

LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

**PELATIHAN PEMASARAN DIGITAL DAN ETIKA BISNIS
PADA UMKM BAKUL KEMBANG OFFICIAL
KELURAHAN KEDURUS
KECAMATAN KARANG PILANG
KOTA SURABAYA**



Oleh:

Ketua Pelaksana	: Mochamad Jamil, S.E., M.M.	NIDN : 0718056304
Anggota	: 1. Dewi Mutmainah, S.H.I., M.S.I. 2. Mifyatul Azizah, S.Si., M.Mat. 3. Sheila Salsabila Brilyadita 4. Ananta Ilham Ramadhan	NIDN : 0711068104 NIDN : 0722109402 NPM : 1910212070 NPM : 1910211901

KERJASAMA

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA) SURABAYA**

DENGAN

UMKM BAKUL KEMBANG OFFICIAL

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Judul	Pelatihan Pemasaran Digital dan Etika Bisnis Kepada UMKM Bakul Kembang Official Kelurahan Kedurus, Kecamatan Karang Pilang, Kota Surabaya	
Ketua Pelaksana	:	
• Nama	:	Mochamad Jamil, S.E., M.M. (NIDN: 0718056304)
• Pangkat/Golongan	:	Asisen Ahli/IIIB
Anggota Kelompok	:	
• Anggota I	:	Dewi Mutmainah S.H.I., M.S.I. (NIDN: 0711068104)
• Anggota II	:	Muftiyatul Azizah, S.Si., M.Mat. (NIDN: 0722109402)
• Anggota III	:	Sheila Salsabila Brilyadita (NPM : 1910212070)
• Anggota IV	:	Ananta Ilham Ramadhan (NPM: 1910211901)
Lokasi Pengabdian	:	RT 10/RW, Kelurahan Kedurus, Kecamatan Karang Pilang, Kota Surabaya
Mitra Program	:	
• Wilayah Mitra	:	Kelurahan Kedurus, Kecamatan Karang Pilang, Kota Surabaya
Luaran yang dihasilkan	:	Publikasi Koran dan Publikasi Jurnal
Waktu Pelaksanaan	:	April 2020 - Agustus 2020
Biaya Total	:	Rp 3.550.000,-
• Internal STIESIA	:	Rp 3.550.000,-

Diterima dan Disetujui Oleh :
Ketua LP2M



Dr. Nur Laily, M. Si
NIDN. 0714126203

Surabaya, 27 September 2020
Ketua Pelaksana



Mochamad Jamil, S.E., M.M.
NIDN.0718056304

Ketua STIESIA



Dr. Nur Fauziah Asyik, SE, M.Si, Ak. CA
NIDN.0730117301

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah *Azza wa Jalla*, karena atas rahmat dan karunia-Nya, kami dapat menyelesaikan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai salah satu pengejawantahan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diimplementasi dengan melakukan pendampingan kepada mitra UMKM Bakul Kembang Official selama periode April 2020 sampai dengan Agustus 2020, dengan memberikan pembekalan pelatihan mengenai Pemasaran Digital dan Etika Bisnis.

Pendampingan pengabdian kepada masyarakat kepada mitra UMKM ini dapat berjalan dengan lancar dan baik karena peran serta dan dukungan dari beberapa pihak. Untuk itu, penghargaan dan ucapan terima kasih disampaikan kepada:

1. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya, yang memfasilitasi pengabdian masyarakat sebagai pemenuhan salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi.
2. Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) STIESIA yang telah mengkoordinasikan pelaksanaan kegiatan pengabdian dengan mitra UMKM Bakul Kembang Official Kota Surabaya.
3. Mitra usaha UMKM Bakul Kembang Official Kota Surabaya yang telah meluangkan waktu dan memberikan kesempatan menjadi mitra UMKM dalam pengabdian masyarakat.
4. Mahasiswa pendamping, yang memberikan kontribusi turut serta mengabdikan diri dalam program pengabdian kepada masyarakat.

Akhir kata, semoga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat memberikan kontribusi pengembangan usaha kepada mitra UMKM khususnya dan pembangunan ekonomi mikro masyarakat pada umumnya.

Surabaya, 27 September 2020
Ketua Pelaksana

Mochamad Jamil SE, MM

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	iv
Daftar Lampiran	v
I. Pendahuluan	1
II. Tujuan dan Manfaat Kegiatan Pengabdian Masyarakat	4
III. Metode Pelaksanaan	5
IV. Hasil Dan Pembahasan.	8
V. Simpulan	9
VI. Rekomendasi	9
VII. Ucapan Terima Kasih	10
Daftar Pustaka	11
Lampiran	12

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Tugas Pengabdian Kepada Masyarakat	12
Lampiran 2	Sertifikat Pengabdian Kepada Masyarakat	13
Lampiran 3	Survey Lokasi Mitra UMKM	16
Lampiran 4	Kegiatan Produksi Mitra UMKM.....	17
Lampiran 5	Pelaksanaan Pelatihan Menggunakan Google Meet	19
Lampiran 6	Materi Pelatihan	22

I. PENDAHULUAN

Di era globalisasi sekarang ini, teknologi informasi berperan sangat penting dalam mengembangkan usaha, khususnya kemudahan dalam mengenalkan/mempromosikan produk maupun *brand* kepada publik melalui media digital. Dengan menguasai teknologi dan informasi merupakan modal utama dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang menjadi senjata pokok untuk membangun negara. Perkembangan teknologi informasi memberikan dampak bagi pertumbuhan ekonomi. Semakin mudahnya jalur informasi mengakibatkan pertumbuhan ekonomi yang semakin pesat. Perkembangan Teknologi Informasi (TI) memberikan peluang baru bagi kehidupan perekonomian masyarakat. Kemajuan tersebut sudah tidak ada lagi batasan dalam melakukan perluasan pangsa pasar dalam melakukan pemasaran suatu produk atau jasa yang dimiliki.

Penunjang perekonomian Indonesia terdiri dari banyak aspek, salah satunya adalah industri padat karya. Jumlah penduduk sekitar 267 juta jiwa (Bapenas, 2018) dengan ditunjang letak geografis yang dimiliki Indonesia merupakan nilai tambah yang memberikan keuntungan bagi Indonesia untuk dimanfaatkan dalam pengembangan industri yang berorientasi padat karya yang memanfaatkan ketersediaan sumber daya. Pemerintah terus mendorong kegiatan usaha atau industri yang mampu menyerap padat karya, untuk itu pemerintah akan terus menumbuhkan peran masyarakat dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Jumlah pelaku UMKM di Indonesia sebanyak 64,19 juta atau sebesar 99,9% dari total kegiatan usaha, hal ini berbanding terbalik dengan data pelaku usaha besar yang hanya 5.550 kegiatan usaha, atau angka ini hanya memberikan kontribusi 0,01% dari seluruh kegiatan usaha yang ada di Indonesia. Sedangkan kegiatan usaha yang dilakukan UMKM berkontribusi menyerap tenaga kerja sebanyak 116,98 juta atau setara 97% dibandingkan dengan pelaku usaha besar yang hanya menyerap sebanyak 6,6 juta tenaga kerja atau hanya memiliki kontribusi 3% menampung ketersediaan tenaga kerja. Kegiatan usaha yang dibidani oleh UMKM mampu memberikan sumbangan sebesar 61% dari Produk Domestik Bruto (PDB) selama tahun 2018 (Kementerian Koperasi dan UMKM, 2018).

UMKM merupakan salah satu kekuatan pendorong terdepan dalam pembangunan ekonomi di Negara ini, sehingga sudah selayaknya program-program pembangunan ekonomi seharusnya korelasi dan memiliki keperpihkan kepada UMKM. Sekat-sekat yang menjadi

permasalahan pengembangan UMKM seharusnya diberikan celah untuk keleluasaan terus tumbuh kembangnya UMKM dapat bergerak tanpa ada kendala. Permasalah umum yang lazim dihadapi UMKM khususnya industri kecil makanan dan minuman ringan antara lain permodalan, manajemen produksi, sumber daya manusia, bahan baku, distribusi dan pemasaran.

Menjalankan bisnis tidak lagi mensyaratkan modal yang besar, namun usaha menuntut kelihaihan dalam membaca peluang dalam mengelola dana yang ada, serta kreatifitas dalam memanfaatkan tenaga dan sumber daya yang ada. Perusahaan atau pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya tentu berkeinginan untuk membuat produknya laku terjual. Dalam hal ini, perusahaan akan menghadapi persaingan yang ketat sehingga perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat. Jika dahulu pelaku usaha hanya melakukan transaksi jual beli di dunia nyata, namun kini bisa dilakukan di dunia maya dengan memanfaatkan internet sebagai sarana bekerja membangun dan mengelola bisnis. Hal ini dikenal dengan bisnis *online* yang dapat dijalankan dengan memanfaatkan media internet sebagai sarana bekerja membangun dan mengelola bisnis. Menjalankan bisnis *online* sama halnya dengan menjalankan bisnis biasa hanya saja media yang digunakan berbeda. Bisnis biasa menggunakan asset fisik sedangkan bisnis *online* menggunakan asset digital.

Pada saat ini, wabah virus Corona atau dikenal dengan Covid-19 sudah menyebar di berbagai negara di dunia tanpa terkecuali Indonesia. WHO juga menetapkan bahwa virus Corona merupakan pandemik global yang harus diselesaikan bersama-sama. Penyebaran virus Corona yang mengharuskan aktivitas manusia dilakukan secara *social distancing* akan berdampak pada perlambatan aktivitas ekonomi. Bisnis UMKM menjadi salah satu sektor yang merasakan dampak wabah virus Corona. Pemanfaatan media *Online* atau disebut juga dengan *Digital Marketing* dalam memperluas pangsa pasar sangat dibutuhkan agar UMKM di Indonesia tetap berjalan, karena promosi dan penjualan dapat dilakukan tanpa batasan waktu dan biaya yang rendah. *Digital Marketing* memungkinkan pembeli memperoleh seluruh informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet. Selain itu, penjual dapat memantau dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon pembeli tanpa batasan waktu dan geografis. Media promosi *digital* diharapkan menjadi pilihan yang efektif untuk pelaku UMKM dalam mengembangkan bisnis di saat pandemic Corona karena dapat menjangkau calon *costumer* yang lebih luas dan lebih banyak. Pemasaran menggunakan *digital marketing*

membutuhkan teknik dan strategi pasar yang akan dijalankan serta memahami karakteristik perilaku konsumsi masyarakat yang dapat mudah diketahui dari aktivitas transaksi melalui media digital.

Penelitian yang dilakukan Wardhana (2015), strategi pemasaran digital berpengaruh terhadap keunggulan bersaing secara berurutan mulai dari yang paling dominan yaitu: kemudahan pencarian produk, ketersediaan penawaran khusus, kemampuan mengidentifikasi dan menarik pelanggan baru, ketersediaan informasi produk atau artikel-artikel yang mendukung dan memberikan panduan produk bagi konsumen, kemampuan menciptakan visibilitas dan kesadaran merek, kemampuan penguatan citra merek yang diterima oleh konsumen, ketersediaan tampilan testimonial, ketersediaan sajian informasi terbaru melalui sms-blog, ketersediaan bantuan pelayanan kepada konsumen, ketersediaan komunikasi online dengan pengusaha, ketersediaan dukungan opini online, ketersediaan gambar-gambar pendukung yang dibutuhkan seperti foto-foto atau ilustrasi produk, ketersediaan tampilan video yang mampu memvisualisasikan produk atau presentasi-presentasi pendukung, ketersediaan alat transaksi dan variasi media pembayaran, ketersediaan lampiran dokumen-dokumen yang berisi informasi dalam format pdf, doc, xls, ppt, atau yang lain, dan ketersediaan catatan pengunjung, Strategi pemasaran digital berpengaruh terhadap keunggulan bersaing sebesar 78% sedangkan sisanya 22% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti permodalan, pasokan sumberdaya, dan profesionalitas manajerial. Optimalisasi penggunaan media sosial dan websiteperlu dilakukan mengingat masih terdapat kekurangan pada websitemaupun media sosial yang digunakan UKM seperti kurang informatif, kurang interaktif, dan kurangupdate.

Atas latar belakang tersebut, dalam program pengabdian kepada masyarakat yang merupakan bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi bekerjasama dengan mitra UMKM “Bakul Kembang Official Surabaya”, melakukan pendampingan dan memberikan pelatihan Pemasaran Digital dan Etika Bisnis sesuai dengan prioritas kebutuhan untuk pengembangan usaha. Pelatihan pemasaran digital, dipandang sangat mendesak dibutuhkan untuk membekali mitra UMKM secara efektif memanfaatkan media digital sebagai sarana pengenalan/mempromosikan produknya. Sedangkan pelatihan etika bisnis diberikan untuk memberikan pemahaman kepada mitra UMKM memiliki kesadaran dalam prinsip-prinsip etika bisnis, antara lain:

- a. Prinsip otonomi (kemampuan untuk mengambil keputusan)
- b. Prinsip keadilan (menuntut setiap orang agar diperlakukan adil dan objektif)
- c. Prinsip saling menguntungkan (menuntut semua pihak dapat saling menguntungkan)
- d. Prinsip integritas moral (menuntut agar para pebisnis dapat menjaga nama baik perusahaan)
- e. Prinsip kejujuran (berlaku jujur kepada semua pihak)

Sebagaimana karakteristik UMKM pada umumnya, dalam melakukan pendampingan kepada mitra UMKM Bakul Kembang Official Surabaya juga memiliki beberapa permasalahan yaitu manajemen produksi yang sederhana dan strategi pemasaran yang kurang efektif. Untuk mendorong pengembangan usaha, maka pembekalan pelatihan kepada mitra UMKM Bakul Kembang Official Surabaya dengan cakupan materi sebagai berikut :

Pemasaran Digital	Etika Bisnis
<ul style="list-style-type: none"> • Konsep dasar pemasaran • Komponen Pemasaran Digital • <i>Customer Relations</i> • Kenali Pelanggan • <i>Digital Business Value</i> • Kesuksesan Pemasaran Digital 	<ul style="list-style-type: none"> • Pentingnya Etika Bisnis • Penerapan Etika Bisnis • Etika Bisnis Terhadap Pesaing • Etika Bisnis Terhadap Konsumen dan Pemasuk • Etika Bisnis Terhadap Pemerintah dan Masyarakat

Pendampingan dan pembekalan pelatihan dengan materi tersebut diharapkan mitra UMKM Bakul Kembang Official Surabaya lebih efektif dalam melakukan pengenalan/mempromosikan produknya melalui media digital dengan memahami perilaku/karakteristik konsumsi publik, ditambah pemahaman mengenai pentingnya etika bisnis, tanpa mengorbankan pihak lain dalam berkegiatan usaha.

II. TUJUAN DAN MANFAAT KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Adapun tujuan dan manfaat kegiatan pengabdian kepada masyarakat, adalah sebagai berikut:

1. Tujuan:

Pengabdian masyarakat ini memiliki tujuan antara lain:

- a. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan UMKM Bakul Kembang Official agar kegiatan usaha yang dilakukan lebih tangguh dan mandiri.
- b. Meningkatkan peran UMKM Bakul Kembang Official dalam penciptaan pemerataan pendapatan melalui usaha yang dilakukan.
- c. Memberikan motivasi dan semangat kepada kelompok usaha UMKM Bakul Kembang Official untuk selalu berinovasi dan membuka celah dalam berbagai peluang yang ada di pasar dengan membaca perilaku konsumsi publik dalam transaksi melalui media digital.
- d. Memberikan pengetahuan bagi mitra UMKM Bakul Kembang Official mengenai langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam strategi pemasaran digital dalam rangka mengembangkan pengembangan usaha.

2. Manfaat Kegiatan Pengabdian:

Manfaat yang diharapkan dari pengabdian masyarakat ini adalah:

- a. Terjadinya alih pengetahuan kepada mitra UMKM Bakul Kembang Official mengenai pengembangan dan peningkatan jiwa kewirausahaan (*entrepreneurship*).
- b. Meningkatkan pemahaman dan pengetahuan mengenai strategi pemasaran digital bagi mitra UMKM Bakul Kembang Official dengan tetap menjunjung prinsip-prinsip etika bisnis, tanpa mengabaikan hak pihak lain dalam berkegiatan usaha.
- c. Membantu upaya meningkatkan produktivitas bagi mitra UMKM Bakul Kembang Official.

III. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat kepada mitra UMKM Bakul Kembang *Official* diawali dengan melakukan survey lokasi dalam rangka menggali lingkup dan potensi kegiatan usaha, permasalahan dan pengembangan usaha mitra. Selama interaksi dan diskusi dengan mitra UMKM, pemasaran dan varian produk menjadi fokus yang dibutuhkan dalam pengembangan usaha kedepan. Untuk itu yang menjadi prioritas, yakni memberikan pembekalan strategi pemasaran sesuai dengan karakteristik produk yang dihasilkan. Pelatihan mengenai Pemasaran Digital dan Etika Bisnis merupakan materi yang dibutuhkan untuk membekali mitra dalam membangun dan mengembangkan kegiatan usahanya. Mekanisme pelatihan kepada mitra UMKM dilaksanakan secara 'daring', hal ini dikarenakan masa pandemi Covid-19.

Berikut merupakan rangkaian yang dilakukan selama pendampingan pelaksanaan program pengabdian masyarakat kepada mitra UMKM Bakul Kembang Official, antara lain:

1. Identifikasi Permasalahan

Diskusi dan pendampingan selama pengabdian masyarakat kepada mitra, telah dilakukan identifikasi permasalahan yang dihadapi, antara lain :

a. Bahan Baku Produksi

Bahan baku produksi, diperoleh dengan mudah dari penyedia (*supplier*) yang ada di masyarakat yang dapat dibeli dengan mendatangi atau melalui pembelian berbasis *on-line*, sehingga tidak ada permasalahan terkait dengan ketersediaan bahan baku produksi dalam mendukung kegiatan usaha.

b. Produksi

Seluruh produk yang dihasilkan merupakan produk '*handmade*', sehingga dibutuhkan ketrampilan dan keahlian dalam setiap proses produksinya. Permasalahan produk *handmade* yang sering terjadi yaitu tidak bisa memenuhi pesanan dalam jumlah besar, karena terjadinya ketimpangan keahlian dan ketrampilan dari tenaga kerja yang ada dalam menghasilkan suatu produk. Untuk itu tidak mudah menjadikan produk *handmade* menjadi produk massal, karena membutuhkan pelatihan keahlian dan ketrampilan untuk menyelesaikan sebuah produk *handmade*.

c. Peralatan

Peralatan yang digunakan untuk mendukung proses produksi merupakan alat-alat sederhana, seperti gunting kertas/pita, tang (*wire cutters*), gunting batang (*clippers*), *cutter*, palu, paku, stapler, alat lem tembak, glue gun, selotip, pita, benang, dan lainnya yang mudah tersedia dan didapatkan di berbagai toko terdekat.

d. Pemasaran

Produk yang dihasilkan dipromosikan melalui media digital yang berbasis *on-line*, dengan berbagai *platform*, misalnya memanfaatkan media sosial. Pemasaran yang memanfaatkan media digital sebagai ujung tombak dalam mengenalkan/ mempromosikan produk, maka diperlukan kejelian dalam pemetaan *digital marketing platform yang efektif digunakan sebagai sarana pemasaran produk yang dihasilkan*. Pemasaran digital membutuhkan *content creator* untuk mengemas narasi atau spesifikasi produk, yang akan dituangkan dalam *digital marketing platform, sehingga dapat mengundang minat pembeli*.

e. Penentuan Biaya Bahan Baku

Mitra UMKM dalam menentukan besaran biaya bahan baku dilakukan tanpa ada pendekatan metode tertentu. Sehingga diperlukan pendampingan lanjutan, misalnya dengan memberikan pelatihan mengenai Penentuan Harga Pokok Produksi dan Harga Pokok Penjualan.

f. Penentuan Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi merupakan penggabungan antara biaya tenaga kerja, bahan dalam proses, biaya *overhead*, pemakaian bahan penolong dan pemakaian bahan baku. Dalam menentukan besaran biaya harga pokok produksi mitra UMKM melakukan dengan pendekatan konvensional, hal ini didasari kurangnya pemahaman terkait permasalahan ini, untuk itu perlu diberikan pelatihan mengenai penentuan harga pokok produksi.

g. Penentuan Harga Pokok Penjualan (HPP)

Dalam operasionalnya mitra UMKM kurang memperhatikan dalam menentukan besaran harga pokok penjualan, sehingga hal ini berdampak tidak adanya standarisasi dalam menentukan besaran harga jual produk. Marjin keuntungan dari sebuah produk dengan produk lainnya tidak ada standarisasi, hanya ditentukan secara konvensional.

2. Pelatihan Pemasaran Digital

Pelatihan Pemasaran Digital dilaksanakan pada tanggal 21 Juli 2020 yang dilakukan secara daring, melalui aplikasi '*google meet*' dengan format ceramah dan diskusi. Materi pemasaran digital fokus membahas pada pemanfaatan media digital untuk menginisiasi dan mengedarkan informasi produk yang efektif dan berdampak memberikan nilai tambah dalam pengembangan usaha, sehingga memberikan manfaat ekonomis bagi mitra UMKM.

3. Pelatihan Etika Bisnis

Pelaksanaan pelatihan etika bisnis dilaksanakan setelah paparan materi pelatihan pemasaran digital selesai disampaikan, yakni pada tanggal 21 Juli 2020 dengan format ceramah dan diskusi dengan menggunakan aplikasi '*google meet*'. Untuk mendukung kegiatan usaha mitra UMKM, pemberian materi etika bisnis, diharapkan memberikan pemahaman akan terjaminnya hak dan kepentingan para pihak yang terlibat dalam kegiatan usaha yang dilakukan.

4. Program Pendampingan

Pendampingan dilakukan dengan tujuan membantu mitra UMKM dalam pemberdayaan penguatan organisasi, kelembagaan dan pengembangan usaha yang berkesinambungan untuk

dapat menghadapi kendala atau permasalahan selama melakukan kegiatan usahanya. Selanjutnya pendampingan kepada mitra UMKM dimaksudkan sebagai upaya membantu, mengarahkan, merencanakan strategi pemasaran berbasis digital dalam upaya meningkatkan produktivitas dan daya saing produk yang dihasilkan dengan mengedepankan prinsip-prinsip etika bisnis dalam berkegiatan usaha, tanpa mengorbankan hak pihak lain.

5. Monitoring dan Evaluasi

Tahapan yang penting berikutnya selama melakukan pendampingan kepada mitra UMKM Bakul Kembang Officia adalah melakukan *monitoring* terhadap seluruh aktivitas produksi sampai mekanisme bagaimana produk dipasarkan ke publik. Evaluasi merupakan tahapan akhir dalam rangka memberikan kontribusi kepada mitra UMKM Bakul Kembang Official untuk melakukan langkah perbaikan dari aktivitas pengembangan usahanya. Metode monitoring dan evaluasi kepada mitra UMKM Bakul Kembang Official diawali dengan pengumpulan data dan informasi serta interaksi/diskusi dengan mitra UMKM untuk menggali seluruh aspek kegiatan usaha mitra UMKM. Berdasarkan hal tersebut, selanjutnya dilakukan analisis terhadap aktivitas mitra UMKM, sehingga memberikan output yang dapat dipakai sebagai referensi dalam pengembangan usaha mitra UMKM.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu kegiatan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi adalah melakukan pengabdian kepada masyarakat yang wajib dilakukan oleh dosen sebagai bagian dari masyarakat akademis turut memberikan kontribusi dalam pembangunan ekonomi melalui pembinaan terhadap ekonomi mikro. Kelangsungan untuk tumbuh berkegiatan usaha, mitra UMKM diharapkan menjadi penggerak ekonomi masyarakat marginal merupakan output yang ingin dicapai dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya selalu mengambil peran untuk memberikan kontribusi riil untuk turut membangun ekonomi mikro yang diharapkan mampu menjadi pendorong aktivitas ekonomi yang lebih luas dan berdampak dalam skala nasional.

Rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat bagi mitra UMKM Bakul Kembang Official telah dilaksanakan dalam periode bulan April 2020 sampai dengan Agustus 2020, dengan berbagai kegiatan sebagai berikut :

- a Survey awal dalam rangka identifikasi permasalahan, dilaksanakan pada tanggal 23 April 2020.
- b Pelatihan Pemasaran Digital dan Etika Bisnis yang pelaksanaannya dilakukan secara daring, dengan menggunakan aplikasi *goggle meet*, diselenggarakan pada tanggal 21 Juli 2020.
- c Monitoring dan Evaluasi, dilakukan secara berkala dan berkesinambungan selama pendampingan melalui saluran komunikasi, sebagai akibat dari pandemi Covid-19, namun demikian tidak mengurangi kualitas dalam pendampingan kepada mitra UMKM.

V. SIMPULAN

Selama pelaksanaan kegiatan program pengabdian masyarakat kepada mitra UMKM Bakul Kembang Official, yang didahului kegiatan survey lokasi dalam rangka menggali dan mengidentifikasi permasalahan, serta selama periode pendampingan sampai dengan melakukan monitoring dan evaluasi, berikut merupakan kesimpulannya :

1. Produksi, setiap produk yang dihasilkan didasarkan atas order yang diterima melalui media digital berbasis *platform* media sosial yang dibangun. Perencanaan produksi dilakukan secara konvensional, kurang adanya perencanaan yang sistematis dalam proses produksi, misalnya ketersediaan bahan baku hanya didasarkan atas produk yang sedang dalam pemenuhan order.
2. Pengembangan usaha, perlu terus menempa kemampuan berkreasi dengan mengikuti pelatihan-pelatihan kreativitas berbasis produk '*handmade*' sebagai karakter produk yang telah dibangun oleh mitra UMKM selama ini.
3. Pemasaran, media digital merupakan ujung tombak media yang dipakai sebagai sarana mengenalkan dan mempromosikan produk cukup efektif memberikan dampak terhadap nilai penjualan, hal ini didukung oleh promosi-promosi yang dilakukan secara berkala melalui media sosial yang dijadikan *platform* sebagai media promosi produk.

VI. REKOMENDASI

Selama melakukan pendampingan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat kepada mitra usaha UMKM Bakul Kembang Official, melalui interaksi dan diskusi terkait strategi pengembangan usaha, pendalaman mengenai pemasaran digital dan pentingnya memegang prinsip-prinsip etika bisnis dalam berkegiatan usaha, menjadi prioritas kebutuhan mitra UMKM. Untuk itu pelatihan Pemasaran Digital dan Etika Bisnis diberikan untuk memberikan bekal mitra UMKM dalam strategi pengembangan promosi yang efektif dan efisien melalui pemanfaatan media digital serta perlunya pemahaman prinsip-prinsip etika bisnis dalam interaksi dengan para pihak, tanpa mengorbankan hak-hak pihak lain dalam berkegiatan usaha.

Dari hasil selama pendampingan dan interaksi serta diskusi dengan mitra UMKM Bakul Kembang Official, berikut sumbang saran rekomendasi yang dapat ditindaklanjuti, yakni :

1. Varian produk, perlu diversifikasi produk dengan memperkaya varian produk, hal ini dimaksudkan untuk menghindari siklus jenuh suatu produk, namun tetap menonjolkan ciri kas sebagai produk '*handmade*' yang berkualitas yang sudah menjadi '*brand*' yang dibangun selama ini.
2. Perlu pembekalan mengenai penetapan harga pokok penjualan, sehingga mitra UMKM dapat menentukan perhitungan harga pokok produksi dan memahami berapa besaran harga pokok penjualan. Untuk itu kedepan perlu terselenggara pelatihan yang membekali mitra UMKM mengenai penetapan harga pokok penjualan.
3. Produk yang dikenalkan/dipromosikan melalui konten media digital yang berbasis *platform* media sosial perlu sentuhan desain yang memiliki nilai jual tinggi atau mengundang minat pembeli, untuk itu mitra UMKM perlu pembekalan mengikuti pelatihan desain produk untuk meningkatkan volume penjualan.
4. Perlu memperluas jaringan pemasaran dengan memanfaatkan *platform* lainnya, namun mengacu pada ranking pengguna *platform* media sosial yang paling banyak digunakan publik, mengetahui perilaku konsumsi publik melalui transaksi e-commerce, melakukan pengenalan/promosi produk melalui media digital yang paling populer digunakan (*most visited websites*), atau promosi melalui email, dan lain sebagainya.

5. Perlu adanya kesinambungan program kegiatan sejenis yang diintegrasikan dengan lintas kepentingan, sehingga mitra UMKM akan mendapatkan manfaat yang menyeluruh sesuai dengan cakupan usaha UMKM.

VII. UCAPAN TERIMA KASIH

Kontribusi dari berbagai pihak telah memberikan kemudahan, kelancaran dan suksesnya pelaksanaan pelaksanaan program pengabdian masyarakat yang bagi dosen sebagai perwujudan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Untuk itu penghargaan yang tulus serta ucapan terima kasih yang tidak terhingga kepada :

1. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya, yang memfasilitasi pengabdian masyarakat sebagai pemenuhan salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi.
2. Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) STIESIA yang telah mendampingi dan mengkoordinasikan kegiatan pengabdian dengan UMKM di Surabaya.
3. Mitra usaha UMKM Bakul Kembang Official yang telah meluangkan waktu dan dan memberikan kesempatan menjadi mitra dalam pengabdian masyarakat.
4. Mahasiswa pendamping, yang memberikan kontribusi turut mengabdikan diri dalam pengabdian kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan Husada Putra, Peran UMKM dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora, *Jurnal Analisa Sosiologi* Oktober 2016, 5(2): 40-52
- Chaznin R. Muhammad, Asep Nana Rukmana, dan Reni Amaranti, Model Manajemen Produksi Tepat Guna Pada UKM Sektor Makanan Ringan Dengan Kriteria Zero Inventory, *Prosiding SNaPP2011 Sains, Teknologi, dan Kesehatan*, ISSN:2089-3582
- Jauhari, J. 2010. Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan e-Commerce. *Jurnal Sistem Informasi*. 2(1).159-168
- Kautsarina. (2013), "Pemasaran Elektronik Melalui Aplikasi Jejaring Sosial", *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*.17(2). 135-148.
- Kompasiana.com "Pentingnya Prinsip Etika Bisnis dalam Sektor UMKM", <https://www.kompasiana.com/nandiseptian7327/5b38f7c7ab12ae66ff4ff232/pentingnya-prinsip-etika-bisnis-dalam-sektor-umkm>.

Lila Bismala, Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah, Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship, Volume 5, Nomor 1, Maret 2016

Materi Presentasi Program Inovasi Dinas Pengendalian Penduduk, Pembedayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Pemerintah Kota Surabaya. <https://organisasi.surabaya.go.id/home/file/pelayanan%20publik/masuk%20web/pahlawan%20ekonomi%20&%20pejuang%20muda.pdf>

Wardhana Aditya, Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia, Prosiding Seminar Nasional, ISBN: 978-602-17225-4-1, Forum Keuangan dan Bisnis IV, 2015

LAMPIRAN 1

SURAT TUGAS PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA STIESIA

DEPARTEMEN (Departemen)
Manajemen Perencanaan
& Akuntansi

STRATA I (Sarjana)
Manajemen
& Akuntansi

STRATA II (Sarjana)
Manajemen
& Akuntansi

STRATA III (Sarjana)
Manajemen
& Akuntansi

INSTITUSI PROGRAM
AKREDITASI
(Terakreditasi)

Jalan Menur Puspawati 30 Pasuruan 69118 W 0321 842200, 842201, Sidoarjo, Telp. 0321 842200
Website: www.stiesia.ac.id E-mail: stiesia@stiesia.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: A.28/In/01.6b/IV/2020

Tanggal 09 April 2020

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya memberikan tugas kepada:

Nama : 1. Mohammad Jamil, S.E., M.M.
2. Dewi Mutmainah, S.H.I., M.S.I.
3. Muftiyatul Azizah, S.Si., M.Met.
4. Sheila Salsabila R. NPM: 1910212070
5. Ananta Ihsan R. NPM: 1910211901

Alamat : Jalan Menur Puspawati 30 Surabaya

Jabatan : 1. s.d. 3. Dosen
4 s.d. 5. Mahasiswa

Tujuan : UHKM Bukal Kambing Kel. Kedurus Kec. Karang Pilang
Kota Surabaya

Kepentingan : Meningkatkan pengabdian masyarakat

Materi : Pelatihan Pemasaran Digital dan Etika Bisnis

Periode/waktu : April s.d. Agustus 2020

Biaya tugas : LP2M

Kendaraan : Non Dinas

Catatan:

Sebelum melaksanakan tugas mohon menyerahkan laporan kegiatan ke LP2M.
Demikian Surat Tugas ini diterbitkan untuk dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab.

Ketua STIESIA,

Dr. Nur Fadrih Ayyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

Terdapatnya Yth:
1. Ketua Penyelenggara
2. Wakil Ketua I
3. Kepala Sag. Keuangan
4. Kepala LP2M



LAMPIRAN 2
SERTIFIKAT KEGIATAN





STIESIA



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA

Dewi Mutmainah, S.H.I., M.S.I.

Atas Partisipasinya Sebagai Narasumber Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, Pelatihan dan Pendampingan Pada Baku Kembang Official Kelurahan Kedurus Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya
Pada Bulan April - Agustus 2020

Kelua STIESIA Surabaya



Dr. Nur Fadiah Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.



STIESIA



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA

Muftyatul Azizah, S.Si., M.Mat.

Atas Partisipasinya Sebagai Narasumber Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, Pelatihan dan Pendampingan Pada Baku Kembang Official Kelurahan Kedurus Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya
Pada Bulan April - Agustus 2020

Ketua STIESIA Surabaya

Dr. Nur Fadhlisyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

LAMPIRAN 3
SURVEY LOKASI MITRA UMKM



Rapat koordinasi rencana pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan mitra UMKM
Bakul Kembang Official

LAMPIRAN 4
KEGIATAN PRODUKSI MITRA UMKM



Proses produksi untuk memenuhi order pelanggan



Proses produksi sesuai pesanan pelanggan



Proses finishing produksi sebelum dikirim ke pelanggan

LAMPIRAN 5

PELAKSANAAN PELATIHAN MENGGUNAKAN GOOGLE MEET

moch jamil sedang melakukan presentasi 09.10

STIESIA **48**

Pemasaran Digital...

- Kegiatan pemasaran atau promosi sebuah *brand* / produk yang menggunakan saluran digital seperti mesin pencari, media sosial, email dan website
- Kesuksesan pemasaran digital ditentukan oleh strategi saluran digital yang terhubung dengan pelanggan
- Komponen digital marketing:
 - Website
 - Search Engine Marketing
 - Social Media Marketing, edarkan *flatfom* melalui media sosial
 - Online Advertizing, media promosi melalui internet berbayar
 - Email Marketing, informasi terbaru promosi produk by email
 - Vidio Marketing, sarana jelaskan profil *brand*, produk, bisnis

Detail rapat

moch jamil sedang melakukan presentasi

moch jamil sedang melakukan presentasi 09.15

STIESIA **48**

Dunia Dalam Genggamannya....

Produk/jasa mudah dicari melalui media digital:

- **Search Engine:** Google, Bing, AOL, Yahoo!, DuckDuckGo, Baidu, Sogou, EuroFerret, Mijao, Soso, 360Search, Baidu, Abau, Lycos, 360, 360
- **Social Media :**

moch jamil sedang melakukan presentasi

moch jamil sedang melakukan presentasi

09.16

4,8 Milyar Pengguna Internet

Internet Users Distribution in the World - 2020 Q1

Region	Percentage
Asia	46.3%
Europe	15.3%
Africa	11.5%
Lat Am / Caribe	14.9%
North America	7.8%
Middle East	3.3%
Oceania / Australia	9.8%

Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/stats.htm
 Basis: 4.574.150.124 internet users in March 3, 2020
 Copyright © 2020, Miniwatts Marketing Group

INTERNET USAGE STATISTICS
The Internet Big Picture
 World Internet Users and 2020 Population Stats

moch jamil sedang melakukan presentasi

09.22

- ▶ Data We Are Social, RI adalah negara dengan adopsi ecommerce terbesar di dunia, 88% dari seluruh pengguna internet yang ada di Indonesia
- ▶ Data Digital 2020, menunjukkan setidaknya ada 8 dari 10 orang pengguna internet dalam satu bulan membeli produk/jasa secara online paling tidak satu kali
- ▶ Indonesia lebih unggul dibandingkan dengan negara-negara yang sudah lebih maju terkait jual beli daring seperti Amerika Serikat atau Cina.

moch jamil sedang melakukan presentasi

09:23

STIESIA **48**

175,4 Pengguna Internet

JAN 2020 **OVERVIEW OF INTERNET USE**
PERCENTAGE OF PEOPLE USING THE INTERNET, AND HOW MANY HAVE BEEN ONLINE LAST YEAR FOR THE FIRST TIME EVER

Metric	Value
TOTAL NUMBER OF PEOPLE USING THE INTERNET	175.4 MILLION
INTERNET PENETRATION RATE AMONGST THE POPULATION	64%
ANNUAL INCREASE IN THE NUMBER OF PEOPLE USING THE INTERNET	+17% (+95 MILLION)
AVERAGE DAILY TIME SPENT USING THE INTERNET (COMPARED AT PREVIOUS YEAR)	7H 59M

Participants: Anda, Ananta Hanan, moch jamil, Iyza Saniya, Salwa Shella, zulfia ruffiah, Khansa Khanum..., Iyza Utamiyah a..., Abidzar Gaffar

moch jamil sedang melakukan presentasi

09:27

STIESIA **48**

Social Media Platforms

JAN 2020 **MOST-USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS**
PERCENTAGE OF PEOPLE USING EACH PLATFORM BY THE MOST

Platform	Percentage
Facebook	54%
WhatsApp	48%
Twitter	47%
Instagram	45%
YouTube	38%
LinkedIn	35%
Skype	32%
Zoom	28%
Slack	25%
Telegram	22%
Discord	18%
Nextdoor	15%
Other	12%

Participants: Anda, Ananta Hanan, moch jamil, Iyza Saniya, Salwa Shella, zulfia ruffiah, Khansa Khanum..., Abidzar Gaffar, dewi maulana clearing

moch jamil sedang melakukan presentasi

09:39

ETIKA DAN PRINSIP BISNIS

Tim Pengabdian kepada Masyarakat
LP2M STIESIA Surabaya

STIESIA 48th



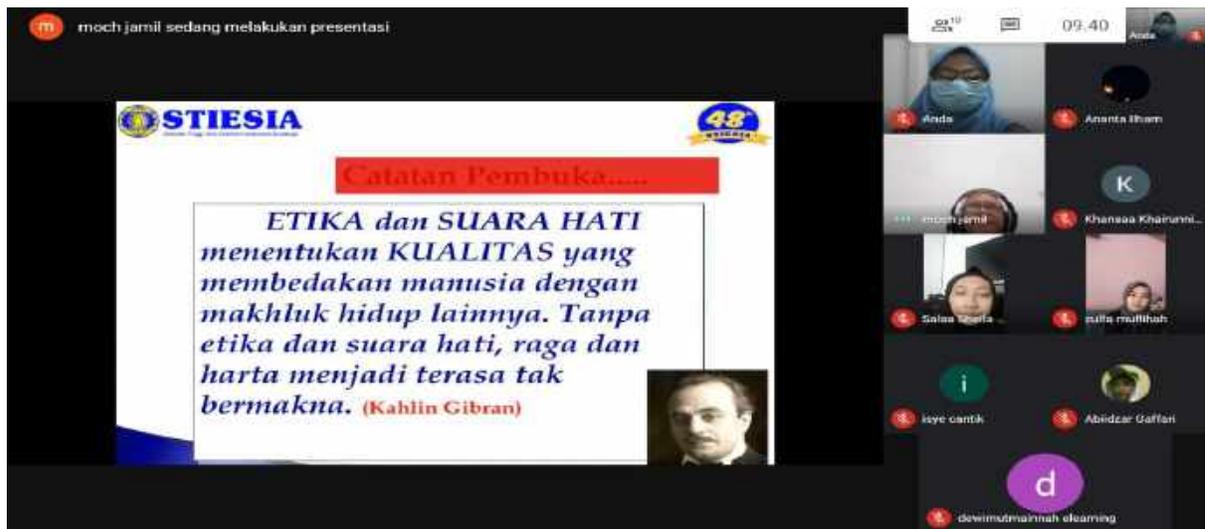
moch jamil sedang melakukan presentasi

09:40

STIESIA 48th

Catatan Pembuka.....

ETIKA dan SUARA HATI menentukan KUALITAS yang membedakan manusia dengan makhluk hidup lainnya. Tanpa etika dan suara hati, raga dan harta menjadi terasa tak bermakna. (Kahlil Gibran)



moch jamil sedang melakukan presentasi

09:45

STIESIA

CONTOH MASALAH ETIKA BISNIS TERHADAP PESAING:

- ▶ Penggunaan "nama dagang" tanpa ijin
- ▶ Menjelek-jelekkan pesaing di hadapan pelanggan
- ▶ Merekrut karyawan pesaing dengan janji imbalan lebih tinggi
- ▶ Membeli seluruh produk pesaing yang ada di pasar, kemudian mengedarkannya kembali dalam keadaan rusak
- ▶ Menjelek-jelekkan produk pesaing (secara tidak langsung) melalui tayangan iklan.

Anda, Risa Nurani, Iyke cantik, Solisa Dharma, zulfah malikhah, K, Khansa Khatun..., Alidzar Gaffar, Ananta Iham

LAMPIRAN 6

MATERI PELATIHAN



STIESIA

Pemasaran Digital...

- Kegiatan pemasaran atau promosi sebuah *brand/* produk yang menggunakan saluran digital seperti mesin pencari, media sosial, email dan website
- Kesuksesan pemasaran digital ditentukan oleh strategi saluran digital yang terhubung dengan pelanggan
- Komponen digital marketing:
 - Website
 - Search Engine Marketing
 - Social Media Marketing, adakan *platform* melalui media sosial
 - Online Advertising, media promosi melalui internet berbayar
 - Email Marketing, informasi terbaru promosi produk by email
 - Video Marketing, sarana jelaskan profil brand, produk, bisnis

STIESIA 48

Pemasaran Digital...

Kelebihan:

- **Kecepatan Penyebaran**
Penyebaran Informasi brand / produk secara *realtime* diterima pelanggan secara cepat melalui penggunaan media digital.
- **Jangkauan Luas**
Penyebaran brand / produk dapat melewati batas-batas geografis dengan memanfaatkan media Internet.
- **Murah dan Efektif**
Lebih murah dan efektif dibandingkan dengan pemasaran tradisional. Survey menunjukkan bahwa 28% pengusaha kecil akan berpindah ke digital karena terbukti lebih efektif
- **Membangun Brand**
Eksistensi dunia maya akan memudahkan menemukan keberadaan brand / produk.

STIESIA 48

Pemasaran Digital...

