

Pelatihan Manajemen Keuangan dan Strategi Pemasaran di Era “New Normal”

by Lailatul Amanah, Nur Handayani, Siti Rokhmi Fuadati, Susanti

Submission date: 12-Jul-2022 02:27PM (UTC+0700)

Submission ID: 1869563417

File name: 4985-File_Utama_Naskah-4767-1-2-20210828_1.docx (212.55K)

Word count: 2341

Character count: 14443

Pelatihan Manajemen Keuangan dan Strategi Pemasaran di Era “New Normal”

Lailatul Amanah
Nur Handayani
Siti Rokhmi Fuadati
Susanti

nurhandayani@stiesia.ac.id
Aviliasi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya

ABSTRACT

SMEs have potential that can still be developed, both in terms of productivity and competitiveness. In the process, there are several SMEs that can develop and then become successful, but not a few who experience failure and even do not operate. The success of SMEs is influenced by many factors including the ability in financial management, marketing, technology and capital. One of the strategies in marketing products in this pandemic era is through social media. This strategy will make it easier for SMEs to market their products appropriately in order to maintain the continuity of their current and future businesses. The Covid-19 pandemic that occurred in Indonesia had an impact on the economic sector causing consumers to decline, which resulted in a decline in sales transactions. This has a huge impact on SMEs. Therefore, SMEs must be able to manage their finances and look for marketing strategies that are appropriate to the existing situation and conditions. Good SME financial management will help SMEs in managing their finances so that operational activities can run smoothly. With the ability to manage finances and conduct online marketing, it is hoped that SME players can survive the COVID-19 pandemic.

Keywords: *Financing Management, Online Marketing, The Covid-19 Pandemic*

ABSTRAK

UKM berpotensi untuk terus berkembang, dalam hal produktivitas maupun daya saing. Dalam prosesnya, ada beberapa UKM yang dapat berkembang dan kemudian menjadi sukses, namun tak sedikit yang mengalami kegagalan bahkan tak mampu untuk beroperasi lagi. Kesuksesan UKM dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya kemampuan dalam manajemen keuangan, pemasaran, teknologi serta modal. Salah satu strategi dalam memasarkan produk dalam era pandemi ini melalui media sosial. Strategi tersebut memudahkan UKM dalam memasarkan produknya secara tepat guna mempertahankan kelangsungan usaha yang dijalankannya pada saat ini dan masa mendatang. Pandemi Covid-19 sangat berdampak pada sektor ekonomi menyebabkan konsumen menurun, yang berakibat pada menurunnya transaksi penjualan. Hal ini sangat berdampak pada UKM. Oleh karena itu UKM harus mampu mengatur keuangannya serta mencari strategi pemasaran yang sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada. Manajemen keuangan UKM yang baik dapat membantu pelaku UKM dalam mengatur keuangannya sehingga kegiatan operasional dapat berjalan lancar. Dengan kemampuan mengatur keuangan dan melakukan pemasaran on line diharapkan pelaku UKM dapat bertahan dalam masa pandemi covid 19.

Kata kunci: *Manajemen Keuangan, Pemasaran Online, Pandemi Covid-19*

PENDAHULUAN

Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah bentuk usaha perdagangan yang dikelola oleh individu atau badan usaha yang termasuk kriteria usaha dalam lingkup kecil atau mikro. Aktivitas UKM sebagai usaha kecil dapat membantu perekonomian Indonesia, karena melalui UKM

dapat menciptakan lapangan kerja baru, memberi kontribusi terhadap pertumbuhan dan peningkatan kesejahteraan serta meningkatkan devisa negara dengan melalui pajak badan usaha. UKM mempunyai potensi yang masih dapat dikembangkan, baik dalam produktivitas maupun daya saing. UMKM sebagai usaha

1 mandiri yang dikelola oleh masyarakat dengan menciptakan lapangan pekerjaan diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi di suatu daerah (Nugroho dkk, 2020).

