnologi modern atau di kenal dengan Pemasaran digital (Digital Marketing)

Secara umum Usaha kecil menengah sebagai salah satu pilar dan strategis dalam proses pembangunan perekonomian masyarakat. Pertumbuhan usaha ini mendapatkan perhatian tersendiri dari beberapa orang yang mempunyai minat memasuki sektor usaha ini. (M. Syamsul Hidayat et al., 2020) Perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia sudah mulai berkembang yang terlihat dari pertumbuhan UMKM yang saat ini terus meningkat dari tahun ke tahun, termasuk di wilayah Kabupaten Mojokerto. Beberapa tahun yang lalu UMKM dalam strategi promosi dan strategi penjualan masih offline dan strategi pemasarannya masih menggunakan iklan dan brosur sedangkan dalam proses penjualannya masih menggunakan lokasi usaha rumah atau toko sebagai tempat pertemuan antara pedagang dan penjual. Pola penggunaan saat ini perlu diubah untuk memasukkan digitalisasi dan strategi pemasaran digital (digital marketing) diperlukan yang memanfaatkan situs web, blog atau media sosial sebagai media promosi dan strategi penjualan. (Umar et al., 2020).

Seperti yang di katakan oleh Kim Et all (2010) "That to develop a SME's (Small Medium Enterprises) knowledge absorptive capacity, the owners of SME's technical and industrial experiences must be enriched. "Untuk mengembangkan kapasitas pengetahuan UMKM, Pembelajaran secara teknis pemilik UMKM dan industri harus diperkaya. (Kim et al., 2010). Ukuran dan umur perusahaan (UMKM) mendominasi kinerja dan lebih penting daripada strategi dan karakteristik kewirausahaan pemiliknya. Memiliki rencana bisnis juga dianggap penting (Blackburn et al., 2013). Bahkan di Negara Inggris, Dalam kondisi pandemic Covid 19, Usaha kecil dan menengah (UMKM) menyumbang 50 persen dari total pendapatan yang dihasilkan oleh bisnis Inggris (Maria Albonico, Ruchi Sharma, 2020).

Kualitas laporan keuangan UMKM tidak berpengaruh terhadap jumlah kredit yang diterima UMKM, hal ini dikarenakan masih rendahnya kualitas laporan keuangan UMKM sehingga perbankan masih meragukan relevansi dan keandalan kualitas laporannya. (Rudiantoro & Siregar, 2012). Prospek implementasi SAK ETAP terhadap peningkatan kualitas laporan keuangan sampai literasi keuangan mungkin memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja dan pertumbuhan UMKM untuk manajer secara umum di Nigeria. (Eniola & Entebang, 2017). Apalagi dengan masih banyaknya Usaha Kecil menengah yang belum melakukan tertib administrasi keuangannya, bahkan kalau pun ada masih tradisional. Sehingga belum mengetahui pasti total biaya bahkan Profit yang di peroleh dari kegiatan usaha yang telah

di melakukannya.

Disamping itu juga dalam kegiatan pemasarannya, cenderung dalam persaingan bisnis saat ini belum menggunakan pemasaran yang modern dan berbasis teknologi digital. Banyak Literatur menunjukkan bahwa digitalisasi dalam berbagai bentuknya berhubungan positif dengan pertumbuhan usaha kecil, kinerja dan daya saing. Pemasaran digital dan media social memberikan peluang bagi usaha kecil untuk menarik pelanggan baru dan menjangkau yang sudah ada pelanggan lebih efisien. Bahkan titik awal digitalisasi, telah terbukti membawa peluang signifikan bagi UMKM (Small Medium Enterprises) seperti mencapai target baru audiens, meningkatkan kinerja dan efisiensi serta meningkatkan pertumbuhan dan daya saing (Galloway, 2007; Shideler dan Badasyan, 2012; Spurge dan Roberts, 2005) (Taiminen & Karjaluoto, 2015)

Rengginang merupakan produk dan termasuk salah satu makanan ringan sebagai hidangan santai (snack) yang digemari oleh masyarakat Indonesia termasuk di Kabupaten Mojokerto. Selera (taste) masyarakat tidak pernah jenuh terhadap makanan Rengginang Mangkok. Segmen Pasar makanan Rengginang Mangkok ini tidak hanya disukai oleh kalangan remaja dan anak-anak, tetapi juga usia tua juga menggemarinya. Untuk memenuhi permintaan konsumen yang selalu meningkat, pengusaha Rengginang dituntut terus meningkatkan produktivitas dan kualitas produknya. Demikian juga dengan UMKM Karunia, Produksi rengginang perkembangan penjualannya mengalami fluktuasi. Apalagi dalam masa pandemi covid 19 ini. Permintaannya kadang mengalami penurunan, ditambah dengan tingkat persaingan produk rengginang yang terus mengalami peningkatan. Pembukuan yang belum tertib serta pemasaran yang masih mengandalkan cara tradisional masih dilakukan oleh pemilik dan pengelola UMKM "Karunia" dalam menjalankan kegiatan usahanya.