- **Digital marketer** yang baik perlu memiliki pemahaman yang jelas tentang bagaimana sebuah kampanye pemasaran *brand* produk dijalankan.
- **Konten** merupakan inti dari digital marketing
- Menulis dan editing lebih dari sekedar upaya memproduksi artikel untuk blog dan *landing page*. *Landing page*, halaman yang memiliki tujuan strategi pemasaran dan berisi informasi detail dan spesifik tentang *brand/produk*, jasa yang ditawarkan
- Merupakan laman yang dikhususkan untuk mindset marketing

STIESIA 48

Customer Relations...

- Merupakan keahlian lain yang harus dimiliki seorang digital marketing
- Mampu **berinteraksi dan memahami** keinginan pelanggan. Ini sangat membantu meningkatkan kedekatan emosional antara customer dengan brand.
- **Empati**, kemampuan untuk merasakan apa yang dirasakan, dan dibutuhkan customer.
- **Keterampilan komunikasi**, setiap customer memiliki karakter dan teknik bisnis yang berbeda. Diperlukan strategi bagaimana berkomunikasi yang baik dengan karakter customer yang berbeda.

STIESIA 48

Digital Marketer...

- **Skill Desain**
Harus memperhatikan tampilan visual yang menarik, dan memahami cara membuat konten visual yang baik
- **Paham Media Sosial**
Media sosial telah berkembang sebagai platform mengakomodasi kebutuhan untuk menjangkau customer, cara beriklan, posting, membuat tagar, akun bisnis, dan lain sebagainya.
- **Email Marketing**
email marketing masih dipandang sebagai salah satu cara paling efektif untuk merawat hubungan baik antara brand dan customer

STIESIA 48

Digital Marketing...

- Era digital tidak hanya berpotensi menjadikan customer yang besar di pasar dunia, tetapi juga berpotensi untuk menjadi *powerhouse* bagi ekonomi digital dunia
- Perkembangan teknologi internet dan digital terus melesat tinggi berusaha untuk memenuhi kebutuhan secara global
- Negara-negara berlomba-lomba untuk bisa meningkatkan penetrasi internet dan meningkatkan kualitas konektivitasnya.

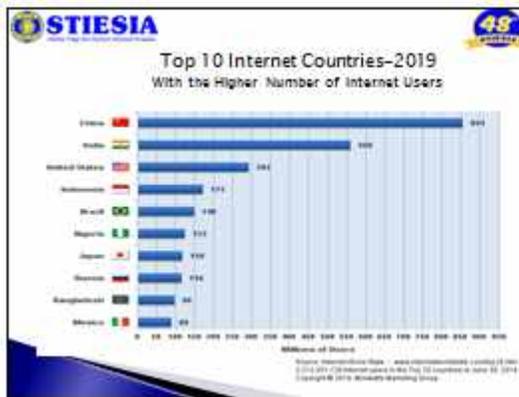
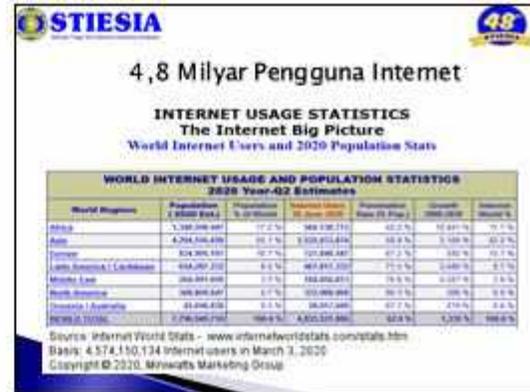
STIESIA 48

Dunia Dalam Genggaman...

Produk/jasa mudah dicari melalui media digital:

- **Search Engine:** Google, Bing, Yahoo!, DuckDuckGo, Baidu, Ask.com, AOL, MSN, EuroFerret, Ask.com, Yahoo!, Bing, DuckDuckGo, Baidu, Ask.com, AOL, MSN, EuroFerret
- **Social Media:** Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, YouTube, etc.



- STIESIA** 48
- 4,8 milyar penduduk dunia pengguna internet, Indonesia ranking 4 sebagai pengguna internet: 171 juta penduduk
 - Sekitar 56% atau 2,42 milyar di antaranya sudah mendapatkan akses internet dan sekitar 2,14 milyar penduduk telah menggunakan sosial media.
 - Dalam satu tahun terakhir, penetrasi internet total telah tumbuh 9,2 persen. Sementara penggunaan sosial media meningkat sebesar 9,8 persen dalam rentang Januari 2019 hingga Januari 2020.

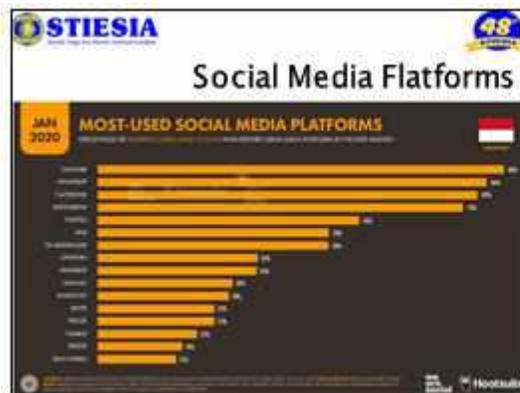
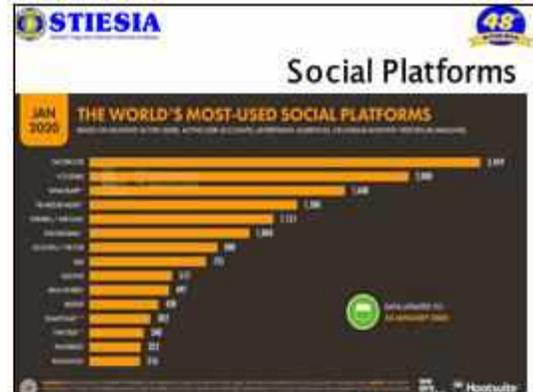
- STIESIA** 48
- ▶ Penetrasi internet di Indonesia masih berada di angka 64 persen dengan total pengakses kira-kira sebesar 174 juta orang.
 - ▶ Menempatkan Indonesia sebagai salah satu negara dengan populasi pengguna internet terbesar di dunia
 - ▶ Indonesia berada di peringkat tiga dengan pertumbuhan populasi yang mengakses internet sebesar 17 persen dalam satu tahun terakhir. Angka ini sama dengan 25,3 juta pengakses internet baru dalam setahun.

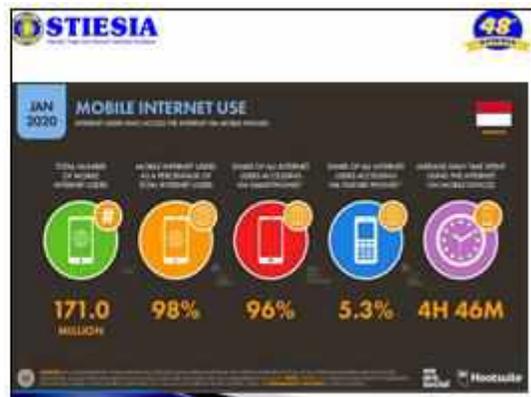
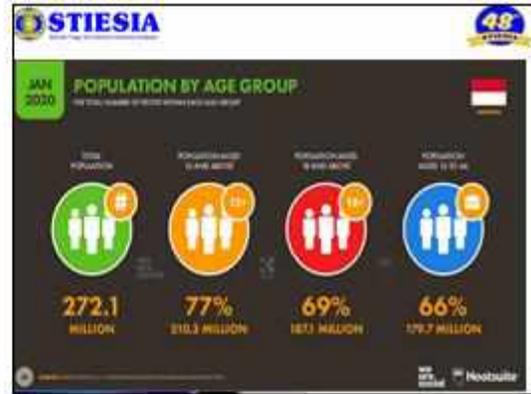
- STIESIA** 48
- ▶ Penetrasi internet di Indonesia masih berada di angka 64 persen dengan total pengakses kira-kira sebesar 174 juta orang.
 - ▶ Menempatkan Indonesia sebagai salah satu negara dengan populasi pengguna internet terbesar di dunia
 - ▶ Indonesia berada di peringkat tiga dengan pertumbuhan populasi yang mengakses internet sebesar 17 persen dalam satu tahun terakhir. Angka ini sama dengan 25,3 juta pengakses internet baru dalam setahun.

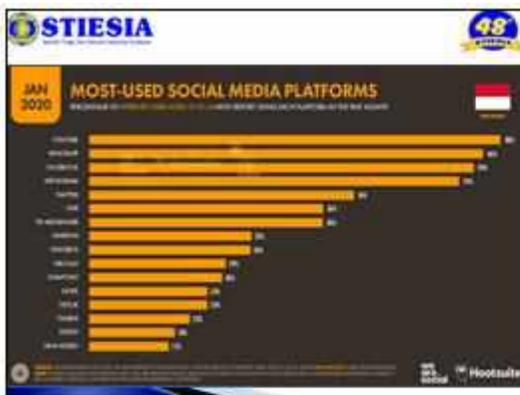
STIESIA 48

- Data We Are Social, RI adalah negara dengan adopsi ecommerce terbesar di dunia, 88% dari seluruh pengguna internet yang ada di Indonesia
- Data Digital 2020, menunjukkan setidaknya ada 8 dari 10 orang pengguna internet dalam satu bulan membeli produk/jasa secara online paling tidak satu kali
- Indonesia lebih unggul dibandingkan dengan negara-negara yang sudah lebih maju terkait jual beli daring seperti Amerika Serikat atau Cina.











Business Value Penggunaan Medsos Bagi UMKM

- ▶ Terciptanya saluran pemasaran berkelanjutan;
- ▶ Kenaikan pendapatan jangka pendek dan penjualan jangka panjang;
- ▶ Penurunan biaya advertising hingga 70%
- ▶ Reduksi biaya pemasaran secara keseluruhan;
- ▶ Terciptanya *competitive advantage*
- ▶ Kemudahan promosi lintas platform medsos
- ▶ Peningkatan popularitas merek dan produk
- ▶ Pengenalan organisasi atau perusahaan ke publik

Stockdale, Ahmed, dan Scheepers (2012)

Kelemahan Digital Marketing...

- ▶ Brand/produk mudah ditiru oleh kompetitor
- ▶ Dapat disalahgunakan oleh pihak pihak tidak bertanggung jawab;
- ▶ Reputasi menjadi tidak baik ketika ada respon negatif;
- ▶ Belum terbangun kepercayaan melakukan transaksi *e-commerce*

STIESIA 48

Business Value Penggunaan Medsos Bagi UMKM

- Buat *email account*
- Buat Social Media Account: Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, etc
- Buat Website
- Buat Blog
- Tulis dan update Blog secara rutin
- Maintenance Web secara rutin
- Promosi:
 - Search Engine Optimization (SEO)
 - Iklan
 - Social Media Optimization,
 - Kontes atau Event
 - dll

STIESIA 48

Suksesnya Digital Marketing...

- **Content Marketing**
semua informasi yang menjelaskan review dari produk/jasa yang berupa tulisan, gambar, audio, video, atau animasi.
- **The Customer Journey**
Pahami perilaku customer saat mencari, menimbang, dan membeli produk/jasa
- **Digital Advertising**
Jumlah visitor website atau landing page tergantung dari fanpage yang dibangun pada media digital
- **Social Media Marketing**
Ciptakan strategi campaign di media sosial, brand/produk harus hadir pada media sosial yang paling digemari customer

STIESIA 48

Suksesnya Digital Marketing...

- **E-mail Marketing**
Email merupakan tulang punggung dalam digital marketing. Survey, spesifikasi produk, karakteristik dan interaksi dengan customer via email lebih efektif.
- **Search Marketing**
Melalui *search engine optimization* (SEO), kita bisa mendapatkan *traffic organic* dengan gratis
- **Web Analytics**
Untuk mengetahui keberhasilan traffic dari web yang dibangun, ranking web merupakan indikatornya.
- **Conversion Rate Optimization**
Perlu menyempurnakan strategi digital marketing setiap saat, perbaiki konten, desain website, pilihan kata-kata iklan, etc. **Conversion** ubah visitor jadi subscriber, ubah customer menjadi *advocate* adalah *conversion*. ubah customer jadi promoter.

Terima Kasih



SUCCESS GOING ONLINE

ETIKA DAN PRINSIP BISNIS

Tim Pengabdian kepada Masyarakat
LP2M STIESIA Surabaya

STIESIA 48

Catatan Pembuka...

ETIKA dan SUARA HATI menentukan KUALITAS yang membedakan manusia dengan makhluk hidup lainnya. Tanpa etika dan suara hati, raga dan harta menjadi terasa tak bernakua. (Kahlil Gibran)



STIESIA 48

STIESIA 48

**MANUSIA HARUS
MENGUNAKAN ETIKA DAN
MENDENGAR SUARA HATI
DALAM SETIAP LANGKAHNYA,
TERMASUK SAAT
MENJALANKAN AKTIVITAS
BISNIS**

STIESIA 48

ETIKA...

adalah **pertimbangan moral** untuk memilih antara:

- perbuatan **BAIK** dan **BURUK**
- perbuatan **BENAR** dan **SALAH**
- perbuatan yang **BOLEH** dan **TIDAK BOLEH**.

Bila pertimbangan moral itu dikaitkan dengan aktivitas bisnis, disebut dengan **ETIKA BISNIS**

STIESIA 48

Mengapa Perlu Etika Bisnis ?

Dalam bisnis sering terjadi pertentangan batin para pelaku bisnis, yaitu:

- Pertentangan antara "tindakan" dengan "hasil/akibat".
*Contoh: tindakan **baik**, tetapi akibatnya **buruk**.*
- Pertentangan antara "keputusan" dengan "risiko".
*Contoh: keputusan **baik**, tetapi risikonya **buruk**.*

STIESIA 48

Ethics



FAKTOR ETIKA SANGAT BERPERAN UNTUK MENENTUKAN PILIHAN: BAIK ATAU BURUK

STIESIA 48

Perlu Disadari...

- **ETIKA BISNIS** lebih mengutamakan pertimbangan moral daripada pertimbangan hukum.
- Perbuatan yang benar secara moral belum tentu benar secara hukum.

KITA HARUS BIJAK MENGGUNAKAN PERTIMBANGAN MORAL DALAM MELAKUKAN SUATU PERBUATAN

STIESIA 48

KEPADA SIAPA ETIKA BISNIS HARUS DITERAPKAN?



STIESIA 48

Semua Pihak Perlu Terapkan Etika Bisnis...

- ▶ Pesaing
- ▶ Pelanggan/ Konsumen/ Pembeli
- ▶ Pemasok
- ▶ Kreditor / Pemberi Pinjaman
- ▶ Pemerintah
- ▶ Masyarakat

STIESIA 48

CONTOH MASALAH ETIKA BISNIS TERHADAP PESAING:

- ▶ Penggunaan "nama dagang" tanpa ijin
- ▶ Menjelek-jelekkkan pesaing di hadapan pelanggan
- ▶ Merekrut karyawan pesaing dengan janji imbalan lebih tinggi
- ▶ Membeli seluruh produk pesaing yang ada di pasar, kemudian mengedarkannya kembali dalam keadaan rusak
- ▶ Menjelek-jelekkkan produk pesaing (secara tidak langsung) melalui tayangan iklan.

STIESIA 48

MASALAH ETIKA BISNIS TERHADAP KONSUMEN:

- ▶ Menyembunyikan cacat barang yang dijual
- ▶ Memberikan layanan tidak sesuai dengan yang dijanjikan
- ▶ Diskriminasi layanan terhadap pelanggan
- ▶ Mengurangi ukuran atau timbangan
- ▶ Mengaburkan tanggal kadaluarsa suatu produk
- ▶ Sengaja mengganti uang kembalian dengan produk lain, dengan alasan tidak ada uang receh

STIESIA 48

MASALAH ETIKA BISNIS TERHADAP PEMASOK:

- ▶ Memunda pembayaran berkepanjangan
- ▶ Menyuaip petugas pemasok agar selalu diutamakan dalam pasokan
- ▶ Membeli produk secara ilegal dari petugas pemasok

MASALAH ETIKA BISNIS TERHADAP KREDITUR :

- ▶ Mengangsur kredit tidak tepat pada waktunya
- ▶ Menggunakan dana kredit tidak sesuai dengan kesepakatan kredit
- ▶ Menyampaikan laporan kemajuan usaha secara tidak benar

STIESIA 48

MASALAH ETIKA BISNIS TERHADAP PEMERINTAH

- ▶ Tidak melaporkan kegiatan usahanya kepada instansi yang berwenang
- ▶ Menyuaip petugas pajak agar memperoleh keringanan pembayaran pajak
- ▶ Menyampaikan informasi usaha secara tidak benar

MASALAH ETIKA BISNIS TERHADAP MASYARAKAT:

- ▶ Membuang limbah sembarangan
- ▶ Menimbulkan polusi dan suara bising yang mengganggu
- ▶ Tidak peduli pada lingkungan

STIESIA 48

Catatan Penutup...

Jika anda ingin makmur satu tahun, tanamlah gandum. Jika anda ingin makmur sepuluh tahun, tanamlah pohon. Jika anda ingin makmur sepanjang masa, tanamlah kebaikan. (Confucius)



STIESIA 48

SLIDE BERIKUT...
**UNTUK TIDAK
DITIRU**

7



LAPORAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN MONITORING & EVALUASI
PADA UMKM BAKUL KEMBANG OFFICIAL
KELURAHAN KEDURUS
KECAMATAN KARANG PILANG
KOTA SURABAYA



Pelaksana :

Mochamad Jamil, S.E., M.M.	NIDN: 0718056304
Dewi Mutmainah, S.H.I., M.S.I.	NIDN: 0711068104
Muftiyatul Azizah, S.Si., M.Mat.	NIDN: 0722109402
Drs. Kasrowi Ahmad , M.HI	NIDN: 0728055801
Laurent Patricia Chandra	NPM : 2010165478
Sheila Salsabila Brilyadita	NPM : 1910212070

LEMBAGA PENELITIAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
STIESIA SURABAYA

September 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Pendampingan Monitoring dan Evaluasi Pada UMKM Bakul Kembang *Official* Kelurahan Kedurus, Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya

Ketua Pelaksana	:	
• Nama	:	Mochamad Jamil, S.E., M.M. (NIDN: 0718056304)
• Pangkat/ Golongan	:	Asisten Ahli/IIIB
Anggota Kelompok	:	
• Nama Anggota I	:	Dewi Mutmainah S.H.I., M.S.I. (NIDN: 0711068104)
• Nama Anggota II	:	Muftyatul Azizah, S.Si., M.Mat. (NIDN: 0722109402)
• Nama Anggota III	:	Drs. Kasrowi Ahmad, M.HI (NIDN: 0728055801)
• Nama Anggota IV	:	Laurent Patricia Chandra NPM: 2010165478
• Nama Anggota V	:	Sheila Salsabila Brilyadita NPM: 1910212070
Lokasi Pengabdian	:	RT 10/RW VIII Kelurahan Kedurus
Mitra Program	:	
• Wilayah Mitra (Desa/Kecamatan)	:	Kelurahan Kedurus, Kecamatan Karang Pilang, Kota Surabaya
Luaran yang Dihasilkan	:	Publikasi Jurnal
Waktu Pelaksanaan	:	April 2021 – Agustus 2021
Biaya Total	:	Rp 5.000.000
• Internal STIESIA	:	Rp 5.000.000

Diterima dan Disetujui Oleh :
Ketua LP2M


Dr. Nur Laily, M., Si
NIDN. 0714126203

Surabaya, 30 September 2021
Ketua Pelaksana


Mochamad Jamil, SE, MM
NIDN. 0718056304

Ketua STIESIA



Dr. Nur Fadrih Asvik, SE, M.Si, Ak., CA
NIDN.0730117301

IDENTITAS DAN URAIAN UMUM

1. Pendampingan Monitoring dan Evaluasi Pada UMKM Bakul Kembang *Official* Kelurahan Kedurus, Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya

2. Tim Pelaksana

No	Nama	Jabatan	Bidang Keahlian
1	Mochamad Jamil, S.E., M.M.	Ketua	Pengelolaan Keuangan
2	Dewi Mutmainah S.H.I., M.S.I.	Anggota 1	Penyusunan dan Penggunaan Pembukuan
3	Muftiyatul Azizah, S.Si., M.Mat.	Anggota 2	Pengemasan Produk
4	Drs. Kasrowi Ahmad, M.HI	Anggota 3	Design Label Produk
5	Laurent Patricia Chandra	Anggota 4	Membantu kegiatan survei sampai monev
6	Sheila Salsabila Brilyadita	Anggota 5	Membantu kegiatan survei sampai monev

3. Mitra Pengabdian Kepada Masyarakat: UMKM Bakul Kembang *Official* Kelurahan Kedurus Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya.

4. Waktu Pelaksanaan: April 2021 – Agustus 2021

5. Usulan Biaya: Rp 5.000.000

6. Lokasi Pengabdian Kepada Masyarakat: Kelurahan Kedurus, Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya

7. Mitra yang Terlibat (kontribusi mitra):

Mitra dalam kegiatan ini adalah pelaku UMKM Bakul Kembang *Official* Kelurahan Kedurus Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya. Dalam kegiatan ini pelaku UMKM turut membantu dalam memberikan informasi yang diperlukan terkait dengan identifikasi permasalahan seluruh proses kegiatan usaha untuk kepentingan pendampingan dalam rangka monitoring dan evaluasi

8. Permasalahan yang ditemukan dan solusi yang ditawarkan:

Permasalahan yang menjadi hambatan dalam pengembangan kegiatan usaha mitra UMKM dijadikan inventarisasi dan identifikasi permasalahan yang digunakan sebagai dasar untuk memberikan pemecahan permasalahan sesuai dengan karakteristik kegiatan usaha mitra UMKM dengan memberikan pendampingan melalui mekanisme monitoring dan evaluasi

yang dijadikan sebagai rujukan dalam pengembangan usaha mitra UMKM dalam berkegiatan usaha.

9. Kontribusi mendasar pada mitra:

Dalam kegiatan ini sumbangsih yang dapat diberikan kepada mitra usaha UMKM adalah bertujuan untuk memberikan rekomendasi yang perlu dilakukan oleh mitra UMKM sebagai hasil pendampingan dan pelatihan serta tahapan monitoring dan evaluasi sesuai dengan lingkup usaha mitra UMKM dalam menjalankan usaha di masa Pandemi Covid-19 dan kelangsungan pengembangan usaha kedepan.

10. Rencana luaran yang ditargetkan:

Rencana luaran yang diargetkan adalah hasil dari kegiatan ini dipublikasikan dalam jurnal nasional dan dipaparkan dalam simposium kegiatan pengabdian kepada masyarakat

ABSTRAK

Pendampingan kepada UMKM dalam program pengabdian kepada masyarakat dimaksudkan untuk turut berperan menumbuhkan kegiatan ekonomi mikro masyarakat, karena UMKM merupakan salah satu kekuatan pendorong terdepan dalam pembangunan ekonomi yang memiliki peran strategis. Dalam masa pandemi Covid-19 diperlukan kekuatan energi untuk memotivasi mitra UMKM agar selalu mengembangkan usahanya. Monitoring dan evaluasi kepada mitra UMKM merupakan tahapan yang strategis dalam memberikan sumbangsih program pendampingan kepada mitra UMKM berdasarkan inventarisasi dan indentifikasi permasalahan keseluruhan dari lingkup usaha mitra UMKM.

Monitoring dan evaluasi akan meningkatkan efektivitas dalam pendampingan dan pelatihan yang telah diberikan untuk mengetahui perubahan kemajuan berkegiatan usaha masa lalu, sekarang dan yang akan dilakukan dimasa depan. Monitoring dan evaluasi dapat membantu untuk menggali aktivitas kegiatan usaha masa lalu, yang sedang berlangsung, informasi yang relevan yang selanjutnya dapat dipakai sebagai dasar untuk menyempurnakan program, reorientasi, dan perencanaan yang akan dilakukan. Tanpa monitoring dan evaluasi, tidak mungkin untuk menilai apakah aktivitas usaha yang dibangun berjalan kearah yang benar, apakah kemajuan dan keberhasilan dapat dicapai, dan bagaimana strategi atau upaya dimasa depan dapat ditingkatkan.

Kata Kunci: UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah), monitoring dan evaluasi

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Identitas dan Uraian Umum	iii
Abstrak.....	v
Daftar Isi	vi
Daftar Lampiran.....	vii
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
BAB 1.1 Analisa Situasi	1
BAB 1.2 Permasalahan	4
BAB II SOLUSI DAN TARGET LUARAN.....	8
2.1 Solusi Kegiatan	8
2.2 Target Luaran	10
BAB III METODE PELAKSANAAN	12
3.1 Metode Pelaksanaan	12
3.2 Rencana Kegiatan	13
BAB IV BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN	16
4.1 Anggaran Biaya	16
4.2 Jadwal Kegiatan	16
BAB V HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI.....	18
5.1 Hasil Kegiatan	18
5.2 Luaran Yang Dicapai	21
BAB VI RENCANA TAHAP BERIKUTNYA.....	24
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN	25
7.1 Kesimpulan	25
7.2 Saran	25
Referensi	26

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Tugas Pengabdian Kepada Masyarakat	27
Lampiran 2	Foto Kegiatan	28
Lampiran 3	Kegiatan Produksi Mitra UMKM	30
Lampiran 4	Materi Pelatihan	31
Lampiran 5	Produk dan Katalog Mitra UMKM	35
Lampiran 6	Sertifikat Kegiatan.....	38

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Target Luaran Program PKM	10
Tabel 2	Rencana Target Capaian Luaran	11
Tabel 3	Metode Pelaksanaan	13
Tabel 4	Tahapan Kegiatan	13
Tabel 5	Rencana Kegiatan	14
Tabel 6	Jadwal Kegiatan	17
Tabel 7	Luaran Kegiatan Yang Telah Tercapai	21

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Instragram <i>Marketing Media</i>	5
Gambar 2	Katalog Produk	19
Gambar 3	Tokopedia <i>Marketing Media</i>	20
Gambar 4	Shopee <i>Marketing Media</i>	21

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) merupakan langkah strategis dalam meningkatkan dan memperkuat dasar kehidupan perkenomian rakyat Indonesia, dan fakta ini merupakan proporsi terbesar sebagai penggerak perekonomiannya adalah mereka yang bergerak dalam kegiatan ekonomi mikro yang berkontribusi menyerap tenaga kerja sekitar 97% atau sebesar 116,98 juta, angka ini bila dibandingkan dengan serapan tenaga kerja pada sektor pelaku ekonomi besar yang hanya 3% atau sekitar 6,6 juta. Berdasarkan kondisi ini, maka strategi pembangunan ekonomi perlu ada keperpihakan pada sektor ekonomi mikro.

Permasalahan umum yang masih menjadi '*critical point*' yang perlu menjadi perhatian para pihak terutama pengambil kebijakan ekonomi, adalah bahwa permasalahan UMKM terletak antara lain mengenai produktivitas usaha dan tenaga kerja yang masih mengakibatkan terjadi ketimpangan besar antara usaha mikro, kecil, menengah, dan besar. Kondisi kinerja UMKM berkaitan dengan kualitas sumber daya manusianya, terutama kurang dukungan mengenai pemahaman dalam bidang manajemen bisnis, pemasaran dan penguasaan teknologi, serta ditambah masih rendahnya kompetensi kewirausahaan.

Pandemi Covid-19 yang diawali dari kejadian yang diduga sebuah kasus pneumonia yang etiologinya tidak diketahui yang kasus tersebut pertama kali terjadi di Kota Wuhan, China pada bulan Desember 2019. Pada perkembangannya Virus ini menunjukkan penyebaran yang tidak terkendali yang mengakibatkan terjadi banyak kasus kematian di berbagai wilayah pandemi secara global, untuk itu WHO pada tanggal 30 Januari 2020 menetapkan Covid-19 ini sebagai Kedaruratan Kesehatan Masyarakat yang Meresahkan Masyarakat (*Public Health Emergency of International Concern*).

Selain menciptakan krisis kesehatan global, berbagai langkah upaya mitigasi pandemi Covid-19 ternyata juga mengakibatkan disrupsi yang luar biasa pada tatanan kehidupan sosial maupun aktivitas ekonomi masyarakat. Berbagai negara melakukan kebijakan-kebijakan dalam rangka menekan laju dampak penyebaran Covid-19, tidak terkecuali Pemerintah Indonesia yang melakukan pembatasan mobilisasi masyarakat, yang dimulai dengan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) pada April 2020 hingga PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) level 3 dan 4 pada akhir Juli 2021.

Pandemi Covid-19 dan kebijakan mitigasinya mengakibatkan berbagai dampak, penurunan aktivitas ekonomi, pelaku ekonomi mikro yang tergabung dalam kelompok UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) banyak yang mengalami gulung tikar, jika masih bertahan mereka yang kegiatan usahanya di bidang kebutuhan pokok, seperti sembako, dan dibidang kuliner yang aktivitas penjualannya melalui *marketplace* dan aplikasi pesan antar digital, seperti Gofood, GrabFood, ShopeeFood, dan lainnya.

Dampak pandemi Covid-19 terhadap pelaku UMKM berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM sebanyak 163.713 pelaku usaha mikro yang paling terdampak adalah sektor usaha makanan dan minuman (<http://www.depkop.go.id/>), selanjutnya UMKM yang terdata di Kemenkop UKM, dilaporkan bahwa sekitar 56% pelaku UMKM mengalami dampak penurunan pada omzet penjualan sebagai akibat pandemi Covid-19, sedangkan sekitar 22% lainnya mengalami permasalahan dalam mendapatkan sumber pendanaan/pembiayaan, serta sebanyak 15% mengalami permasalahan berkaitan dengan distribusi barang, dan sebanyak 4% dilaporkan mengalami kesulitan mendapatkan bahan baku produksi.

Pengaruh pandemi Covid-19 terhadap keterpurukan UMKM juga diungkap dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Pusat Penelitian Politik (P2P) – LIPI bahwa dampak Covid-19 memberikan kontribusi terhadap penurunan omzed pelaku UMKM, industri pariwisata merupakan sektor terdampak paling tinggi dan memiliki efek domino terhadap sektor lain, khususnya sektor usaha makanan dan minuman mikro yang mencapai sekitar 27%, sektor unit kerajinan kayu dan rotan 17,03%, sedangkan konsumsi rumah tangga mengalami koreksi antara 0,5% hingga 0,8%. Menurut Organisasi untuk Pembangunan dan Kerjsama Ekonomi (*Organisation for Economic Co-operation and Development/OECD*) Covid-19 juga memiliki pengaruh terhadap sisi permintaan dan penawaran atas barang/jasa, hal ini tentu saja berdampak pada likuiditas para pejuang ekonomi mikro.

Dalam kondisi daya beli masyarakat yang turun, yang dibarengi dengan aktivitas ekonomi yang turun sebagai akibat pandemi Covid-19, maka campur tangan berbagai pihak untuk memberikan kontribusi pada sektor usaha mikro untuk membangun kembali kegiatan usahanya. Perhatian pemerintah melalui kebijakan insentif pajak bagi pelaku UMKM, Menteri Keuangan telah menerbitkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) PMK-44/PMK.03/2020 tentang Insentif Pajak Untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi Corona Virus Disease 2019. Kebijakan tersebut makin lengkap dengan terbitnya PMK Nomor 65/PMK.05/2020 tentang Tata Cara Pemberian Subsidi Bunga/Subsidi Margin untuk Kredit/Pembiayaan Usaha Mikro,

Kecil, dan Menengah dalam rangka Mendukung Pelaksanaan Program Pemulihan Ekonomi Nasional melalui kebijakan penundaan angsuran pokok dan pemberian subsidi bunga untuk kredit usaha mikro dan kecil (kredit sampai dengan Rp 500 juta) melalui BPR, perbankan dan perusahaan pembiayaan, maupun Kredit Usaha Rakyat (KUR) sebesar 6% selama 3 bulan pertama, dan 3% selama 3 bulan kedua dan penundaan angsuran pokok dan pemberian subsidi bunga untuk kredit usaha menengah (kredit Rp 500 juta sampai dengan Rp 10 miliar) melalui BPR, perbankan dan perusahaan pembiayaan sebesar 3% selama 3 bulan pertama, dan 2% selama 3 bulan kedua.

Selanjutnya, untuk memberikan kesempatan peluang berkegiatan usaha yang lebih luas bagi UMKM dengan tujuan ka meningkatkan nilai ekonomis dan peningkatan kualitas produk, perlu dibuka ruang untuk secara terus menerus dan diberikan pelatihan dengan materi fokus pada peningkatan kompetensi dibidang usaha, baik dari aspek pemasaran, manajemen produksi, pembukuan sederhana, maupun pelatihan-pelatihan yang dapat mendukung meningkatkan kompetensi SDM para pelaku UMKM maupun upaya peningkatan nilai penjualannya. Para pihak terutama pengambil kebijakan terus mendorong pertumbuhan UMKM sebagai pendorong kegiatan ekonomi mikro untuk senantiasa digandeng secara terus menerus diberi ruang unjuk gigi atas produksinya dalam kegiatan-kegiatan promosi diberbagai kesempatan.

Dalam rangka mempertahankan kelangsungan usaha mitra UMKM, pendampingan yang dilakukan dalam rangka program pengabdian masyarakat fokus pada kegiatan monitoring dan evaluasi (monev) yang merupakan bagian dari kegiatan untuk memantau dan menjaga konformitas (kepastian) ketetapan yang telah dibuat dengan pelaksanaan di lapangan. Kegiatan monitoring dilakukan sebagai kegiatan pemantauan atau pengamatan dalam rangka untuk memasatkan dan mengendalikan penyelarasan kegiatan usaha mitra UMKM dengan perencanaan bisnis yang telah ditetapkan. Evaluasi merupakan upaya menilai kualitas usaha mitra UMKM berikut hasilnya secara berkala dengan menggunakan pendekatan yang tepat.

1.2 Permasalahan

Pada tataran ekonomi global, dampak akibat pandemi COVID-19 sangat signifikan pengaruhnya pada perekonomian domestik dimana kondisi tersebut telah tercermin dalam angka pertumbuhan ekonomi JawaTimur yang tumbuh sebesar 3,04 persen pada triwulan I jauh dari rata-rata pada periode yang sama yang berada di angka 5,55 persen (BPS Jatim, 2020). Sedangkan pertumbuhan pelaku usaha mikro di Surabaya menurut Walikota Surabaya Eri

Cahyadi pada kesempatan menjadi salah satu pembicara dalam acara Bincang Kompas bertema “Penguatan Ekonomi Kota Surabaya, Mengokohkan [UMKM](#)”, Selasa (15/06/2021) bahwa jumlah total UMKM di Kota Surabaya mencapai 60 ribu lebih atau lebih tepatnya 60.007 UMKM. Mereka ini ada yang terdaftar di dinas sebanyak 13.441 UMKM dan ada pula yang terdaftar di kecamatan sebanyak 45.566 UMKM,” kata Eri sambil memperlihatkan rincian di setiap kecamatan di Surabaya.

Pandemi Covid-19 telah merubah tatanan sosial maupun ekonomi, dalam kegiatan aktivitas ekonomi perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan tidak lagi mengunjungi penjual untuk mendapatkan barang konsumsi atau barang kebutuhan yang diperlukan, himbauan *social distancing* dan *physical distancing* secara masif telah merubah perilaku interaksi sosial maupun interaksi ekonomi antara sesama pelaku ekonomi dan atau pelaku ekonomi dengan konsumen.

Kondisi tersebut menuntut masyarakat dan pelaku ekonomi, khususnya pelaku usaha mikro dipaksa untuk beradaptasi dengan penggunaan teknologi digital berbasis *e-commerce* dalam kegiatan transaksinya atau memanfaatkan *marketplace* yang telah bertebaran, seperti Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Shopee, Blibli dan lainnya. Hikmah dari pandemi Covid-19 pelaku usaha mikro akhirnya dituntut untuk belajar memahami pemasaran berbasis *on-line* dengan memanfaatkan berbagai media, bahkan akhirnya penggunaan media sosial menjadi pilihan yang harus dilakukan dalam rangka mengenalkan dan memasarkan produk yang dihasilkan.

Hal tersebut sebagaimana juga dilakukan oleh mitra UMKM UMKM Bakul Kembang *Official* dalam mengenalkan/memasarkan produknya melalui media sosial, yakni [@bakulkembang.official](#) yang memanfaatkan media sosial www.instagram.com sebagai media promosi produknya sebagaimana nampak berikut ini.



Gambar 1: Instragram *Marketing Media*

Permasalahan umum yang dialami oleh para pelaku usaha mikro sebagai dampak pandemi Covid-19 yakni terjadi penurunan nilai penjualan, hal demikian juga terjadi pada mitra UMKM Bakul Kembang *Official*, sehingga perlu pemikiran untuk melakukan strategi pengembangan pemasaran dengan memanfaatkan media berbasis teknologi digital untuk mendukung upaya peningkatan volume, sebagai respon terjadinya perubahan perilaku konsumen yang memanfaatkan media digital, khususnya media sosial dan media berbasis *marketplace* sebagai sarana aktivitas transaksi atas segala kebutuhan, sebagai akibat patuh atas himbauan pemerintah untuk melakukan *social distancing* dan *physical distancing* untuk tetap beraktivitas ekonominya.

Pada perkembangannya untuk meningkatkan volume penjualan dan dalam rangka lebih mengenalkan produknya kepada publik dengan cakupan yang lebih luas, maka mitra UMKM Bakul Kembang *Official* juga memanfaatkan promosi berbayar yang disediakan oleh *marketplace* yang aplikasinya telah banyak digunakan oleh masyarakat, yakni Tokopedia dan Shopee sebagaimana nampak dalam tampilan berikut ini :

Strategi pemasaran digital yang dilakukan oleh mitra UMKM Bakul Kembang *Official* merupakan hasil pendampingan program pengabdian masyarakat pada periode sebelumnya dengan telah diberikan materi pelatihan Pemasaran Digital dan Etika Bisnis yang terselenggara pada periode April 2020 sampai dengan Agustus 2020. Sedangkan pelaksanaan pendampingan dan pelatihan mengenai Perencanaan Bisnis (*Business Plan*) dan Pengemasan Produk

(*Packaging*) terselenggara pada periode 1 Desember 2020 – Januari 2021, sehingga arah bisnis yang dilakukan UMKM sesuai dengan strategi pengembangan sebagaimana yang diharapkan.

Mitra UMKM Bakul Kembang *Official* dalam menjalankan kegiatan usahanya yang menonjol adalah dapat memaksimalkan *digital marketing* untuk penguatan pemasaran produknya hal ini didukung oleh kemampuan personal mitra UMKM dalam memahami teknologi digital dengan visualisasi produk dengan tampilan menarik dan mengundang minat konsumen. Perkembangan produk yang mampu dipasarkan, mitra UMKM mampu memperkaya varian produk yang ditawarkan, hal ini didukung oleh pemahaman sebagai antisipasi siklus produk yang suatu saat akan mengalami kejenuhan.

Permasalahan UMKM terkait dengan distribusi dan pemasaran, juga dialami oleh mitra UMKM, yakni perlunya pengembangan ‘jaringan’ untuk pendistribusian produk menjadi tantangan yang dihadapi oleh mitra UMKM kedepan, diperlukan banyak inputan berupa testimoni dari konsumen untuk ditampilkan pada media sosial yang dikelolanya, karena testimoni konsumen akan memberikan dampak positif pada peningkatan penjualan. Untuk peningkatan distribusi tersebut perlu membuka ruang untuk promosi produk pada media *market place* berbayar lainnya yang selama ini telah dilakukan, yakni melalui Tokopedia dan Shopee.

Permasalahan berikutnya terkait dengan manajemen pengelolaan arus kas (*cash flow*) yang dilakukan masih konvensional. Mitra UMKM dalam manajemen *cash flow* masih dilakukan secara sederhana yang kurang efisien, dan hal ini kedepan perlu menjadi perhatian sebagai bagian dari pengelolaan keuangan usaha sesuai dengan mekanisme pembukuan. Untuk mendukung mitra UMKM dalam pemahaman terkait manajemen *cash flow*, maka menjadi prioritas untuk dialokasikan untuk mengikuti Pelatihan Pembukuan, hal ini dimaksudkan agar mitra UMKM dalam aktivitas usahanya transaksi yang dilakukan dicatat sesuai dengan metode pembukuan yang benar, sehingga mitra UMKM dapat melihat aktivitas bisnisnya dengan melihat catatan pembukuan yang dilakukannya.

Hal yang penting dalam pendampingan kepada mitra UMKM Bakul Kembang *Official*, yakni pelaksanaan Monitoring dan Evaluasi (Monev) yang merupakan bagian tak terpisahkan sebagai wujud dilakukannya evaluasi sampai sejauhmana mitra UMKM Bakul Kembang *Official* menjalankan kegiatan usaha yang dilakukannya dan diberikanya solusi yang semestinya dilakukan untuk pengembangan usaha mitra UMKM Bakul Kembang *Official* kedepan.

Pelaksanaan monitoring dan evaluasi merupakan bagian tak terpisahkan dari pendampingan kepada mitra UMKM Bakul Kembang *Official* untuk memberikan sumbang saran rencana aksi (*action plan*) yang perlu dilakukan mitra UMKM Bakul Kembang *Official* dalam rangka pengembangan usaha. Monitoring dan evaluasi ini dijalankan untuk mengetahui sejauhmana mitra UMKM Bakul Kembang *Official* telah menjalankan aktivitas usahanya sesuai dengan yang telah direncanakan dan untuk mengetahui apakah kegiatan tersebut dapat dilakukan sebagaimana mestinya. Dalam pendampingan monitoring dan evaluasi, mitra UMKM Bakul Kembang *Official* dimonitor dan dilakukan evaluasi sampai sejauhmana capaian kegiatan yang sudah dilakukan. Monitoring dan evaluasi yang dilakukan kepada mitra UMKM Bakul Kembang *Official* merupakan bentuk akuntabilitas pendampingan, baik yang terkait dengan aspek input, proses, maupun output dari aktivitas bisnis yang dilakukan oleh mitra UMKM. Selanjutnya hasil monitoring dan evaluasi (Monev) terhadap mitra UMKM Bakul Kembang *Official* sebagai rekomendasi tindak lanjut strategi pengembangan usaha mitra UMKM.