Keberadaan UKM dapat berfungsi untuk menciptakan teknologi, produk, dan jasa baru yang dapat menciptakan perubahan serta kompetisi pada pasar. Selain itu UKM juga sangat bermanfaat bagi pelakunya sendiri. Hal tersebut dikarenakan dapat meningkatkan kemakmuran hidupnya. Fenomena yang ada, beberapa UKM dapat berkembang dan kemudian menjadi sukses, namun tak sedikit yang mengalami kegagalan bahkan tak beroperasi lagi. Kesuksesan UKM dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya kemampuan dalam manajemen keuangan, pemasaran, teknologi serta modal.

Guna 1, dkk (2018) menyatakan bahwa hambatan utama yang dihadapi UMKM adalah aspek pemasaran dan sulitnya akses ke lembaga keuangan karena masih banyak pelaku UMKM yang belum menyadari pentingnya pencatatan keuangan dan pembukuan yang benar. Sementara itu Dahlan, dkk (2018) juga menghadapi kendala yang paling sering dialami oleh para pelaku UMKM. Hambatan tersebut adalah masalah penyusunan laporan keuangan, karena tidak semua pelaku bisnis usaha mikro memiliki latar belakang pendidikan akuntansi, dan apabila mengerjakan seorang akuntan masih belum memungkinkan secara finansial. Disamping tidak melakukan pencatatan pembukuan para pelaku UMKM sebagian besar masih mengalami kesulitan dalam menetapkan harga jual yang tepat (Widhiastuti, dkk, 2019). Untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM terutama dalam menghadapi persaingan yang semakin meningkat dibutuhkan pendampingan bagi UMKM (Ardiana, 2010).

Adanya pandemi Covid-19 sangat berdampak pada sektor ekonomi menyebabkan konsumen menurun, yang berakibat pada menurunnya transaksi penjualan. Hal ini sangat berdampak pada UKM. Seiring dengan diberlakukannya "new normal" diharapkan para pelaku usaha khususnya UKM dapat bangkit dan dapat tetap bertahan melakukan usahanya. UMKM dituntut mempunyai strategi yang baru di masa "new normal" ini agar mereka mampu bertahan dan ter 1 berkembang.

UKM Makanan dan Minuman "Manggarsari" merupakan paguyuban UKM yang memiliki 1 potensi untuk berkembang. UKM-UKM tersebut bergerak di bidang produk makanan dan

minuman yang berada di kecamatan Tambaksari Kota Surabaya. UKM ini terdiri dari sekelompok ibu-ibu rumah tangga yang memproduksi beraneka ragam jenis makanan dan minuman antara lain minuman tradisional, sirup, kue, camilan, dan *cathering*. Pembinaan dan pendampingan yang berkesinambungan perlu dilakukan pada UKM yang ada dibawah 1 guiyupan "Manggarsari" agar ukm tersebut dapat berkembang dengan baik dan dapat membantu ekonomi keluarga khususnya dan ekonomi masyarakat pada umumnya terutama di masa "new normal" ini.

Permasalahan yang dihadapi selama ini adalah para pelaku UKM yang ada dibawah paguyupan "Manggarsari" belum terbiasa mengelola keuangannya dengan baik, padahal kedisiplinan dalam mengelola keuangan merupakan kunci dasar agar usaha dapat berkembang. Oleh karena itu maka pendampingan terkait manajemen keuangan perlu dilakukan.