### **Permasalahan Mitra**

Dari penjelasan latar belakang tersebut di atas, maka perumusan permasalahan dari kegiatan pengabdian ini adalah :

1. ketidak mampuan mitra dalam pembukuan keuangan yang tertib atau menyusun laporan keuangan sederhana
2. permasalahan Pemasaran adalah mitra masih mengandalkan pemasaran pada tenaga penjual, sehingga belum di peroleh hasil penjualan yang berkembang dan lebih maksimal

### **METODE PELAKSANAAN**

#### **1. Waktu Dan Tempat Pelaksanaan**

Kegiatan Pembinaan dan pendampingan ini di laksanakan di UMKM "Karunia" Desa Sawahan Kecamatan Mojosari Kabupaten Mojokerto. Adapun pemilik dan pengelola dari UMKM Karunia ini adalah Bapak Khusaeri. UMKM ini memproduksi makanan ringan Rengginang. Dimana rengginang yang di produksi terdiri dari 2 (dua) varian rasa yaitu rengginang Asin dan Rengginang Manis. Untuk rengginang manis di buata dari bahan dasar rasa manis berasal dari gula jawa. Dalam kegiatan ini tim pengabdian Fakultas Ekonomi Universitas Islam majapahit yang terdiri dari M.Syamsul Hidayat, Toto Dwiheru Handoko dan Eny Setyariningsih melakukan kegiatan Pembinaan dan Pendampingan administrasi keuangan serta pemasaran digital. Dalam gambar .1 berikut ini terlihat Tim pengabdian bersama dengan Pemilik sekaligus pengelola UMKM Karunia (Bapak dan Ibu Khusaeri).

Gambar 1 : Pembinaan dan Pelatihan pada UMKM Karunia  
(Tim bersama Bapak Khusaeri dan Ibu Pemilik sekaligus Pengelola)



## 2. Sasaran Kegiatan

Adapun yang menjadi sasaran dalam kegiatan pengabdian ini adalah Pengelola UMKM Karunia Desa Sawahan Kecamatan Mojosari Kabupaten Mojokerto. Dimana Sasaran hasil kegiatan yang di harapkan adalah :

- a. Memiliki pemahaman tentang Administrasi Keuangan
- b. Memiliki pemahaman tentang Laporan Keuangan
- c. Memiliki Keterampilan dalam melakukan Pemasaran Online (Digital Marketing)

## 3. Metode

Metode yang di gunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah model Pelatihan, diskusi dan Pendampingan langsung pada UMKM “Karunia”. Adapun Rincian Kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut :

- a. Kegiatan di laksanakan Pada tanggal 14 September 2021 sampai dengan 13 Nopember 2021.
- b. Pelatihan di lakukan dengan cara ceramah dan diskusi dan pendampingan pada Pengelola UMKM Karunia dengan materi :
  - Administrasi Keuangan
  - Pemasaran Digital (Digital Marketing) dan Strategi Promosi

## Target Luaran

### 1. Target

Target dari Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian ini adalah :

- a) Pengelola UMKM “Karunia”. memahami administrasi Keuangan
- b) Pengelola memiliki kemampuan menyusun laporan keuangan sederhana serta Pemasaran digital .

### 2. Luaran

Luaran yang diharapkan adalah Pemilik dan Pengelola UMKM “Karunia”. Desa Sawahan Kecamatan Mojosari Kabupaten Mojokerto adalah :

- a) Pendampingan Penyusunan laporan Keuangan Sederhana
- b) Penyusunan rencana Pemasaran digital UMKM “Karunia”.
- c) Publikasi pada Jurnal Nasional (Pengabdian Masyarakat)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan Pendampingan dan Pelatihan ini telah di ikuti oleh 5 orang Peserta pendampingan dan Pelatihan dan Marketing UMKM “Karunia”. desa Sawahan kecamatan Mojosari Kabupaten Mojokerto yang merupakan pengelola UMKM

“Karunia”.

Dalam kegiatan Pengabdian ini ada beberapa tahap yang dilakukan yaitu :

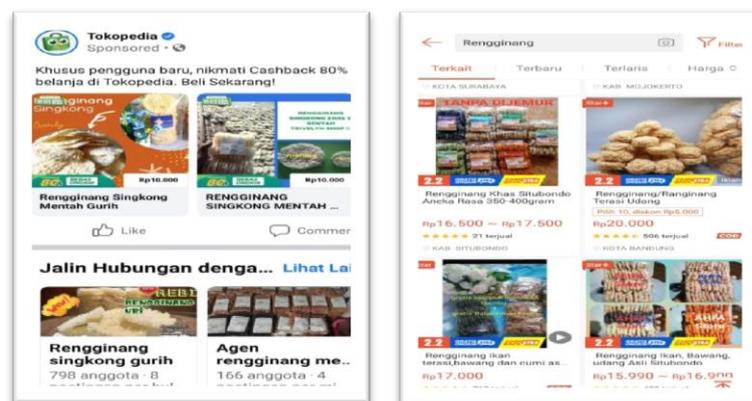
1. Tahap Identifikasi Masalah  
Dalam tahap ini ,tim melakukan identifikasi permasalahan yang berkaitan dengan Administrasi Keuangan serta pemasaran.  
Kegiatan ini dilakukan pada Minggu ke II bulan September 2021 ( 2 hari)
2. Persiapan pendampingan  
Selanjutnya setelah melakukan identifikasi,tim pengabdian melakukan pemetaan permasalahan.ini dilakukan pada Minggu ke III (ketiga)bulan September 2021 ( 1Hari)
3. Pelaksanaan  
Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan pada Minggu ke I bulan Nopember 2021 (3 hari),di mana pada tahap ini dilakukan pelatihan dan diskusi serta pendampingan dalam pemasaran usaha UMKM “Karunia”.Desa Sawahan Kecamatan Mojosari Kabupaten Mojokerto.