BAB II

SOLUSI DAN TARGET KELUARAN

2.1 Solusi Kegiatan

Solusi yang ditawarkan kepada mitra UMKM Bakul Kembang *Official* dalam upaya pengembangan usaha, antara lain :

a. Distribusi Produk Tepat Sasaran

Produk tepat sasaran menjadi fokus yang perlu menjadi paradigma pemahaman mitra UMKM dalam upaya peningkatan volume penjualan. Untuk itu solusi yang ditawarkan kepada mitra UMKM adalah cermat membaca peluang pasar dan memahami kecenderungan minat konsumen serta membuka jaringan merupakan hal-hal yang perlu menjadi perhatian mitra UMKM dalam hal distribusi produk. Langkah yang positif lainnya adalah testimoni dari konsumen ditampilkan pada media sosial yang dikelolanya, karena testimoni konsumen akan memberikan dampak *brand image* positif, hal ini merupakan strategi '*branding*'

b. Manajemen *Cash Flow*

Manajemen pengelolaan arus kas (*cash flow*) yang dilakukan masih konvensional. Mitra UMKM dalam manajemen *cash flow* masih dilakukan secara sederhana yang kurang efisien, sehingga tidak ada catatan/data mengenai proyeksi keuangan usaha yang dilakukannya. Untuk itu solusi yang ditawarkan adalah memberikan Pelatihan Pembukuan, sehingga mitra UMKM memiliki pemahaman dalam melakukan catatan transaksi usaha sesuai dengan metode pembukuan yang benar, sehingga mitra UMKM dapat melihat aktivitas bisnisnya dengan akurat.

c. Maksimalkan Teknologi Digital Untuk Pemasaran

Mitra UMKM dengan kemampuan terhadap teknologi digital dapat memanfaatkan secara maksimal untuk memasarkan produknya, hal ini juga ditunjang visualisasi produk yang ditampilkan memberikan kesan mendalam bagi pihak calon konsumen. Untuk meningkatkan nilai penjualan langkah yang dilakukan mitra UMKM juga memanfaatkan media *market place* berbayar lainnya seperti Tokopedia dan Shopee. Solusi yang disarankan, yakni meningkatkan jaringan sosial komunitas milenial dan partisipasi dalam pameran UMKM serta promosi melalui media berbayar berbasis *market place* lainnya yang aplikasinya banyak digunakan publik sebagai sarana untuk meningkatkan penjualannya.

d. Inovasi Produk

Kemampuan membaca arah perkembangan *life style*, menjadi penting karena akan dapat menangkap ekspresi dalam aktivitas, minat, dan opini masyarakat. Gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya bagaimana mengalokasikan waktu, memahami *life style* masyarakat akan membantu untuk menempatkan produk tepat sasaran sesuai dengan segmentasi yang diinginkan. Solusi yang perlu dilakukan oleh mitra UMKM untuk selalu berinovasi dan memperkaya varian produk yang dihasilkan dengan tetap menjaga kualitas produk dan mencermati apa yang sedang dan akan dilakukan kompetitor.

e. Manajemen Waktu

Umumnya pelaku usaha UMKM *multitasking*, yakni menjalankan berbagai pekerjaan dalam menjalankan usahanya, mulai penentuan bahan baku, proses produksi, pemasaran, pengelolaan keuangan dan lain sebagainya. Hal ini juga dilakukan oleh mitra UMKM, yakni melakukan *multitasking* dalam menjalankan usahanya, sehingga konsentrasi dan fokus untuk memaksimalkan perencanaan bisnis terabaikan. Untuk itu solusi yang bisa dilakukan oleh mitra UMKM yakni membuat daftar prioritas kerja yang akan membantu memudahkan mitra UMKM bekerja *multi-tasking* dalam manajemen waktu agar dapat lebih fokus pada pekerjaan yang menjadi skala prioritas.

f. Transaksi Digital Dan Cashless

Mitra UMKM telah memaksimalkan penggunaan media digital dalam kegiatan transaksi dengan konsumen secara *on-line* dengan sistem penyelesaian transaksi yang ditawarkan dilakukan *cashless*, tentu hal ini sangat efisien dan praktis dilakukan melalui m-banking, sehingga hal ini secara tidak langsung mengeliminir risiko gagal bayar dari pihak konsumennya, apalagi setiap transaksi didasarkan atas pembayaran dimuka sebelum produk dikirim ke pembeli. Setiap terjadinya transaksi saat ini hanya dicatat secara konvensional, tidak ada metode pembukuan yang dilakukan, untuk itu solusi yang dilakukan diberikan pelatihan mengenai pembukuan sederhana.

2.2 Target Luaran

Berdasarkan solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan mitra UMKM, maka target luaran yang ingin dicapai meliputi :

Tabel 1
Target Luaran Program PKM

Mitra UMKM Bakul Kembang Official	
Solusi	Luaran
<p>Distribusi produk tepat sasaran:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cermat membaca peluang pasar dan memahami kecenderungan minat konsumen serta membuka jaringan • Testimoni konsumen ditampilkan pada media sosial yang dikelolanya, karena testimoni konsumen akan memberikan dampak <i>brand image</i> positif 	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan pemahaman mengenai segmentasi pasar • Peningkatan pemahaman mitra UMKM terkait <i>Sense of belonging</i> terhadap <i>brand</i> yang diciptakan
<p>Manajemen cash flow</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sosialisasi/pelatihan Pembukuan 	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan pemahaman mengenai manajemen <i>cash flow</i>, melalui pelatihan Pembukuan
<p>Maksimalkan teknologi digital untuk pemasaran</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membangun jaringan sosial komunitas milenial dan partisipasi dalam pameran UMKM serta promosi melalui media berbayar berbasis <i>market place</i> lainnya 	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan volume penjualan melalui jaringan komunitas, partisipasi pameran dan promosi melalui media berbayar berbasis <i>market place</i>
<p>Inovasi Produk</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selalu berinovasi dan memperkaya varian produk yang dihasilkan dengan tetap menjaga kualitas produk dan mencermati apa yang sedang dan akan dilakukan kompetitor 	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan inovasi produk dan memperkaya varian produk, sebagai penerapan diversifikasi usaha dan antisipasi siklus produk
<p>Manajemen waktu</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membuat daftar prioritas kerja untuk membantu memudahkan mitra UMKM bekerja <i>multi-tasking</i> dalam manajemen waktu agar dapat lebih fokus pada pekerjaan yang menjadi skala prioritas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat daftar prioritas kerja dan fokus pada pekerjaan yang menjadi skala prioritas
<p>Transaksi digital ‘cashless’</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menambah varian berbagai media penyelesaian transaksi secara <i>cashless</i> 	<p>Meningkatkan jumlah media transaksi <i>cashless</i> yang bisa menjadi pilihan banyak konsumen</p>

Tabel 2
Rencana Target Capaian Luaran

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian
Luaran Wajib		
1	Publikasi ilmiah pada Jurnal ber ISSN/Prosiding	Publikasi
2	Publikasi pada media masa cetak/ <i>online</i> / <i>repository</i> PT	Publikasi
3	Peningkatan daya saing (peningkatan kualitas, nilai ekonomis, diversifikasi produk atau sumber daya lainnya)	Ada
4	Peningkatan penerapan Iptek di masyarakat (mekanisasi, IT, dan manajemen)	Ada
5	Perbaikan tata nilai masyarakat (sosial, politik, keamanan, ketentraman, pendidikan, kesehatan)	Ada
Luaran Tambahan		
1	Publikasi di jurnal internasional	Tidak ada
2	Hak Kekayaan Intelektual (Paten, Paten sederhana, Hak Cipta, Merek dagang, rahasia dagang, Desain Produk Industri, Perlindungan Varietas Tanaman, Perlindungan Desain Topografi Sirkuit Terpadu)	Tidak ada
3	Buku ber ISBN	Tidak ada

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1 Metode Pelaksanaan

Dari analisis situasi dan permasalahan yang dihadapi mitra UMKM Bakul Kembang *Official*, maka tahapan yang dilakukan meliputi beberapa kegiatan berikut :

a Pendampingan dan Pelatihan

Rangkaian kegiatan program pengabdian masyarakat ini, dilakukan dengan menggunakan media komunikasi sebagai sarana diskusi, konsultasi atau hal-hal yang berkaitan dengan pendampingan, namun untuk memberikan materi pelatihan secara daring dengan memanfaatkan aplikasi *Google Zoom*, sebagai kepatuhan terhadap Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) akibat pandemi Covid-19.

Materi pelatihan yang diberikan sebagai penguatan dari materi yang telah diberikan pada program pengabdian masyarakat pada periode sebelumnya, yakni mengenai Etika Bisnis yang berbasis syariah, karena dipandang bahwa perlu penguatan etika bisnis agar dalam menjalankan kegiatan usaha menempatkan pihak lain sebagai mitra sejajar yang saling menguntungkan, sedangkan materi pelatihan yang diberikan merupakan pendalaman mengenai Pengemasan Produk, hal ini dimaksudkan sebagai penguatan pemahaman mitra UMKM, bahwa kemasan produk merupakan '*first impression*' dorongan minat konsumsi atau tidak atas sebuah produk.

b Konsultasi dan Diskusi

Selama pelaksanaan pendampingan kepada mitra UMKM secara periodik dilakukan pembinaan dan pendampingan dengan metode diskusi dan konsultasi berkaitan permasalahan yang dihadapi maupun memberikan langkah-langkah aplikatif terkait misalnya mengenai strategi pengembangan produk maupun pemasarannya, maupun hal-hal yang menjadi perhatian untuk peningkatan kinerja, sebagaimana tercermin dalam tabel berikut:

Tabel 3
Metode Pelaksanaan

Aspek	Solusi Permasalahan	Metode Kegiatan
Distribusi produk	<ul style="list-style-type: none"> • Cermat membaca peluang pasar dan memahami kecenderungan minat konsumen serta membuka jaringan • Testimoni konsumen ditampilkan pada media sosial yang dikelolanya, karena testimoni konsumen akan memberikan dampak <i>brand image</i> positif 	Konsultasi dan diskusi
Manajemen <i>cash flow</i>	Sosialisasi/pelatihan	Konsultasi, diskusi dan praktek
Pemasaran digital	Membangun jaringan sosial komunitas milenial dan partisipasi dalam pameran UMKM serta promosi melalui media berbayar berbasis <i>market place</i> lainnya	Konsultasi, diskusi dan praktek
Inovasi produk	Selalu berinovasi dan memperkaya varian produk yang dihasilkan dengan tetap menjaga kualitas produk dan mencermati apa yang sedang dan akan dilakukan kompetitor	Konsultasi dan diskusi
Manajemen waktu	Membuat daftar prioritas kerja untuk membantu memudahkan mitra UMKM bekerja <i>multi-tasking</i> dalam manajemen waktu agar dapat lebih fokus pada pekerjaan yang menjadi skala prioritas.	Konsultasi dan diskusi
Transaksi digital 'cashless'	Menambah varian berbagai media penyelesaian transaksi secara <i>cashless</i>	Konsultasi dan diskusi

3.2 Rencana Kegiatan

Pendampingan dalam rangka monitoring dan evaluasi terhadap kegiatan usaha mitra UMKM Bakul Kembang *Official*, nampak pada tabel berikut :

Tabel 4
Tahapan Kegiatan

Kegiatan	Keterangan	Waktu
Tahap Persiapan		
Surat Pemberitahuan Monev kepada mitra UMKM	Kesanggupan mitra UMKM untuk menerima pendampingan Monev	1 hari
Pra Survey	Identifikasi permasalahan	2 hari
Pembentukan Tim PKM	Alokasi Tim disesuaikan dengan jenis kepakaran untuk menyelesaikan permasalahan mitra	2 hari

Penyusunan Proposal	Penyusunan proposal untuk pendampingan Monev bagi Mitra	5 hari
Konsolidasi Tim dan Mitra UMKM	Perencanaan pelaksanaan program secara konseptual, operasional dan <i>job description</i> dari Tim & Mitra	5 hari
Penyiapan materi instrumen Monev	Penyusunan materi instrumen Monev	5 hari
Tahap Pelaksanaan		
Pelatihan	Materi penguatan terkait dengan Etika Bisnis Syariah dan Etika Bisnis Syariah, Perencanaan Bisnis dan Pengemasan Produk dilaksanakan secara daring (<i>on-line</i>)	1 hari
Pendampingan	Memberikan penjelasan tentang maksud dan tujuan serta menjelaskan urgensinya Monev bagi mitra UMKM	Selama PKM
Konsultasi dan diskusi	Melakukan penilaian secara langsung dan menetapkan ukuran Monev sesuai dengan permasalahan yang dihadapi mitra UMKM	Selama PKM
Rekomendasi	Memberikan sumbang saran pemecahan masalah yang dihadapi mitra UMKM	5 hari
Evaluasi		
Evaluasi kegiatan usaha mitra UMKM	Dilakukan dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pendampingan PKM. Indikator keberhasilan program adalah mitra melakukan rekomendasi dengan peningkatan aktivitas bisnis mitra UMKM	5 hari
Pelaporan		
Penyusunan Laporan PKM	Penyusunan laporan dilakukan sebagai bentuk pertanggung jawaban atas pelaksanaan program dengan luaran publikasi	10 hari

Tabel 5
Rencana Kegiatan

Kegiatan	Keterangan
Tahap Persiapan	
Penyusunan jadwal Monev	Menyusun detail pelaksanaan termasuk jadwal pelaksanaan Monev sesuai dengan subyek permasalahan mitra UMKM
Alokasi Personil Monev	Menetapkan <i>plotting</i> personil sesuai dengan kepakaran terkait dengan subyek permasalahan mitra UMKM
Surat Pemberitahuan Monev kepada mitra UMKM	Memproses surat tugas Dosen dan pendamping mahasiswa yang melakukan kegiatan Monev.

Penyiapan instrumen Monev (terlampir)	Menyusun subyek-subyek yang menjadi indikator dalam pelaksanaan Monev sesuai dengan lingkup usaha dan permasalahan mitra UMKM
Konfirmasi kesediaan mitra UMKM untuk pendampingan Monev	Mengkomunikasikan kepada mitra UMKM atas kesediaan waktu dalam pelaksanaan pendampingan Monev.
Penyiapan administrasi lain	Menyiapkan administrasi yang menjadi kelengkapan penyelenggaraan pendampingan Monev
Tahap Pelaksanaan	
Kesediaan waktu	Mengkonfirmasi kesediaan waktu mitra UMKM untuk jadwal dalam pelaksanaan pendampingan Monev
Wawancara dan pemantauan	Melakukan eksplorasi permasalahan mitra UMKM dalam berkegiatan usaha dengan metode wawancara dan melakukan pemantauan yang disertai penilaian dan membuat catatan hasil pengamatan
Penyusunan Laporan Monev	Menyusun laporan pelaksanaan Monev yang memuat rekomendasi <i>action plan</i> kepada mitra UMKM dalam pengembangan usaha.
Tindak Lanjut	
Penafsiran hasil Monev	Memberikan menafsiran terhadap hasil pendampingan monitoring dan evaluasi kepada mitra UMKM
Pemberian rekomendasi untuk tindak lanjut	Memberikan saran pemecahan masalah yang dihadapi oleh mitra UMKM dan <i>action plan</i> yang perlu dilakukan mitra UMKM untuk pengembangan usaha.

BAB IV

BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

4.1 Anggaran Biaya

Program pengabdian pada masyarakat diperlukan berbagai pendekatan dampingan, metode dan referensi analisa kebutuhan yang memiliki relevansi dengan bidang usaha mitra UMKM. Program ini merupakan salah satu wujud perpaduan unsur pendidikan, sosial dan pengabdian pada masyarakat dalam bingkai Tri Dharma Perguruan Tinggi. Keterlibatan Perguruan Tinggi sebagai lembaga pendidikan dalam rangka untuk meningkatkan bidang kompetensi dan keilmuan dengan melibatkan mahasiswa agar memiliki kepekaan sosial dan memiliki kesadaran turut mencurahkan pikiran dan energinya memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pengembangan ekonomi mikro masyarakat. Keterlibatan Perguruan Tinggi dalam kegiatan program pengabdian kepada masyarakat merupakan kegiatan yang berorientasi pada pelayanan kepada masyarakat dengan menerapkan hasil kepakaran dalam bidang ilmu pengetahuan sivitas akademika Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya dalam menyelesaikan permasalahan masyarakat dan turut memajukan kesejahteraan bangsa melalui pengembangan ekonomi mikro, untuk itu pimpinan STIESIA berkomitmen penyediaan dana (anggaran) pengabdian kepada masyarakat dengan menggunakan sumber dana dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) STIESIA Surabaya.

4.2 Jadwal Kegiatan

Program pengabdian kepada masyarakat ini merupakan program lanjutan dari program PKM sebelumnya dengan penguatan pada pendampingan dan monitoring & evaluasi (Monev), namun tetap diberikan materi pelatihan Etika Bisnis Syariah, Perencanaan Bisnis dan Pengemasan Produk diselenggarakan secara daring (*on-line*) yang dimaksudnya merupakan materi penguatan dari materi pelatihan yang sebelumnya telah dilaksanakan pada program PKM sebelumnya. Pelaksanaan PKM diselenggarakan pada periode April – Agustus 2021 kepada mitra UMKM Bakul Kembang *Official* dengan jadwal kegiatan sebagaimana nampak pada tabel berikut :

Tabel 6
Jadwal Kegiatan

Jenis Kegiatan	Waktu Kegiatan						
	April	Mei			Juni	Juli	Agustus
	IV	I	II	III			
Pelatihan						√	
Penyusunan Instrumen Monitoring & Evaluasi	√	√					
Monitoring :							
• Data Collection		√	√				
<input type="checkbox"/> Data Analisis				√			
• Reporting responsibility				√	√	√	
Evaluation:							
<input type="checkbox"/> Evaluation Framework					√		
<input type="checkbox"/> Assessment Summary						√	
Penyusunan Laporan Kegiatan							√
Penyusunan Publikasi Kegiatan							√

BAB V

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

5.1 Hasil Kegiatan

Program pengabdian kepada masyarakat dalam rangka pelatihan, pendampingan monitoring dan evaluasi telah dilaksanakan dengan intensitas pendampingan kepada mitra UMKM Bakul Kembang *Official* dengan metode diskusi dan konsultasi. Sedangkan pelaksanaan pelatihan pendalaman terkait materi Etika Bisnis Syariah, Perencanaan Bisnis dan Pengemasan Produk diselenggarakan secara daring (*on-line*) pada tanggal 8 Juli 2021 dengan menggunakan media *Google Zoom* dengan link sebagai berikut :

Join our Cloud HD Video Meeting

Zoom is the leader in modern enterprise video communications, with an easy, reliable cloud platform for video and audio conferencing, chat, and webinars across mobile, zoom.us

Topic: Pendampingan Monitoring Dan Evaluasi Pada UMKM Bakul Kembang
Time: Oct 4, 2021 11:30 AM Pacific Time (US and Canada)

Join Zoom Meeting

<https://zoom.us>

[/j/95602055961?pwd=TIpHaHI2K0ZkS0ExM3VQeHl1eXM1dz09](https://zoom.us/j/95602055961?pwd=TIpHaHI2K0ZkS0ExM3VQeHl1eXM1dz09)

Meeting ID: 956 0205 5961

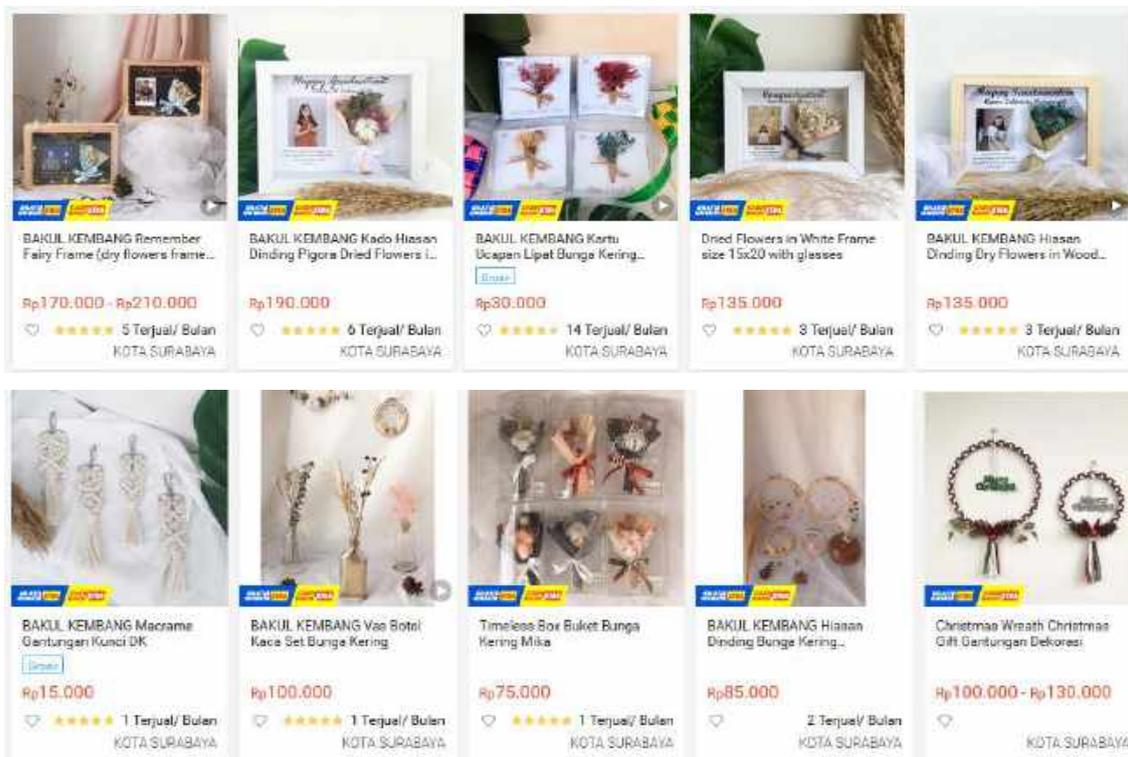
Passcode: 22Pc4A

10.44

Sedangkan pelaksanaan pendampingan yang dilakukan pada periode April 2021 – Agustus 2021 dengan diskusi dan konsultasi secara berkelanjutan dengan hasil sebagai berikut :

1. Aspek Produksi

Produk yang dihasilkan merupakan *handmade*, yang membutuhkan kemampuan dan ketrampilan khusus dalam proses produksi dengan kualitas yang bernilai ekonomis tinggi merupakan *brand image* yang dikembangkan oleh mitra UMKM Bakul Kembang *Official* dalam menjaga keunggulan kompetitif. Mitra UMKM selalu menuangkan ide/gagasan untuk berkreasi dan inovasi produk, sehingga varian produk yang dihasilkan tersedia sesuai dengan kebutuhan konsumen. Produk-produk yang dihasilkan dituangkan sangat baik dengan layout yang rapi sesuai dengan kategori produk dalam katalog produk yang kemudian dipublikasikan pada media promosi berbasis digital, baik melalui media sosial maupun melalui media *marketplace* berbayar, seperti Tokopedia dan Shopee.



Gambar 2: Katalog Produk

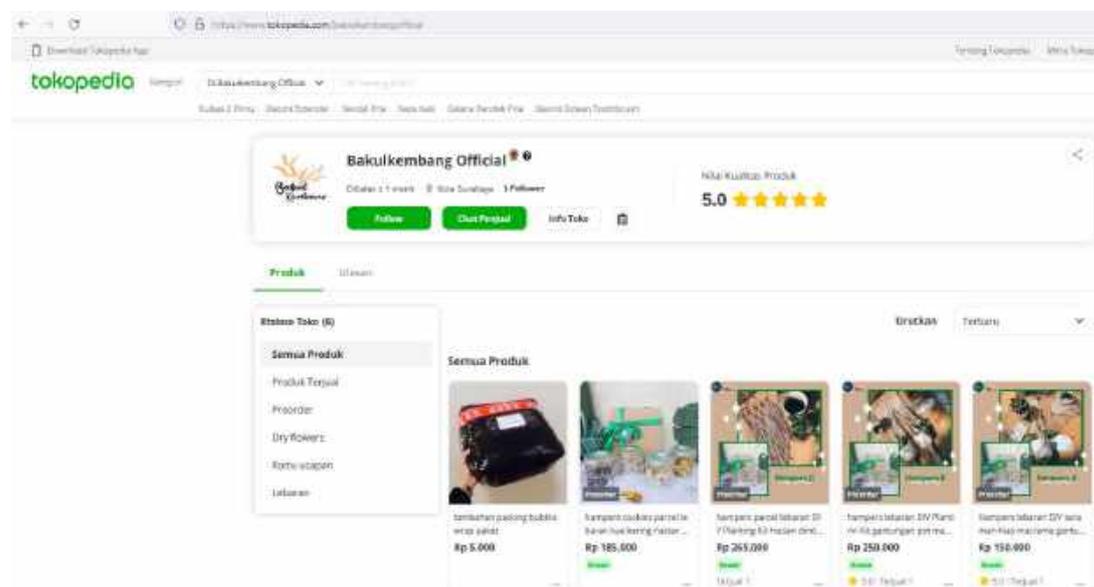
2. Aspek Manajemen

Dalam manajemen perencanaan (*planning*) dan pengawasan (*controlling*) merupakan ibarat dua sisi koin yang sama, mitra UMKM dalam menjalankan manajemen usaha, terkait perencanaan produksi dilakukan sesuai dengan proyeksi penjualan berdasarkan pada asumsi penjualan pada periode sebelumnya kecuali ada event tertentu seperti hari raya, musim wisuda, pernikahan atau moment hari valentine. Sedangkan terkait dengan pengawasan terhadap suatu proses kegiatan produksi, yang berfungsi untuk mencegah

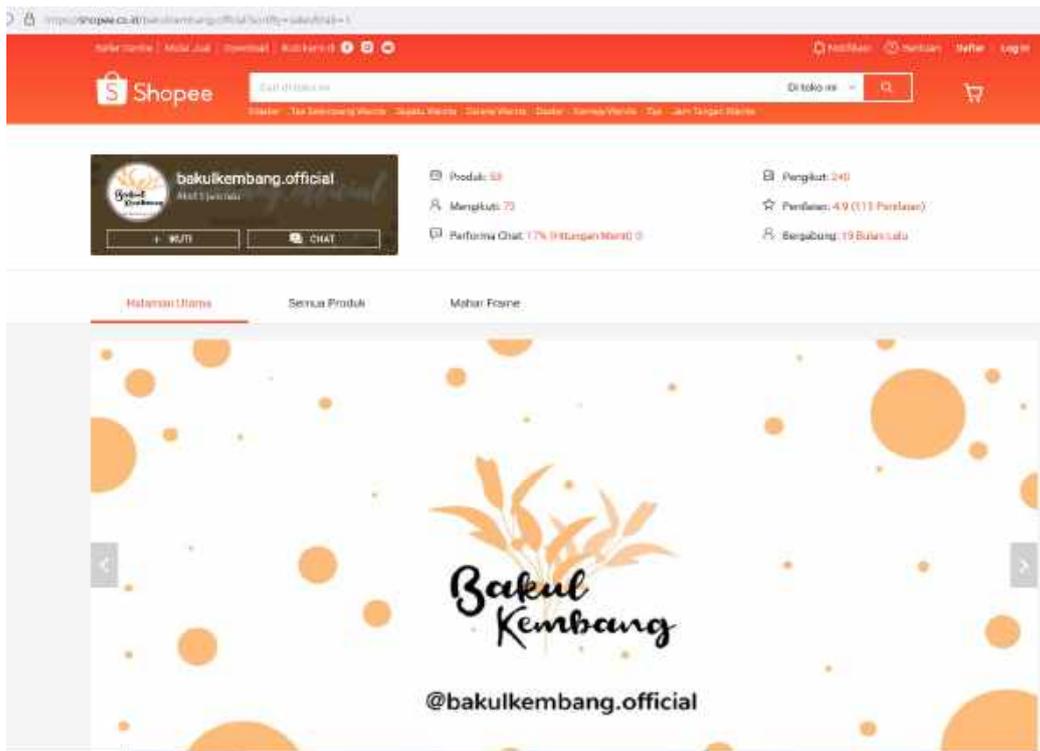
terjadinya penyimpangan atau kesalahan dan memperbaiki berbagai kecacatan pada proses pelaksanaan produksi, dilakukan dengan kehati-hatian, sehingga hal ini menghindari kerugian dalam proses produksi karena cacat/rusak.

3. Aspek Pemasaran

Untuk mengenalkan produk, mitra UMKM dengan menggunakan teknologi digital dimanfaatkan secara maksimal untuk memasarkan produknya, hal ini juga ditunjang visualiasi produk yang ‘apik’ memberikan kesan mendalam bagi pihak calon konsumen. Mitra UMKM telah memanfaatkan media *market place* berbayar lainnya seperti Tokopedia dan Shopee sebagai upaya untuk meningkatkan nilai penjualan disamping miliki tujuan membangun *brand image*.



Gambar 3: Tokopedia *Marketing Media*



Gambar 4: Shopee Marketing Media

5.2 Luaran Yang Dicapai

Adapun keseluruhan luaran yang dicapai setelah dilakukan kegiatan pelatihan, pendampingan monitoring dan evaluasi terhadap mitra UMKM, tercermin dalam tabel berikut :

Tabel 7
Luaran Kegiatan yang Telah Tercapai

Aspek	Luaran	Prosentase sebelum	Prosentase setelahnya	Keterangan
Distribusi produk	<ul style="list-style-type: none"> • Pemahaman tujuan dan fungsi distribusi produk • Mempercepat sampainya hasil produksi ke tangan konsumen • Menjaga kontinuitas produksi • Meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi • Meningkatkan nilai guna barang dan jasa • Menciptakan nilai tambah dari produk 	60	80	Peningkatan

	melalui fungsi-fungsi pemasaran			
Manajemen <i>cash flow</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Penerapan pencatatan arus kas setiap kegiatan transaksi • Pemahaman untuk menjaga likuiditas dan kuantitas kas yang perlu tersedia 	60	70	Peningkatan
Pemasaran digital	<ul style="list-style-type: none"> • Penerapan cara yang tepat, konsisten, dan layak digunakan mencapai sasaran pasar yang dituju • Pemahaman terkait arus promosi dan arus pemasaran. • Pemahaman terkait tujuan penjualan dalam menerapkan strategi pemasaran • Kemampuan daya tarik penjualan untuk memaksimalkan pencapaian atas tujuan penjualan • Penerapan evaluasi kinerja program dan menyesuaikan program penjualan 	75	85	Peningkatan
Inovasi produk	<ul style="list-style-type: none"> • Pemahaman manajemen kreativitas • Kemampuan menghasilkan ide/gagasan dan kreativitas produk baru 	75	85	Peningkatan
Manajemen waktu	<ul style="list-style-type: none"> • Pemahaman memanfaatkan waktu untuk mencapai tujuan-tujuan penting • Penerapan tujuan-tujuan dan agenda, memecah pekerjaan sesuai dengan skala prioritas. 	60	70	Peningkatan
Transaksi digital ' <i>cashless</i> '	Pemahaman pentingnya penerapan transaksi pembayaran non-tunai	70	80	Peningkatan

BAB VI

RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

Setelah pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat selesai dilaksanakan, kegiatan monitoring dan evaluasi kepada mitra UMKM tetap difasilitasi dengan metode pendampingan maupun konsultasi dan diskusi sesuai dengan permasalahan yang muncul selama mitra UMKM berkegiatan usaha. Tahapan berikutnya dalam rangka untuk meningkatkan kompetensi mitra UMKM, perlu diagendakan pada program pengabdian masyarakat (PKM) berikutnya dengan menyertakan materi pelatihan mengenai Manajemen Usaha, Strategi Bisnis Ritel, Pembukuan Sederhana, Negosiasi dan Komunikasi Bisnis, hal ini dimaksudkan mitra UMKM semakin memiliki bekal yang kuat dalam kompetitif dan membangun kegiatan usahanya.

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pendampingan monitoring dan evaluasi (Monev), maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Selama pelaksanaan pendampingan dan Monev telah terpenuhi luaran yang ditargetkan, yaitu terjadi peningkatan pemahaman terkait identifikasi permasalahan mitra UMKM, hal ini sebagai respon dari konsultasi dan diskusi selama pendamping dilakukan.
2. Dalam melakukan strategi pemasaran telah menerapkan cara yang tepat dan konsisten dalam upaya memaksimalkan pencapaian penjualan dengan strategi pemasaran digital, baik melalui media sosial maupun menggunakan *marketplace* berbayar sebagai sarana membangun '*brand image*'
3. Penerapan manajemen kreativitas telah dilakukan sangat baik, mitra UMKM mampu aplikasikan ide/gagasan dan kreativitas untuk pengembangan produk baru dengan dihidirkannya berbagai varian produk yang ditawarkan.

7.2 Saran

Sumbang saran konstruktif kepada mitra UMKM Bakul Kembang *Official* dalam upaya peningkatan usaha kedepan, antara lain :

1. Program kegiatan sejenis perlu diintegrasikan dengan lintas kepentingan, sehingga pelaku usaha UMKM mendapatkan manfaat yang menyeluruh sesuai dengan cakupan usaha UMKM.
2. Selalu inovasi dan berkreasi sebagai bentuk diversifikasi produk, tetap peka terhadap kebutuhan *lifestyle* konsumen.
3. Hasil ide/gagasan dan kreavitas produk didaftarkan untuk mendapatkan Hak Kekayaan Intelektual (HKI).
4. Terus meningkatkan kompetensi, terutama kualitas SDM dalam bidang manajemen usaha, penguasaan teknologi, dan pemasaran, serta rendahnya kompetensi kewirausahaan UMKM.

REFERENSI

- Arifen, Syifa Rahmiani., Purwanty, Virda Dwi., Suci, Dhesta Aprilla., Agustiawan, Rizki Hari., Sudrajat, Arip Rahman. 2019. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Konferensi Nasional Ilmu Administrasi 3*.
- Fatwitawati, Reni. 2018. Pengelolaan Keuangan bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kelurahan Airputih Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *Sembadha* 1(1): 225-229.
- Kartawan., Radi R, Lucky., Kurniawan , Dian. 2016. Pengembangan Usaha Melalui Peningkatan Kemampuan Bersaing Produk UMKM dalam Memasuki Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Jurnal Ekonomi Bisnis* 21(2): 104-110.
- Kotler, Philip Gary Armstrong. 2008, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Menegkop dan UKM, RI. 2007. Data Pendukung Pemberdayaan KUKM. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, Jakarta.
- Lila Bismala, Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah, *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 5(1).
- Partomo. T.S. dan Soejoedono 2002. Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi. Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Rachmawan Budianto & Nanung Agus Fitriyanto (2019), *Key Performance Indicators* UMKM, Direktorat Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, Cetakan Pertama.
- Tjiptono, Fandy, (2001), Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Andi, Edisi Ketiga, Cetakan Kesatu.
- Trisninawati dan Septhayuda, Irwan. 2014. Peran Rencana Bisnis Sebagai Alat Untuk Meningkatkan Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Umkm Di Bawah Binaan Bina Darma Entrepreneurship Center (BDEC). *Journal & Proceeding FEB UNSOED*. 4(1): 376-388.
- Yani Retiyani Widjaja dan Widi Winarso (2020), Bisnis Kreatif dan Inovasi, Yayasan Barcode
- Zulkipli & Muharir, Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah, STIEBIS, Indo Global Mandiri*, Vol. 1 No. 1, Maret 2021

LAMPIRAN 1
SURAT TUGAS PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
STIESIA

DIPLOMA 3 (Terakreditasi)
• Manajemen Perpajakan
• Akuntansi

STRATA 1 (Terakreditasi)
• Manajemen
• Akuntansi

STRATA 2 (Terakreditasi)
• Manajemen
• Akuntansi

STRATA 3 (Terakreditasi)
• Ilmu Manajemen

PENDIDIKAN PROFESI
AKUNTANSI
(Terakreditasi)

Jalan Menur Pumpungan 30 Surabaya 60118 ☎ (031) 5947905, 5947940, 5914650; Fax. (031) 5932218
Website: www.stiesiaedu.com E-mail: stiesia@shy.dnet.net.id

SURAT TUGAS
Nomor: A.202b/01.6b/IV/2021

Tanggal 12 April 2021

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya memberikan tugas kepada,

Nama : 1. Mochamad Jamil, Drs., M.M.
2. Dewi Mutmainah, S.H.I., M.H.I.
3. Muftiyatul Azizah, S.Si., M.Mat.
4. Kasrowi Ahmad, Drs., M.HI.
5. Laurent Patricia Chandra
6. Sheila Salsabila Brilyadita

Alamat : Jalan Menur Pumpungan 30 Surabaya

Jabatan : 1-4 Dosen
5-6 Mahasiswa

Tujuan : Bakul Kembang Flowers and Gift

Keperluan : Pelatihan, Pendampingan dan Monitoring

Materi : Pengelolaan Keuangan dan Pemasaran Digital

Pelaksanaan, Tanggal : April s.d. Agustus 2021

Biaya Tugas : LP2M

Kendaraan : Non Dinas

Catatan:

Selesai melaksanakan tugas mohon menyerahkan foto copy surat keterangan/sertifikat ke LP2M.

Demikian Surat Tugas ini diterbitkan untuk dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab.



Ketua STIESIA,

Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA. 

Tembusan Yth.:

1. Ketua Perpendiknas
2. Wakil Ketua I
3. Kepala LP2M
4. Kabag Keuangan



PERKUMPULAN PENYELINGGARA PENDIDIKAN NASIONAL (PERPENDIKNAS)
Badan Pengelola Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

LAMPIRAN 2 FOTO KEGIATAN

moch jamil sedang melakukan presentasi

11.35

Etika Bisnis Islam

STIESIA Surabaya

Zoom participants: Anda, Ananta Ibrahim, mocha jani, Ayu Cahya, Salsabihla, zula mufidah, Khansa Khanuni, dewi ramadhani, Abidzar Gaffar

moch jamil sedang melakukan presentasi

11.40

Kebenaran; kebajikan dan Kejujuran (Truth, Goodness and Honesty)

- Niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan
- Etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlakui preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis

Prinsip Etika Bisnis dalam Islam

Zoom participants: Anda, Ananta Ibrahim, mocha jani, Ayu Cahya, Salsabihla, zula mufidah, Khansa Khanuni, dewi ramadhani, Abidzar Gaffar

moch jamil sedang melakukan presentasi

11.45

وَأَيُّغْ فِيمَا ءَاتَكَ اللّٰهُ اَلدَّارَ اَلْءَاخِرَةَ ؕ وَلَا تَنْسَ نَصِيْبَكَ
مِنَ الدُّنْيَا ؕ وَءَاخِسِيْنَ كَمَا ءَاخَسَ اللّٰهُ اِيْنِكَ ؕ وَلَا تَبْغِ اَلْفَسَادَ
فِي الْاَرْضِ ؕ اِنَّ اللّٰهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِيْنَ

Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan

QS. AL-QASHASH : 77

Zoom participants: Anda, Ananta Ibrahim, mocha jani, Ayu Cahya, Salsabihla, zula mufidah, Khansa Khanuni, Abidzar Gaffar, d, dwinatmanah cleaning

moch jamil sedang melakukan presentasi 11.52

MONITORING DAN EVALUASI

PERENCANAAN BISNIS DAN
PENGELOMPOKAN PRODUK

Participants: Anda, Ananta Ilham, moch jamil, Iyca cantika, Sahar Alinda, zulfah muhliah, Khansa Khairuni..., Abidzar Gaffar, dewimutmainnah elisaring

moch jamil sedang melakukan presentasi 11.57

Monitoring dan Evaluasi menjadi bagian penting dalam rangkaian kegiatan program pengabdian masyarakat kepada mitra UMK M, karena monitoring dan evaluasi akan meningkatkan efektivitas dalam pendampingan dan pelatihan yang telah diberikan untuk mengetahui sejauh mana perubahan kemajuan usaha masa lalu, sekarang dan yang akan dilakukan dimasa depan.

Participants: Anda, Ananta Ilham, moch jamil, Iyca cantika, Sahar Alinda, zulfah muhliah, Khansa Khairuni..., Abidzar Gaffar, dewimutmainnah elisaring

moch jamil sedang melakukan presentasi 11.59

Apa yang telah dilakukan?

1. Memberikan materi tentang pengemasan produk yakni tentang tujuan kemasan, fungsi kemasan, manfaat kemasan, jenis kemasan, bahan kemasan, serta contoh kemasan.
2. Memberikan materi tentang perencanaan bisnis yakni manfaat perencanaan bisnis, elemen perencanaan bisnis, tahap penyusunan rencana bisnis, serta format business plan.