Permasalahan lain yang dihadapi adalah para pelaku UKM di paguyupan "Manggarsari" masih melakukan penjualan secara konvensional yang sulit untuk bisa bertahan dimasa "new normal" ini. Mereka belum memahamai bagaimana mendigitalisasikan produk mereka sehingga mengalami kesulitan untuk memasarkan produk. Salah satu strategi dalam memasarkan produk dalam era pandemi ini melalui media sosial. Strategi tersebut dapat memudahkan UKM dalam memasarkan produknya secara tepat guna mempertahankan kelangsungan usaha yang sekarang dijalankannya dan di masa depan.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan ini adalah metode pelatihan dan pendampingan. Pelatihan dilakukan dengan menyampaikan materi mengenai:

1. Manajemen keuangan usahanya.
2. Pemasaran produk yang menarik dengan sarana media social di masa "new normal"

Pendampingan dilakukan pada proses:

1. Pengelolaan keuangan yaitu mengalokasikan pendapatan untuk kegiatan operasional dan penentuan target laba per produk serta kemungkinan untuk mengajukan tambahan modal ke institusi keuangan atau pemerintah daerah.
2. Membuat akun dan mengelola akun toko online yang ada di Instagram atau *facebook* dan mengupload brosur yang telah dimiliki oleh para pelaku UKM.

3. Adapun identitas UKM yang mengikuti pendampingan manajemen keuangan dan pemasaran *on-line* adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Nama UKM dan Jenis Produk UKM

No	Nama	UKM	Kegiatan/Produk
1	Ross	Kios Jeremy	Catering mamin
2	Efi	Efi'scake	Aneka Cake
3	Santy	SW Collection	Gantungan kunci
4	Sri	Barokah Kusuma Jaya	Thiwul dan Mknan tradisional
5	May	Kacabawjaya	Kacang bawang
6	Aisyah	Ais Food	Kebab, dll
7	Icha	Aqisa	Mamin
8	Dotty	Kangen	Bumbu Pecel
9	Luluk	Nike Zaira	Mamin

Sumber: internal data diolah

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Profil UKM Manggarsari

UKM Manggarsari adalah UKM yang bergerak di bidang makanan minuman dan kerajinan, mereka semua merupakan UKM yang aktif dan selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas baik produksi, pemasaran dan juga pembukuan transaksi keuangan, beberapa UKM ini bahkan telah mendapat penghargaan dari Pemerintah Kota Surabaya dan juga diundang untuk mengikuti pameran produksi ke berbagai wilayah.

b. Lokasi UKM Manggarsari

UKM Manggarsari berada di wilayah kelurahan Pacar Keling, Kecamatan Tambak Sari Surabaya



Sumber: Dokumen Peneliti

Gambar 1
Lokasi Pengabdian

c. Kegiatan Pendampingan

Wawancara dengan topik Manajemen Keuangan, yang dilakukan pada hari Sabtu, tgl 9 Januari

2021, Pukul: 9.00 wib – 10.00 wib adalah sebagai berikut:

1. Bu Dothy

Omset menurun sangat terasa karena yang langganan bumbu pecelnya adalah warung yg pembelinya mahasiswa. Mahasiswanya sekarang libur. UKM masih berjalan walaupun berkurang banyak penjualannya. 2 hari sekali produksinya. Untuk memisahkan uang pribadi dengan uang usaha masih kesulitan. Karena kebutuhan lebih banyak dari pada pemasukan.

2. Kios Jeremi

Penjualan tidak mesti, tetapi untuk produk baceman 2 kali sehari masih produksi. Belum bisa memilah dan memisahkan uang pribadi dengan uang usaha karena penerimaan masih sedikit.

3. Bu Sri Thiwul

Alhamdulillah produk yang laku selang-seling. Kacang bawangnya seminggu sekali dikirim ke Jakarta antara 3-5 kg. untuk thiwulnya sudah banyak pesanan. Tetapi belum bisa memisahkan uang usaha dan uang pribadi. Karena pemasukan hanya dari usaha ini. Jadi uangnya ya campur. Tetapi UKM masih bisa jalan

4. Ais cake

Untuk usaha alhamdulillah jalan bu, tapi untuk memisahkan uang usaha dan uang sendiri ini sering khilaf kalo lihat barang-barang yang di jual online. Pokoknya yang penting masih ada persediaan sudah tenang

5. UKM Zahira

Merupakan UKM baru yang sedang dirintis. Karena pelaku usaha di PHK. Jadi masih menjalankan usahanya dengan uang pribadinya atau tambal sulam.