### Solusi Program

Solusi dari kegiatan kegiatan ini adalah

- a) Tim Pengabdian melakukan Pembinaan pengelolaan UMKM “Karunia”. Dengan Memberikan pendampingan penyusunan administrasi keuangan UMKM “Karunia”..
  - Administrasi keuangan yang diberikan meliputi kegiatan dalam mengatur keuangan agar sistem keuangan yg terdapat dlm unit usaha UMKM bisa dilakukan dgn baik, yg meliputi cara : merencanakan, menganggarkan, mengelola keuangan, dan membuat laporan keuangan sederhana.
  - Pembuatan Laporan keuangan yg diberikan meliputi cara menghitung harga pokok produksi, membuat laporan laba rugi dan neraca sederhana.
- b) Pendampingan dalam menyusun rencana Pemasaran digital.  
Adapun Pemasaran digital yang diberikan meliputi Pemasaran Online melalui marketplace :Shopee,Tokopedia, dan melalui media sosial anatar lain facebook dan instagramDimana selain pemasaran melalui media tersebut,juga memberikan pendampingan dalam mendesain label (cap) yang baik dari produk UMKM Karunia yang berupa Rengginang agar mempunyai nilai tambah yang lebih baik.

Gambar 2 : Model Platform Pemasaran Digital Rengginang (Market Place)



Gambar 3 : Label Produk Rengginang UMKM “Karunia”



Sebelum Pembinaan

Setelah Pembinaan dan Pendampingan

### EVALUASI dan KEBERLANJUTAN

Dalam kegiatan selanjutnya, Tim pengabdian melakukan evaluasi dan keberlanjutan dengan tujuan untuk melihat perkembangan dari kegiatan pelatihan dan pendampingan yang telah dilakukan terhadap pembinaan administrasi keuangan dan pemasaran digital UMKM “Karunia” di Desa Sawahan Kecamatan Mojosari Kabupaten Mojokerto. Dari hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa Pengelola dapat menyusun laporan Keuangan sederhana serta pemasaran digital mulai dilakukan.

### KESIMPULAN

Dalam kegiatan pendampingan dan Untuk pembinaan administrasi keuangan serta pemasaran digital UMKM “Karunia” Desa Sawahan Kecamatan Mojosari Kabupaten Mojokerto, mitra dapat merasakan manfaat dari adanya kegiatan tersebut. Oleh karena karena Mitra pengelola UMKM “Karunia” memperoleh pemahaman dan pengetahuan tentang penyusunan Laporan Keuangan Sederhana dan Pemasaran Digital. Semua Pengelola sangat memahami bahwa tertibnya administrasi keuangan dan Pemasaran digital merupakan salah satu faktor yang penting dalam keberhasilan peningkatan penjualan. Demikian juga pentingnya pembuatan label dan kemasan yang lebih baik agar Rengginangnya mempunyai nilai tambah (value added) yang lebih baik dalam pemasaran digital.

### DAFTAR PUSTAKA

- Blackburn, R. A., Hart, M., & Wainwright, T. (2013). Small business performance: business, strategy and owner manager characteristics. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. <https://doi.org/10.1108/14626001311298394>
- Eniola, A. A., & Entebang, H. (2017). SME Managers and Financial Literacy. *Global Business Review*. <https://doi.org/10.1177/0972150917692063>
- Kim, M. G., Wang, C., & Mattila, A. S. (2010). The relationship between consumer complaining behavior and service recovery: An integrative review. *International Journal of Contemporary ...* <https://doi.org/10.1108/09596111011066635>
- M. Syamsul Hidayat, Kasnowo, & Tatas Ridho Nugroho. (2020). Market Generic Strategy pada Usaha Warkop Angkringan Berbasis Internet (WiFi) di Kab Mojokerto. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 5(2), 192–199. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v5i2.14865>

- Maria Albonico, Ruchi Sharma, Z. M. (2020). How the COVID-19 crisis is affecting UK small and medium-size enterprises. *McKinsey & Company*.
- Taiminen, H. M., & Karjaluoto, H. (2015). The usage of digital marketing channels in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. <https://doi.org/10.1108/JSBED-05-2013-0073>
- Umar, A., Sugiharto, & Hartanto. (2020). Improving the business performance of SMEs through digital marketing training. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*.