Participants: Anda, Ananta Ilham, moch jamil, Iyca cantika, Sahar Alinda, zulfah muhliah, Khansa Khairuni..., Abidzar Gaffar, dewimutmainnah elisaring

LAMPIRAN 3

KEGIATAN PRODUKSI MITRA UMKM



LAMPIRAN 4 MATERI PELATIHAN

Etika Bisnis Islam

ETIKA

- Nilai-nilai atau norma-norma yang menjadi pegangan seseorang atau kelompok dalam mengatur tingkah laku (K. Bertens)
- Ilmu yang menjelaskan arti yang baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan manusia kepada yang lainnya, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang seharusnya diperbuat (Alhasbi Amin)
- Dalam Islam Etika dikenal sebagai Akhlak

pengertian

BISNIS DALAM ISLAM

- Al-Tijarah, Al-Bai', Tadayanum, Isytara
- Umumnya memakai kata Al-Tijarah yang arti katanya adalah perdagangan atau perniagaan (Kamus al-munawwir)
- Bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan (ar-Raghib al-Asfahani)
- Dalam Islam, bisnis tidak boleh hanya berdimensi material (keuntungan duniawi), akan tetapi harus juga berdimensi immaterial (= Ilahiyah)

pengertian

Q.S. Al-Baqarah : 282

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَرَدَّدْتُمْ عَلَىٰ عِبَادِكُمْ أَنْ يُضَاعِفُوا لَكُمْ مَالَكُمْ فَلَا ضَرْبَ لِحْمَالِكُمْ بِهِمْ أَنْ يَدْرُسُوا فِي أَمْوَالِكُمْ أَنْ تَتَرَدَّدُوا عَلَيْكُمْ فَكُفُّوا عَنْهَا وَإِنْ يُسْئَلُوا عَنْهَا قُلُوبُهُمْ أَنْ تَقْرُبُوا عَلَيْكُمْ فَلَا مَعْرَظَ عَلَيْكُمْ بَلْ تُؤدُّنَهَا لِيُنَافِسُهَا فِي الْبَيْعِ وَاسْتَفْهِمُوا بِهَا إِنَّكُمْ رُحَمَاءٌ مُّقْتَدِرُونَ

DASAR HUKUM

Q.S. An-Nisa' : 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتْلُوا صَوَابَكُمْ بِغَدَابَتِكُمْ إِلَّا بِلِسَانٍ فَكْرٍ نَجْمًا

Q.S. Ash-Shaff : 10

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا خَلِّ أَيْدِيَكُمْ عَنْ عِبَارِكُمْ خَلِّ أَيْدِيَكُمْ عَنْ عِبَارِكُمْ

Dasar Hukum

Kesatuan (Tauhid / Unity)

- Sebagaimana terrefleksikan dalam konsep Tauhid dimana memadukan keseluruhan aspek kehidupan muslim baik dalam ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen serta mementingkan konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh
- Terpadu baik secara vertikal maupun horizontal
- Tidak hanya bertanggung jawab kepada sesama tetapi yang utama adalah kepada Allah

PRINSIP ETIKA BISNIS DALAM ISLAM

Keseimbangan (Equilibrium / add)

- Mengharuskan untuk selalu berbuat adil dan tidak melakukan kecurangan atau berbuat dzalim
- Berbuat kecurangan dalam bisnis adalah pertanda kehancuran bisnis tersebut karena kunci keberhasilan bisnis adalah *trust* (kepercayaan)
- Menimbang dengan cara yang benar, tidak diperbolehkan mengurangi atau pun memanipulasi timbangan
- Berbuat adil dalam berbisnis dengan siapapun tidak terkecuali dengan orang yang tidak disukai (Q.S. Al-Maidah : 8)

Prinsip Etika Bisnis dalam Islam

Kebebasan Bebas (Free Will)

- Kebebasan merupakan nilai penting dalam etika bisnis Islam, AKAN TETAPI kebebasan tersebut tidak boleh merugikan kepentingan kolektif
- Kepentingan individu dibuka lebar, diperbolehkan memaksimalkan potensi diri untuk kreatif berkarya dan bekerja
- Kebebasan ini dikendalikan dengan adanya PEWAJIBAN ZAKAT (krunikan Islam yang tidak ada dalam agama lain), dan mendorong untuk melakukan infiq dan sedekah

Prinsip Etika Bisnis dalam Islam

Tanggung Jawab (Responsibility)

- Adanya kebebasan bukan tanpa batasan, diharuskan adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas
- Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia dituntut untuk bertanggungjawab atas semua tindakan dan perilaku bisnisnya baik kepada Allah maupun kepada sesama manusia

Prinsip Etika Bisnis dalam Islam

Keberanian, kebajikan dan Kejujuran (Truth, Goodness and Honesty)

- Niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan
- Etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis

Prinsip Etika Bisnis dalam Islam

ADL

- Rasulullah SAW sangat istemah mengajurkan untuk selalu berlaku jujur dalam semua aktivitas bisnis, sebagaimana sabda beliau " Tidak dibenarkan seorang muslim menjual apa jualan yang sesungguhnya dia ketahui dia menjualkan apa (kelebihan atau) nya"
- Beliau SAW melarang para pedagang melakukan barang busuk di bagian bawah dan barang busuk di bagian atas dagangannya

TA'AWUN (saling tolong menolong)

- Tidak hanya mengejar keuntungan materi semata seperti yang diajarkan kapitalisme tetapi aktivitas bisnis harus berorientasi kepada sikap saling menolong sesama sebagai implikasi sosial bisnis dalam Islam

Teladan Rasulullah SAW dalam Berbisnis

Tidak Melakukan Sumpah Palsu

- Sumpah palsu sering dilakukan dalam bisnis demi mendapatkan perhatian dan keyakinan dari calon pembeli, padahal itu dilarang. Beliau SAW bersabda " Dengan melakukan sumpah palsu, barang-barang memang terjual tetapi hasilnya tidak baik" (HR. Bukhari)
- Dalam riwayat Abu Zar Rasulullah SAW mengancam dengan azab yang pedih bagi orang yang bersumpah palsu dalam bisnis dan Allah tidak akan memperdulikannya nanti di hari kiamat

lanjutan

Ramah Tamah

- Seorang pelaku bisnis harus bersikap ramah-tamah dalam melakukan bisnis.
- Rasulullah SAW bersabda " Allah merahmati seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis " (HR. Bukhari dan Tirmidzi)

Tidak boleh mempelekan bisnis Orang lain

- Beliau SAW bersabda " Jangalah seseorang diantara kalian menjual dengan maksud untuk mempelekan apa yang dijual oleh orang lain " (HR. Mustafaq Alah)

Lanjutan

Tidak melakukan Ihtikar

- Ihtikar adalah menyimpan dan menumpuk barang dalam masa tertentu dengan maksud harganya akan saat akan naik dan keuntungan akan berlipat ganda. Dan Rasulullah SAW melarang keras praktik seperti ini

Membayar Upah sebelum kering keringat

- Beliau SAW bersabda " Berikanlah upah kepada karyawan sebelum kering keringatnya "
- Hadits diatas mengindikasikan bahwa upah / gaji tidak boleh ditunda tunda dan harus sesuai dengan kerja yang dilakukan

lanjutan

Tidak Monopoli

- Salah satu keburukan dari kapitalisme adalah monopoli, artinya penguasaan dan penguasaan individu tertentu atas hak milik sosial seperti air, udara dan tanah dan kandungan lainnya seperti barang tambang dan mineral tanpa memberi kesempatan kepada orang lain dan bahkan tidak memperdulikan kerugian alam maupun sosial di sekitarnya. Hal seperti ini dilarang keras dalam Islam

Pelarangan melakukan bisnis yang modharn

- Contoh nya berbisnis senjata dalam keadaan damai (kekejaman) politik
- Dilarang menjual anggur kepada produsen minuman keras
- dll

lanjutan

Mempertahankan Perjanjian Hutang

- Sabda Rasulullah SAW " Sebaik baik kamu adalah orang yang paling tepat menepahi hutangnya " (HR. Hakim)

Memberi pinjaman waktu (Kelonggaran) kepada yang berhutang

- Sabda Rasulullah SAW " Barang siapa yang menagihkan orang yang berhutang menepahi hutang atau membebaskannya, Allah akan memberinya ganjaran di bawah naungannya pada hari dimana tidak ada naungan selain naungannya " (HR. Muslim)

Batas Etika

- QS. Al-Baqarah : 278
- QS. Al-Baqarah : 279

lanjutan

وَاتَّبِعْ فِيمَا ءَاتَاكَ اللهُ الذَّارِءَ أَنْ ءَاخِرَ ءَسْوَأِ لَنْ تَلْمِزَ لِنَصِيْبِكَ
 مِنَ الدُّنْيَا وَءَءْحْسِنَ كَمَا ءَحْسَنَ اللهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ ءَلْفَسَادَ
 فِي الأَرْضِ إِنَّ اللهَ لَا يُحِبُّ المُنْءَسِدِينَ

Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagian) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat buruklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.

QS. AL-QASHASH : 77

Terima Kasih DISKUSI..!



Manfaat Perencanaan Bisnis

- 01 Menentukan arah perkembangan bisnis
- 02 Mengetahui Perilaku User
- 03 Menentukan dan menetapkan target bisnis
- 04 Menentukan strategi Perawatan
- 05 Mengukur kinerja

PENGERTIAN PERENCANAAN BISNIS

- Perencanaan bisnis adalah dokumen tertulis yang menjelaskan secara terperinci bagaimana suatu usaha bisa mencapai tujuan atau meraih laba.
- Perencanaan bisnis sangat berguna untuk penyelesaian suatu masalah. Ada banyak manfaat yang didapatkan ketika membuat perencanaan yang baik yakni tujuan perusahaan akan lebih mudah diukur, terukur, dan terencana. Perencanaan memiliki nilai, karena perencanaan bisnis yang bisa digunakan sebagai acuan.

PENGEMASAN PRODUK

- Pengemasan merupakan system yang terkoordinir untuk menyajikan barang menjadi siap untuk dikonsumsi, dibungkus, disimpan, dijual, dan dipakai.
- Adanya wadah atau pembungkusan dapat membantu mencegah atau mengurangi kerusakan, melindungi produk yang ada di dalamnya, melindungi dan menjaga produknya serta menjaga nilai (gcedoah, kemasan, gcedoah).



Jenis-Jenis Kemasan

Jenis Kemasan Berdasarkan Struktur Isi

Kemasan Primer
 adalah kemasan langsung terhadap isi atau bagian-bagian dari suatu produk, dan lebih kecil (primer).

Kemasan Sekunder
 kemasan yang berfungsi melindungi kemasan primer dan isi, dapat memuat isi dari suatu produk, tetapi ia juga untuk melindungi kemasan primer dan isi.

Kemasan Tersier dan Kuarter
 kemasan yang digunakan untuk melindungi barang atau produk selama pengiriman.

Fungsi Kemasan

- Sebagai sarana untuk melindungi produk agar tidak terdapat adanya proses destruksi dari proses hingga konsumen.
- Untuk melindungi dan memperhalus produk dan melindungi produk dari efek ultraviolet, panas, kelembapan, udara, oksigen, bakteri, kontaminasi debu, dan mikroba yang dapat merusak atau merusak mutu produk.
- Sebagai sarana yang baik dari produk yang digunakan untuk melindungi produk yang akan melindungi produk itu.
- Untuk meningkatkan penjualan dalam perdagangan dan pemasaran.
- Untuk memperhalus pemasaran dan pemasaran produk.
- Untuk melindungi atau produk dari daya tarik pembeli.
- Sebagai sarana informasi dan iklan.
- Untuk memberi kenyamanan pada konsumen.

MONITORING DAN EVALUATION



Monitoring dan Evaluasi menjadi bagian penting dalam rangkaian kegiatan program pengabdian masyarakat kepada mitra UMKM, karena monitoring dan evaluasi akan meningkatkan efektivitas dalam pendampingan dan pelatihan yang telah diberikan untuk mengetahui sejauh mana perubahan kemampuan usaha masa lalu, sekarang dan yang akan dilakukan dimasa depan.



MONITORING

Apa yang telah dilakukan?

1. Memberikan materi tentang pengembangan produk yaitu tentang tujuan pemasaran, target pemasaran, strategi pemasaran, jenis pemasaran, bentuk pemasaran. serta contoh pemasaran.
2. Memberikan materi tentang perencanaan bisnis yaitu membuat perencanaan bisnis, elemen perencanaan bisnis, tahap penyusunan rencana bisnis, serta format business plan.

Apa yang telah dihasilkan?

Misi UMKM Bakul Kembang mendapatkan informasi mengenai pengembangan produk dan perencanaan bisnis yang dapat diwujudkan dalam memajukan usahanya.

Bagaimana pencapaian yang telah dilakukan?

Produk yang dihasilkan oleh UMKM Bakul Kembang semakin dikenal konsumen.

EVALUATION

Apa yang telah dicapai sebagai hasil dari yang telah dilakukan

1. Konsumen dan pelaku bisnis UMKM semakin berkembang.
2. Pengembangan produk dan bisnis berbasis online sangat menarik bagi konsumen.
3. Bakul Kembang Official mempunyai website yang lebih lengkapnya.

Apa dampak dari penilaian yang sudah dilakukan

1. Meningkatkan Bakul Kembang Official untuk memajukan usahanya.
2. Meningkatkan kualitas serta perbaikan produk.
3. Menjadikan perencanaan bisnis sehingga terdapat produk baru yang menarik konsumen.

Perubahan apa yang harus dilakukan secara berkelanjutan

1. Meningkatkan kualitas penjualan produk untuk meningkatkan agar tetap aman serta tetap memberikan nilai tambah ke-unggulan suatu produk.
2. Perencanaan bisnis yang terus ditingkatkan untuk meningkatkan usaha usahanya.



SEKIAN TERIMAKASIH

LAMPIRAN 5
 PRODUK DAN KATALOG MITRA UMKM

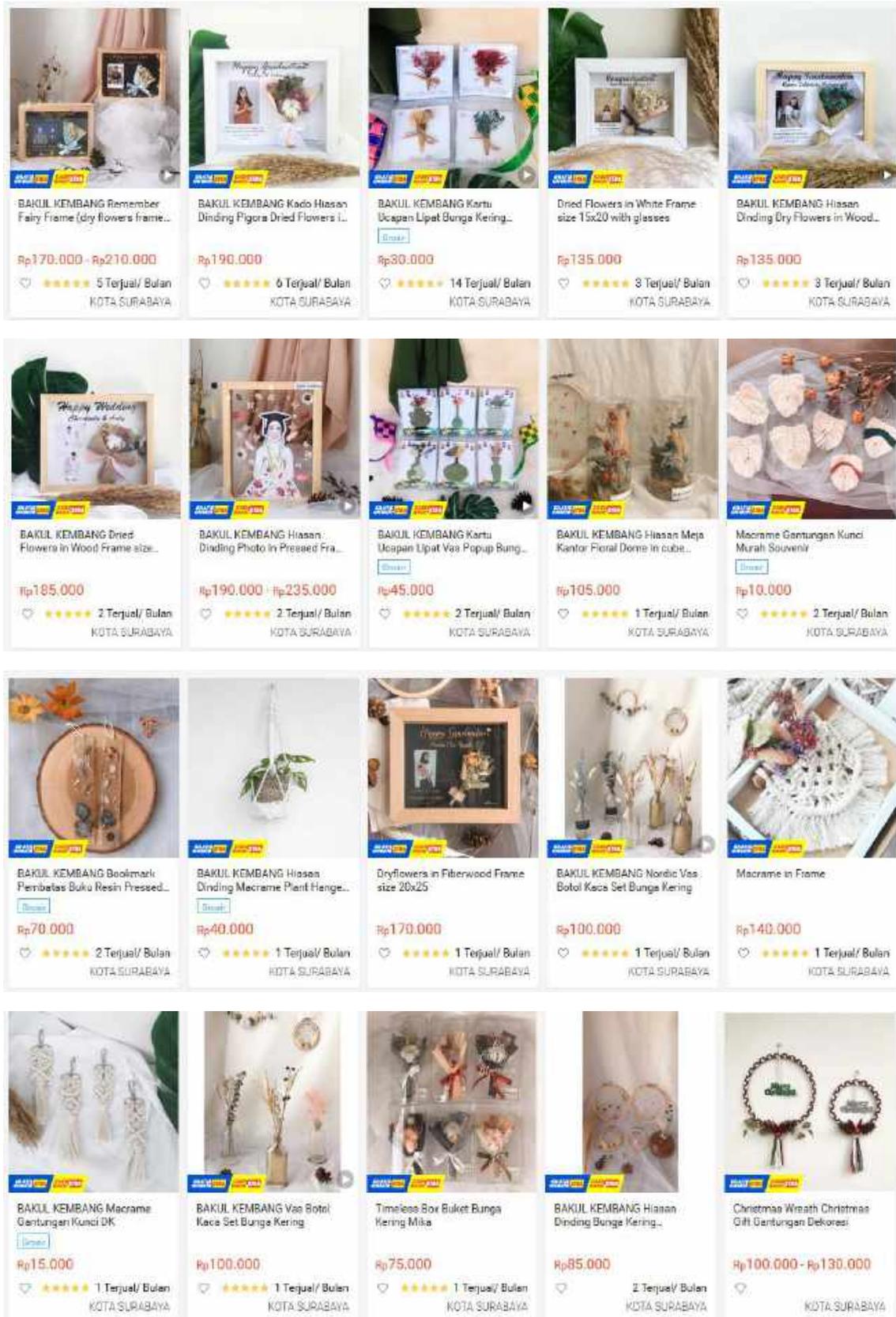
Bakul Kembang **Mahar Frame**
 PROSES CEPAT

Rapi Cepat Kualitas Terbaik Terpercaya

PRODUK TERLARIS

<p>PACKING TAMBAHAN</p> <p>FOAM + BUBBLE WRAP</p> <p>Packing Tambahan BAKUL KEMBANG</p> <p>Rp10.000 67 Terjual</p>	<p>BAKUL KEMBANG Hiasan Dinding Dried Flowers in Wood...</p> <p>Rp100.000 17 Terjual</p>	<p>BAKUL KEMBANG Floral Case HP Resin Iphone Samsung...</p> <p>Rp115.000 17 Terjual</p>	<p>BAKUL KEMBANG Hiasan Dinding Pigora foresty frame...</p> <p>Rp225.000 11 Terjual</p>	<p>BAKUL KEMBANG Hiasan Dinding Bloombox Fairy (dry...</p> <p>Rp230.000 7 Terjual</p>	<p>BAKUL KEMBANG Hiasan Dinding Fairy Frame (dry flowers frame...</p> <p>Rp170.000 5 Terjual</p>
--	--	---	---	---	--

<p>PACKING TAMBAHAN</p> <p>FOAM + BUBBLE WRAP</p> <p>Packing Tambahan BAKUL KEMBANG</p> <p>Rp10.000</p> <p>67 Terjual/ Bulan</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	<p>BAKUL KEMBANG Hiasan Dinding Dried Flowers in Wood...</p> <p>Rp100.000</p> <p>17 Terjual/ Bulan</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	<p>BAKUL KEMBANG Floral Case HP Resin Iphone Samsung...</p> <p>Rp115.000 - Rp165.000</p> <p>17 Terjual/ Bulan</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	<p>BAKUL KEMBANG Hiasan Dinding Pigora foresty frame...</p> <p>Rp225.000</p> <p>11 Terjual/ Bulan</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	<p>BAKUL KEMBANG Hiasan Dinding Bloombox Fairy (dry...</p> <p>Rp230.000 - Rp270.000</p> <p>7 Terjual/ Bulan</p> <p>KOTA SURABAYA</p>
---	---	--	--	--



 <p>BAKUL KEMBANG Hiasan Dinding Bohemian Macrame ...</p> <p>Rp255.000</p> <p>1 Terjual/ Bulan KOTA SURABAYA</p>	 <p>BAKUL KEMBANG Mini Floral Board Papan Ucapan Selamat ...</p> <p>Rp180.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>Dryflower in Fiberwood Frame size 15x20</p> <p>Rp150.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>BAKUL KEMBANG Hiasan Macrame Gantungan Kunci...</p> <p>Rp12.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>Maher Pernikahan Dobel Kaca bunga kering size 30x40</p> <p>Rp480.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>
 <p>BAKUL KEMBANG Maher Pernikahan Dobel Kaca bunga...</p> <p>Rp380.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>Mini Macrame Floral</p> <p>Rp70.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>BAKUL KEMBANG Pressed Frame Dry Flowera</p> <p>Rp159.000 - Rp189.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>Hampers Ramadhan/Lebaran/Idul...</p> <p>Rp135.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>Dryflowers Wreath Dekonasi Dinding/Pintu Rumah Bunga...</p> <p>Rp180.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>
 <p>BAKUL KEMBANG Signed Akrilik kaca stand Ramadhan Hampe...</p> <p>Rp200.000 - Rp250.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>hairclip & hairpiece atau sunggar bunga kering</p> <p>Rp50.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>BAKUL KEMBANG Book Frame Flowers Hampers Lebaran ...</p> <p>Rp295.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>Kanvas Ilustrasi untuk hadiah ulangtahun/wisuda</p> <p>Rp170.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>BAKUL KEMBANG Saku Frame Kado Ullah Kado Anriv Kado...</p> <p>Rp250.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>
 <p>BAKUL KEMBANG Hampers Lebaran/Idul Fitri Hadiah...</p> <p>Rp135.000 - Rp150.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>Macrame Gantungan Kunci DK Warna</p> <p>Rp17.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>BAKUL KEMBANG FLORAL MIRROR / CERMIN KACA DAN...</p> <p>Rp70.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>BAKUL KEMBANG Dryflowers Pot Hadiah Hampers Ucapan...</p> <p>Rp150.000 - Rp200.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>	 <p>Maher Pernikahan Dry Flowers</p> <p>Rp255.000</p> <p>KOTA SURABAYA</p>

LAMPIRAN 6
SERTIFIKAT KEGIATAN





SERTIFKAT

Diberikan Kepada

Mutfiyatul Azizah, S.Si., M.Mat.

atas Partisipasinya sebagai Narasumber dalam Kegiatan
Pendampingan Monitoring Dan Evaluasi Pada Umkm
Bakul Kembang Official Kelurahan Kedurus
Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya

Pada April 2021 - Agustus 2021



Ketua STIESIA Surabaya

Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.



SERTIFKAT

Diberikan Kepada

Drs. Kasrowi Ahmad, M.HI.

atas Partisipasinya sebagai Narasumber dalam Kegiatan
Pendampingan Monitoring Dan Evaluasi Pada Umkm
Bakul Kembang Official Kelurahan Kedurus
Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya

Pada April 2021 - Agustus 2021



Ketua STIESIA Surabaya

Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.



SERTIFKAT

Diberikan Kepada

Laurent Patricia Chandra

2010165478

atas Partisipasinya sebagai Mahasiswa Pendamping dalam Kegiatan Pendampingan Monitoring Dan Evaluasi Pada Umkm Bakul Kembang Official Kelurahan Kedurus Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya

Pada April 2021 - Agustus 2021



Ketua STIESIA Surabaya

Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.



SERTIFKAT

Diberikan Kepada

Sheila Salsabila Brilyadita

1910212070

atas Partisipasinya sebagai Mahasiswa Pendamping dalam Kegiatan Pendampingan Monitoring Dan Evaluasi Pada Umkm Bakul Kembang Official Kelurahan Kedurus Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya

Pada April 2021 - Agustus 2021



Ketua STIESIA Surabaya

Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

LAPORAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
PENDAMPINGAN MANAJEMEN USAHA DAN MANAJEMEN
KEUANGAN PADA UMKM BAKUL KEMBANG *OFFICIAL*
KELURAHAN KEDURUS
KECAMATAN KARANG PILANG
KOTA SURABAYA



Pelaksana :

Mochamad Jamil, S.E., M.M.	NIDN: 0718056304
Dewi Mutmainnah, S.H.I., M.S.I.	NIDN: 0711068104
Muftiyatul Azizah, S.Si., M.Mat.	NIDN: 0722109402
Drs. Kasrowi Ahmad , M.HI	NIDN: 0728055801
Laurent Patricia Chandra	NPM : 2010165478
Sheila Salsabila Brilyadita	NPM : 1910212070

LEMBAGA PENELITIAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
STIESIA SURABAYA

Februari 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul **Pendampingan Manajemen Usaha dan Manajemen Keuangan Pada UMKM Bakul Kembang *Official* Kelurahan Kedurus, Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya**

Ketua Pelaksana	:	
• Nama	:	Mochamad Jamil, S.E., M.M. (NIDN: 0718056304)
• Pangkat/ Golongan	:	Asisten Ahli/IIIB
Anggota Kelompok	:	
• Nama Anggota I	:	Dewi Mutmainah S.H.I., M.S.I. (NIDN: 0711068104)
• Nama Anggota II	:	Muftiyatul Azizah, S.Si., M.Mat. (NIDN: 0722109402)
• Nama Anggota III	:	Drs. Kasrowi Ahmad, M.HI (NIDN: 0728055801)
• Nama Anggota IV	:	Laurent Patricia Chandra NPM: 2010165478
• Nama Anggota V	:	Sheila Salsabila Brilyadita NPM: 1910212070
Lokasi Pengabdian	:	Desa Karangkembang
Mitra Program	:	
• Wilayah Mitra (Desa/Kecamatan)	:	Kecamatan Babat, Kabupaten Lamongan
Luaran yang Dihasilkan	:	Publikasi Jurnal
Waktu Pelaksanaan	:	September 2021 – Februari 2022
Biaya Total	:	Rp 5.000.000
• Internal STIESIA	:	Rp 5.000.000

Diterima dan Disetujui Oleh :

Ketua LP2M

Dr. Nur Lailiy, M., Si
 NIDN. 0714126203

Surabaya, 24 Februari 2022
 Ketua Pelaksana

Mochamad Jamil, SE, MM
 NIDN. 0718056304

Ketua STIESIA

Dr. Nur Fadrih Asyik, SE, M.Si, Ak.CA
 NIDN.0730117301

IDENTITAS DAN URAIAN UMUM

1. Pendampingan Manajemen Usaha dan Manajemen Keuangan Pada UMKM Bakul Kembang *Official* Kelurahan Kedurus, Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya
2. Tim Pelaksana

No	Nama	Jabatan	Bidang Keahlian
1	Mochamad Jamil, S.E., M.M.	Ketua	Manajemen Keuangan
2	Dewi Mutmainah S.H.I., M.S.I.	Anggota 1	Penyusunan dan Penggunaan Pembukuan
3	Muhtiyatul Azizah, S.Si., M.Mat.	Anggota 2	Manajemen Produksi
4	Drs. Kasrowi Ahmad, M.HI	Anggota 3	Etika Bisniss
5	Laurent Patricia Chandra	Anggota 4	Membantu kegiatan identifikasi masalah dan penyiapan infrastruktur kegiatan PKM
6	Sheila Salsabila Brilyadita	Anggota 5	Membantu kegiatan identifikasi masalah dan penyiapan infrastruktur kegiatan PKM

3. Mitra Pengabdian Kepada Masyarakat: UMKM Bakul Kembang *Official* Kelurahan Kedurus Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya.
4. Waktu Pelaksanaan: September 2021 – Februari 2022
5. Usulan Biaya: Rp 5.000.000
6. Lokasi Pengabdian Kepada Masyarakat: Kelurahan Kedurus, Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya
7. Mitra yang Terlibat (kontribusi mitra):

Mitra dalam kegiatan ini adalah pelaku UMKM Bakul Kembang *Official* Kelurahan Kedurus Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya. Dalam kegiatan ini pelaku UMKM memberikan data dan informasi yang dibutuhkan dalam identifikasi masalah dengan memberikan cakupan orientasi kegiatan usaha yang ingin dikembangkan.
8. Permasalahan yang ditemukan dan solusi yang ditawarkan:

Permasalahan yang menjadi hambatan dalam pengembangan kegiatan usaha mitra UMKM dijadikan inventarisasi dan identifikasi permasalahan yang digunakan sebagai dasar untuk memberikan pemecahan permasalahan sesuai dengan karakteristik kegiatan usaha mitra UMKM dengan memberikan pendampingan melalui mekanisme monitoring dan evaluasi

yang dijadikan sebagai rujukan dalam pengembangan usaha mitra UMKM dalam berkegiatan usaha.

9. Kontribusi mendasar pada mitra:

Dalam kegiatan ini sumbangsih yang dapat diberikan kepada mitra usaha UMKM adalah memberikan rekomendasi yang perlu dilakukan oleh mitra UMKM terkait manajemen usaha agar memiliki arah, terukur dan terencana dengan baik, juga mengenai pengelolaan keuangan, agar kegiatan perencanaan, pengelolaan, penyimpanan, serta pengendalian dana dapat mendukung kegiatan dan pengembangan usaha mitra UMKM, sebagai hasil pendampingan dan pelatihan secara aplikatif.

10. Rencana luaran yang ditargetkan:

Rencana luaran yang diargetkan adalah bahwa hasil program PKM ini dipublikasikan dalam jurnal nasional dan dipaparkan dalam simposium kegiatan pengabdian kepada masyarakat

RINGKASAN PELAPORAN

Kegiatan PKM dilakukan pada mitra UMKM Bakul Kembangan *Official* yang kegiatan usahanya berbasis *handmade*, dengan varian produk *flower bouquet: dry flowers, fresh flowers, framegift, hampers, macrame, money bouquet*, mahar perkawinan dan lainnya yang pasarkan melalui berbagai media digital. Tujuan dari kegiatan PKM ini adalah memberikan pemahaman mengenai manajemen usaha agar memiliki arah, terukur dan terencana dengan baik, juga mengenai pengelolaan keuangan, agar kegiatan perencanaan, pengelolaan, penyimpanan, serta pengendalian dana dapat mendukung kegiatan dan pengembangan usaha mitra UMKM, sebagai hasil pendampingan dan pelatihan secara aplikatif.

Metode pelaksanaan kegiatan ini melalui tahapan pra kegiatan, yakni melakukan survey awal, identifikasi permasalahan, konsolidasi Tim dalam melakukan pemetaan dan distribusi tugas sesuai dengan kepakaran, penyusunan dan pengajuan proposal kegiatan. Tahap pelaksanaan yaitu diskusi dan konsultasi, paparan materi pelatihan Manajemen Usaha dan Manajemen Keuangan dengan pratikum pembukuan sederhana. Tahap evaluasi dan monitoring, yakni dengan melakukan komparasi kondisi sebelum dan setelah kegiatan program dengan pendekatan interview dan diskusi serta observasi. Tahap akhir dilakukan penyusunan laporan dengan target publikasi dan dipaparkan dalam simposium kegiatan pengabdian kepada masyarakat

Kata Kunci: UMKM, pendampingan, manajemen usaha dan manajemen keuangan.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Identitas dan Uraian Umum	iii
Abstrak.....	v
Daftar Isi	vi
Daftar Lampiran.....	vii
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
BAB 1.1 Analisa Situasi	1
BAB 1.2 Permasalahan	4
BAB II SOLUSI DAN TARGET LUARAN.....	9
2.1 Solusi Kegiatan	9
2.2 Target Luaran	16
BAB III METODE PELAKSANAAN	21
3.1 Metode Pelaksanaan	21
3.2 Rencana Kegiatan	23
BAB IV BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN	26
4.1 Anggaran Biaya	26
4.2 Jadwal Kegiatan	26
BAB V HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI.....	28
BAB VI RENCANA TAHAP BERIKUTNYA.....	31
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN	32
7.1 Kesimpulan	32
7.2 Saran	32
Referensi	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Tugas Pengabdian Kepada Masyarakat	34
Lampiran 2	Foto Kegiatan	35
Lampiran 3	Varian Produk Mitra UMKM	46
Lampiran 4	Proses Produksi	48
Lampiran 5	Materi Pelatihan	49
Lampiran 6	Sertifikat Kegiatan.....	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Target Luaran Program PKM	16
Tabel 2	Rencana Target Capaian Luaran	20
Tabel 3	Metode Pelaksanaan	22
Tabel 4	Tahapan Kegiatan	23
Tabel 5	Rencana Kegiatan	25
Tabel 6	Jadwal Kegiatan	27
Tabel 7	Rencana Kegiatan Berikutnya	31

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	<i>Marketing Media</i> Mitra UMKM.....	5
Gambar 2	<i>Marketing Media</i> - Tokopedia	6
Gambar 3	<i>Marketing Media</i> - Shopee.....	6
Gambar 4	Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan.....	29
Gambar 5	Pratikum Manajemen Kas.....	30

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional memiliki peran penting bagi pemulihan ekonomi Indonesia sebagai dampak pandemi Covid-19. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) sampai bulan Maret 2021, jumlah UMKM mencapai 64,2 juta. Pelaku UMKM telah berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto sebesar 61,07% atau senilai Rp 8.573,89 triliun. UMKM mampu menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada, serta dapat menghimpun sampai 60,42% dari total investasi di Indonesia. ¹⁾

Fakta bahwa proporsi terbesar sebagai penggerak perekonomian di Indonesia merupakan pelaku usaha mikro yang mampu berkontribusi menyerap tenaga kerja sebesar 97% atau sebesar 116,98 juta jiwa, dan hal ini berbanding terbalik dengan angka serapa dari pelaku ekonomi besar yang hanya sisanya, yakni menyerap sekitar 6,6 juta jiwa atau hanya sekitar 3% saja. Fakta ketimpangan ini harusnya menjadi pertimbangan semua pemangku kepentingan dalam kebijakan-kebijakan ekonominya lebih mengarah pada sektor usaha mikro.

Pandemi Covid-19 memiliki peran juga terhadap penurunan aktivitas pelaku UMKM, Kementerian Koperasi dan UKM, pelaku usaha sektor makanan dan minuman merupakan sektor yang paling berdampak yakni mencapai 163.713 pelaku, 56% pelaku UMKM lainnya mengalami dampak penurunan omzet penjualan dan sekitar 22% berdampak pada permasalahan terhadap akses sumber pembiayaan/pendanaan, serta yang mengalami permasalahan terakut distribusi barang dan yang mengalami kesulitan mendapatkan pasokan bahan baku produksi sebanyak 4% pelaku umkm. ²⁾

1) <https://www.suarasurabaya.net/ekonomibisnis/2021/pemerintah-siapkan-berbagai-program-bantuan-untuk-umkm/>

2) <http://www.depkop.go.id/>

Dalam webinar *GoTo Financial* secara virtual, Rabu (25/8/2021), Oke Nurwan Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Kementerian Perdagangan membeberkan

setidaknya terdapat 5 (lima) permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM selama masa Pandemi Covid-19 ini, yakni :

- turunnya daya beli masyarakat, hal ini diperparah dengan adanya kebijakan pembatasan mobilitas masyarakat
- hambatan distribusi sebagai akibat kebijakan pembatasan mobilitas masyarakat, yang membuat sulit mendistribusikan produk yang dipesan atau yang dibeli konsumen.
- Akses permodalan/pembiayaan, akibat banyaknya UMKM yang belum *bankable*, hal ini yang akhirnya pelaku UMKM terpaksa melakukan pendanaan/pembiayaan melalui rentenir lantaran sulitnya memperoleh pembiayaan dari lembaga keuangan formal.
- Sulitnya mendapatkan bahan baku
- Terhambatnya produksi karena pembatasan pergerakan tenaga kerja.

Untuk itu pelaku UMKM bisa bertahan dengan cara beradaptasi dan mau berkolaborasi dengan berbagai *stakeholder* untuk ikut kedalam program Pemerintah seperti program gerakan Bangga Buatan Indonesia.³⁾

Keterpurukan pelaku UMKM akibat Pandemi Covid-19 juga menjadi fokus penelitian yang dilakukan oleh Pusat Penelitian Politik (P2P) – LIPI bahwa dampak Covid-19, industri pariwisata merupakan sektor paling tinggi terdampak dan memiliki efek domino terhadap sektor lain, khususnya sektor usaha makanan dan minuman mikro yang mencapai sekitar 27%, sektor unit kerajinan kayu dan rotan 17,03%, sedangkan konsumsi rumah tangga mengalami koreksi antara 0,5% hingga 0,8%. Pandemi Covid-19 juga memiliki pengaruh terhadap sisi permintaan dan penawaran atas barang/jasa, hal ini tentu saja berdampak pada likuiditas para pejuang ekonomi mikro, sebagaimana diungkap oleh Organisasi untuk Pembangunan dan Kerjasama Ekonomi (*Organisation for Economic Co-operation and Development/OECD*).

³⁾ <https://money.kompas.com/read/2021/08/25/125859826/kemendag-beberkan-5-masalah-yang-dihadapi-umkm-selama-pandemi>.

Berbagai kebijakan mitigasi yang dilakukan oleh Pemerintah sebagai upaya mengatasi penurunan aktivitas ekonomi, yang terus komitmen mendukung pelaku UMKM untuk mampu bertahan, berkembang dan bertumbuh di tengah tantangan pandemi dan transformasi melalui Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). “Alokasi anggaran yang disediakan untuk kluster dukungan UMKM adalah sebesar Rp95,87 triliun, program lainnya, seperti subsidi bunga, penempatan dana pemerintah pada bank umum mitra, perluasan kredit modal kerja dan

restrukturisasi kredit UMKM, serta penjaminan kredit modal kerja UMKM, termasuk di antaranya Banpres Produktif Usaha Mikro (BPUM), Bantuan Tunai untuk PKL dan Warung (BT-PKLW), dan insentif PPh Final UMKM ditanggung Pemerintah, sebagai mana diungkap oleh Airlangga Hartarto Menteri Koordinator Bidang Perekonomian, Senin (27/9/2021).

Kunci penting adalah berbagai pihak yang berkepentingan memiliki fokus yang sama atas produk kebijakan yang dilakukannya yakni mempecepat eksekusi program-program dalam rangka pemulihan ekonomi mikro, misalnya Pemerintah segera eksekusi program relaksasi, restrukturisasi kredit bagi UMKM yang mengalami kesulitan, bantuan untuk kredit baik berupa subsidi bunga, penundaan pembayaran pokok, dan pemberian tambahan kredit modal kerja, mempersiapkan skema baru dalam pembiayaan, terutama yang berkaitan dengan investasi dan tenaga kerja, skema bantuan sosial terutama yang berkaitan dengan paket sembako, diberikan peluang terus untuk memproduksi terutama di sektor pertanian, sektor industri rumah tangga serta warung-warung tradisional, dan sektor makanan. Bagi pemangku kepentingan lain, diharapkan juga berperan dalam produk kebijakannya untuk partisipasi sesuai kapasitasnya untuk berkontribusi dalam pemulihan ekonomi dimasa pandemi Covid-19 ini.

Hal tersebut merupakan beberapa langkah mitigasi mengatasi kesulitan dan permasalahan yang dialami oleh para pelaku UMKM untuk bertahan dan bangkit dalam berkegiatan usaha, disamping memberikan motivasi meningkatkan sumber daya yang dimiliki untuk mampu menuangkan gagasan-gagasan produktif dengan menghasilkan produk/jasa yang memiliki daya saing di pasar dengan memanfaatkan berbagai media untuk pengenalan produk maupun *brand*-nya di masyarakat. Untuk mendukung hal ini tentunya perlu peran dari berbagai pihak untuk meningkatkan kompetensi yang menjadi permasalahan umum UMKM, yakni terkait manajemen usaha, perencanaan bisnis, strategi pemasaran, manajemen keuangan dengan fokus pemahaman mengenai pencatatan pembukuan, dan lainnya untuk terus memberikan peluang dengan menyediakan media pengenalan produk dengan mengikutsertakan dalam berbagai pameran produk UMKM diberbagai kesempatan.

1.2 Permasalahan

Tatanan sosial maupun ekonomi telah berubah seiring dengan kondisi Pandemi Covid-19 yang sampai saat ini masih dirasakan oleh pelaku ekonomi mikro, kebijakan *social distancing* dan *physical distancing* juga turut merubah perilaku sosial-ekonomi masyarakat. Pelaku ekonomi mikro harus adaptasi dengan media digital untuk mengenalkan produk/jasanya

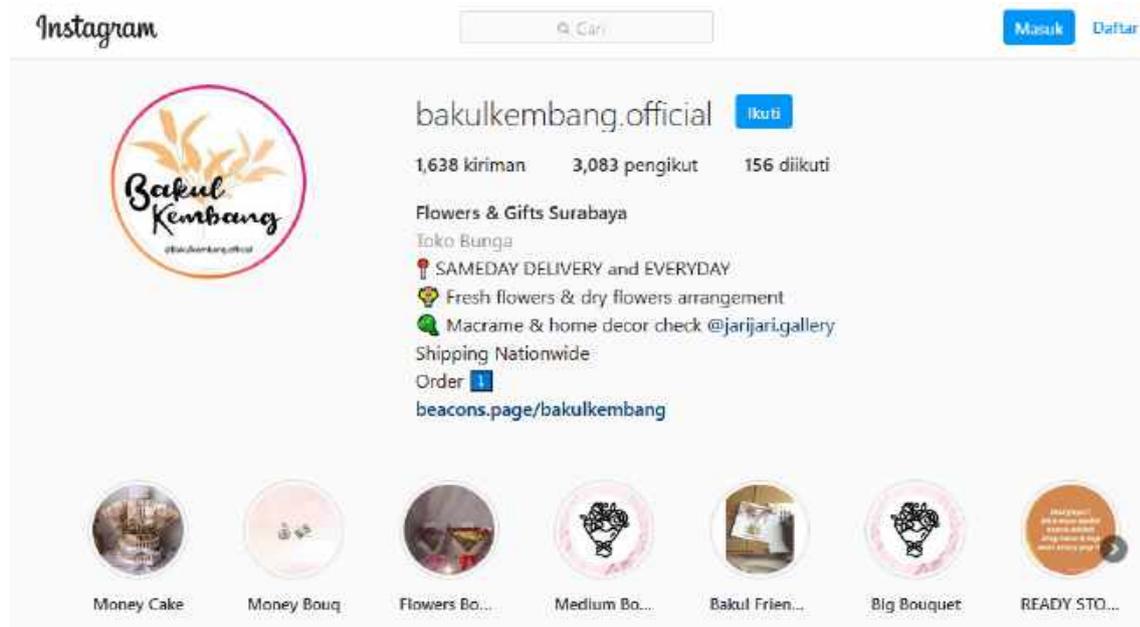
kepada konsumen, sebaliknya konsumen dalam memenuhi kebutuhan juga dituntut beradaptasi dengan kondisi serupa, yakni media digital menjadi bagian dari kegiatan sosial-ekonominya.

Bagi pelaku ekonomi menengah-besar dukungan sumber daya manusia dalam beradaptasi dengan media digital relatif tidak menjadi masalah, karena didukung sumber daya dan kemampuan kompetensi SDM yang dimilikinya. Namun tidak demikian dengan pelaku usaha mikro (UMKM) diperlukan berbagai kondisi untuk beradaptasi dengan media digital, keterbatasan kompetensi SDM, sumber daya yang dimiliki menjadikan hambatan bagi pelaku usaha kelompok ini untuk bertahan berkegiatan usaha dimasa pandemi. Untuk itu diperlukan peran serta dari para pemangku kepentingan untuk memberikan kontribusi energi, pemikiran dari permasalahan yang dihadapi para pelaku usaha mikro.

Penguasaan media digital merupakan keniscayaan yang perlu dikuasai oleh pelaku usaha pada umumnya, termasuk pelaku usaha mikro. Penggunaan teknologi digital berbasis *e-commerce* sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan transaksi ekonomi atas kebutuhan apapun, baik kebutuhan primer, sekunder maupun tersier. Kehadiran aplikasi *marketplace* berbasis *website* seperti seperti Bukalapak, Shopee, Blibli, Tokopedia, Lazada, dan lainnya menawarkan kemudahan bagi pelaku ekonomi untuk mengenalkan produk/jasa dan *brand*-nya kepada konsumen. Untuk itu penguasaan *digital marketing*, sudah menjadi kebutuhan mendesak bagi pelaku usaha, khususnya pelaku usaha mikro bila bermaksud untuk menumbuh-kembangkan usahanya dari waktu ke waktu.

Permasalahan terkait *digital marketing* sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari penguasaan teknologi digital, sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas usaha yang dilakukan oleh mitra UMKM Bakul Kembang *Official* dalam mengenalkan *brand* dan produknya kepada konsumen. Sejak awal membidani usaha mitra UMKM Bakul Kembang *Official* telah mengedukasi diri dalam memanfaatkan teknologi digital, yakni dengan memanfaatkan media sosial [www.instagram.com](https://www.instagram.com/bakulkembang.official) dengan *address* @bakulkembang.official

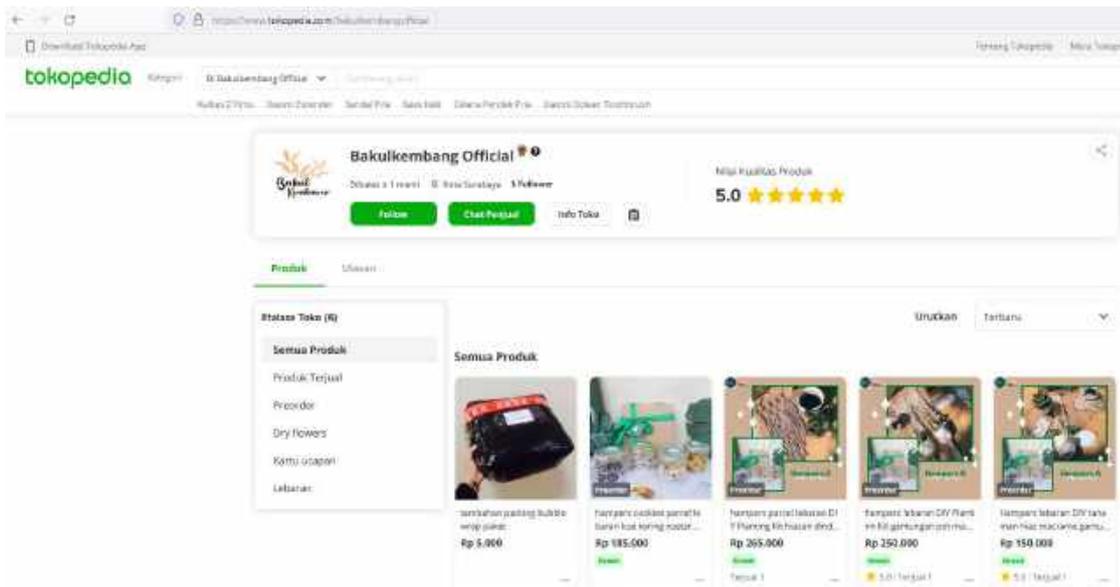
untuk mengenalkan brand dan katalog varian produk yang dihasilkan.