6. SW Collection

Terus berusaha dengan memitipkan produk ke centra UKM yang ada di jl. Ir. Soekarno/merr, centra UKM yang ada di mayjen sungkono, di siola, di kebun binatang dan ditoko-toko sekitar rumah. Untuk penjualan berkurang tapi masih jalan. Penerimaan dan kebutuhan banyak kebutuhannya bu, jadi belum bisa memisahkan uang usahanya. Masih nyampur

7. Bu May

Belum bisa memisahkan uang usaha dan uang pribadi. Untuk mencatatnya kadang-kadang ga sempat atau lupa. Jadi uang usaha juga menjadi uang pribadi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup.

8. Effis Cake

Tidak bisa memisahkan uang usaha bu, tapi dengan melakukan usaha bisa saya gunakan untuk kredit sepeda motor untuk kulakan bahan-bahan persediaan. Produk utama saya pyah jumbo, tapi roti basah apapun pesanan konsumen saya terima kalo sekarang ini. Kalo dulu nolak-nolak. Tidak melakukan pencatatan tapi semua nota penjualan selalu saya simpan. Saya ga sempat nyatet dan ga sempat ngitung labanya bu. Pokoknya usaha ini bisa buat menutupi kebutuhan rumah tangga bu.

9. Mbak Ica

Pemisahan uang gimana misahinnya bu, wong sumbernya juga Cuma 1 ini dari ukm ini. Jadi ya uang usaha menjadi uang pribadi juga bu, usaha ini saya lakukan dengan anak dan suami. Jadi anggap sajalah hasil usaha merupakan gaji kami setelah memproduksi barang-barang yang terjual.

Wawancara dengan topik Pemasaran Online, yang dilakukan pada hari Sabtu, tgl 9 Januari 2021, Pukul: 10.00 wib – 11.00 wib adalah sebagai berikut:

1. Bu Dothy

Menggunakan media whats app (Wa) sebagai sarana pemasaran karena belum punya akun *facebook*. Masih ada bisa bertahan meskipun omsetnya menurun.

2. Kios Jeremi

Pemasaran melalui instragram dan *facebook* tidak ada yang menanggapi. Kalau lewat grup sering tidak dibaca biasanya langsung dihapus

3. Bu Sri Thiwul

Masih ada pesanan, mengguankan media wa grup. Kemasan terkendala di percetakan yang tutup karena pandemik jadi hanya menggunakan kotak putih polos

4. Ais Food

Masih menggunakan wa grup sebagai media pemasaran. Untuk penjualan masih bisa bertahan. Untuk pemasaran menggunakan media *facebook* susah mulai dilakukan meskipun akun yang dipakai akun anaknya. Sedang mengembangkan usaha sinom *packing* kecil (gelasan)

5. UKM Zahira

Masih terkendala dengan desain kemasan. Selama ini *packing* masih menggunakan plastik biasa tanpa label. Sudah menggunakan wa sebagai media pemasaran

6. SW Collection

Masih berproduksi dengan dititipkan ke beberapa sentra ukm binaan pemkot. Jadi mengguankan pemasaran konvensional. Untuk pemesanan dalam jumlah besar berkurang karena jarang ada *event* atau acara nikahan

7. Bu May

Belum bisa memisahkan uang usaha dan uang pribadi. Untuk mencatatnya kadang-kadang ga sempat atau lupa. Jadi uang usaha juga menjadi uang pribadi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup.