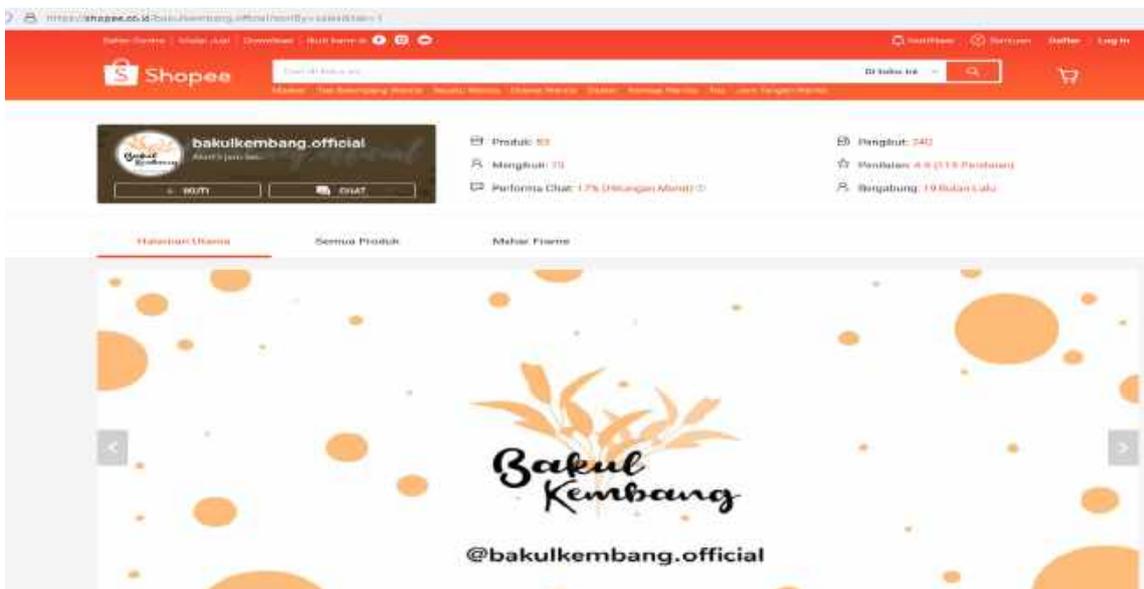
Gambar 1: *Marketing Media* Mitra UMKM

Digital marketing sudah menjadi aktivitas rutin dalam kegiatan usaha, sebagai bagian dari strategi pemasaran digital yang dilakukan oleh mitra UMKM Bakul Kembang *Official* yang merupakan hasil pendampingan program pengabdian masyarakat pada periode April 2020 - Agustus 2020 dengan program pendampingan dan pelatihan mengenai Pemasaran Digital dan Etika Bisnis. Program lanjutan yang dilaksanakan pada periode Desember 2020 – Januari 2021 dilakukan program pendampingan dan pelatihan mengenai Perencanaan Bisnis (*Business Plan*) dan Pengemasan Produk (*Packaging*), sedangkan pada program lanjutan yang periode pelaksanaannya pada April 2021 – Agustus 2021, dilakukan program pendampingan Monitoring dan Evaluasi (M & E) kepada mitra, sehingga arah dan strategi bisnis yang dijalankan merupakan hasil adaptasi yang dilakukan selama program pendampingan.

Dalam rangka untuk pengembangan bisnis dengan tujuan meningkatkan nilai penjualan dan sebagai bagian dari strategi pemasasaran yang dijalankan, maka mitra UMKM Bakul Kembang *Official* memaksimalkan teknologi digital dengan memanfaatkan media berbasis *marketplace* berbayar seperti Shopee dan Tokopedia untuk mengenalkan dan mempromosikan produknya terlebih pada event-event tertentu, misalnya hari raya keagamaan atau event *valentine day*, sebagaimana nampak dalam tampilan berikut ini :



Gambar 2: Marketing Media -Tokopedia



Gambar 3: Marketing Media-Shopee

Pemanfaatan pemasaran digital telah dimaksimalkan oleh mitra UMKM dengan diskripsi produk yang ditambihkan cukup apik dan mengundang konsumen minat sebagai pengguna produk mitra, namun yang menjadi perhatian adalah untuk terus menuangkan gagasan-gagasan produk baru untuk memperkaya varian produk yang disesuaikan dengan arah/trend atau *lifestile* masyarakat. Pengembangan jaringan sebagai upaya distribusi produk yang perlu atensi dengan memuat pada konten media digital yang dikelolanya terkait testimoni-testimoni positif dari konsumen atas produknya yang memiliki tujuan dapat memberikan dampak pada nilai penjualan.

Identifikasi permasalahan selama dalam pendampingan dan yang menjadi fokus pembenahan adalah terkait dengan peningkatan pemahaman mengenai Manajemen Usaha UMKM dan Manajemen Keuangan yang difokuskan pada pengelolaan administrasi terkait manajemen *cashflow*-nya yang selama ini dilakukan secara konvensional dan tidak dicatat secara teratur dan masih dianggap bukan kebutuhan primer, permasalahan seperti ini menjadi permasalahan yang umum UMKM yang hanya fokus pada kegiatan produksi dan pemasaran saja.

Pembenahan manajemen usaha terkait dengan aspek pemanfaatan sumber daya manusia (SDM) dan sumber daya lainnya yang dimiliki mitra UMKM secara efektif dan efisien dapat dimaksimalkan untuk tujuan strategi pengembangan usaha, dengan materi diskusi terkait tujuan manajemen keuangan, manajemen dan perencanaan, identifikasi peluang bisnis, perencanaan bisnis dan perencanaan pemasaran dengan penguatan terkait dengan materi UMKM –Era Digital.

Sedangkan pembenahan terkait manajemen keuangan fokus pada kegiatan perencanaan, pengelolaan, penyimpanan serta pengendalian dana dan aset yang dimiliki mitra UMKM. Pengelolaan keuangan harus direncanakan dengan matang agar tidak menimbulkan permasalahan di kemudian hari yang mengakibatkan mengganggu kelangsungan dan kinerja usaha mitra UMKM. Untuk itu pemahaman terkait dengan fungsi dan prinsip manajemen keuangan, tertib administrasi sebagai basis manajemen keuangan UMKM serta laporan keuangan dengan mengaplikasikan pembukuan transaksi keuangan yang dilakukan dengan metode praktikum melakukan pencatatan atas transaksi keuangan usaha, berikut pencatatan perhitungan laba/rugi usahanya.

Monitoring dan Evaluasi (Monev) merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam pendampingan, hal ini sebagai wujud dilakukannya evaluasi menyeluruh sejauhmana mitra UMKM Bakul Kembang *Official* menjalankan inputan sumbang saran yang diberikan dalam rangka pengembangan usaha. kedepan. Selama pendampingan dilakukan monitoring terhadap aktivitas usaha mitra UMKM untuk mengetahui sejauhmana mitra menjalankan tahapan sumbang saran yang diberikan, yang selanjutnya dilakukan evaluasi terhadap pencapaian tahapan aktivitas yang disarankan memberikan dampak pada efektivitas dan efisien baik terkait aspek input, proses maupun output dari aktivitas usaha yang dijalankan oleh mitra UMKM.

BAB II

SOLUSI DAN TARGET KELUARAN

2.1 Solusi Kegiatan

Program pendampingan kepada mitra UMKM ini merupakan lanjutan dari program pengabdian sebelumnya, sehingga solusi yang ditawarkan hanya fokus pada aspek Manajemen Usaha UMKM dan Manajemen Keuangan, yang didiskripsikan sebagaimana berikut :

a **Manajemen Usaha UMKM**

Pembenahan manajemen usaha terkait dengan aspek pemanfaatan sumber daya manusia (SDM) dan sumber daya lainnya yang dimiliki mitra UMKM secara efektif dan efisien dapat dimaksimalkan untuk tujuan strategi pengembangan usaha mitra UMKM, dengan melakukan tindakan berikut :

- **Identifikasi Peluang Bisnis**

Mitra UMKM menangkap peluang bisnis didasarkan atas gagasan/ide dari hobi/kegemaran yang selanjutnya dituangkan dalam kreativitas berbagai varian produk unggulan yang berciri kas sebagai produk '*handmade*' dengan nilai ekonomis tinggi dan memiliki nilai pembeda dibandingkan dengan produk pesaing, maka produk dapat diterima oleh masyarakat konsumen.

Untuk menjaga kelangsungan usaha secara berkesinambungan perlu dilakukan hal-hal berikut:

- evaluasi produk, dimaksudkan mengetahui kekurangan yang terdapat pada setiap varian produk yang dihasilkan, hal ini digunakan sebagai dasar melakukan tindakan perbaikan produk agar kualitas dan brand tetap terjaga.
 - catatan *varian produk*, perlu melakukan *pencatatan* detil mengenai spesifikasi setiap varian produk, hal ini bertujuan untuk identifikasi kelayakan pengembangan produk yang disesuaikan dengan volume penjualan atas suatu varian produk.
 - Tetapkan tenggat waktu (*deadline*), bermanfaat terhadap pelaksanaan program kerja yang telah diagendakan. Idealnya penyusunan *deadline* dan tempo waktu dilakukan pada awal perencanaan varian produk hingga pasca peluncuran varian produk tersebut di pasar.
-
- Perencanaan Bisnis

Setelah melakukan identifikasi peluang bisnis, pelaku usaha diharapkan memiliki gambaran umum mengenai hasil usaha yang diinginkan, bagaimana memperoleh sumber daya, meningkatkan kompetensi dan keahlian sumber daya manusianya dan menghasilkan rencana untuk mencapai hasil yang diharapkan. Uraian tersebut merupakan bagian dari perencanaan bisnis, dalam mengelola manajemen usaha, maka pelaku usaha perlu terlebih dahulu merumuskan bagaimana proses perencanaan strategi bisnis dilakukan, hal ini penting untuk merumuskan antara lain :

- Merumuskan misi dan misi usaha
- Menganalisis lingkungan, terutama terkait dengan pelanggan dan pesaing
- Menetapkan sasaran bisnis
- Merumuskan strategi bisnis

Bila setiap pelaku usaha melakukan perencanaan bisnis yang disertai dengan proses perencanaan strategi bisnis, maka penjabaran suatu ide usaha ke dalam dimensi-dimensi bisnis yang relevan, harus akan dapat diimplementasikan.

Pelaku UMKM pada umumnya mengabaikan perencanaan bisnis yang metinya terlebih dahulu dilakukan proses perencanaan strategi bisnis dalam menjalankan usaha, hal demikian juga dilakukan oleh mitra UMKM dalam menjalankan usaha tidak memiliki formula perencanaan bisnis maupun proses perencanaan strategi bisnisnya, yang dikedepankan adalah ide/gagasan produk yang dihasilkan memiliki nilai pasar di masyarakat (*marketable*). Untuk itu direkomendasikan untuk melakukan perencanaan bisnis dengan melakukan tahapan strategi bisnis yang mencakup antara lain, merumuskan misi dan misi, menganalisis lingkungan yang fokus pada segmentasi pasar dan pesaing, menetapkan sasaran bisnis serta merumuskan strategi bisnis.

- **Perencanaan Pemasaran**

Keberhasilan suatu usaha terletak pada strategi dan terobosan-terobosan pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha efektif berdampak pada nilai penjualan. Untuk itu mengelola usaha perlu melakukan langkah-langkah dalam perencanaan pemasaran yang merupakan proses memilih dan menganalisis target pasar, mengembangkan dan memelihara bauran pemasaran (produk, harga, distribusi, promosi) untuk dapat memuaskan kebutuhan konsumen

Diperlukan untuk merubah paradigma berpikir pelaku UMKM pada umumnya dan khususnya kepada mitra UMKM dari pemahaman konsep berwawan penjual menjadi konsep wawassan pemasaran. Konsep berwawasan penjualan berpendapat bahwa kalau konsumen dibiarkan begitu saja mereka tidak akan membeli produk organisasi dalam

jumlah memadai. Oleh karena itu, pelaku usaha harus melakukan usaha penjualan dan promosi yang agresif. Sedangkan konsep berwawasan pemasaran berpendapat bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan pemenuhan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien daripada pesaing.⁴⁾

Orientasi pemasaran memang harus menempatkan kepuasan konsumen sebagai obyek untuk ciptakan laba usaha, bukan mendorong volume penjualan besar untuk ciptakan laba usaha, hal ini belum menjadi paradigma atau pola pikir kebanyakan pelaku usaha mikro, termasuk mitra UMKM, pengenalan produk dan *brand* dilakukan secara konstan dengan memanfaatkan media digital yang didukung kemampuan visualisasi dan diskripsi produk yang menarik, untuk itu rekomendasi yang diberikan yakni:

- Melakukan strategi pemasaran efektif yang mampu mengidentifikasi peluang pasar melalui tingkat perluasan produk/pasar yang memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pasar sasaran (*target market*).
- Perlu miliki dukungan database informasi mengenai riwayat transaksi pelanggan di masa lalu, demografis, psikografis, media dan distribusi yang lebih disukai dengan membangun loyalitas pelanggan yang tinggi.
- Penetapan strategi pemasaran untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target yang tentunya bermanfaat untuk pengembangan produk baru, strategi peluncuran produk baru, strategi pemasaran yang berhubungan dengan kompetitor dan pengikut pasar.

⁴⁾ Sukanti, Konsep Pemasaran dan Proses Manajemen Pemasaran (2014: Modul 1, 1.12)

b Manajemen Keuangan

Pembenahan terkait manajemen keuangan fokus pada kegiatan perencanaan, pengelolaan, penyimpanan serta pengendalian dana dan aset yang dimiliki mitra UMKM. Pengelolaan keuangan harus direncanakan dengan matang agar tidak menimbulkan permasalahan di kemudian hari yang mengakibatkan mengganggu kelangsungan dan kinerja usaha mitra UMKM. Untuk itu pemahaman terkait dengan fungsi dan prinsip manajemen keuangan, tertib administrasi sebagai basis manajemen keuangan UMKM serta laporan keuangan perlu menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas usaha yang dilakukan.

Sebagaimana pada umumnya pelaku UMKM di Indonesia dalam kegiatan usahanya dilakukan tanpa dukungan informasi keuangan yang disusun secara sistematis, tertib dan teratur, hal ini juga dilakukan oleh mitra UMKM, dalam melakukan kegiatan usahanya tanpa melakukan penyusunan laporan keuangan sebagai dasar dalam mengambil keputusan. Pengalaman dan intuisi digunakan sebagai dasar dalam mengambil keputusan, sehingga permasalahan yang timbul terkait dengan kegiatan usaha diselesaikan secara mandiri tanpa dukungan informasi keuangan yang melatarbelakangi.

Mitra UMKM dalam menjalankan usahanya hanya fokus pada aktivitas produksi dan pemasaran, sedangkan terkait penyusunan laporan keuangan diabaikan atau belum menjadi perhatian yang perlu tersedia, sehingga mengakibatkan tidak mengetahui besaran pendapatan (kas) yang diterima, berapa besaran biaya operasi yang dikeluarkan dan berapa yang seharusnya tersisa. Posisi kas yang diterima (yang terdapat di rekening Bank) hanya diketahui oleh mitra UMKM, bila bermaksud untuk melakukan perencanaan dalam aktivitas usahanya, yang biasanya tidak tersusun secara rapi, maka mengakibatkan akan berdampak pada kesulitan dalam alokasi kas yang dikelolanya. Bila permasalahan laporan keuangan terus terabaikan, seiring dengan semakin luas kegiatan usahanya, maka pelaku usaha akan tidak mampu lagi memantau kegiatan usaha yang sedang berjalan, misalnya terkait aktivitas produksi, jumlah dan aktivitas penjualan, jumlah dan kondisi aktiva tetap dan lainnya. Permasalahan hal tersebut bisa diselesaikan bila pelaku usaha melakukan pencatatan atau menyusun laporan keuangan dan ditindaklanjuti dengan menganalisisnya. Apabila pelaku usaha melakukan penyusunan laporan keuangan memiliki banyak manfaat, antara lain :⁵⁾

- Mengentahui informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan, perubahan modal Berdasarkan ikhtisar neraca, akan diketahui berapa posisi kas, piutang yang belum tertagih, berapa nilai persediaan yang masih ada, berapa nilai peralatan yang dimiliki, berapa jumlah hutang yang wajib dibayar dan bagaimana posisi modal saat ini. Sedangkan dari ikhtisar laba/rugi, akan mengetahui berapa pendapatan yang dihasilkan, apakah pendapatan berasal dari penjualan produk atau pendapatan sampingan, mengetahui beban gaji yang dibayarkan, berapa barang dagangan yang sudah pernah dibeli, berapa biaya lainnya yang telah dikeluarkan, yang pada akhirnya ikhtisar laba/rugi dapat diketahui berapa keuntungan yang dihasilkan atau kerugian yang terjadi.
- Menjadi salah satu pertimbangan dalam pengambilan keputusan

Data yang terdapat dalam laporan keuangan dapat digunakan untuk pengambilan keputusan dimasa yang akan datang. Misalnya nilai piutang yang besar dalam neraca dapat digunakan sebagai dasar perlunya diaktifkan kembali bagian penagihan. Posisi jumlah laba bersih dalam laporan laba/rugi dapat digunakan sebagai dasar dalam pembagian dividen, misalnya atau digunakan sebagai keputusan perlu tidaknya melakukan ekspansi usaha.

- Mengetahui nilai perubahan kas dan distribusinya

Berdasarkan laporan arus kas, akan diketahui berapa nilai kenaikan/penurunan kas dalam 1 (satu) periode, disamping itu juga dapat mengetahui dari mana sumber kas diperoleh, dialokasikan kemana, berapa jumlah penerimaan dan pengeluaran kas, baik yang berasal dari kegiatan operasi, investasi maupun pendanaan.

- Pemenuhan syarat dalam pengajuan pembiayaan kepada lembaga keuangan

Laporan keuangan yang diaudit dipakai dasar sebagai pertimbangan lembaga keuangan dalam memberikan pembiayaan yang diajukan oleh pelaku usaha.

- 5) Abdullah, Jaka Waskita, & Dien Noviany R, '*Manajemen Keuangan, Aplikasi Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah* (2019:10)

Laporan keuangan dapat sebagai jaminan bagi pelaku usaha mikro yang memiliki aset kurang dari yang disyaratkan, laporan keuangan bulanan dan proyeksi arus kas menjadi dasar bagi lembaga keuangan dalam persetujuan pembiayaan yang diajukan oleh pelaku usaha mikro.

- Manfaat lain

Manfaat lain dari laporan keuangan adalah sebagai salah satu bahan pelaporan untuk pajak, penyusunan anggaran kas, penetapan harga jual, penyusunan analisis impas dan lainnya.

Penting untuk mendorong para pelaku UMKM melakukan penyusunan laporan keuangan rutin secara periodik, karena hal ini merupakan ukuran kinerja dari kegiatan usaha yang dilakukannya. Demikian juga kepada mitra UMKM dalam kegiatan pendampingan ini diberikan pemahaman materi mengenai penyusunan laporan keuangan dengan mengaplikasikan pembukuan transaksi keuangan yang dilakukan dengan metode praktikum penyusunan pencatatan atas transaksi keuangan usaha, berikut pencatatan perhitungan laba/rugi usahanya.

Untuk itu rekomendasi yang perlu dilakukan oleh mitra UMKM setelah mendapatkan materi manajemen keuangan dengan metode pembelajaran aplikatif, antara lain:

a) Penyusunan Laporan Keuangan

Salah satu keberhasilan pengembangan usaha juga ditentukan oleh dukungan Penyusunan Laporan Keuangan yang dilakukan, karena Laporan Keuangan dapat menjadi dasar bagi pelaku usaha dalam pengambilan keputusan strategis, misalnya dalam pengembangan pasar, ekspansi maupun investasi. Disamping itu Laporan Keuangan dapat berfungsi sebagai pedoman dalam monitoring maupun perencanaan usaha di masa yang akan datang, selain digunakan untuk memperoleh sumber pembiayaan/pendanaan dari kreditur.

Selama pendampingan kepada mitra UMKM kurang memiliki kesadaran pentingnya fungsi dari Laporan Keuangan, hal ini ditunjang dengan kurangnya pengetahuan metode pencatatan dan pelaporan keuangan yang semestinya. Dampak atas permasalahan tersebut memiliki potensi terhadap kesulitan bila mitra UMKM melakukan pengembangan usaha yang membutuhkan sumber pendanaan/pembiayaan dari lembaga kreditur. Sedangkan lembaga kreditur dalam memberikan persetujuan pembiayaan didasarkan pada informasi prospek usaha yang tersajikan dalam Laporan Keuangan.

Atas permasalahan dimaksud, solusi yang direkomendasikan yakni memberikan pelatihan mengenai Penyusunan Laporan Keuangan dengan metode diskusi interaktif dengan mengaplikasikan materi yang disampaikan. Materi pelatihan mencakup pencatatan dan penyusunan laporan keuangan. Materi penyusunan laporan keuangan menjelaskan peran penting dari laporan keuangan, pencatatan keuangan secara sederhana, penyusunan laporan keuangan yaitu mengenai Laporan Laba Rugi, Neraca. Materi pelatihan diberikan dengan metode pendampingan untuk melakukan penyusunan pencatatan laporan keuangan secara aplikatif dengan cakupan materi pembukuan sederhana, pencatatan transaksi melalui tabel persamaan dasar akuntansi yang dapat disusun laporan keuangan Neraca dan Laporan Laba-Rugi yang telah mencakup informasi kekayaan usaha, sumber dana usaha dan prospek usaha ke depan. Dalam penyampaian materi dengan tujuan mitra UMKM dapat mengaplikasikan, maka diberikan soal kasus berikut penyelesaiannya di didiskusikan selama pelaksanaan pelatihan. Metode dengan pratikum langsung dengan menyusun laporan keuangan dan disertai diskusi dan tanya jawab menjadikan pelatihan relatif dapat diserap mitra UMKM dengan baik.

b) Manajemen Kas

Bagi pelaku usaha, kas merupakan jantung operasional kegiatan usaha yang dilakukannya, tanpa kecukupan likuiditas kas, maka akan mengganggu aktivitas dalam mempertahankan usahanya. Untuk itu manajemen kas penting diaplikasikan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dalam suatu kegiatan usaha. Pada umumnya pelaku UMKM mengabaikan pentingnya manajemen kas sebagai pilar pendukung eksistensi usaha bisnis mereka. Demikian juga yang terjadi pada

mitra UMKM, pengelolaan kas dilakukan secara konvensional, hanya dicatat secara sederhana yang tidak mencerminkan kegiatan usaha sebagaimana mestinya, sehingga kondisi pengelolaan kas tidak mencerminkan posisi likuiditas yang dapat digunakan sebagai referensi dalam memutuskan pengembangan usaha. Rekomendasikan yang perlu dilakukan mitra UMKM yakni melakukan manajemen kas, karena memiliki dampak pengaruh terhadap pertumbuhan usaha yang dilakukan. Untuk itu kepada mitra UMKM diberikan pelatihan mengenai manajemen kas baik secara teoritis maupun secara aplikatif, sehingga pengelolaan kas dapat membantu mitra UMKM dalam posisi likuiditas yang aman karena hal ini memiliki tujuan kondisi kas harus selalu terjaga likuiditasnya untuk mendukung kelancaran kegiatan pengembangan usaha yang dilakukannya. Disamping itu perencanaan kas yang baik memungkinkan mitra UMKM dapat memprediksi kebutuhan dana yang diperlukan untuk mendukung peningkatan skala produksi yang diinginkan. Perlu adanya pemahaman bagi mitra UMKM bahwa kas memiliki pengaruh positif terhadap kemampuan menghasilkan laba. Likuiditas kas akan mampu mendukung kegiatan produksi yang pada akhirnya turut memberikan kontribusi terciptanya laba dari kegiatan usaha yang dilakukan.

2.2 Target Luaran

Berdasarkan solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan mitra UMKM, maka target luaran yang ingin dicapai meliputi :

Tabel 1
Target Luaran Program PKM

Mitra UMKM Bakul Kembang Official	
Solusi	Luaran
Manajemen Usaha	
<ul style="list-style-type: none">• Identifikasi Peluang Bisnis peluang bisnis didasarkan atas gagasan/ide dari hobi/kegemaran yang	<ul style="list-style-type: none">• Melakukan evaluasi produk, dimaksudkan mengetahui kekurangan

<p>selanjutnya dituangkan dalam kreativitas berbagai varian produk unggulan yang berciri kas sebagai produk ‘<i>handmade</i>’ dengan nilai ekonomis tinggi dan memiliki nilai pembeda dibandingkan dengan produk pesaing, maka produk dapat diterima oleh masyarakat konsumen.</p>	<p>yang terdapat pada setiap varian produk yang dihasilkan, hal ini digunakan sebagai dasar melakukan tindakan perbaikan produk agar kualitas dan brand tetap terjaga.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Catatan <i>varian produk</i>, perlu dilakukan <i>pencatatan</i> detil mengenai spesifikasi setiap varian produk, hal ini bertujuan untuk identifikasi kelayakan pengembangan produk yang disesuaikan dengan volume penjualan atas suatu varian produk. • Tetapkan tenggat waktu (<i>deadline</i>), bermanfaat terhadap pelaksanaan program kerja yang telah diagendakan. Idealnya penyusunan <i>deadline</i> dan tempo waktu dilakukan pada awal perencanaan varian produk hingga pasca peluncuran varian produk tersebut di pasar.
<ul style="list-style-type: none"> • Perencanaan Bisnis memiliki gambaran umum mengenai hasil usaha yang diinginkan, bagaimana memperoleh sumber daya, meningkatkan kompetensi dan keahlian sumber daya manusianya dan menghasilkan rencana untuk mencapai hasil yang diharapkan. Uraian tersebut merupakan bagian dari perencanaan bisnis, dalam mengelola manajemen usaha, maka pelaku usaha perlu terlebih 	<ul style="list-style-type: none"> • Penjabaran ide usaha ke dalam dimensi-dimensi bisnis yang relevan perlu diimplementasikan. • Melakukan perencanaan bisnis dengan melakukan tahapan strategi bisnis yang mencakup antara lain, merumuskan misi dan misi, menganalisis lingkungan yang fokus pada segmentasi pasar dan pesaing, menetapkan sasaran bisnis serta merumuskan strategi bisnis.

<p>dahulu merumuskan bagaimana proses perencanaan strategi bisnis dilakukan</p>	
<p>• Perencanaan Pemasaran Keberhasilan suatu usaha terletak pada strategi dan terobosan-terobosan pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha efektif berdampak pada nilai penjualan. Untuk itu mengelola usaha perlu melakukan langkah-langkah dalam perencanaan pemasaran yang merupakan proses memilih dan menganalisis target pasar, mengembangkan dan memelihara bauran pemasaran (produk, harga, distribusi, promosi) untuk dapat memuaskan kebutuhan konsumen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan strategi pemasaran efektif yang mampu mengidentifikasi peluang pasar melalui tingkat perluasan produk/pasar yang memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pasar sasaran (<i>target market</i>). • Miliki dukungan database informasi mengenai riwayat transaksi pelanggan di masa lalu, demografis, psikografis, media dan distribusi yang lebih disukai dengan membangun loyalitas pelanggan yang tinggi. • Penetapan strategi pemasaran untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target yang tentunya bermanfaat untuk pengembangan produk baru, strategi peluncuran produk baru, strategi pemasaran yang berhubungan dengan kompetitor dan pengikut pasar.
<p>Manajemen Keuangan</p>	
<p>• Penyusunan Laporan Keuangan Laporan Keuangan menjadi dasar bagi pelaku usaha dalam pengambilan keputusan strategis, misalnya dalam pengembangan pasar, ekspansi maupun investasi. Laporan Keuangan juga berfungsi sebagai pedoman dalam monitoring maupun perencanaan usaha di masa yang akan</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan penyusunan laporan keuangan rutin secara periodik, karena hal ini merupakan ukuran kinerja dari kegiatan usaha yang dilakukannya. Kebutuhan pelatihan mengenai penyusunan laporan keuangan secara aplikatif terkait pembukuan transaksi keuangan dengan metode praktikum mengenai

<p>datang, selain digunakan untuk memperoleh sumber pembiayaan/pendanaan dari kreditur</p>	<p>penyusunan pencatatan atas transaksi keuangan usaha dan pencatatan perhitungan laba/rugi.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Manajemen Kas Pengelolaan kas dilakukan secara konvensional, hanya dicatat secara sederhana yang tidak mencerminkan kegiatan usaha sebagaimana mestinya, sehingga kondisi pengelolaan kas tidak mencerminkan posisi likuiditas yang dapat digunakan sebagai referensi dalam memutuskan pengembangan usaha 	<ul style="list-style-type: none"> • Penerapan manajemen kas, karena memiliki dampak pengaruh terhadap pertumbuhan usaha. Pelatihan manajemen kas yang diberikan dengan metode praktikum, sehingga pengelolaan kas akan membantu mitra UMKM mengelola posisi likuiditasnya dengan aman untuk mendukung kelancaran kegiatan pengembangan usaha yang dilakukannya. • Melakukan perencanaan kas dengan tepat, guna memprediksi kebutuhan dana yang diperlukan untuk mendukung peningkatan skala produksi yang diinginkan. Likuiditas kas akan mampu mendukung kegiatan produksi yang turut memberikan kontribusi penciptaan laba.

Tabel 2
Rencana Target Capaian Luaran

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian
Luaran Wajib		
1	Publikasi ilmiah pada Jurnal ber ISSN/Prosiding	Publikasi
2	Publikasi pada media masa cetak/ <i>online</i> / <i>repository</i> PT	Publikasi
3	Peningkatan daya saing (peningkatan kualitas, nilai ekonomis, diversifikasi produk atau sumber daya lainnya)	Ada
4	Peningkatan penerapan Iptek di masyarakat (mekanisasi, IT, dan manajemen)	Ada
5	Perbaikan tata nilai masyarakat (sosial, politik, keamanan, ketentraman, pendidikan, kesehatan)	Ada
Luaran Tambahan		
1	Publikasi di jurnal internasional	Tidak ada
2	Hak Kekayaan Intelektual (Paten, Paten sederhana, Hak Cipta, Merek dagang, rahasia dagang, Desain Produk Industri, Perlindungan Varietas Tanaman, Perlindungan Desain Topografi Sirkuit Terpadu)	Tidak ada
3	Buku ber ISBN	Tidak ada

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1 Metode Pelaksanaan

Berdasarkan analisis situasi dan permasalahan yang diidentifikasi dari mitra UMKM Bakul Kembang *Official*, tahapan yang diberikan melalui 2 (dua) pendekatan, yakni :

a Pendampingan dan Pelatihan

Pendampingan kepada mitra UMKM dilakukan menyesuaikan dengan kondisi Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) akibat pandemi Covid-19. Untuk itu pendekatan pendampingan dilakukan dengan memanfaatkan media komunikasi untuk melakukan berbagai diskusi yang diperlukan dalam rangka memberikan masukan untuk dilakukan tahapan perbaikan dari berbagai aspek operasional usaha mitra UMKM untuk lebih efisien dalam tata kelola usahanya.

Kebutuhan pembenahan dalam mendukung kegiatan operasional usaha mitra UMKM diperlukan pelatihan terkait dengan Manajemen Usaha dan Manajemen Keuangan. Pembenahan manajemen usaha merupakan tahapan yang menjadi perhatian karena manajemen usaha sebagai upaya untuk mengatur segala aspek dalam usaha yang dilakukan agar mampu mencapai tujuan yang diinginkan. Lebih jauh manajemen usaha akan berpengaruh terhadap pendapatan, penjualan maupun kualitas produk yang dihasilkan. Penerapan manajemen usaha yang benar akan dapat menopang usaha meraih kesuksesan dan pengembangan usaha untuk mencapai target sebagaimana yang telah direncanakan.

Sedangkan manajemen keuangan, yang pada umumnya terabaikan oleh UMKM, padahal manajemen keuangan merupakan suatu proses dalam pengaturan aktivitas atau kegiatan keuangan dalam suatu usaha, termasuk kegiatan perencanaan, analisis dan pengendalian terhadap keuangan. Untuk itu manajemen keuangan perlu diterapkan oleh pelaku usaha dengan skala bisnis baik mikro, menengah maupun besar. Untuk itu pelatihan manajemen keuangan kepada mitra UMKM mutlak diberikan, karena belum melakukan pencatatan pembukuan, hal ini didorong belum memiliki pengetahuan yang memadai dalam penyusunan pembukuan. Pencatatan pembukuan merupakan hal yang penting untuk evaluasi dan mengetahui perkembangan usaha, untuk mengetahui laba/rugi dan sebagai dasar pengembangan usaha. Pendampingan dan pelatihan manajemen keuangan diharapkan mitra UMKM memiliki kemampuan untuk melakukan pengelolaan keuangan dengan benar.

Metode pelatihan diberikan dengan metode diskusi dan aplikatif, khususnya materi terkait penyusunan laporan keuangan, pembukuan transaksi keuangan yang dilaksanakan dengan pratikum bagaimana penyusunan pencatatan atas transaksi keuangan usaha dan pencatatan perhitungan laba/rugi. Rangkaian pelatihan dilakukan dengan menggunakan media *Google Zoom*, hal ini disesuaikan dengan kondisi saat ini masih dalam suasana Pandemi Covid-19.

b Konsultasi dan Diskusi

Konsultasi dan diskusi secara berkala dilakukan dalam upaya memberikan sumbang saran kepada mitra UMKM dalam melakukan langkah perbaikan operasional terutama terkait manajemen usaha dan manajemen keuangan dalam rangka mendukung operasional usaha sebagaimana diuraikan dalam tabel berikut:

**Tabel 3
Metode Pelaksanaan**

Aspek	Solusi Permasalahan	Metode Kegiatan
Manajemen Usaha	<ul style="list-style-type: none"> • Identifikasi Peluang Bisnis Perlu memperkaya ide/gagasan kreatif untuk membaca kebutuhan konsumen sesuai dengan varian produk unggulan dengan nilai ekonomis tinggi dan memiliki nilai pembeda dibandingkan dengan produk pesaing. • Perencanaan Bisnis Merumuskan dan merancang kebutuhan kedepan sesuai dengan visi, misi dan tujuan serta sasaran serta mewujudkannya melalui berbagai strategi untuk dapat bertahan dan selalu eksis dalam kegiatan usaha yang dilakukannya. • Perencanaan Pemasaran Melakukan strategi pemasaran efektif yang mampu mengidentifikasi peluang pasar melalui tingkat perluasan produk/pasar yang memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pasar sasaran (<i>target market</i>) dengan memanfaatkan berbagai platform media digital 	Pelatihan, Konsultasi dan Diskusi
Manajemen Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> • Penyusunan Laporan Keuangan 	Pelatihan,

	<p>Melakukan penyusunan laporan keuangan rutin secara periodik, karena merupakan ukuran kinerja dari usaha yang dilakukannya. Pelatihan dilakukan secara aplikatif dengan metode pratikum mengenai penyusunan pencatatan atas transaksi keuangan usaha dan pencatatan perhitungan laba/rugi.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manajemen Kas <p>Penerapan manajemen kas mutlak dilakukan, karena berdampak pada pertumbuhan usaha. Manajemen kas akan membantu mengelola posisi likuiditasnya dengan aman untuk mendukung kelancaran kegiatan pengembangan usaha. Untuk itu perencanaan kas perlu dilakukan dengan tepat, guna memprediksi kebutuhan dana untuk mendukung peningkatan skala produksi. Likuiditas kas digunakan untuk mendukung kegiatan produksi yang turut memberikan kontribusi penciptaan laba.</p>	Konsultasi dan Diskusi
--	--	------------------------

3.2 Rencana Kegiatan

Pendampingan dalam rangka monitoring dan evaluasi terhadap kegiatan usaha mitra UMKM Bakul Kembang *Official*, nampak pada tabel berikut :

Tabel 4
Tahapan Kegiatan

Kegiatan	Keterangan	Waktu
Tahap Persiapan		
Surat Pemberitahuan Monev kepada mitra UMKM	Kesanggupan mitra UMKM untuk menerima pendampingan Monev	1 hari
Pra Survey	Identifikasi permasalahan	2 hari
Pembentukan Tim PKM	Alokasi Tim disesuaikan dengan jenis kepakaran untuk menyelesaikan permasalahan mitra	2 hari
Penyusunan Proposal	Penyusunan proposal pendampingan manajemen usaha dan manajemen keuangan pada mitra UMKM	5 hari

Konsolidasi Tim dan Mitra UMKM	Perencanaan pelaksanaan program secara konseptual, operasional dan <i>job description</i> dari Tim & Mitra	5 hari
Penyiapan materi Pelatihan	Penyusunan materi pelatihan Manajemen Usaha dan Manajemen Keuangan	5 hari
Tahap Pelaksanaan		
Pendampingan	Memberikan penjelasan tentang maksud dan tujuan serta menjelaskan urgensinya pendampingan terkait manajemen usaha dan manajemen keuangan pada mitra UMKM	Selama PKM
Konsultasi dan diskusi	Melakukan penilaian secara langsung terkait manajemen usaha dan manajemen keuangan sesuai dengan permasalahan yang dihadapi mitra UMKM	Selama PKM
Rekomendasi	Memberikan sumbang saran pemecahan masalah yang dihadapi mitra UMKM	5 hari
Evaluasi		
Evaluasi kegiatan usaha mitra UMKM	Dilakukan komparasi kondisi mitra UMKM sebelum dan sesuai pendampingan PKM. Keberhasilan program merupakan indikator dimana mitra UMKM melakukan tahapan rekomendasi yang diberikan.	5 hari
Pelaporan		
Penyusunan Laporan PKM	Penyusunan laporan merupakan bentuk tanggung jawab atas pelaksanaan program dengan luaran publikasi.	10 hari

Tabel 5
Rencana Kegiatan

Kegiatan	Keterangan
Tahap Persiapan	
Penyusunan jadwal pelaksanaan PKM	Menyusun detail pelaksanaan termasuk jadwal pelaksanaan PKM sesuai dengan subyek permasalahan mitra UMKM
Alokasi Personil	Menetapkan <i>plotting</i> personil sesuai dengan kepakaran terkait dengan subyek permasalahan mitra UMKM
Surat Pemberitahuan pendampingan kepada mitra UMKM	Memproses surat tugas Dosen dan pendamping mahasiswa yang melakukan kegiatan pendampingan PKM
Penyiapan materi pelatihan	Menyusun materi pelatihan manajemen usaha dan manajemen keuangan sesuai dengan lingkup usaha dan permasalahan mitra UMKM

Konfirmasi kesediaan mitra UMKM untuk pendampingan PKM	Mengkomunikasikan kepada mitra UMKM atas kesediaan waktu dalam pelaksanaan pendampingan Monev.
Penyiapan administrasi lain	Menyiapkan administrasi yang menjadi kelengkapan penyelenggaraan pendampingan PKM
Tahap Pelaksanaan	
Kesediaan waktu	Mengkonfirmasi kesediaan waktu mitra UMKM untuk jadwal dalam pelaksanaan pendampingan PKM
Wawancara dan pemantauan	Melakukan identifikasis permasalahan mitra UMKM terkait dengan manajemen usaha dan manajemen keuangan dengan pendekatan wawancara yang disertai pemantauan, penilaian dan membuat catatan hasil pengamatan
Penyusunan Laporan PKM	Menyusun laporan pelaksanaan PKM yang memuat rekomendasi <i>action plan</i> kepada mitra UMKM dalam bidang manajemen usaha dan manajemen keuangan guna mendukung kegiatan usaha.
Tindak Lanjut	
Penafsiran hasil Monev	Memberikan menafsiran terhadap hasil pendampingan monitoring dan evaluasi kepada mitra UMKM
Pemberian rekomendasi untuk tindak lanjut	Memberikan saran pemecahan masalah yang dihadapi oleh mitra UMKM dan <i>action plan</i> yang perlu dilakukan mitra UMKM untuk pengembangan usaha.

BAB IV

BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

4.1 Anggaran Biaya

Program pengabdian pada masyarakat diperlukan berbagai pendekatan dampingan, metode dan referensi analisa kebutuhan yang memiliki relevansi dengan bidang usaha mitra UMKM. Program ini merupakan salah satu wujud perpaduan unsur pendidikan, pengabdian dan pengabdian pada masyarakat dalam bingkai Tri Dharma Perguruan Tinggi. Keterlibatan Perguruan Tinggi sebagai lembaga pendidikan dalam rangka untuk meningkatkan bidang kompetensi dan keilmuan dengan melibatkan mahasiswa untuk memiliki kepekaan sosial dan turut memberikan kontribusi membangun pengembangan ekonomi mikro masyarakat. Keterlibatan Perguruan Tinggi dalam kegiatan program pengabdian kepada masyarakat merupakan kegiatan yang berorientasi **pada** pelayanan **kepada masyarakat** dengan menerapkan hasil kepakaran dalam bidang ilmu pengetahuan sivitas akademika Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya dalam menyelesaikan permasalahan **masyarakat** dan memajukan kesejahteraan bangsa, untuk itu pimpinan STIESIA berkomitmen penyediaan dana (anggaran) pengabdian kepada masyarakat dengan menggunakan sumber dana dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) STIESIA Surabaya.

4.2 Jadwal Kegiatan

Fokus dari program PKM pada bidang manajemen usaha dan manajemen keuangan dengan metode pendampingan dan pemberian materi pelatihan dengan pendekatan praktikum yang pelaksanaannya dilakukan pada periode September 2021 sampai dengan Februari 2022, dengan alokasi jadwal sebagaimana nampak pada tabel berikut :

Tabel 6
Jadwal Kegiatan

JENIS KEGIATAN	JADWAL KEGIATAN					
	Sept	Okt	Nop	Des	Jan	Feb
Survey Lokasi	√					
Identifikasi Permasalahan		√				
Pelatihan Manajemen Usaha & Manajemen Keuangan			√			
Konsultasi & Diskusi:						
• Manajemen Usaha :			√			
○ SDM				√		
○ Manajemen Produksi				√		
○ Manajemen Distribusi				√		
○ Manajemen Pemasaran					√	
• Manajemen Keuangan					√	
○ Penyusunan Lap Keuangan					√	
Evaluasi & Monitoring			√	√	√	√
Penyusunan Laporan Kegiatan						√
Penyusunan Publikasi Kegiatan						√

BAB V

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Kegiatan dan hasil pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat dalam rangka pendampingan dan pelatihan manajemen usaha dan manajemen keuangan yang ditujukan untuk mendapatkan luaran sebagaimana yang diharapkan. Adapun hasil dan luaran yang telah dicapai selama pendampingan dan pelatihan sebagaimana diuraikan berikut:

1. Manajemen Usaha

Pendampingan dilakukan melalui bimbingan dan pelatihan di bidang manajemen usaha yang fokus pada materi berikut:

a. Identifikasi Peluang Usaha.

Mitra UMKM dalam melakukan usaha tanpa melakukan pentingnya melakukan identifikasi peluang usaha. Setelah mendapatkan pemahaman selama pendampingan, mitra UMKM mampu melakukan identifikasi dan membaca kebutuhan konsumen yang digunakan sebagai referensi penciptaan berbagai varian produk dengan menyertakan gagasan/ide kreatif sebagai fitur tambahan dalam produk yang dihasilkan sehingga memiliki nilai ekonomi tinggi dan memiliki nilai pembeda dibandingkan dengan produk pesaing.

b. Perencanaan Usaha.

Pendampingan yang dilakukan kepada mitra UMKM dengan pendekatan diskusi dan konsultasi yang menyertai dari paparan materi terkait perencanaan usaha yang sebelumnya terabaikan, dengan pendekatan umpan balik, mitra UMKM telah mampu mendeskripsikan dengan baik komponen-komponen yang perlu ada dalam perencanaan usaha, misalnya deskripsi bisnis, deskripsi usaha ini berfungsi untuk mendeskripsikan terkait mengenai ide-ide dan gagasan bisnis yang akan dilakukan kedepannya. Berikturnya terkait dengan strategi pemasaran yang dilakukan, mitra UMKM telah mempelajari segala hal tentang kelebihan dan kekurangan kompetitor.

c. Perencanaan Pemasaran.

Pemasaran yang dilakukan oleh mitra UMKM telah menggunakan berbagai strategi yang cukup efektif dengan mampu mengidentifikasi peluang pasar, melalui tingkat perluasan produk/pasar yang disesuaikan dengan kebutuhan, keinginan dan permintaan pasar sasaran (*target market*) dengan memanfaatkan berbagai *platform* media digital.

2. Manajemen Keuangan

Dalam kegiatan usahanya mitra UMKM mengabaikan pencatatan setiap kegiatan transaksi, sehingga

a. Penyusunan Laporan Keuangan

Mitra UMKM sebelum dilakukan pendampingan, aktivitas kegiatan usaha tidak dilakukan pencatatan, namun dengan diberikan pemahaman bahwa laporan keuangan memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan usaha, maka penyusunan laporan keuangan dilakukan rutin secara periodik, karena merupakan ukuran kinerja dari usaha yang dilakukannya. Pelatihan mengenai penyusunan laporan keuangan dilakukan secara aplikatif dengan metode pratikum mengenai penyusunan pencatatan atas transaksi keuangan usaha dan pencatatan perhitungan laba/rugi.

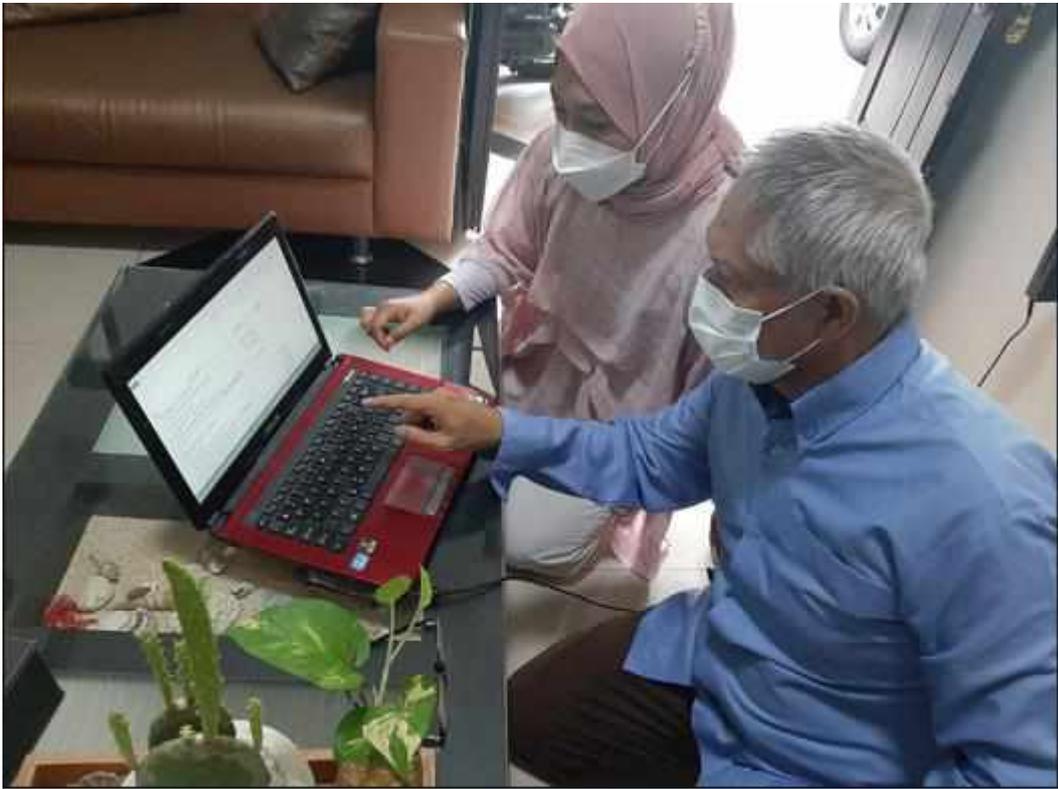


Gambar 4: Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan

b. Manajemen Kas

Penerapan manajemen kas selama ini diabaikan oleh mitra UMKM dalam aktivitas usaha yang dilakukannya, namun dalam pendampingan dan diskusi, serta pendalaman materi yang diberikan, mitra UMKM telah melakukan pencatatan setiap aliran kas dalam transaksi yang dilakukannya. Mitra UMKM menyadari bahwa penerapan manajemen kas mutlak dilakukan, karena berdampak pada pertumbuhan usaha. Manajemen kas akan membantu mengelola posisi likuiditasnya dengan aman untuk

mendukung kelancaran kegiatan pengembangan usaha. Untuk itu perencanaan kas perlu dilakukan dengan tepat, guna memprediksi kebutuhan dana untuk mendukung peningkatan skala produksi. Likuiditas kas digunakan untuk mendukung kegiatan produksi yang turut memberikan kontribusi penciptaan laba.



Gambar 5: Pratikum Manajemen Kas

BAB VI

RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

Dengan berakhirnya tahapan program pengabdian kepada masyarakat kepada mitra UMKM selesai dilakukan, masih dibuka ruang diskusi dan konsultasi tidak terbatas pada fokus materi program pengabdian masyarakat mengenai manajemen usaha dan manajemen keuangan, namun juga mencakup permasalahan yang dihadapi mitra UMKM dalam rangka pengembangan kegiatan usahanya. Untuk rencana tahapan program pengabdian masyarakat berikutnya yang masih diperlukan pendampingan kepada mitra UMKM antara lain:

Tabel 7
Rencana Kegiatan Berikutnya

Diskripsi Kegiatan	Rencana Kegiatan Berikutnya
Kualitas produk dan Varian Produk	Mitra UMKM untuk meningkatkan dan menjaga kualitas produk serta selalu berinovasi/berkreasi dengan produk-produk baru yang memiliki nilai ekonomis tinggi. Untuk mendukung hal tersebut perlu meningkatkan kemampuan ketrampilan dengan mengikuti pelatihan
Strategi Pemasaran	Pemasaran yang dilakukan cukup efektif dalam mengenalkan <i>brand</i> dan produknya ke konsumen melalui berbagai media digital termasuk melalui market place berbayar. Untuk meningkatkan volume penjualan mitra UMKM perlu mengembangkan sistem pembayaran dengan memanfaatkan transaksi digital ' <i>cashless</i> ' dengan bekerjasama dengan pihak penyedia layanan digital ' <i>cashless</i> '.
Manajemen usaha,	Mitra UMKM mengoptimalkan manajemen usaha agar kegiatan usaha berjalan sesuai tujuan yang ditetapkan.
Manajemen Kas	Melakukan secara rutin pencatatan arus kas setiap kegiatan transaksi yang dilakukan, sehingga kinerja kegiatan usaha secara periodik dapat terpantau. Pengelolaan kas untuk mengoptimalkan penggunaan kas untuk kepentingan penyusunan anggaran, produksi dan pengembangan usaha.

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan

Selama pelaksanaan pendampingan dan pelatihan yang diberikan kepada mitra UMKM, telah tercapai beberapa kegiatan, antara lain :

1. Dalam penerapan manajemen usaha, mitra UMKM menjalankan kegiatan usahanya mengawali perencanaan dengan mengatur dari berbagai aspek, misalnya bahan baku, produksi sampai menyusun strategi pemasarannya.
2. Dalam mendukung kegiatan usahanya, mitra UMKM mulai memiliki pemahaman pentingnya peran manajemen keuangan dalam menyertai operasional usaha yang dilakukan. Mitra UMKM telah menyusun laporan keuangan secara periodic dengan melakukan pencatatan atas transaksi keuangan usaha dan pencatatan laba/rugi.
3. Penyusunan laporan keuangan yang dilakukan mitra UMKM, berdampak pada penerapan manajemen kas dan hal ini membantu dalam mengelola posisi likuiditas untuk mendukung kelancaran kegiatan pengembangan usaha yang dilakukannya. Perencanaan kas yang tepat akan berperan untuk memprediksi kebutuhan dana dalam mendukung kegiatan produksi yang akan memberikan kontribusi dalam penciptaan laba.

7.2 Saran

Selama pendampingan kepada mitra UMKM Bakul Kembang *Official* dalam upaya peningkatan usaha kedepan, sumbang saran yang bisa ditindaklanjuti antara lain :

1. Mitra UMKM perlu terus berkreasi menuangkan gagasan/ide untuk menghasilkan produk-produk baru sebagai tindakan diversifikasi guna menjaga kelangsungan usaha, termasuk memiliki kepekaan terhadap perubahan perilaku konsumen serta memonitor perkembangan produk sejenis dari competitor.
2. Kesiambungan program kegiatan sejenis yang diintegrasikan dengan lintas kepentingan perlu terus dilakukan oleh pihak-pihak yang berkepentingan terhadap usaha mikro, sehingga pelaku usaha UMKM mendapatkan manfaat yang menyeluruh sesuai dengan cakupan usaha UMKM.
3. Produk dan *brand* perlu didaftarkan sebagai hasil kreativitas kekayaan intelektual, untuk itu perlu didaftarkan mendapatkan Hak Kekayaan Intelektual (HKI).
4. Perlu peningkatan kemampuan ketrampilan untuk menghasilkan produk berkualitas dan memiliki nilai ekonomis tinggal dan berdaya saing, untuk itu perlu mengalokasikan waktu

untuk mengikuti workshop/pelatihan di bidang manajemen, teknologi digital, pemasaran dan lainnya.

REFRENSI

- Abdullah, Jaka Waskita,& Dien Noviany R, 2019, '*Manajemen Keuangan, Aplikasi Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*, Edisi Pertama, Cetakan 1, Expert. Yogyakarta
- Fatwitawati, Reni. 2018. Pengelolaan Keuangan bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kelurahan Airputih Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *Sembadha* 1(1): 225-229.
- Kotler, Philip Gary Armstrong. 2008, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Machfoedz, Mas'ud. 1993. Akuntansi Manajemen Buku 1 Edisi Keempat. BPFE Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Puspitaningtyas, Z. (2013). Pola Pengelolaan Kas bagi Pelaku UKM Berdasarkan Orientasi Entrepreneurial. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 2 (1), 93-100.
- Putri, R.L., & Musmini, L.S. (2013). Pengaruh Perputaran Kas terhadap Profitabilitas pada PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi Singaraja Periode 2008 – 2012. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 3 (2), 142-152.
- Sukanti, Konsep Pemasaran dan Proses Manajemen Pemasaran, Pustaka UT (2014: Modul) www.pustakaut.ac.id
- Trisninawati dan Septhayuda, Irwan. 2014. Peran Rencana Bisnis Sebagai Alat Untuk Meningkatkan Keberhasilan Usaha (Studi Kasus UMKM di Bawah Binaan Bina Darma Entrepreneurship Center (BDEC). *Journal & Proceeding FEB UNSOED*. 4(1): 376-388.
- Yani Retiyani Widjaja dan Widi Winarso, 2020, Bisnis Kreatif dan Inovasi, Yayasan Barcode
- Zulkipli & Muharir, Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah, STIEBIS, Indo Global Mandiri, Vol. 1 No. 1, Maret 2021

LAMPIRAN 1

SURAT TUGAS PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
STIESIA

DIPLOMA 3 (Terdiklat)
• Manajemen Prapajak
• Akuntansi

SPECIAL 1 (Terdiklat)
• Manajemen
• Akuntansi

SPECIAL 2 (Terdiklat)
• Manajemen
• Akuntansi

STIATA 3
• Ilmu Manajemen
(Terdiklat)

PERSEKUTUAN PROFESI
AKUNTAN
(Terdiklat)

Jalan Mener Pempunggan 20 Surabaya 60134 ☎ 031 827014, 827015, 827016, 827017, 827018 Fax: 031 827014
Website: www.stiesia.com Email: stiesia@stiesia.com

SURAT TUGAS

Nomor: A.55c/01.06/VI/2021

Tanggal 23 November 2021

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya memberikan tugas kepada,

Nama : 1. Muchamad Jamil, S.E., M.M.
2. Dewi Mahmamah, S.H.I., M.S.I.
3. Muftiyatul Azizah, S.Si., M.Mat.
4. Kasrini Ahmad, Drs., M.HI.
5. Laurenti Fabricia Chandra
6. Sheila Salsabila Briyadita

Alamat : Jalan Mener Pempunggan 20 Surabaya

Jabatan : 1-4 Dosen
3-6 Mahatwa

Tujuan : UMKM Bekul Kembang Official
Koturahan Koturus Kecamatan Karangpilang Kota Surabaya

Kepentingan : Pengabdian Kepada Masyarakat

Materi : Pendampingan Manajemen Usaha dan Manajemen
Keuangan Pada UMKM Bekul Kembang Official Koturahan
Koturus Kecamatan Karangpilang Kota Surabaya

Telaksanaan,
Tanggal : September 2021 s.d. Februari 2022

Biaya Tugas : LP2M STIESIA

Kemudahan : Non Umas

Catatan:
Selain melaksanakan tugas mohon menyebarkan foto copy surat keterangan/ sertifikat ke LP2M.
Demikian Surat Tugas ini diterbitkan untuk dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab.



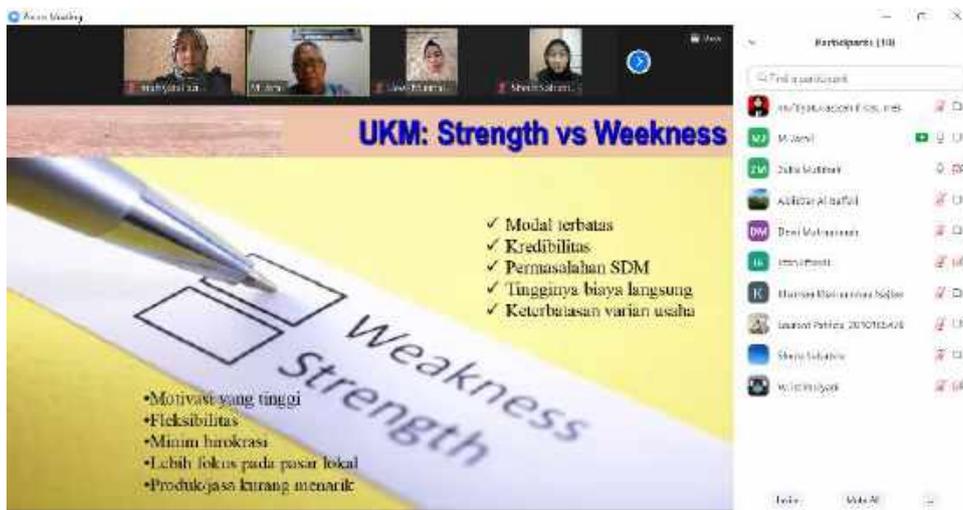
Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

Tembusan Yth:
1. Ketua Perpustakaan
2. Wakil Ketua I
3. Kepala LP2M
4. Kabag Koturahan



PERSEKUTUAN PROFESI AKUNTAN INDONESIA (PPAPROF) STIESIA
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (Sains Ekonomi) Indonesia (STIESIA) Surabaya

LAMPIRAN 2 FOTO KEGIATAN



Zoom Meeting

Identifikasi peluang bisnis dimulai dengan ide-ide yang kreatif.

➔ Gagasan Produk/Usaha baru

Gagasan berasal:

- ✓ kebutuhan
- ✓ hobi/kelebihan
- ✓ kebaruan atau trend
- ✓ produk/jasa yang telah ada
- ✓ pengalaman lingkungan sekitar

BUSINESS PLAN

Participants (10)

Zoom Meeting

Zoom Meeting

MANAJEMEN USAHA

Manfaat yang diperoleh dari manajemen usaha :

1. Memilih bisnis/usaha yang "feasible" untuk dijalankan (idealnya didahului dengan studi kelayakan)
2. Memiliki usaha yang berbadan hukum jelas
3. Memiliki laporan keuangan (bermanfaat untuk kelangsungan usaha, keuntungan optimal, pengajuan kredit)
4. Memiliki perencanaan pengembangan dan operasional usaha yang jelas

Participants (10)

Zoom Meeting

Zoom Meeting

MANAJEMEN USAHA

Untuk jalankan manajemen usaha perlu tahapan berikut:

1. Identifikasi Peluang Bisnis
2. Perencanaan Bisnis
3. Perencanaan Pemasaran

Participants (10)

Zoom Meeting

Zoom Meeting

Participants (10)

Internet marketing

Perencanaan pemasaran merupakan proses untuk:

- memilih dan menganalisis target pasar,
- mengembangkan dan memelihara bauran pemasaran (produk, harga, distribusi, promosi) untuk dapat memuaskan kebutuhan konsumen

Participants (10):

- muhammadhadi (Free, m)
- M. Izzet
- Zulfah Muthin
- Alfian A. Cahya
- Devi Mulyaningsih
- Heri Oktavi
- Khansa Khumaidia Naja
- Laura Patricia 2011015470
- Shella Subahli
- W. Irfandiyan

Zoom Meeting

Participants (10)

Studi kelayakan usaha terdiri dari:

- 1. Studi Teknis**
Mendefinisikan produk, metode produksi, lokasi, dan teknologi yang digunakan (apakah existing atau baru).
- 2. Studi Manajemen**
Siapa yang mengelola? SDM yang dibutuhkan? Bagaimana struktur organisasi?
- 3. Studi Pasar**
Siapa yang menjadi pembeli? Bagaimana karakteristik pasar? Bagaimana perilaku konsumen?
- 4. Studi Risiko**
Siapa yang mengelola risiko? Bagaimana strategi untuk mengurangi risiko?
- 5. Studi Persewaan**
Siapa yang mengelola lokasi? Bagaimana strategi untuk memilih lokasi yang tepat?

Participants (10):

- muhammadhadi (Free, m)
- M. Izzet
- Zulfah Muthin
- Alfian A. Cahya
- Devi Mulyaningsih
- Heri Oktavi
- Khansa Khumaidia Naja
- Laura Patricia 2011015470
- Shella Subahli
- W. Irfandiyan

Zoom Meeting

Participants (10)

BUSINESS-PLAN

KELIANGAN:

- Penyusunan Neraca
- Laporan Laba/Rugi
- Laporan Arus Kas

NON-KELIANGAN:

- Bentuk Badan Usaha
- Akte Pencinan Ijin Usaha
- SDM
- Supplier
- Strategi Pasar
- Rencana perkembangan

Participants (10):

- muhammadhadi (Free, m)
- M. Izzet
- Zulfah Muthin
- Alfian A. Cahya
- Devi Mulyaningsih
- Heri Oktavi
- Khansa Khumaidia Naja
- Laura Patricia 2011015470
- Shella Subahli
- W. Irfandiyan

Zoom Meeting

Proses pemasaran terdiri dari empat langkah, yaitu:

01 Menganalisis peluang yang ada di pasar

02 Mengembangkan strategi pemasaran berdasarkan pasar

03 Merencanakan program pemasaran yang ada, menggunakan basis pemasaran (produk, harga, distribusi, promosi)

04 Mengorganisir, mengimplementasikan dan mengawasi proses

Participants (10)

Find a participant

- nuttyyolabab (Host, me)
- M. Jendi
- Zula Mufidah
- Abdine Al-Ghaffar
- Dani Muzammil
- Irfan Elhadi
- Khanza Al-Anwarul Haja
- Lauren Fatma_2019014019
- Sheila Sabalia
- W. Anisyaq

Zoom Meeting controls: Stop Video, Mute, Participants, Chat, Screen Share, Remote, Reaction, End

Zoom Meeting

Perencanaan pemasaran memuat hal-hal sebagai berikut :

01 Analisis situasi (S.W.O.T)

02 Tujuan Pemasaran (Marketing Objectives)

03 Strategi Inti (Core Strategy)

04 Jadwal Pelaksanaan (Action Plan)

05 Anggaran Pemasaran (Marketing Budget)

06 Pengawasan (Control)

Participants (10)

Find a participant

- nuttyyolabab (Host, me)
- M. Jendi
- Zula Mufidah
- Abdine Al-Ghaffar
- Dani Muzammil
- Irfan Elhadi
- Khanza Al-Anwarul Haja
- Lauren Fatma_2019014019
- Sheila Sabalia
- W. Anisyaq

Zoom Meeting controls: Stop Video, Mute, Participants, Chat, Screen Share, Remote, Reaction, End

Zoom Meeting

Kegiatan Ekonomi Sekarang

Marketplace: Shopee, Tokopedia, Bukalapak

Sharing Economy: Gojek, Grab, Traveloka, Zillow

Smart Appliances: Smart TV, Smart Fridge, Smart Washing Machine

e-Education: Coursera, EdX, Canvas, NavoED, FutureLearn, FutureLearn, FutureLearn, FutureLearn

Berbagai kebutuhan memanfaatkan INTERNET dan MEDIA DIGITAL sebagai wahana interaksi dan transaksi!

Participants (10)

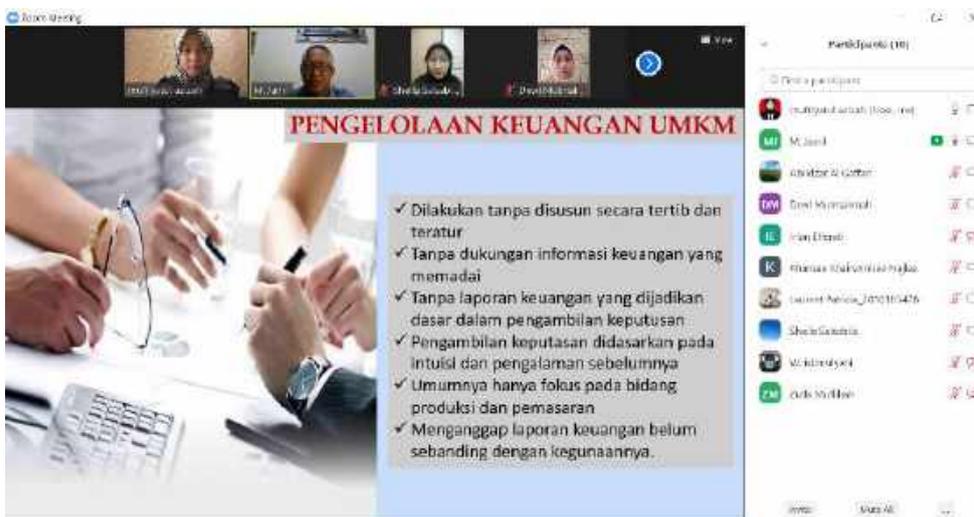
Find a participant

- nuttyyolabab (Host, me)
- M. Jendi
- Zula Mufidah
- Abdine Al-Ghaffar
- Dani Muzammil
- Irfan Elhadi
- Khanza Al-Anwarul Haja
- Lauren Fatma_2019014019
- Sheila Sabalia
- W. Anisyaq

Zoom Meeting controls: Stop Video, Mute, Participants, Chat, Screen Share, Remote, Reaction, End



MATERI II



Zoom Meeting

MANAJEMEN KEUANGAN

KEUANGAN
 dalam sebuah entitas menjadi pondasi yang kuat lebangnya ambuh entitas. Dalam sebuah entitas dibutuhkan bidang tersendiri yang yang mengurus bagian keuangan yang disebut Manajemen Keuangan

Manajemen Keuangan
 kegiatan perencanaan, pengelolaan, penyimpanan serta pengendalian dana dan aset yang dimiliki suatu entitas. Pengelolaan keuangan harus direncanakan dengan matang agar tidak timbul masalah di kemudian hari

Participants (10)

Find a participant

Participants list:

- muhammad azizah (india, ind)
- M. Jami
- Abidzar Al Gaffar
- Devi Muzakkiyah
- Itika Effendi
- Khansa Khanunnisa Najwa
- Liaqat Perida_2019155411
- Sriks Salsabila
- W. Alimulyani
- Zula Mulhadi

Zoom Meeting

Tujuan Manajemen Keuangan

Menjaga Arus Kas	Memaksimalkan Keuangan Perusahaan	Memperhalus Struktur Modal
Memaksimalkan Keuntungan	Meningkatkan Efisiensi	Mengoptimalkan Kekayaan Perusahaan
Mengurangi Risiko Operasional	Memastikan Kelangsungan Kehidupan Perusahaan	Mengurangi Biaya Modal

Participants (10)

Find a participant

Participants list:

- muhammad azizah (Indo, ind)
- M. Jami
- Abidzar Al Gaffar
- Devi Muzakkiyah
- Itika Effendi
- Khansa Khanunnisa Najwa
- Liaqat Perida_2019155411
- Sriks Salsabila
- W. Alimulyani
- Zula Mulhadi

Zoom Meeting

Fungsi Manajemen Keuangan

- 01 Planning
- 02 Budgeting
- 03 Controlling
- 04 Auditing
- 05 Reporting

Participants (10)

Find a participant

Participants list:

- muhammad azizah (india, ind)
- M. Jami
- Abidzar Al Gaffar
- Devi Muzakkiyah
- Itika Effendi
- Khansa Khanunnisa Najwa
- Liaqat Perida_2019155411
- Sriks Salsabila
- W. Alimulyani
- Zula Mulhadi

Zoom Meeting **laporan keuangan W. Izzat F. Azmi** View Options

LAPORAN KEUANGAN BAGI UMKM

Kinerja UMKM dapat dinilai berdasarkan laporan yang dibuat secara periodik. Tujuan laporan keuangan adalah menyajikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan, arus kas yang berguna untuk membuat keputusan ekonomis dan penggunaanya (IAI, 2012:5)

- **Neraca**
Menyajikan aktiva, pasiva dan modal bagi entitas. Aktiva melapurikan pengaruh keputusan investasi, sedangkan Kwajiban dan Modal melapurikan pengaruh keputusan pendanaan dimasa akan datang
- **Laporan Rugi/Laba**
Laporan yang menunjukkan pendapatan dan biaya, selisih antara pendapatan dan biaya merupakan laba/rugi yang diperoleh
- **Laporan Perubahan Modal**
Menyajikan laporan perubahan modal atau laba yang tidak dibagikan. Elemen laporan Perubahan modal: modal awal, laba-rugi, pengambilan pribadi, setoran pribadi dan modal akhir.
- **Laporan Arus Kas**

Participants (10)

Find a participant

- mykykcazsh (Host, me)
- M. Jami
- Atikah Al Gafar
- Dewi Nurrahmah
- Kris Dend
- Khawwa Khawwatul Hajar
- Lawren Patricia_2019145178
- Shella Sabalia
- W. Admasyari
- Zula Mulhah

Unmute Stop Video Security Participants Chat Share Screen Record Reactions End

Zoom Meeting

Tertib administrasi sebagai basis Manajemen Keuangan UMKM

- 05 **ADMINISTRASI KAS**
Pencatatan uang kas berguna dalam membekalkan informasi tentang besaran uang kas yang masuk dan yang keluar sehingga menjaga keseimbangan antara penerimaan dan pengeluaran
- 06 **ADMINISTRASI PENGGAJIAN**
Pencatatan pengajian menginformasikan tentang jumlah biaya yang dibayarkan upah tenaga kerja. Administrasi pengajian juga sebagai dasar perhitungan pajak
- 07 **ADMINISTRASI LAINNYA**
Pencatatan tertat dengan kebijakan usaha, curat-menyurat, administrasi kontrak kerjasama, sewa-menyewa, dan lainnya

Participants (10)

Find a participant

- mykykcazsh (Host, me)
- M. Jami
- Atikah Al Gafar
- Dewi Nurrahmah
- Kris Dend
- Khawwa Khawwatul Hajar
- Lawren Patricia_2019145178
- Shella Sabalia
- W. Admasyari
- Zula Mulhah

Unmute Stop Video Security Participants Chat Share Screen Record Reactions End

Zoom Meeting **laporan keuangan W. Izzat F. Azmi** View Options

PEMBUKUAN

- Hakikat dari PEMBUKUAN adalah **MENCATAT**.
- Yang dibukukan (dicatat) adalah **transaksi atau kejadian keuangan**
- Transaksi keuangan yang sangat penting untuk dicatat adalah:
 - Penerimaan uang
 - Pengeluaran uang

Participants (10)

Find a participant

- mykykcazsh (Host, me)
- M. Jami
- Atikah Al Gafar
- Dewi Nurrahmah
- Kris Dend
- Khawwa Khawwatul Hajar
- Lawren Patricia_2019145178
- Shella Sabalia
- W. Admasyari
- Zula Mulhah

Unmute Stop Video Security Participants Chat Share Screen Record Reactions End

Zoom Meeting

View Options

Participants (15)

MENGAPA PERLU PENCATATAN?

- Agar penerimaan dan pengeluaran uang dapat diawasi dan dikendalikan.
- Agar dapat menghitung laba (rugi) usaha dengan benar.
- Agar dapat menilai apakah laba (rugi) yang diperoleh dari usaha: "wajar" atau "tidak wajar" (rasional atau tidak rasional)
- Agar dapat diketahui kemajuan usaha dari waktu ke waktu.

Zoom Meeting

Participants (15)

Zoom Meeting

View Options

Participants (10)

BAGAIMANA BENTUK CATATAN YANG BAIK?

- Tidak ada bentuk catatan yang baku (standar), karena bentuk catatan dapat berbeda-beda.
- Semua bentuk catatan adalah baik, dan yang penting:
 - dapat merekam data/informasi yang diperlukan.
 - dapat dipahami dan diterapkan oleh orang yang mencatat.

Zoom Meeting

Participants (10)

Zoom Meeting

View Options

Participants (10)

APAKAH PENCATATAN ITU SULIT?

- Mencatat transaksi keuangan usaha itu **tidak sulit**, karena:
 - Mencatat adalah **seni** --- disesuaikan dengan kreasi dan kecakapan orang yang mencatat.
 - Mencatat bersifat **naturliah** --- kebutuhan manusia untuk mengingat, karena manusia mudah lupa.

Zoom Meeting

Participants (10)

Contoh Transaksi Keuangan Usaha

Transaksi keuangan Usaha "REJEKI LANCAR" pada bulan November 2021 adalah sebagai berikut:

- 1 Nov 2021 : Saldo uang kas untuk usaha Rp 35.000.000.
- 2 Nov 2021 : Membeli bahan baku dan bahan pembantu untuk produksi Rp2.000.000
- 4 Nov 2021 : Membeli peralatan produksi Rp1.000.000
- 7 Nov 2021 : Menerima pendapatan dari hasil penjualan Rp3.500.000.
- 15 Nov 2021: Membeli bahan baku dan bahan pembantu untuk produksi Rp2.500.000
- 17 Nov 2021: Bayar biaya listrik Rp250.000

Contoh Transaksi Keuangan Usaha

- 20 Nov 2021: Menerima pendapatan dari hasil penjualan Rp4.750.000.
- 25 Nov 2021: Membeli bahan baku dan bahan pembantu untuk produksi Rp2.500.000
- 29 Nov 2021: Membayar gaji karyawan Rp2.000.000
- 30 Nov 2021: Menerima pendapatan dari hasil penjualan Rp5.500.000.
- 31 Nov 2021: Menerima pinjaman dari Bank Rp10.000.000

CATATLAH TRANSAKSI KEUANGAN TERSEBUT KE DALAM BUKU PENERIMAAN DAN PENGELUARAN KAS

Pencatatan Transaksi Keuangan Usaha

Usaha "REJEKI LANCAR" Surabaya
BUKU PENERIMAAN DAN PENGELUARAN KAS

Tanggal	Keterangan	Penerimaan	Pengeluaran	Saldo
1 Nov	Saldo			
2 Nov	Beli bahan baku dan pembantu			
4 Nov	Beli peralatan			
7 Nov	Pendapatan dari penjualan			
15 Nov	Beli bahan baku dan pembantu			
17 Nov	Bayar biaya listrik			
20 Nov	Pendapatan dari penjualan			
25 Nov	Beli bahan baku dan pembantu			
29 Nov	Bayar gaji karyawan			
30 Nov	Pendapatan dari penjualan			
31 Nov	Menerima pinjaman dari Bank			
	TUMBAH			

Zoom Meeting **Usaha "REJEKI LANCAR" Surabaya** View Options

Perhitungan Laba (Rugi) Usaha

- Perhitungan laba (rugi) usaha dapat dibuat berdasarkan Buku Penerimaan dan Pengeluaran Kas yang telah dibuat.
- Laba (Rugi) dihitung dari selisih antara Pendapatan dan Biaya

Zoom Meeting **Usaha "REJEKI LANCAR" Surabaya** View Options

Perhitungan Laba-Rugi Usaha

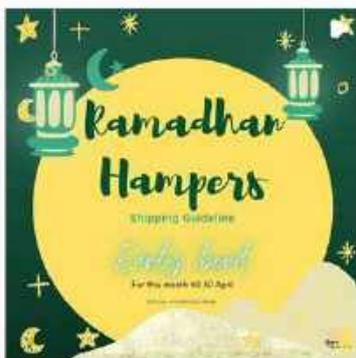
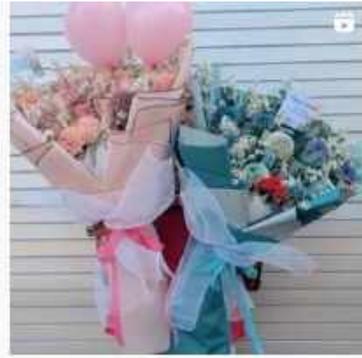
Usaha "REJEKI LANCAR" Surabaya
PERHITUNGAN LABA-RUGI
 Bulan November 2021

Pendapatan dari penjualan
Biaya-biaya:	
Bahan baku dan bahan pembantu
Biaya listrik
Gaji karyawan
Jumlah biaya
Laba (Rugi) Usaha

Zoom Meeting **Usaha "REJEKI LANCAR" Surabaya** View Options

LAMPIRAN 3
VARIAN PRODUK MITRA UMKM





LAMPIRAN 4
PROSES PRODUKSI



LAMPIRAN 5 MATERI PELATIHAN



MANAJEMEN

Manajemen yang efektif adalah salah satu faktor kunci (key to success) untuk sukses.

Faktanya, kebanyakan usaha nasional mengalami UMK.

Manajemen yang efektif lebih penting dalam UMK daripada dalam usaha yang besar.

Manajemen Usaha: GOAL

Agar wirausaha memiliki daya gigit dan keterampilan teknis manajerial yang diperlukan dalam pengelolaan usaha.

MANAJEMEN USAHA

Manajemen adalah seni mengatur proses pelaksanaan: **menetapkan** daya manusia, dan **menyusun** sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Usaha Kecil adalah usaha yang pemiliknya mempunyai jalur kontrol lebih langsung dengan kegiatan operasi dan berbagai kegiatan bisnis lainnya. Usaha Kecil yang mempunyai karyawan tidak lebih dari lima puluh orang.

UKM: Strength vs Weakness

Weakness

- ✓ Modal terbatas
- ✓ Kreditibilitas
- ✓ Pemaksimalan SDM
- ✓ Tanggapan biaya langsung
- ✓ Keterbatasan saluran usaha

Strength

- * Motivasi yang tinggi
- * Fleksibilitas
- * Minim birokrasi
- * Lebih fokus pada pasar lokal
- * Produk/jasa kurang menentu

MANAJEMEN & PERENCANAAN

Pengelolaan manajemen usaha dibutuhkan dalam konteks internal usaha, agar usaha benar-benar memiliki arah, terukur, dan terencana dengan baik. Perencanaan usaha juga akan menjadi "controlling tools", apalagi dalam perjalanannya nanti, bisnis yang dijalankan berada dalam line yang benar atau tidak. Terutama dalam bisnis yang relatif baru, penuh dengan kreatifitas, perencanaan usaha juga semakin dibutuhkan.

MANAJEMEN USAHA

Mantap yang diperoleh dari manajemen usaha:

1. Memiliki bisnis/usaha yang "feasible" untuk dijalankan (ideanya diketahui dengan studi kelayakan)
2. Memiliki usaha yang berbadan hukum jelas
3. Memiliki laporan keuangan (bermanfaat untuk kalangan usaha, keuntungan optimal, pengajuan kredit)
4. Memiliki perencanaan pengembangan dan operasional usaha yang jelas

MANAJEMEN USAHA

Untuk menjalankan manajemen usaha perlu tahapan berikut:

1. Identifikasi Peluang Bisnis
2. Perencanaan Bisnis
3. Perencanaan Pemasaran

IDENTIFIKASI PELUANG BISNIS

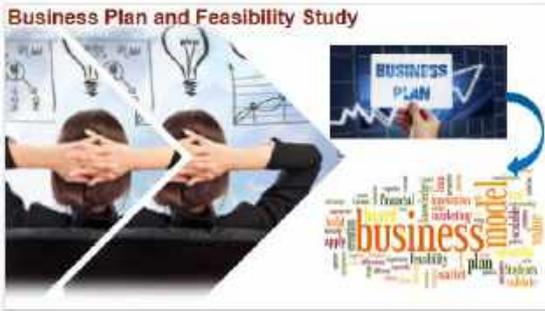
IDENTIFIKASI PELUANG BISNIS

Identifikasi peluang bisnis dimulai dengan Produktifitas Bisnis

Dengan benefit:

- ✓ Analisis
- ✓ Hasil yang akurat
- ✓ Identifikasi peluang atau trend
- ✓ Produk/layanan yang sesuai
- ✓ Kemampuan beradaptasi dengan perubahan

BUSINESS PLAN



Kegiatan Ekonomi Sekarang

Workplace Sharing Economy Smart Appliances Education

Perkembangan teknologi memanfaatkan INTERNET dan MEDIA DIGITAL sebagai sarana transaksi dan transaksi

BISNIS DI ERA DIGITAL

Online Business On Demand Services Cloud Hosting

Standar keterampilan yang harus dikuasai

Keterampilan Umum

- Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang berbasis etika, moral, dan pengalaman prosedur tentang penggunaan teknologi informasi

Keterampilan Khusus

- Mampu secara mandiri menguasai proses bisnis dalam suatu sistem informasi atau sistem yang mendukung penyediaan informasi berbasis teknologi informasi untuk mendukung pengambilan keputusan dan pengambilan keputusan dengan pendekatan etika menggunakan sistem (Sistem Dinamis dan UML - UML)

SKILLS

- never stop learning
- trust yourself
- all things are possible
- yes i can
- think positive

Bagaimana Menyiapkan Masa Depan

1. Investasi pada pengembangan digital skills
2. Menyiapkan prototype teknologi baru, learn by doing!
3. Pendidikan berbasis keterampilan sertifikasi dan digital skills
4. Riset pasar terhadap industri, bisnis dan perkembangan teknologi!
5. Menyiapkan business model digital skills

Skill Industri Masa Depan

Before

After

THANK YOU

THANK YOU

MANAJEMEN KEUANGAN

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

PENGELOLAAN KEUANGAN UMKM

- ✓ Ditujukan tanpa disusun secara tertulis dan teratur
- ✓ Tanpa dukungan informasi keuangan yang memadai
- ✓ Tanpa laporan keuangan yang dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan
- ✓ Pengambilan keputusan didasarkan pada intuisi dan pengalaman sebelumnya
- ✓ Umumnya hanya fokus pada tingkat produksi dan pemasaran
- ✓ Mengabaikan laporan keuangan belum sebanding dengan kegiatannya

MANAJEMEN KEUANGAN

KEHENDAK

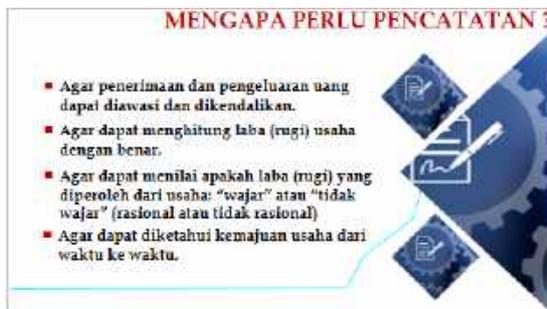
adalah sebuah entitas menjadi pondasi yang kuat tersusunnya sebuah entitas. Dalam sebuah entitas diwujudkan dalam bentuk rencana yang menguraikan bagian keuangan yang diadani Manajemen Keuangan

Manajemen Keuangan

kegiatan perusahaan, pengalihan, penyusunan serta pengendalian dana dan aset yang dimiliki suatu entitas. Pengelolaan keuangan harus dilaksanakan dengan sangat agar tidak timbul masalah di kemudian hari

Tujuan Manajemen Keuangan

Mengukur Arus Kas	Memaksimalkan Keuangan Perusahaan	Memperjelas Struktur Modal
Memaksimalkan Keuangan	Meminimalkan Risiko	Mengoptimalkan Alokasi Keuangan Perusahaan
Mengurangi Risiko Operasional	Memastikan Kelangsungan Kelangkaan Perusahaan	Mengurangi Biaya Modal



LAMPIRAN 6
SERTIFIKAT KEGIATAN



SERTIFIKAT

Diberikan Kepada

Mochamad Jamil, S.E., M.M.

atas Partisipasinya sebagai Narasumber dalam Kegiatan
Pendampingan Monitoring Dan Evaluasi Pada Umkm
Bakul Kembang Official Kelurahan Kedurus
Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya

pada April 2021 - Agustus 2021



Ketua STIESIA Surabaya

Dr. Nur Fadrih Asyik., S.E., M.Si., Ak., CA.



SERTIFIKAT

Diberikan Kepada

Dewi Mutmainnah, S.H.I., M.S.I.

atas Partisipasinya sebagai Narasumber dalam Kegiatan
Pendampingan Monitoring Dan Evaluasi Pada Umkm
Bakul Kembang Official Kelurahan Kedurus
Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya

pada April 2021 - Agustus 2021



Ketua STIESIA Surabaya

Dr. Nur Fadrih Asyik., S.E., M.Si., Ak., CA.



SERTIFIKAT

Diberikan Kepada

Muhtiyatul Azizah, S.Si., M.Mat.

atas Partisipasinya sebagai Narasumber dalam Kegiatan
Pendampingan Monitoring Dan Evaluasi Pada Umkm
Bakul Kembang Official Kelurahan Kedurus
Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya

pada April 2021 - Agustus 2021



Ketua STIESIA Surabaya

Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.