8. Effis Cake

Pemasaran menggunakan media grup. Pesanan masih lumayan dan masih bisa bertahan. Sudah melakukan pengembangan usaha baik di dalam maupun diluar rumah (desertifikasi produk). Selama ini masih kesulitan dalam labeling

9. Mbak Ica

Sudah mengguankan media istragram, tetapi kesulitan dalam menentukan konten yang menarik dengan bahasa gaul yang lagi trend dikalangan anak muda. Sedang mempersiapkan pengurusan BPOM

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan yang dapat diambil dalam pelatihan ini, setelah melakukan wawancara dalam pelatihan manajemen keuangan dan pemasaran on line dapat disimpulkan bahwa:

1. Para pelaku UKM belum bisa memisahkan uang pribadi dengan uang usaha. Kondisi tersebut berdampak terhadap kelangsungan dan kestabilan usahanya. Kondisi tersebut dikarenakan omset penjualan UKM yang sebagian besar belum stabil dan tingkat penjualan yang masih sedikit.
2. Pelaku UKM sudah mulai melakukan pemasaran secara on-line walaupun terbatas pada lingkungan sekitar (komunitas arisan, teman atau tetangga). Dimasa pandemi ini pemasaran online sangat bermanfaat sehingga para pelaku UKM mulai bersemangat untuk memperluas jaringan usahanya walaupun dengan sarana dan prasarana serta kemampuan yang terbatas.

Saran untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan melalui pendampingan pada UKM Manggarsari Kelurahan Pacar Keling, Kecamatan Tambak Sari sebaiknya para pelaku UKM:

1. Melakukan pemasaran secara *online* dengan intensitas lebih sering posting produk mereka sehingga dikenal oleh masyarakat luas, dengan demikian meningkatkan omzet penjualan mereka
2. Mengelola keuangan secara profesional agar stabilitas keuangan usaha lebih baik, yaitu dengan memisahkan dana untuk kegiatan usaha dengan dana pribadi, kecermatan dalam penggunaan anggaran, dan ketertiban dalam pencatatan sehingga usaha bisa berjalan lancar

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pendampingan pengelolaan keuangan telah berjalan lancar, hal ini tidak terlepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini kami menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Nur Fadrijh Asyik, M.Si., Ak., CA selaku Ketua STIESIA Surabaya yang telah memberikan kesempatan, petunjuk, dan motivasi kepada kami sehingga kami bisa melaksanakan kegiatan ini dengan baik
2. Dr. Nur Laily, M.Si selaku ketua LP2M STIESIA Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk melakukan kegiatan pengabdian masyarakat
3. Seluruh pengurus anggota UKM Manggarsari Kelurahan Pacar Keling, Kecamatan Tambaksari yang telah dengan baik dan semangat dalam mengikuti kegiatan pendampingan ini sehingga bisa berjalan dengan baik.

Semoga kegiatan ini banyak memberikan manfaat, baik bagi diri kami, bagi institusi (STIESIA Surabaya), dan juga

bagi UKM Manggarsari Kelurahan Pacar Keling Kecamatan Tambaksari Surabaya

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiana. (2010). Kompetensi SDM UKM dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UKM di Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*.
- Dahlan, T., Murfiah, U., & Indriani, R. (2018). Pelatihan Pembukuan Sederhana bagi UKM Kerajinan Anyam Pandan di Kecamatan Rajapolah, Tasikmalaya. *Jurnal SOLMA*, 7(2), 153-160.
- Gunaedi, J., Nastiti, H., & Wijaya, S. Y (2018) UKMK Pembukuan Akuntansi Sederhana. *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat ISBN : 978-602-73114-5-9* (online)
- Nugroho, L., Hidayah, N., Ali, A., & Badawi, A. (2020). E-Commerce to Improve Homemaker Productivity (Women Entrepreneur Empowerment at Meruya Utara, Kembangan District, West Jakarta, Indonesia). *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 1(1), 13-24. <https://doi.org/10.37680/amalee.v1i01.166>
- Widhiasturi, R., Kardiye., & Farliana, N. (2019). Model Akuntansi Sederhana Bagi UMKM Makanan Kota Semarang. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat* Vol. 3 No.1

Pelatihan Manajemen Keuangan dan Strategi Pemasaran di Era "New Normal"

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

jurnal.unipasby.ac.id

Internet Source

19%

Exclude quotes On

Exclude matches < 100 words

Exclude bibliography On