SERTIFIKAT

Diberikan Kepada

Drs. Kasrowi Ahmad, M.HI.

atas Partisipasinya sebagai Narasumber dalam Kegiatan
Pendampingan Monitoring Dan Evaluasi Pada Umkm
Bakul Kembang Official Kelurahan Kedurus
Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya

Pada April 2021 - Agustus 2021



Ketua STIESIA Surabaya

Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.



SERTIFKAT

Diberikan Kepada

Sheila Salsabila Brilyadita

1910212070

atas Partisipasinya sebagai Mahasiswa Pendamping dalam Kegiatan Pendampingan Monitoring Dan Evaluasi Pada Umkm Bakul Kembang Official Kelurahan Kedurus Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya

Pada April 2021 - Agustus 2021



Ketua STIESIA Surabaya

Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.



SERTIFKAT

Diberikan Kepada

Laurent Patricia Chandra

2010165478

atas Partisipasinya sebagai Mahasiswa Pendamping dalam Kegiatan Pendampingan Monitoring Dan Evaluasi Pada Umkm Bakul Kembang Official Kelurahan Kedurus Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya

Pada April 2021 - Agustus 2021



Ketua STIESIA Surabaya

Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

**LAPORAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

**PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN UKM BERBASIS
STANDAR AKUNTANSI KEUANGAN (SAK) EMKM PADA
UMKM KALI KEPITING SEJAHTERA**



Pelaksana:

Lailatul Amanah, SE., M.S.i., Ak., CA

NIDN: 0729076501

Nur Handayani, SE., M.S.i., Ak., CA

NIDN: 0724037501

Susanti, S.E., M.Si

NIDN: 0419117401

Muftiyatul Azizah, S.Si., M.Mat.

NIDN: 0722109402

Avina Adela Putri Darmayanti

NIM : 2010302087

Shalsa Billa Djefita

NIM : 2010302109

**LEMBAGA PENELITIAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
STIESIA SURABAYA**

Juli 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Penyusunan Laporan Keuangan UKM Berbasis Standar Akuntansi Keuangan (SAK) EMKM Pada UMKM Kali Kepiting Sejahtera

Ketua Pelaksana :

- Nama : Lailatul Amanah, SE., M.S.i., Ak., CA
- Pangkat/ Golongan : Lektor / III C

Anggota Kelompok :

- Nama Anggota I : Nur Handayani, SE., M.S.i., Ak., CA
- Nama Anggota II : Susanti, S.E., M.S.i
- Nama Anggota III : Muftiyatul Azizah, S.Si., M.Mat.

Mahasiswa

- Mahasiswa I : Avina Adela Putri Darmayanti
- Mahasiswa II : Shalsa Billa Djefita

Lokasi Pengabdian : STIESIA Surabaya

Mitra Program :

- Wilayah Mitra : UMKM Kali Kepiting, Kelurahan Pacar Kembang, Kec. Tambaksari, Kota Surabaya (Desa/Kecamatan)

Luaran yang Dihasilkan : Publikasi Koran atau Publikasi Jurnal

Waktu Pelaksanaan : Juni 2022 – September 2022

Biaya Internal STIESIA : Rp 5.000.000

Diterima dan Disetujui Oleh:

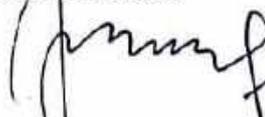
Kepala LP2M



Dr. Nur Laily., M., Si
NIDN. 0714126203

Surabaya, Juni 2022

Ketua Pelaksana



Lailatul Amanah, SE., M.S.i., Ak., CA.
NIDN. 0729076501



Dr. Nur Saiful Anwar, SE., M.Si., Ak., CA
NIDN.0730117301

IDENTITAS DAN URAIAN UMUM

1. Judul Pengabdian Kepada Masyarakat: **Penyusunan Laporan Keuangan UKM Berbasis Standar Akuntansi Keuangan (SAK) EMKM Pada UMKM Kali Kepiting Sejahtera**

2. Tim Pelaksana

No	Nama	Jabatan	Bidang Keahlian
1	Lailatul Amanah, SE., M.S.i., Ak., CA	Ketua	Pencatatan Keuangan
2	Nur Handayani, SE., M.S.i., Ak., CA	Anggota 1	Pencatatan Keuangan
3	Susanti, S.E., M.Si	Anggota 2	Pencatatan Keuangan
4	Muftiyatul Azizah, S.Si., M.Mat.	Anggota 3	Pencatatan Keuangan
5	Avina Adela Putri D	Anggota 4	Membantu kegiatan survei sampai monev
6	Erdin Handika Firdhi	Anggota 5	Membantu kegiatan survei sampai monev

3. Mitra Pengabdian Kepada Masyarakat: ibu - ibu pelaku UMKM Kali Kepiting Sejahtera

4. Waktu Pelaksanaan: Juni 2022 – September 2022

5. Usulan Biaya: Rp 5.000.000

6. Lokasi Pengabdian Kepada Masyarakat: STIESIA Surabaya

7. Mitra yang Terlibat (kontribusi mitra):

Mitra dalam kegiatan ini adalah ibu - ibu pengrajin makanan dan minuman di UMKM Kali Kepiting, Kelurahan Pacar Kembang, Kec. Tambaksari, Kota Surabaya. Pada kegiatan ini ibu - ibu berkontribusi memuat produk makanan dan minuman yang dijual ke masyarakat

8. Permasalahan yang ditemukan dan solusi yang ditawarkan:

Permasalahan dalam bidang pencatatan keuangan. Ibu - ibu belum memahami pengelolaan keuangan usaha yang masih tercampur menjadi satu dengan keuangan keluarga. Pengelolaan administrasi keuangan selama ini belum dapat dijalankan secara optimal sehingga berapa pendapatan yang diterima dan pengeluaran usaha belum dapat diidentifikasi dengan jelas.

9. Kontribusi mendasar pada mitra:

Pada kegiatan ini kontribusi yang diberikan pada mitra adalah ibu - ibu memiliki pemahaman tentang pencatatan keuangan usaha dan penyusunan laporan keuangan berdasarkan SAK EMKM

10. Rencana luaran yang ditargetkan:

Rencana luaran yang diargetkan adalah hasil dari kegiatan ini dipublikasikan dalam jurnal nasional dan dipaparkan dalam simposium kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Daftar Isi

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Identitas dan Uraian Umum.....	iii
Daftar Isi	v
Ringkasan Proposal	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
BAB II SOLUSI DAN TARGET LUARAN	3
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	4
BAB IV BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN	5
BAB V HASIL KEGIATAN.....	6
BAB VI RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA	8
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN	9
REFERENSI	11
LAMPIRAN	12

Ringkasan

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan suatu usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan atau badan usaha yang termasuk kriteria usaha dalam lingkup kecil atau mikro. UMKM sebagai usaha mandiri yang dikelola oleh masyarakat diharapkan juga melakukan pembukuan dalam usahanya. Pelaku usaha kecil biasanya hanya mencatat transaksi terkait informasi penerimaan dan pengeluarannya saja tanpa membuat laporan keuangannya. Kelemahan UMKM dalam penyusunan laporan keuangan disebabkan rendahnya pendidikan, kurangnya pemahaman terhadap Standar Akuntansi Keuangan (SAK). SAK EMKM dirancang sebagai standar akuntansi yang sederhana yang dapat digunakan untuk entitas mikro kecil dan menengah, sehingga UMKM dapat menyusun laporan keuangan untuk tujuan akuntabilitas dan pengambilan keputusan.

SAK EMKM merupakan sistem baru, biasanya akan dianggap rumit dan tidak akan sering digunakan oleh penggunanya apa lagi rata-rata pelaku usaha UMKM dari masyarakat yang bukan dari akuntansi dan tidak memahami bagaimana menyusun laporan keuangan berdasarkan standar yang berlaku umum. Berdasarkan permasalahan yang ada, maka perlu adanya edukasi serta pelatihan mengenai bagaimana menyusun laporan keuangan sederhana bagi para pelaku UMKM yang sesuai dengan SAK-EMKM. Pembinaan dan pendampingan yang berkesinambungan perlu dilakukan pada UMKM agar dapat berkembang dengan baik dan dapat membantu ekonomi keluarga dan ekonomi masyarakat pada umumnya.

Kata kunci: laporan keuangan, standar akuntansi keuangan EMKM

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan suatu usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan atau badan usaha yang termasuk kriteria usaha dalam lingkup kecil atau mikro. UMKM sebagai usaha kecil dalam kegiatannya dapat membantu perekonomian Indonesia, karena melalui UMKM akan membentuk lapangan kerja baru, memberi kontribusi terhadap pertumbuhan dan peningkatan kesejahteraan serta meningkatkan devisa negara dengan melalui pajak badan usaha.

UMKM sebagai usaha mandiri yang dikelola oleh masyarakat diharapkan juga melakukan pembukuan dalam usahanya. Pelaku usaha kecil biasanya hanya mencatat transaksi terkait informasi penerimaan dan pengeluarannya saja tanpa membuat laporan keuangannya. Pencatatan keuangan sederhana ini tentu belum cukup untuk mendeskripsikan kegiatan ekonomi bisnis kecil ini secara jelas. Oleh karena itu bisnis kecil juga perlu untuk membuat laporan keuangan sederhana agar perkembangan usaha dapat terlihat jelas melalui informasi yang ada dilaporan keuangan.

Pelaksanaan pencatatan akuntansi untuk menghasilkan laporan keuangan merupakan hal yang masih sulit bagi UMKM. Suhairi (2006) menyatakan bahwa kelemahan UMKM dalam penyusunan laporan keuangan disebabkan rendahnya pendidikan, kurangnya pemahaman terhadap Standar Akuntansi Keuangan (SAK). Keterbatasan pengetahuan pembukuan akuntansi, rumitnya proses akuntansi, dan anggapan bahwa laporan keuangan bukanlah hal yang penting bagi UMKM (Jati *et al.*, 2004).

SAK EMKM dirancang sebagai standar akuntansi yang sederhana yang dapat digunakan untuk entitas mikro kecil dan menengah, sehingga UMKM dapat menyusun laporan keuangan untuk tujuan akuntabilitas dan pengambilan keputusan. Laporan keuangan tersebut dapat juga digunakan oleh entitas untuk memperoleh pendanaan dari pihak lain serta lampiran pelaporan pajak. SAK EMKM merupakan sistem baru biasanya akan dianggap rumit dan tidak akan sering digunakan oleh penggunanya apa lagi rata-rata pelaku usaha UMKM dari masyarakat yang bukan dari akuntansi dan tidak memahami bagaimana menyusun laporan keuangan berdasarkan standar yang berlaku umum. Oleh karena itu perlu adanya edukasi serta pelatihan mengenai bagaimana menyusun laporan keuangan sederhana bagi para pelaku UMKM yang sesuai dengan SAK-EMKM.

Berdasarkan observasi di lapangan, mitra dalam pengabdian kepada masyarakat ini yaitu kelompok UMKM Kali Kepiting, Kelurahan Pacar Kembang, Kec. Tambaksari, Kota Surabaya

merupakan salah satu UMKM yang memiliki potensi untuk dikembangkan. UMKM 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.

1.2 Permasalahan Mitra

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Kali Kepiting, Kelurahan Pacar Kembang, Kec. Tambaksari, Kota Surabaya selama ini adalah pengelolaan keuangan usaha yang masih tercampur menjadi satu dengan keuangan keluarga. Pengelolaan administrasi keuangan selama ini belum dapat dijalankan secara optimal sehingga berapa pendapatan yang diterima dan pengeluaran usaha belum dapat diidentifikasi dengan jelas.

Permasalahan yang lain yang ada pada UMKM adalah belum memiliki kesadaran akan pentingnya penyusunan laporan keuangan. Kesadaran tersebut belum tumbuh karena mereka merasa kesulitan dalam menyusun Laporan Keuangan, faktor pendidikan juga menjadi sebab kurangnya pemahaman terkait akuntansi. Masalah utama yang menjadi fokus dalam pengembangan UMKM adalah mengenai pengelolaan laporan keuangan berdasarkan standar yang telah ditetapkan yaitu SAK EMKM. Pembinaan dan pendampingan yang berkesinambungan perlu dilakukan pada UMKM ini agar UMKM ini dapat berkembang dengan baik dan dapat membantu ekonomi keluarga khususnya dan ekonomi masyarakat pada umumnya.

BAB 2

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

2.1 Solusi

- a. Memberikan pemahaman tentang laporan keuangan untuk UKM sesuai standar SAK EMKM
- b. Melakukan pendampingan praktik menyusun laporan keuangan sesuai standar SAK EMKM

2.2 Target

- a. UKMK mampu memahami fungsi laporan keuangan sesuai standar EMKM
- b. UMKM mampu menyusun laporan keuangan standar EMKM

2.3 Luaran

- a. Publikasi Koran
- b. Publikasi jurnal

BAB 3

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari beberapa tahapan, yaitu:

- 1 Melakukan Identifikasi masalah yang dihadapi oleh UMKM terkait laporan keuangan untuk UMKM.

Pada tahapan ini dimulai dari pembentukan WA Grup, melalui grup ini dilakukan tanya jawab sekitar pemahaman UMKM terkait pembukuan. Pembukuan dalam hal ini adalah laporan keuangan yang sesuai standar UMKM.

- 2 Memberikan pendampingan terkait praktik penyusunan laporan keuangan sesuai standar EMKM.

Pendampingan praktik penyusunan laporan keuangan terdiri dari pencatatan transaksi, menyusun laporan laba rugi, neraca, dan perhitungan harga pokok produksi.

BAB 4
BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

4.1 Anggaran Biaya

Tabel 4.1
Anggaran Kegiatan

A	Honorarium						
	1. Hr. Dosen	4 orang	@	Rp 300.000	=	Rp 1.200.000	
	2. Hr. Mahasiswa pendamping	4 orang	@	Rp 100.000	=	Rp 400.000	
	3. Hr. Pendamping Kecamatan	1 orang	@	Rp 250.000	=	Rp 250.000	
	4. Hr. Ketua Kelompok	1 orang	@	Rp 100.000	=	Rp 100.000	
	5. Hr. Koodinator Mitra	1 orang	@	Rp 150.000	=	Rp 150.000	
B	Transpot						
	1. Dosen pendamping	4 orang	@	Rp 100.000	=	Rp 400.000	
	2. Mahasiswa Pendamping	4 orang	@	Rp 50.000	=	Rp 200.000	
	3. Peserta Kegiatan	10 orang	@	Rp 100.000	=	Rp 1.000.000	
	4. Koordinator Mitra	1 orang	@	Rp 100.000	=	Rp 100.000	
	5. Transport menghubungi koordinator	2 orang	@	Rp 100.000	=	Rp 200.000	
C	Konsumsi (Nasi + Snack)						
	1. Dosen	4 Orang	@	Rp 45.000	=	Rp 180.000	
	2. Mahasiswa	4 Orang	@	Rp 45.000	=	Rp 180.000	
D	Pelaporan (cetak, jilid dan fotocpy)	1 paket	@	Rp 290.000		Rp 290.000	
E	Biaya Lain-lain						
	1. Vandel	1 Buah	@	Rp 150.000		Rp 150.000	
	2. Spanduk	1 paket	@	Rp 200.000		Rp 200.000	
		JUMLAH					Rp 5.000.000

4.2 Jadwal Kegiatan

Tabel 4.2
Rencana Kegiatan

Jenis Kegiatan	Waktu kegiatan				
	Mei	Juni	Juli	Agustus	September
Persiapan:					
• Survey lokasi	√				
• Pemetaan permasalahan		√			
Penyusunan Proposal		√			
Pelatihan:					
• Pelatihan pencatatan keuangan			√		
• Pelatihan penjualan melalui market place-tokopedia			√		
Pendampingan:					
• Perhitungan hpp				√	
Monitoring dan Evaluasi				√	
Penyusunan Laporan Kegiatan					√
Publikasi hasil kegiatan					√

BAB 5

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

5.1. Hasil Kegiatan

Kegiatan pendampingan yang dilakukan pada UMKM “Kali Kepiting Sejahtera” dilakukan dalam beberapa tahap berikut:

1. Tahap I : Identifikasi Masalah

Kegiatan ini dilakukan pada bulan Mei 2022. Dalam tahap ini dilakukan identifikasi permasalahan yang dihadapi UMKM berkaitan dengan pencatatan keuangan dan penyusunan laporan keuangan bagi pelaku UMKM. Hasil dari identifikasi masalah ini adalah masih banyak UMKM yang belum sepenuhnya melakukan pencatatan keuangan dan belum adanya pemisahan keuangan usaha dengan pribadi.

2. Tahap II: Kegiatan ini dilakukan pada bulan Juni 2022. Pada tahap ini para pelaku usaha UMKM “Kali Kepiting Sejahtera” menerima materi terkait pendampingan terkait pencatatan keuangan usaha hingga penyusunan laporan keuangan. Pemberian materi dalam kegiatan ini dilakukan dengan tatap muka dan berdiskusi dua arah yang diikuti oleh 10 UMKM. Peserta diberi kesempatan untuk melakukan tanya jawab dan diskusi dengan dosen pendamping.

5.2. Luaran yang Dicapai

Setelah dilakukan pelatihan dengan memberikan materi pencatatan keuangan usaha maka UMKM memiliki pemahaman dan kemampuan untuk:

1. Memisahkan keuangan usaha dengan keuangan pribadi.
2. Melakukan pencatatan keuangan usaha
3. Menyusun laporan keuangan usaha

BAB 6

RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan pada tahap ini, maka rencana tahapan berikutnya adalah memprasaranai UMKM Kali Kepiting Sejahtera untuk:

1. dapat melakukan penjualan produknya melalui market place seperti: Go food dan Shopee food.
2. melakukan pendampingan pada UMKM tersebut dalam menggunakan aplikasinya untuk menjual produk.

BAB 7

KESIMPULAN DAN SARAN

Adapun kesimpulan dan saran pada kegiatan pengabdian masyarakat berkaitan dengan pencatatan keuangan dan penyusunan laporan keuangan adalah sebagai berikut:

7.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dalam pelatihan pencatatan keuangan dan penyusunan laporan keuangan adalah sebagai berikut:

- a. Para pelaku UMKM di Kali Kepiting Sejahtera pada umumnya melakukan pencatatan keuangan secara sederhana dengan mencatat kas masuk dan kas keluar. Dengan demikian, catatan itu sebatas catatan secara insidental saja, tidak direkap dan tidak dilakukan secara kontinyu atau terus menerus. Hal tersebut menggambarkan bentuk pencatatan keuangan yang masih sederhana.
- b. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan dalam pencatatan dan penyusunan laporan keuangan UMKM, diharapkan para pelaku UMKM semakin baik dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya sehingga dapat digunakan sebagai sumber mata pencahariannya.
- c. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan dalam pencatatan dan penyusunan laporan keuangan UMKM, diharapkan para pelaku UMKM semakin bersemangat dalam menjalankan usahanya.

7.2 Saran

Saran dalam kegiatan ini untuk para pelaku UMKM adalah sebagai berikut:

- a. Diharapkan ibu-ibu para pelaku UMKM terus aktif melakukan pencatatan keuangannya secara periodik dan terus menerus. Hal tersebut dapat memberikan manfaat bagi para pelaku UMKM dalam menganalisis harga jualnya, perolehan labanya, kebutuhan modalnya dan lain sebagainya.
- b. Apabila ibu-ibu pelaku UMKM telah melakukan pencatatan keuangannya secara rutin diharapkan mampu menyusun laporan keuangan. Dengan adanya laporan keuangan maka UMKM dapat mengajukan tambahan modalnya melalui Bank atau Lembaga keuangan lainnya. Hal tersebut memudahkan UMKM untuk memperoleh suntikan dana atau tambahan modal untuk menjalankan usahanya.

Referensi

- Jati, H., Bala, B. dan Nisnoni, O. (2004), Menumbuhkan Kebiasaan Usaha Kecil Menyusun Laporan Keuangan, *Jurnal Bisnis dan Usahawan*, II (8), pp. 210–218.
- Suhairi, W. (2006), Persepsi Akuntan Terhadap Overload Standar Akuntansi Keuangan (SAK) Bagi Usaha Kecil dan Menengah, *Simposium Nasional Akuntansi*, 9.

LAMPIRAN

1. Surat Tugas



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA **STIESIA**

DIPLOMA 3 (Terakreditasi): • Manajemen Perpajakan • Akuntansi
STRATA 1 (Terakreditasi): • Manajemen • Akuntansi
STRATA 2 (Terakreditasi): • Manajemen • Akuntansi
STRATA 3 (Terakreditasi): • Ilmu Manajemen
Pendidikan Profesi Akuntan (PTAk) (Terakreditasi)

Jalan Menur Pumpungan 30 Surabaya 60118 ☎ (031) 5925514, 5947505, 5947840, 5914650; Fax. (031) 5925514
Website: www.stiesia.ac.id E-mail: stiesia@stiesia.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: A.131f/01.6b/III/2022

Tanggal 09 Maret 2022

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya memberikan tugas kepada,

Nama : 1. Lailatul Amanah, Dra., M.Si., Ak., CA.
2. Nur Handayani, S.E., M.Si., Ak., CA.
3. Susanti, S.E., M.Si.
4. Muftiyatul Azizah, S.Si., M.Mat.
5. Avina Adela Putri Darmayanti
6. Shalsa Billa Djefita

Alamat : Jalan Menur Pumpungan 30 Surabaya

Jabatan : 1-4 : Dosen
5-6 : Mahasiswa

Tujuan : Ruang 105 Pasca Sarjana STIESIA

Keperluan : Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Materi : Penyusunan Laporan Keuangan UKM Berbasis Standar Akuntansi Keuangan (SAK) EMKM Pada UMKM Kali Kepiting Sejahtera.

Pelaksanaan, Tanggal : Maret - Agustus 2022

Biaya Tugas : LP2M STIESIA

Kendaraan : Non Dinas

Demikian Surat Tugas ini diterbitkan untuk dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab.



Dr. Nur Fadrijih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

Tembusan Yth.:

1. Ketua Perpendiknas;
2. Wakil Ketua I
3. Kepala LP2M;
4. Kabag Keuangan.



PERKUMPULAN PENYELENGGARA PENDIDIKAN NASIONAL (PERPENDIKNAS)
Badan Pengelola Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

2. Foto Kegiatan





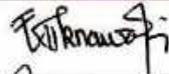
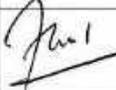
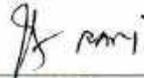
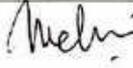
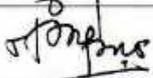


3. Daftar Hadir Kegiatan

DAFTAR HADIR PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Penyusunan Laporan Keuangan UKM Berbasis Standar Akuntansi Keuangan (SAK)
EMKM Pada UMKM Kali Kepiting Sejahtera

Hari/Tgl : Selasa, 28 Juni 2022
Tempat : R. 109 STIESIA Surabaya
Waktu : 10.00 - Selesai

NO	NAMA	UKM	TANDA TANGAN
1.	Erna	UKM Pawon Cik Na	
2.	Mudjiati	UKM Barokah Jaya	
3.	Rani Muktiana	UKM Candra	
4.	Lulu	UKM Azanik	
5.	Vonny	UKM Wiky	
6.	Dina Melviana	UKM Nimels Kitchen	
7.	Hayatul Isna	UKM Nasi Uduk	
8.	Ismawati	UKM ROIS	
9.	Surayana N	UKM Mbok Yana	
10.	Tutik Mujiati	Minuman Herbal	

Mengetahui
Ketua Pelaksana

Lailatul Amanah, SE., M.S.i., Ak., CA.
NIDN. 0729076501

4. Materi Kegiatan

PENCATATAN KEUANGAN UNTUK UMKM

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
STIESIA SURABAYA

- Kinerja UMKM dapat dinilai berdasarkan laporan yang dibuat secara periodik. Tujuan laporan keuangan adalah menyajikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan, arus kas yang berguna untuk membuat keputusan ekonomis dari penggunaannya.

Tujuan Pencatatan Keuangan

Menjaga Arus Kas

Memaksimalkan
Keuangan
Perusahaan

Mempersiapkan
Struktur Modal

Memaksimalkan
Keuntungan

Meningkatkan
Efisiensi

Mengoptimalkan
Kekayaan
Perusahaan

Mengurangi Resiko
Operasional

Memastikan
Kelangsungan
Kehidupan
Perusahaan

Mengurangi Biaya
Modal

Fungsi Pencatatan Keuangan

01 *Planning*

02 *Budgeting*

03 *Controlling*

04 *Auditing*

05 *Reporting*

LAPORAN KEUANGAN BAGI UMKM

NERACA

Menyajikan aktiva, pasiva dan modal bagi entitas. Aktiva melaporkan pengaruh keputusan investasi, sedangkan Kewajiban dan Modal melaporkan pengaruh keputusan pendanaan dimasa akan datang

LAPORAN RUGI/LABA

Laporan yang menunjukkan pendapatan dan biaya, selisih antara pendapatan dan biaya merupakan laba/rugi yang diperoleh

LAPORAN PERUBAHAN MODAL

Menyajikan laporan perubahan modal atau laba yang tidak dibagikan. Elemen laporan Perubahan modal: modal awal, laba-rugi, pengambilan pribadi, setoran pribadi dan modal akhir.

LAPORAN ARUS KAS

Laporan ini menyediakan informasi mengenai kemampuan untuk menghasilkan kas dan operasi, mempertahankan dan memperluas kapasitas operasinya, penuhi kewajiban jangka pendek.

Depot "REJEKI" adalah sebuah usaha yang menjual makanan yang berupa Juice, Spageti, dan Roti dengan berbagai macam rasa yang diuka pada bulan Desember 2021. Dalam menjual barang dagangannya, depot "REJEKI" memperhitungkan/mengambil keuntungan kotor rata-rata 40% dari harga jual. Depot "REJEKI" ingin menyelenggarakan pembukuan sederhana untuk kegiatan usahanya agar informasi keuangan usaha depotnya bisa diketahui

TAHAP 1: Menyusun Neraca Awal depot "REJEKI"

Depot "REJEKI" adalah suatu usaha yang baru berdiri, oleh karena itu tahap pertama yang dilakukan adalah penyusunan Neraca untuk mengetahui posisi keuangan Depot "REJEKI". Pada tahap ini uang tunai yang disetor untuk modal usaha adalah sebesar Rp. 500.000

TAHAP 2: Menyiapkan Perangkat Pembukuan

Langkah selanjutnya adalah menyiapkan perangkat pembukuan yang diperlukan untuk mencatat semua transaksi/kegiatan. Perangkat pembukuan tersebut terdiri dari:

NAMA BUKU	PENGGUNAAN
1. BUKU KAS	Untuk mencatat semua transaksi penerimaan dan pengeluaran kas yang terjadi setiap hari
2. BUKU PENJUALAN	Untuk mencatat transaksi penjualan yang terjadi setiap hari.
3. BUKU PEMBELIAN	Untuk mencatat semua transaksi pembelian bahan-bahan setiap harinya. Transaksi pembelian macam-macam bahan yang tidak berhubungan dengan produk yang dijual sebaiknya tidak dicatat dalam buku ini.
4. BUKU INVENTARIS	Untuk mencatat setiap inventaris/peralatan yang dimiliki Depot "REJEKI" agar dapat diketahui jenis dan nilainya setiap saat.

TAHAP 3: *Membukukan Transaksi Usaha*

A. Transaksi Penjualan

Transaksi penjualan menimbulkan penerimaan kas. Dalam contoh kasus ini, pembukuan dilakukan seminggu sekali. Oleh karena itu, uang yang diterima dari setiap pembeli sebaiknya dicatat terlebih dahulu dalam kertas buram. Pada kesempatan lain, pada saat pembeli sedang sepi catatan pada kertas buram itu dipindahkan ke buku kas.

B. Transaksi keuangan lainnya

- Transaksi keuangan lainnya seperti transaksi pembelian bahan-bahan, pembayaran biaya usaha, dll. Transaksi-transaksi tersebut dapat langsung dicatat dalam buku-buku yang sesuai karena terjadinya tidak rutin/kadang-kadang saja.
- Untuk mempermudah dalam melakukan pencatan transaksi dalam kasus ini, transaksi usaha Depot "REJEKI" dikelompokkan berdasarkan aktivitasnya, yaitu:
 - a. penerimaan dan pengeluaran kas
 - b. penjualan barang dagangan
 - c. pembelian macam-macam bahan dan biaya usaha
 - d. penambahan inventaris
 - e. dan aktiva lainnya

a. Tansaksi Penerimaan dan Pengeluaran Kas
(Transaksi ini dicatat dalam Buku Kas)

Tanggal **Transaksi**

Desember 2021

- | | |
|--------|--|
| 01 -07 | - Membeli macam-macam bahan sebesar Rp.200.000
- Menerima uang hasil penjualan sebesar Rp.150.000
- Menerima uang hasil penjualan sebesar Rp.140.000 |
| 08 -14 | - Membeli minyak goreng + mentega sebesar Rp.50.000
- Menerima uang hasil penjualan sebesar Rp.125.000
- Membeli buah-buahan untuk Juice sebesar Rp.50.000 |
| 15 -21 | - Membeli sirup+gula pasir sebesar Rp.25.000
- Membeli selai, mesis dan keju sebesar Rp. 20.000
- Menerima uang hasil penjualan sebesar Rp.130.000 |

- | | |
|--------|--|
| 22 -28 | - Membeli macam-macam bahan sebesar Rp.100.000
- Membeli kecap + saos sebesar Rp.40.000
- Menerima uang hasil penjualan sebesar Rp.110.000 |
|--------|--|

- | | |
|--------|---|
| 29 -31 | - Macam-macam biaya usaha sebesar Rp.30.000
- Menerima uang hasil penjualan sebesar Rp.120.000
- Membayar iuran sampah Rp.10.000
- Membayar Gaji Pegawai untuk bulan Desember Rp.250.000 |
|--------|---|

Setelah seluruh transaksi penerimaan dan pengeluaran kas dicatat ke dalam Buku Kas, kemudian rekaplah penerimaan dan pengeluaran kas selama bulan Desember 2021

**b. Transaksi Penjualan Barang Dagangan
(Transaksi ini dicatat dalam Buku Penjualan)**

Tanggal	Transaksi
Des 2021	
01 -07	- Menerima uang hasil penjualan sebesar Rp.150.000 (juice Rp.30.000, Spageti Rp. 50.000, Roti Rp. 70.000) - Menerima uang hasil penjualan sebesar Rp.140.000 (juice Rp.25.000, Spageti Rp. 50.000, Roti Rp. 65.000)
08 -14	- Menerima uang hasil penjualan sebesar Rp.125.000 (juice Rp.25.000, Spageti Rp. 30.000, Roti Rp. 70.000)

- 15 -21 - Menerima uang hasil penjualan sebesar Rp.130.000
- (juice Rp.30.000, Spageti Rp. 50.000, Roti Rp. 50.000)
- 22 -28 - Menerima uang hasil penjualan sebesar Rp.110.000
- (juice Rp.20.000, Spageti Rp. 30.000, Roti Rp. 60.000)
- 29 -31 - Menerima uang hasil penjualan sebesar Rp.120.000
- (juice Rp.30.000, Spageti Rp. 40.000, Roti Rp. 50.000)

c. Transaksi Pembelian
(Transaksi ini harus dicatat dalam buku pembelian)

<u>Tanggal</u>	<u>Transaksi</u>
Des 2021 01 -07	- Membeli macam-macam bahan olahan sebesar Rp.200.000
08 -14	- Membeli minyak goreng + mentega sebesar Rp.50.000 - Membeli buah-buahan untuk Juice sebesar Rp.50.000
15 -21	- Membeli sirup+gula pasir sebesar Rp.25.000 - Membeli selai, mesis dan keju sebesar Rp. 20.000
22 -28	- Membeli macam-macam bahan sebesar Rp.100.000 - Membeli kecap+saos sebesar Rp.40.000
29 -31	- Macam-macam Biaya usaha sebesar Rp.30.000

d. Transaksi/Aktivitas lainnya
(Transaksi ini dicatat dalam buku umum atau buku memorial)

<u>Tanggal</u>	<u>Transaksi</u>
31 Desember	Menghitung harga pokok barang dagangan yang terjual (harga pokok penjualan) pada bulan Desember. Metode yang digunakan adalah metode taksiran laba kotor rata-rata. (Ingat bahwa Depot Rejeki memperhitungkan laba kotor rata-rata sebesar 40% dari harga pokok/harga modal dari barang yang dijual)

TAHAP 4: Menyusun Laporan Keuangan

- Setelah seluruh transaksi usaha toko selama bulan Desember 2010 dicatat ke dalam buku-buku yang sesuai, Saudara dapat menyusun laporan keuangan Depot Rejeki berdasarkan catatan pembukuan yang telah Saudara buat tersebut.
- Laporan keuangan Depot Rejeki untuk bulan Desember 2010 terdiri dari: (1) Laporan Laba-Rugi (2) Laporan Perubahan Modal (3) Neraca dan (4) Laporan Penerimaan dan Pengeluaran Kas atau Laporan arus kas.



TERIMA KASIH

5. Sertifikat Kegiatan



SERTIFIKAT
diberikan kepada

Lailatul Amanah, SE., M.S.i., Ak., CA

Atas Partisipasinya Sebagai Narasumber Dalam
Penyusunan Laporan Keuangan UKM Berbasis
Standar Akuntansi Keuangan (SAK) EMKM Pada
UMKM Kali Kepiting Sejahtera

Ketua STIESIA Surabaya



Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.



SERTIFIKAT
diberikan kepada

Nur Handayani, SE., M.S.i., Ak., CA

Atas Partisipasinya Sebagai Narasumber Dalam
Penyusunan Laporan Keuangan UKM Berbasis
Standar Akuntansi Keuangan (SAK) EMKM Pada
UMKM Kali Kepiting Sejahtera

Ketua STIESIA Surabaya



Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.



SERTIFIKAT
diberikan kepada

Susanti, S.E., M.Si

Atas Partisipasinya Sebagai Narasumber Dalam
Penyusunan Laporan Keuangan UKM Berbasis
Standar Akuntansi Keuangan (SAK) EMKM Pada
UMKM Kali Kepiting Sejahtera

Ketua STIESIA Surabaya



Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.



SERTIFIKAT
diberikan kepada

Muftiyatul Azizah, S.Si., M.Mat

Atas Partisipasinya Sebagai Narasumber Dalam
Penyusunan Laporan Keuangan UKM Berbasis
Standar Akuntansi Keuangan (SAK) EMKM Pada
UMKM Kali Kepiting Sejahtera

Ketua STIESIA Surabaya



Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., C.A.



SERTIFIKAT
diberikan kepada

Shalsa Billa Djefita

2010302109

Atas Partisipasinya Sebagai Narasumber Dalam
Penyusunan Laporan Keuangan UKM Berbasis
Standar Akuntansi Keuangan (SAK) EMKM Pada
UMKM Kali Kepiting Sejahtera

Ketua STIESIA Surabaya



Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., C.A.



SERTIFIKAT
diberikan kepada

Avina Adela Putri Darmayanti

2010302087

Atas Partisipasinya Sebagai Narasumber Dalam
Penyusunan Laporan Keuangan UKM Berbasis
Standar Akuntansi Keuangan (SAK) EMKM Pada
UMKM Kali Kepiting Sejahtera

Ketua STIESIA Surabaya



Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., C.A.

LAPORAN HASIL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

**Pelatihan Perpajakan pada UMKM Kalikepiting Sejahtera Kecamatan
Tambak Sari Kota Surabaya**



Pelaksana :

Lailatul Amanah, SE., M.S.i., Ak., CA	NIDN: 0729076501
Nur Handayani, SE., M.S.i., Ak., CA	NIDN: 0724037501
Susanti, S.E., M.Si	NIDN: 0419117401
Muftiyatul Azizah, S.Si., M.Mat.	NIDN: 0722109402
Avina Adela Putri Darmayanti	NPM: 2010302087
Shalsa Billa Djefita	NPM: 2110302109

**LEMBAGA PENELITIAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
STIESIA SURABAYA**

Juli 2023

HALAMAN PENGESAHAN

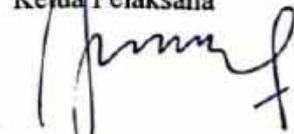
Judul Pelatihan Perpajakan pada UMKM Kalikepiting Sejahtera Kecamatan Tambak Sari Kota Surabaya

- Ketua Pelaksana** :
- Nama : Lailatul Amanah, SE., M.S.i., Ak., CA.
NIDN : 0729076501
 - Pangkat/ Golongan : Lektor / III C
- Anggota Kelompok** :
- Nama Anggota I : Nur Handayani, SE., M.S.i., Ak., CA
NIDN: 0724037501
 - Nama Anggota II : Susanti, S.E., M.Si
NIDN: 0419117401
 - Nama Anggota III : Muftiyatul Azizah, S.Si., M.Mat.
NIDN: 0722109402
 - Nama Anggota IV : Avina Adela Putri D NPM: 2010302087
 - Nama Anggota V : Shalsa Billa Djefita NPM: 2010302109
- Lokasi Pengabdian Mitra Program** :
- Wilayah Mitra (Desa/Kecamatan) : Kelurahan Pacar Keling
Kecamatan Tambaksari, Kota Surabaya
- Luaran yang Dihasilkan Waktu Pelaksanaan** : Publikasi Koran dan Publikasi Jurnal
Mei 2023 – Juni 2023
- Biaya Internal STIESIA** : Rp 5.000.000

Diterima dan Disetujui Oleh :


Ketua LP2M
Dr. Nur Laily., M., Si
NIDN. 0714126203

Surabaya, 12 Juli 2023
Ketua Pelaksana


Lailatul Amanah, SE., M.S.i., Ak., CA.
NIDN. 0729076501


Ketua STIESIA
Dr. Nur Fadiah Syik, SE., M.Si., Ak., CA
NIDN.0730117301

Judul Pengabdian Kepada Masyarakat: Pelatihan Perpajakan pada UMKM Kalikepiting
Sejahtera Kecamatan Tambak Sari Kota Surabaya

1. Tim Pelaksana

No	Nama	Jabatan	Bidang Keahlian
1	Lailatul Amanah, SE., M.S.i., Ak., CA	Ketua	Contoh Pembukuan dan Perhitungan Pajak UKM
2	Nur Handayani, SE., M.S.i., Ak., CA	Anggota 1	Pembayaran Pajak secara Online UMKM
3	Susanti, S.E., M.Si	Anggota 2	Pelaporan SPT Tahunan Badan UMKM
4	Muftiyatul Azizah, S.Si., M.Mat.	Anggota 3	Pembayaran Pajak secara Online UMKM
5	Avina Adela Putri D	Anggota 4	Membantu kegiatan survei sampai monev
6	Shalsa Billa Djefita	Anggota 5	Membantu kegiatan survei sampai monev

2. Mitra Pengabdian Kepada Masyarakat: ibu - ibu pelaku UMKM Kalikepiting Sejahtera Kecamatan Tambak Sari

3. Waktu Pelaksanaan: Juni – Agustus 2023

4. Usulan Biaya: Rp 5.000.000

5. Lokasi Pengabdian Kepada Masyarakat: Kelurahan Pacar Keling Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya

6. Mitra yang Terlibat (kontribusi mitra):

Mitra dalam kegiatan ini adalah ibu - ibu pelaku UMKM makanan dan minuman serta handycraft di Kelurahan Pacar Keling. Pada kegiatan ini ibu - ibu berkontribusi membuat produk makanan dan minuman serta handycraft yang dijual ke masyarakat

7. Permasalahan yang ditemukan dan solusi yang ditawarkan:

Permasalahan dalam bidang kewajiban pajak. Ibu - ibu belum memahami adanya kewajiban mendaftarkan sebagai wajib pajak bagi UMKM. Selain itu juga memberikan pencerahan berkaitan dengan adanya modernisasi dalam tata cara pembayaran pajak. Solusi atas permasalahan ini adalah memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai pemahaman tentang kewajiban mendaftarkan sebagai pajak bagi UMKM, kemudian memberikan pelatihan cara menghitung pajak (PPH badan), cara pengisian e-SPT dan cara pembayaran pajak dengan e-billing.

8. Kontribusi mendasar pada mitra (diuraikan secara singkat):

Pada kegiatan ini kontribusi yang diberikan pada mitra adalah ibu - ibu memiliki pemahaman akan kewajiban mendaftarkan sebagai wajib pajak dan membayar pajak bagi

UMKM. Kontribusi lain yang diberikan adalah ibu – ibu memiliki kemampuan untuk menghitung pajak yang harus dibayar, dapat mengisi e-SPT, dapat melakukan pelaporan dan pembayaran pajak melalui e-billing.

9. Rencana luaran yang ditargetkan:

Rencana luaran yang diargetkan adalah hasil dari kegiatan ini dipublikasikan dalam jurnal nasional dan dipaparkan dalam simposium kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Daftar Isi

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Identitas dan Uraian Umum	iii
Daftar Isi	iv
Ringkasan Proposal	v
BAB I PENDAHULUAN	1
BAB II SOLUSI DAN TARGET LUARAN	3
BAB III METODE PELAKSANAAN	4
BAB IV BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN	5
Referensi	13
Lampiran	Vi

Ringkasan

Peran UKM sangatlah nyata dalam meningkatkan kesejahteraan bagi para pelakunya. Ibu-ibu sebagai pelaku UKM sangatlah membantu peningkatan dan perekonomian keluarga. Selain dapat meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan keluarga, UKM juga salah satu solusi untuk mengurangi jumlah pengangguran. Pendapatan yang diterima oleh UKM pada kisaran tertentu akan dikenakan pajak oleh Pemerintah. Besaran pajak yang dikenakan pada UMKM tergantung pada besaran peredaran (Penjualan) bruto yang dihasilkan. Pajak yang dikenakan pada UMKM bisa berupa PPh 21 jika UMKM memperkerjakan karyawan sesuai ketentuan perpajakan dan PPh badan, yaitu merupakan pajak yang dipungut dari penghasilan yang diterima oleh UMKM.

Keterbatasan sumber daya manusia UKM berdampak pada kondisi banyaknya UMKM yang belum memahami aturan dan tatacara pembayaran pajak modern dengan tata cara pembayaran pajak secara on-line. Berdasarkan pada permasalahan tersebut, maka perlu diberikan pemahaman kepada UKM terkait dalam kewajiban mendaftarkan, melaporkan dan membayar pajak. Bagaimana mengurus NPWP UKM, bagaimana menghitung, melaporkan, menyetor, dan membayar pajak dengan adanya pelayanan elektronik. Oleh karena itu dengan adanya pelatihan ini diharapkan UKM memahami kewajibannya untuk mendaftarkan sebagai wajib pajak UKM, melaporkan dan membayar pajak, serta mampu menghitung besarnya pajak yang harus dibayar, mampu mengisi SPT secara *online* dan mampu membayar pajak secara *online*.

Para pelaku UMKM Kali kepiting sebagian besar belum mempunyai NPWP untuk usahanya. Dari 13 UMKM hanya 3 UMKM yang memiliki NPWP atas nama UMKM, 3 belum memiliki NPWP dan 7 UMKM masih menggunakan NPWP nama pribadi dan suami. Selanjutnya, pelatihan yang masih dibutuhkan para UMKM antara lain pelatihan komputer, pelatihan foto produk dan pelatihan video profile UMKM. Para UMKM juga mengusulkan adanya bazar sehingga dapat berpartisipasi di bazar tersebut untuk mengembangkan usahanya.

Kata kunci: perhitungan pajak, *e-SPT*, *e-billing*

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

UMKM adalah suatu usaha yang dijalankan atau dimiliki baik itu perorangan maupun badan usaha dengan skala mikro. Perkembangan UMKM di Indonesia tentunya memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap perekonomian Indonesia (Maretaniandini *et al.*, 2023). Sasongko (2020) menyatakan bahwa UMKM memiliki daya serap tenaga kerja dujia usaha sebesar 97% pada tahun 2018. Oleh karena itu penting bagi negara untuk mempertahankan dan mendukung sektor UMKM untuk berperan sebagai bagian penting dalam ekonomi bangsa sebagai penyokong penerimaan negara. UKM merupakan salah satu sektor usaha yang sangat penting bagi negara yang memberikan sokongan besar untuk negara. UKM berperan dalam pemerataan tingkat perekonomian, sebagai sarana pengentasan kemiskinan, mengurangi pengangguran dan juga sarana pemasukan devisa negara (Wijaya *et al.*, 2023).

UMKM dapat menghasilkan pendapatan. Jumlah pendapatan yang diperoleh dalam kegiatan operasionalnya pada tingkatan tertentu akan dikenai pajak oleh pemerintah. Pengenaan pajak UKM berdasarkan pada peraturan pemerintah yang berlaku. Presiden Joko Widodo (Jokowi) baru saja mengesahkan pelonggaran dan pembebasan kewajiban Pajak Penghasilan (PPh) bagi pekerja dan UMKM.

Peraturan mengenai pelonggaran dan pembebasan pajak bagi pekerja dan UMKM ini tertuang dalam Undang-Undang (UU) Harmonisasi Peraturan Perpajakan (HPP) dan diturunkan pada Peraturan Pemerintah No 55 Tahun 2022 tentang Penyesuaian Pengaturan di Bidang Pajak Penghasilan. Dari aturan tersebut, pekerja yang gajinya di bawah Rp4,5 juta per bulan tidak dikenakan pajak dikarenakan berada di bawah batas Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP). Adapun, PTKP yang berlaku saat ini masih tetap Rp4,5 juta per bulan atau Rp54 juta per tahun.

Sebelum aturan ini disahkan, semua pelaku UMKM individu dikenakan pajak karena tidak ada pengaturan batasan omzet yang dikenakan pajak. Misalnya, penghasilan UMKM hanya Rp50 juta per tahun, tetap dikenakan PPh final 0,5%. Namun dengan adanya aturan terbaru yakni UU tentang Harmonisasi peraturan perpajakan yang baru saja disahkan, para UKM individu hanya perlu membayar pajak jika omzet pertahun diatas Rp500 juta (Marisca, 2023).

Kepatuhan pajak para pelaku UMKM dapat mempengaruhi kelancaran berbisnis karena pada saat UMKM akan mengajukan pendanaan modal untuk mengembangkan usahanya maka salah satu syaratnya harus mempunyai NPWP. Saat ini sering terjadi dilema diantara para

pelaku UMKM terkait pajak yang dikenakan atas usaha yang dimilikinya. Mereka tidak semua mengerti bagaimana proses pengenaan pajak atas usahanya sehingga banyak diantara mereka yang memilih diam dan tidak memproses pelaporan pajak atas usaha yang dimilikinya. Hal ini tentu bisa menjadi permasalahan yang mengglobal jika terus dibiarkan sehingga perlu segera dicarikan solusi agar para pelaku UMKM bisa dipermudah dalam menyampaikan SPT atau pelaporan pajaknya

Direktorat Jendral Pajak (DJP) telah melakukan modernisasi dalam berbagai hal, mulai dari self assesment yang berlaku mulai tahun 2015, dan yang terbaru adalah modernisasi dalam tata cara perpajakan, mulai dari memasukkan SPT, pelaporan pajak sampai pembayaran pajak harus dilakukan secara *online*, yang kita kenal dengan e-SPT, e-billing, dengan demikian semua wajib pajak wajib sudah harus melakukan kewajiban perpajakannya secara online melalui e-SPT dan *e-billing*. Menjalankan kewajiban perpajakan menjadi bukti badan usaha atau pelaku UMKM merupakan wajib pajak yang taat sehingga dapat memperlancar proses bisnis yang sedang dijalankan.

Paguyuban UKM Kali Kepiting Sejahtera adalah pelaku UKM yang bergerak di bidang makanan minuman dan kerajinan/handycraft. UKM-UKM tersebut aktif dan selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas baik produksi, pemasaran dan juga pembukuan transaksi keuangan. Beberapa UMKM ini bahkan telah mendapat penghargaan dari Pemerintah Kota Surabaya dan juga diundang untuk mengikuti pameran produksi ke berbagai wilayah.

1.2 Permasalahan Mitra

Dengan adanya perkembangan teknologi yang berdampak pada tatacara perpajakan tidak terkecuali dengan tatacara perpajakan untuk UKM. Terkait dengan kewajiban pajak UKM namun sumber daya manusia yang ada pada UKM terbatas sehingga masih banyak UKM yang belum memahami tentang aturan perpajakan dan modernisasi tata cara pembayaran pajak. Oleh karena itu tim pengabdian kami tertarik untuk memberikan pemahaman kepada para pelaku UKM terkait bagaimana mendaftarkan sebagai wajib pajak dengan mengurus NPWP, menghitung, melaporkan dan menyetor serta membayar pajak yang semuanya harus dilakukan secara *online*.

BAB 2

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

2.1 Solusi

- a. Memberikan pemahaman tentang kewajiban mendaftar sebagai wajib pajak UKM
- b. Memberikan pelatihan cara perhitungan pajak (PPh badan/UKM)
- c. Memberikan pelatihan cara pengisian e-SPT
- d. Memberikan pelatihan cara melaporkan dan membayar pajak melalui *e-billing*

2.2 Target

- a. Memberikan pemahaman kepada UKM dalam menjalankan kewajibannya sebagai wajib pajak untuk membayar pajak
- b. Mampu menghitung pajak yang harus dibayar (PPh badan)
- c. Mampu mengisi SPT secara elektronik
- d. Mampu melaporkan dan membayar kewajiban pajaknya secara elektronik

2.3 Luaran

- a. Publikasi jurnal

BAB 3

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari beberapa tahapan, yaitu:

- 1 Melakukan Identifikasi masalah yang dihadapi oleh UKM terkait perpajakan
Pada tahapan ini dimulai dari pembentukan WA Grup, melalui grup ini dan pada saat pelaksanaan pelatihan dilakukan tanya jawab. Fokus diskusi dan Tanya jawab sekitar pemahaman para pelaku UKM yang berkaitan dengan kewajiban perpajakan mulai pemahaman tentang pajak, NPWP UKM (Nomor Pokok Wajib Pajak-UKM) mengisi SPT, melaporkan, dan membayar melalui *e-billing*.
2. Memberikan pemahaman: cara menghitung pajak (PPh badan) UMKM, mengisi e-SPT, dan membayar pajak melalui e-billing. Pemberian materi terkait perpajakan melalui luring yang bertempat di kampus STIESIA Surabaya. Pemberian materi ini tentang kewajiban perpajakan bagi UKM.
- 3 Mendampingi UKM dalam penghitungan pajak
Dalam kegiatan ini para UKM didampingi untuk menghitung pajak (PPh badan/UKM)
4. Melakukan Focus Group Discussion (FGD) untuk memetakan dan mengelompokkan para pelaku UMKM berdasarkan permasalahan perpajakan yang dihadapi.
5. Memberikan saran dan solusi terkait dengan permasalahan (kendala dan hambatan) yang dihadapi oleh para pelaku UMKM.

BAB 4
BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

4.1 Anggaran Biaya

Tabel 4.1
Anggaran Kegiatan

A	Honorarium						
	1. Hr. Dosen	4 orang	@	Rp 300.000	=	Rp 1.200.000	
	2. Hr. Mahasiswa pendamping	2 orang	@	Rp 100.000	=	Rp 200.000	
	4. Hr. Ketua Kelompok	1 orang	@	Rp 100.000	=	Rp 100.000	
	5. Hr. Koodinator Mitra	1 orang	@	Rp 150.000	=	Rp 150.000	
B	Transpot						
	1. Dosen pendamping	4 orang	@	Rp 100.000	=	Rp 400.000	
	2. Mahasiswa Pendamping	2 orang	@	Rp 50.000	=	Rp 100.000	
	3. Peserta Kegiatan	13 orang	@	Rp 50.000	=	Rp 650.000	
	4. Koordinator Mitra	1 orang	@	Rp 100.000	=	Rp 100.000	
	5. Transport menghubungi koordinator	2 orang	@	Rp 100.000	=	Rp 200.000	
C	Konsumsi (Nasi + Snack)						
	1. Dosen	4 Orang	@	Rp 45.000	=	Rp 180.000	
	2. Mahasiswa	2 Orang	@	Rp 45.000	=	Rp 90.000	
	3. UMKM+PU	14 Orang	@	Rp 45.000	=	Rp 630.000	
C	Pelaporan (cetak, jilid dan fotocpy)	1 paket	@	Rp 250.000		Rp 250.000	
E	Biaya Lain-lain						
	Inc. PU	1 Orang	@	Rp 50.000	=	Rp 50.000	
	2. Spanduk	1 paket	@	Rp 300.000		Rp 300.000	
		JUMLAH					Rp 4.600.000

4.2 Jadwal Kegiatan

Tabel 4.2
Rencana Kegiatan

Jenis Kegiatan	Waktu kegiatan		
	April	Mei	Juni
Persiapan :	√		
• Survey lokasi			
• Pemetaan permasalahan		√	
Penyusunan Proposal		√	
Pelatihan:			
• Pelatihan perhitungan pajak			√
• Pelatihan pengisian e-SPT			√
• Pelatihan pembayaran pajak melalui e-billing			√
Pendampingan:			
• Perhitungan pajak			√
• Pengisian e-SPT			√
Monitoring dan Evaluasi			√
Penyusunan Laporan Kegiatan			√
Publikasi hasil kegiatan			√

BAB 5

HASIL DAN LUARAN YANG DI CAPAI

5.1. Hasil Kegiatan

Kegiatan pendampingan yang dilakukan pada UMKM Kali Kepiting dilakukan dalam beberapa tahap berikut:

1. Tahap I : Identifikasi Masalah

Kegiatan ini dilakukan pada bulan Mei 2023. Dalam dilakukan identifikasi permasalahan yang dihadapi UMKM berkaitan dengan perpajakan yang menjadi kewajiban bagi pelaku UMKM. Hasil dari identifikasi masalah ini adalah masih banyak UMKM yang belum memahami terkait aturan perpajakan dan lebih lagi adanya modernisasi dalam tata cara pembayaran pajak. Permasalahan lain adalah mereka belum semuanya memiliki *efin* sebagai persyaratan untuk melakukan pembayaran pajak dan pelaporan e-SPT tahunan

2. Tahap II: Memberikan materi terkait pemahaman kewajiban pajak, cara perhitungan pajak, cara membayar pajak melalui e-billing dan cara pelaporan e-SPT tahunan.

Kegiatan ini dilakukan pada bulan Juni 2023. Pemberian materi dalam kegiatan ini dilakukan secara tatap muka (*offline*) yang diikuti oleh 13 UMKM. Peserta diberi kesempatan untuk melakukan tanya jawab dan diskusi dengan dosen pendamping.

3. Tahap III Pendampingan Perhitungan Pajak

Pada kegiatan ini, para UMKM bersama dosen pendamping melakukan perhitungan pajak. Dosen pendamping memberikan contoh perhitungan pajak selanjutnya UMKM mengikuti langkah perhitungan pajak. Pada kegiatan ini, para UMKM juga bisa bertanya terkait perhitungan pajak pada usahanya.

4. Tahap IV Interview/FGD

Pada kegiatan ini, dosen pendamping menanyakan NPWP tiap UMKM. Berikut hasil tanya jawab dengan UMKM.

No	UMKM	Kepemilikan NPWP	Profile UMKM
1	UKM Barokah Jaya	NPWP atas nama pribadi	<ul style="list-style-type: none">• Usaha sejak 2021.• Produksi minuman timun serut.• Produk didistribusikan di SKG Merr, SKG Siolla dan PKK Kota.

2	UKM Canda	NPWP Suami	<ul style="list-style-type: none"> • Usaha sejak 2020. • Produksi minuman sari kacang hijau. • Produk didistribusikan di SKG Merr, SKG Siolla dan PKK Kota, BSI dan Soto Cak Har.
3	UKM Azanik	NPWP atas nama UKM	<ul style="list-style-type: none"> • Usaha sejak 2020. • Produksi jagung bakar.
4	UKM Wiky	NPWP atas nama UKM	<ul style="list-style-type: none"> • Produksi aneka kue (donat kentang, rissol, kroket, dan aneka frozen).
5	UKM Nimels Kitchen	NPWP nama pribadi	<ul style="list-style-type: none"> • Produksi aneka brownies.
6	UKM ROIS	NPWP Suami	<ul style="list-style-type: none"> • Produksi minuman sari kedelai, jelly degan dan kue kering.
7	UKM Mbok Yana	Belum ada NPWP	<ul style="list-style-type: none"> • Produksi minuman sari kedelai, kacang hijau, dan bumbu pecel.
8	UKM 2B Kitchen	Belum ada NPWP	<ul style="list-style-type: none"> • Usaha sejak 2022. • Produksi nasi bakar, nasi ayam, dan mie pedas. • Produk dijual di SWK Mulyorejo.
9	UKM April Coklat	NPWP nama pribadi	<ul style="list-style-type: none"> • Produksi permen coklat, coklat susu dan timun serut. • Didistribusikan melalui online dan offline.
10	UKM Snack Bunda	NPWP nama pribadi	<ul style="list-style-type: none"> • Produksi sambel klotok. • Didistribusikan di SKG Siolla, BSI dan online.
11	UKM Yeny Craft	NPMW Suami	<ul style="list-style-type: none"> • Produksi di bidang fashion dan kerajinan sulam. • Produk didistribusikan secara online dan offline.
12	UKM Erinara collection	Belum ada NPWP	<ul style="list-style-type: none"> • Produksi di bidang fashion (baju dan mukena serta menerima pesanan).

			<ul style="list-style-type: none"> • Produk didistribusikan secara offline.
13	UKM Mbok Yana	NPWP atas nama UKM	<ul style="list-style-type: none"> • Produksi keripiki dan aneka nasi. • Produk dijual di SWK Mulyorejo.

5. Tahap V Saran dan Solusi

Pelatihan yang masih dibutuhkan para UMKM antara lain pelatihan komputer, pelatihan foto produk dan pelatihan video profile UMKM. Para UMKM juga mengusulkan adanya bazar sehingga dapat berpartisipasi di bazar tersebut untuk mengembangkan usahanya.

5.2. Luaran yang Dicapai

Setelah dilakukan pelatihan dengan memberikan materi terkait dengan kewajiban UMKM Kali Kepiting di bidang perpajakan, sehingga UMKM memiliki pemahaman dan kemampuan untuk:

1. Mengerti dan paham langkah-langkah dalam membuat NPWP
2. menghitung laba dan selanjutnya menghitung pajak yang harus dibayar (PPh badan)
3. mengisi SPT secara elektronik
4. membayar kewajiban pajaknya secara elektronik

BAB 6

RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan pada tahap ini, maka rencana tahapan berikutnya pada UMKM Kali Kepiting adalah:

1. memberikan pelatihan cara pembuatan *flyer* untuk mempermudah pemasaran secara *online*.
2. melakukan pendampingan pada UMKM dalam pembuatan *company profile*.

BAB 7

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada UMKM Kali Kepiting Kecamatan Tambaksari telah selesai dilakukan. Adapun kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Para pelaku UMKM Kali Kepiting sebagian besar belum mempunyai NPWP untuk usahanya. Dari 13 UMKM hanya 3 UMKM yang memiliki NPWP atas nama UMKM, 3 belum memiliki NPWP dan 7 UMKM masih menggunakan NPWP nama pribadi dan suami.
2. Para pelaku UMKM belum seluruhnya melakukan pembayaran pajak. Hal ini dikarenakan beberapa faktor antara lain: rendahnya tingkat penjualan dan terbatasnya pengetahuan serta sarana dan prasarana yang dimilikinya. Beberapa UMKM Kali Kepiting Sejahtera memiliki omset penjualan yang masih di bawah Rp500.000.000, setahun, hal ini karena kondisi yang dihadapi UMKM. Kondisi tersebut yang melatarbelakangi belum semua pelaku UMKM Kali Kepiting Sejahtera belum dapat melaksanakan kewajibannya untuk membayar pajak UKM
3. Pengetahuan pajak yang masih minim pada beberapa pelaku UMKM Kali Kepiting Sejahtera mengakibatkan UMKM memilih untuk tidak mendaftarkan UKM nya di kantor pajak.
4. Keterbatasan waktu, tenaga serta sarana dan prasarana menjadi faktor penghambat beberapa UMKM untuk mencari info terkait dengan pajak UKM. Selain itu juga menjadi faktor penghambat para pelaku UKM untuk mendatangi dan mendaftarkan UKMnya ke kantor pajak atau melalui online dengan membuat *efin*.
5. Ada Pelaku UKM yang telah rutin membayar pajak dan bahkan produknya telah terlisensi oleh BPOM.

7.2 Saran

Dari hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat, yang telah dilakukan, maka saran yang bisa diberikan adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya pelaku UMKM Kali Kepiting Sejahtera Kecamatan Tambak Sari saling bersinergi untuk kemajuan bersama. Dengan demikian bagi pelaku UKM yang produknya belum terdaftar di BPOM ataupun belum mempunyai PIRT bisa menggali informasi dari pelaku UKM lainnya.

2. Pelaku UKM harus tetap aktif di Paguyupan dengan aktifnya pelaku UKM di paguyupan ini diharapkan UKM-UKM akan saling mendukung dan memberi informasi saling sehingga akan produktif dan dapat dijadikan sumber pendapatan keluarga.
3. Tingkat Kreativitas dan inovasi menjadi salah satu tuntutan pasar yang harus terus diupayakan oleh para pelaku UKM. Dengan demikian akan menghasilkan produk yang berkualitas serta meningkatnya penjualan. Dengan meningkatnya penjualan maka diharapkan laba juga akan meningkat. Dengan laba yang meningkat maka pajak yang dibayarkan kepada negara juga akan meningkat. Dengan demikian akan meningkatkan pendapatan negara.

Referensi

- Maretaniandini, S. T., Wicaksana, R., Tsabita, Z. A., & Firmansyah, A. (2023). Potensi Kepatuhan Pajak UMKM Setelah Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai: Sebuah Pendekatan Teori Atribusi. *Educoretax*, 3(1), 42-55.
- Mariska. (2023). *Aturan Baru Jokowi, Pekerja dan UMKM Bebas Pajak di 2023*. Kotrak Hukum. (diakses 08-06-2023 pukul 15.00).
<https://kontrakhukum.com/article/aturan-baru-jokowi-pekerja-dan-umkm-bebas-pajak/>
- Sasongko, D. (2020). UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit. Artikel DJKN.<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>.
- Wijaya, R. S., Rahmaita, R., Murniati, M., Nini, N., & Mariyanti, E. (2023). Digitalisasi Akuntansi Bagi Pelaku UMKM Di Lubuk Minturun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dharma Andalas*, 2(1), 40-44.

LAMPIRAN

1. SURAT TUGAS



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA STIESIA

DIPLOMA 3 (Terakreditasi): STRATA 1 (Terakreditasi): STRATA 2 (Terakreditasi): STRATA 3 (Terakreditasi): Pendidikan Profesi Akuntan (PPA) (Terakreditasi)
• Manajemen Perpajakan • Manajemen • Manajemen • Ilmu Manajemen
• Akuntansi • Akuntansi • Akuntansi

Jalan Menur Pumpungan 30 Surabaya 60118 ☎ (031) 5925514, 5947505, 5947840, 5914650; Fax. (031) 5925514
Website: www.stiesia.ac.id E-mail: stiesia@stiesia.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: A.198d/01.6b/III/2023

Tanggal 2 Maret 2023

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya memberikan tugas kepada,

Nama : 1. Lailatul Amanah, Dra., M.Si., Ak., CA.
2. Nur Handayani, Dr., S.E., M.Si., Ak., CA.
3. Susanti, S.E., M.Si.
4. Muftiyatul Azizah, S.Si., M.Mat.
5. Avina Adela Putri Darmayanti
6. Shalsa Billa Djefita

Alamat : Jalan Menur Pumpungan 30 Surabaya

Jabatan : 1-4 : Dosen
5-6 : Mahasiswa

Tujuan : Kalikepiting Kec. Tambak Sari Surabaya

Keperluan : Pengabdian Kepada Masyarakat

Materi : Pelatihan Perpajakan pada UMKM Kalikepiting Sejahtera Kecamatan Tambak Sari Kota Surabaya

Pelaksanaan,

Tanggal : Maret – Agustus 2023

Biaya Tugas : LP2M STIESIA Surabaya

Kendaraan : Non Dinas

Catatan:

Demikian Surat Tugas ini diterbitkan untuk dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab.

Ketua,

Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

Tembusan Yth:

1. Ketua Perpendiknas
2. Wakil Ketua I
3. Kepala LP2M
4. Kabag Keuangan.



PERKUMPULAN PENYELENGGARA PENDIDIKAN NASIONAL (PERPENDIKNAS)
Badan Pengelola Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

2. FOTO KEGIATAN











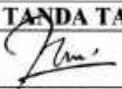
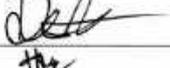
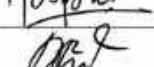
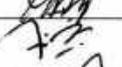


3. DAFTAR HADIR KEGIATAN

DAFTAR HADIR PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Pelatihan Perpajakan pada UMKM Kalikepiting Sejahtera Kecamatan Tambak Sari
Kota Surabaya

Hari/Tgl : Kamis, 08 Juni 2023
Tempat : Ruang Pasca 104 STIESIA Surabaya
Waktu : 10.00 - Selesai

NO	NAMA	UKM	TANDA TANGAN
1.	Mudjiati	UKM Barokah Jaya	
2.	Rani Muktiana	UKM Canda	
3.	Lulu	UKM Azanik	
4.	Vonny	UKM Wiky	
5.	Dina Melviana	UKM Nimels Kitchen	
6.	Ismawati	UKM ROIS	
7.	Suryana N	UKM Mbok Yana	
8.	Hadisatul Ahadiyah	UKM Aqisa	
9.	Ainur Rokhmah	UKM 2B Kitchen	
10.	Sulistini	UKM April Coklat	
11.	Suyani	UKM Snack Bunda	
12.	Yeni	UKM Yeny Craft	
13.	Esther	UKM Erinara Collection	

Mengetahui
Ketua Pelaksana

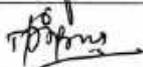
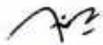
Lailatul Amanah, SE., M.S.i., Ak., CA.
NIDN. 0729076501

4. TANDA TERIMA TRANSPORT

TANDA TERIMA TRANSPORT PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Pelatihan Perpajakan pada UMKM Kalikepiting Sejahtera Kecamatan Tambak Sari
Kota Surabaya

Hari/Tgl : Kamis, 08 Juni 2023

NO	NAMA	UKM	JUMLAH	TANDA LANGGAN
1.	Mudjiati	UKM Barokah Jaya	Rp. 50.000,-	
2.	Rani Muktiana	UKM Canda	Rp. 50.000,-	
3.	Lulu	UKM Azanik	Rp. 50.000,-	
4.	Vonny	UKM Wiky	Rp. 50.000,-	
5.	Dina Melviana	UKM Nimels Kitchen	Rp. 50.000,-	
6.	Ismawati	UKM ROIS	Rp. 50.000,-	
7.	Suryana N	UKM Mbok Yana	Rp. 50.000,-	
8.	Hadisatul Ahadiyah	UKM Aqisa	Rp. 50.000,-	
9.	Ainur Rokhmah	UKM 2B Kitchen	Rp. 50.000,-	
10.	Sulistini	UKM April Coklat	Rp. 50.000,-	
11.	Suyani	UKM Snack Bunda	Rp. 50.000,-	
12.	Yeni	UKM Yeny Craft	Rp. 50.000,-	
13.	Esther	UKM Erinara Collection	Rp. 50.000,-	

Mengetahui
Ketua Pelaksana

Lailatul Amanah, SE., M.S.i., Ak., CA.
NIDN. 0729076501

5. MATERI KEGIATAN

PELATIHAN PERPAJAKAN UMKM TAHUN 2023

- MATERI :
1. PEMBAYARAN PAJAK SECARA ONLINE UMKM
 2. PELAPORAN SPT BADAN TAHUNAN UMKM

1. PEMBAYARAN PAJAK SECARA ONLINE UMKM

Tahapan pembayaran pajak via e-billing system

Beberapa syarat untuk pembayaran pajak via e-billing system adalah Wajib Pajak harus memiliki NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) dan Nomor EFIN (Electronic Filing Identification Number)

Selanjutnya Wajib Pajak yang sudah memiliki akun DJP Online, untuk mendapatkan kode billing langkah-langkah sebagai berikut :

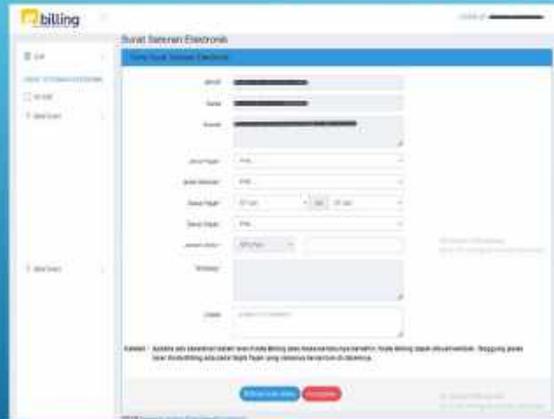
- a) Login dengan memasukkan NPWP, kata sandi dan kode keamanan di dijponline.go.id



- b) Klik menu "Bayar", selanjutnya klik "e billing"



- c) Selanjutnya, akan muncul NPWP, Nama dan Alamat yang sudah terisi otomatis.



Setelah itu, lengkapi Informasi yang masih kosong

Yang perlu diperhatikan dalam isian kolom yang ada adalah :

- Jenis pajak: pilih **411128-PPH Final**
- Jenis setoran: pilih kode **420 – Final UMKM Bayar Sendiri**
- Masa pajak: pilih sesuai dengan bulan pajak yang akan dibayar. Dalam hal ini, jika kita akan membayar di bulan April 2020 maka pajak yang dibayarkan maksimal adalah pajak untuk bulan Maret 2020.

- d) Setelah selesai, klik "Buat Kode Billing"
- e) Masukkan kode keamanan, kemudian submit



- f) Tampilan *Preview* data anda akan tampil. Wajib Pajak dihimbau melakukan pengecekan bahwa data yang diisikan sudah benar, kemudian klik "Cetak"



Pembayaran Pajak UMKM

Dengan selesainya pengisian e-billing sampai dengan keluar kode billing, bukan berarti prosesnya selesai ya. Dalam tahapan ini, secara sistem telah tercatat bahwa kita akan melakukan pembayaran sesuai nominal yang telah diinput, namun belum dilakukan pembayaran.

Pembayaran ini bisa dilakukan melalui teller di bank, kantor pos, ATM, internet banking, Kantor Pos, dll.

Kalau pembayaran melalui kantor Pos, kita hanya membawa hasil cetak e-billing, setelah bayar kita akan diberi resi pembayaran dan bukti bayar ini disimpan.

2. PELAPORAN SPT TAHUNAN BADAN UMKM

Ketentuan Laporan SPT Tahunan UMKM

Pelaporan SPT Tahunan PPh mulai Januari hingga 31 Maret tahun berikutnya untuk WP Orang Pribadi dan Januari – 30 April untuk WP Badan.

UMKM dengan penghasilan bruto tertentu adalah Sesuai Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 23 Tahun 2018, UMKM dengan omzet bruto di bawah Rp4,8 miliar setahun dapat menggunakan tarif PPh Final sebesar 0,5% dari penghasilan bruto.

Namun perlu memerhatikan penyampaian informasi penghasilan bruto dan PPh yang telah dibayar atas penghasilan tersebut.

Informasi tersebut harus diisi pada bagian PPh Final yang terdapat pada masing-masing SPT Tahunan PPh.

Serta dilengkapi lampiran khusus daftar rekap penghitungan peredaran bruto dan pembayaran PPh Final PP 23 Tahun 2018 tersebut.

Penyediaan Laporan SPT Tahunan UMKM

Untuk itu pelaporan SPT Tahunan UMKM, setidaknya ada beberapa hal yang harus disiapkan, diantaranya:

1. Punya NPWP
2. Memiliki EFIN
3. Menyiapkan Dokumen

Langkah selanjutnya dalam menyampaikan SPT Tahunan Badan UMKM adalah menyiapkan dokumen yang diperlukan, diantaranya:

- a. Formulir 1771
- b. Laporan keuangan atau laba rugi dan neraca
- c. Daftar penyusutan
- d. Daftar peredaran bruto
- e. Daftar pembayaran final UMKM PP 23 Tahun 2018

Ingat, untuk poin Laporan Laba Rugi, Daftar Penyusutan, Daftar Peredaran Bruto dan Daftar Pembayaran Final UMKM PP 23 Tahun 2018 dipindai atau scan dalam format PDF dan dokumen ini yang nantinya akan di-upload (unggah) pada saat penyampaian SPT Tahunan.

Mulai Laporan SPT Tahunan UMKM

1. Buka situs DJP Online <https://djp-online.pajak.go.id>
2. Masukkan NPWP, kata sandi, serta kode keamanan untuk login



3. Klik "Lapor", kemudian klik e form



4. Klik "Buat SPT"



5. Setelah itu, diisi tahun pajak kemudian klik kirim permintaan

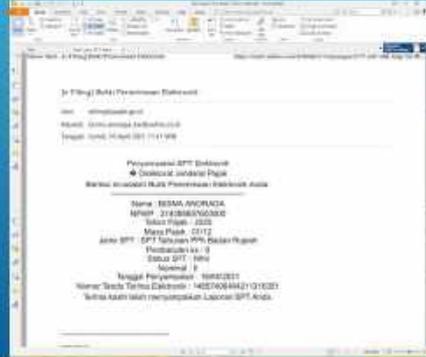


6. Klik "Download Viewer" pada halaman unduh formulir elektronik. Lalu klik "Windows (24mb)". Setelah proses unduh selesai. Instal form viewer tersebut
7. Siapkan dokumen e-form yang sudah diunduh dan daftar peredaran bruto selama satu tahun. Buka dokumen e-form melalui program Viewer lalu pilih "Pencatatan"

The image shows a screenshot of the Indonesian tax software interface for filing the SPT Tahunan (Annual Tax Return) for Corporate Income Tax (PAJAK PENGHASILAN WAJIB PAJAK BADAN) for the year 2020. The form number is 1771. The interface includes a header with the year 2020, a section for 'IDENTITAS' (Identity) with fields for company name and address, and a section for 'PERUSAHAAN' (Company) with fields for company type and fiscal year. Below these are sections for 'PENDAPATAN DAN PENGHASILAN' (Income and Expenses) with various input fields and a table for recording transactions.

8. Isi Daftar Penyerahan Modal Pada Perusahaan Afiliasi, Daftar Utang Dari Pemegang Saham dan/atau Perusahaan Afiliasi, Daftar Piutang kepada Pemegang Saham dan/atau Perusahaan Afiliasi, namun bila tidak ada maka dikosongkan pada lampiran 1771-VI
9. Isi Daftar Pemegang Saham/Pemilik Modal dan Jumlah Dividen Yang Dibagikan, Daftar Susunan Pengurus dan Komisaris pada lampiran 1771-V
10. Isi PPh Final dan Penghasilan yang Tidak termasuk Obyek Pajak, dalam kolom Inl yang diisi pada "lain-lain yang kita isi PPh Final" pada lampiran 1771-IV. Isi peredaran atau penjualan bruto setiap bulan sesuai dengan dokumen yang ada
11. Isi Kredit Pajak Dalam Negeri, namun bila tidak ada maka dikosongkan pada lampiran 1771-III
12. Isi Perincian Harga Pokok Penjualan, Biaya Usaha Lainnya dan Biaya Dari Luar Usaha Secara Komersial pada Lampiran II
13. Isi Penghitungan Penghasilan Neto Fiskal Pada lampiran I
14. Isi Induk SPT Tahunan Pajak Penghasilan Wajib Pajak Badan pada Laporan Induk halaman 1 dan 2
15. Isi Transkrip Kutipan Elemen-elemen Dari Laporan Keuangan pada lampiran khusus 8 (d disesuaikan dengan bidang usaha)

16. Kemudian klik "kembali" pada pojok kiri atas
17. Kemudian kita masuk ke Laman Lampiran dan kita unggah laporan yang ada dalam bentuk PDF.
18. Apabila proses pengunggahan berhasil, maka pada email terdaftar akan terkirim Bukti Laporan SPT



6. SERTIFIKAT KEGIATAN





Sertifikat ini diberikan kepada

Dr. Nur Handayani., S.E., M.Si., Ak.,CA.

Atas Partisipasinya Sebagai Narasumber dalam Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan Topik " Pelatihan Perpajakan pada UMKM Kalikepiting Sejahtera Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya "

Maret 2023- Agustus 2023

Ketua STIESIA Surabaya



Dr. Nur Fadrijh Asyik., S.E., M.Si., Ak., CA.



Sertifikat ini diberikan kepada

Susanti., S.E., M.Si.

Atas Partisipasinya Sebagai Narasumber dalam Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan Topik " Pelatihan Perpajakan pada UMKM Kalikepiting Sejahtera Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya "

Maret 2023- Agustus 2023

Ketua STIESIA Surabaya



Dr. Nur Fadrijh Asyik., S.E., M.Si., Ak., CA.



Sertifikat ini diberikan kepada

Muftiyatul Azizah, S.Si., M.Mat.

Atas Partisipasinya Sebagai Narasumber dalam Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan Topik " Pelatihan Perpajakan pada UMKM Kalikepiting Sejahtera Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya "

Maret 2023- Agustus 2023

Ketua STIESIA Surabaya



Dr. Nur Fadrih Asyik., S.E., M.Si., Ak., CA.



Sertifikat ini diberikan kepada

Avina Adela Putri Darmayanti

2010302087

Atas Partisipasinya Sebagai Mahasiswa Pendamping dalam Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan topik " Pelatihan Perpajakan pada UMKM Kalikepiting Sejahtera Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya "

Maret 2023- Agustus 2023

Ketua STIESIA Surabaya



Dr. Nur Fadrih Asyik., S.E., M.Si., Ak., CA.



Sertifikat ini diberikan kepada

Shalsa Billa Djefita

2110302109

Atas Partisipasinya Sebagai Mahasiswa Pendamping dalam Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan topik " Pelatihan Perpajakan pada UMKM Kalikepiting Sejahtera Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya "

Maret 2023- Agustus 2023

Ketua STIESIA Surabaya



Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PENDAMPINGAN MANAJEMEN USAHA DAN MANAJEMEN KEUANGAN PADA UMKM BAKUL KEMBANG *OFFICIAL* KELURAHAN KEDURUS KECAMATAN KARANG PILANG KOTA SURABAYA

Mochamad Jamil^{1*}, Dewi Mutmainnah², Muftiyatul Azizah³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

*Penulis korespondensi; Email: jamil@stiesia.ac.id

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional memiliki peran penting bagi pemulihan ekonomi Indonesia sebagai dampak pandemi Covid-19, sehingga perlu adanya manajemen usaha dan manajemen keuangan yang tepat untuk memajukan suatu UMKM. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilakukan pada mitra UMKM Bakul Kembangan *Official* yang kegiatan usahanya berbasis *handmade*, dengan varian produk *flower bouquet: dry flowers, fresh flowers, framegift, hampers, macrame, money bouquet*, mahar perkawinan dan lainnya yang pasarkan melalui berbagai media digital. Tujuan dari kegiatan PKM ini adalah memberikan pemahaman mengenai manajemen usaha agar memiliki arah, terukur dan terencana dengan baik, juga mengenai pengelolaan keuangan, agar kegiatan perencanaan, pengelolaan, penyimpanan, serta pengendalian dana dapat mendukung kegiatan dan pengembangan usaha mitra UMKM, sebagai hasil pendampingan dan pelatihan secara aplikatif. Metode pelaksanaan kegiatan ini melalui tahapan pra kegiatan, yakni melakukan survey awal, identifikasi permasalahan, konsolidasi Tim dalam melakukan pemetaan dan distribusi tugas sesuai dengan kepakaran, penyusunan dan pengajuan porposal kegiatan. Tahap pelaksanaan yaitu diskusi dan konsultasi, paparan materi pelatihan Manajemen Usaha dan Manajemen Keuangan dengan pratikum pembukuan sederhana. Tahap evaluasi dan monitoring, yakni dengan melakukan komparasi kondisi sebelum dan setelah kegiatan program dengan pendekatan interview dan diskusi serta observasi. Tahap akhir dilakukan penyusunan laporan dengan target publikasi dan dipaparkan dalam simposium kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Kata Kunci: UMKM, Pendampingan, Manajemen Usaha, Manajemen Keuangan.

Abstract: *Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) as contributors to the National Gross Domestic Product (GDP) have an important role in Indonesia's economic recovery as a result of the Covid-19 pandemic, so there is a need for proper business management and financial management to promote an Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM). Community dedication activities (PKM) are carried out with Micro Small and Medium Enterprises (UMKM) partners Bakul Kembangan Official whose business activities are handmade, with flower bouquet product variants: dry flowers, fresh flowers, frame gifts, hampers, macrame, money bouquets, wedding dowries and others that are marketed through various digital media. The purpose of this community dedication (PKM) activity is to provide an understanding of business management so that it has direction, is well-measured and planned, as well as financial management, so that planning, management, storage, and control of funds can support activities and business development of Micro Small and Medium Enterprises (UMKM) partners, as a result of mentoring and practical training. The method of implementing this activity is through the pre-activity stage, namely conducting an initial survey, problem identification, team consolidation in mapping and distributing tasks according to expertise, compiling and submitting activity proposals. The implementation stage is discussion and consultation, exposure to business management and financial management training materials with simple bookkeeping practices. The evaluation and monitoring stages, namely by doing a comparison of conditions before and after program activities with an interview approach and discussion and observation. The final stage is the preparation of a report with a publication target and presented in a symposium of community dedication activities.*

Keywords: *UMKM, Mentoring, Business Management, Financial Management.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional memiliki peran penting bagi pemulihan ekonomi Indonesia sebagai dampak pandemi Covid-19. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) sampai bulan Maret 2021, jumlah UMKM mencapai 64,2 juta. Pelaku UMKM telah berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto sebesar 61,07% atau senilai Rp 8.573,89 triliun. UMKM mampu menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada, serta dapat menghimpun sampai 60,42% dari total investasi di Indonesia (Fadjarudin, 2021).

Fakta bahwa proporsi terbesar sebagai penggerak perekonomian di Indonesia merupakan pelaku usaha mikro yang mampu berkontribusi menyerap tenaga kerja sebesar 97% atau sebesar 116,98 juta jiwa, dan hal ini berbanding terbalik dengan angka serapa dari pelaku ekonomi besar yang hanya sisanya, yakni menyerap sekitar 6,6 juta jiwa atau hanya sekitar 3% saja. Fakta ketimpangan ini harusnya menjadi pertimbangan semua pemangku kepentingan dalam kebijakan-kebijakan ekonominya lebih mengarah pada sektor usaha mikro.

Pandemi Covid-19 memiliki peran juga terhadap penurunan aktivitas pelaku UMKM, Kementerian Koperasi dan UKM, pelaku usaha sektor makanan dan minuman merupakan sektor yang paling berdampak yakni mencapai 163.713 pelaku, 56% pelaku UMKM lainnya mengalami dampak penurunan omzet penjualan dan sekitar 22% berdampak pada permasalahan terhadap akses sumber pembiayaan/pendanaan, serta yang mengalami permasalahan terakut distribusi barang dan yang mengalami kesulitan mendapatkan pasokan bahan baku produksi sebanyak 4% pelaku UMKM.

Dalam webinar *GoTo Financial* secara virtual, Rabu (25/8/2021), Oke Nurwan Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Kementerian Perdagangan membeberkan setidaknya terdapat 5 (lima) permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM selama masa Pandemi Covid-19 ini, yakni: (a) Turunnya daya beli masyarakat, hal ini diperparah dengan adanya kebijakan pembatasan mobilitas masyarakat; (b) Hambatan distribusi sebagai akibat kebijakan pembatasan mobilitas masyarakat, yang membuat sulit mendistribusikan produk yang dipesan atau yang dibeli konsumen; (c) Akses permodalan/pembiayaan, akibat banyaknya UMKM yang belum *bankable*,

hal ini yang akhirnya pelaku UMKM terpaksa melakukan pendanaan/pembiayaan melalui rentenir lantaran sulitnya memperoleh pembiayaan dari lembaga keuangan formal; (d) Sulitnya mendapatkan bahan baku; (e) Terhambatnya produksi karena pembatasan pergerakan tenaga kerja. Untuk itu pelaku UMKM bisa bertahan dengan cara beradaptasi dan mau berkolaborasi dengan berbagai *stakeholder* untuk ikut kedalam program Pemerintah seperti program gerakan Bangga Buatan Indonesia (Catriana, 2021).

Keterpurukan pelaku UMKM akibat Pandemi Covid-19 juga menjadi fokus penelitian yang dilakukan oleh Pusat Penelitian Politik (P2P) – LIPI bahwa dampak Covid-19, industri pariwisata merupakan sektor paling tinggi terdampak dan memiliki efek domino terhadap sektor lain, khususnya sektor usaha makanan dan minuman mikro yang mencapai sekitar 27%, sektor unit kerajinan kayu dan rotan 17,03%, sedangkan konsumsi rumah tangga mengalami koreksi antara 0,5% hingga 0,8%. Pandemi Covid-19 juga memiliki pengaruh terhadap sisi permintaan dan penawaran atas barang/jasa, hal ini tentu saja berdampak pada likuiditas para pejuang ekonomi mikro, sebagaimana diungkap oleh Organisasi untuk Pembangunan dan Kerjasama Ekonomi (*Organisation for Economic Co-operation and Development/OECD*).

Berbagai kebijakan mitigasi yang dilakukan oleh Pemerintah sebagai upaya mengatasi penurunan aktivitas ekonomi, yang terus komitmen mendukung pelaku UMKM untuk mampu bertahan, berkembang dan bertumbuh di tengah tantangan pandemi dan transformasi melalui Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). “Alokasi anggaran yang disediakan untuk kluster dukungan UMKM adalah sebesar Rp95,87 triliun, program lainnya, seperti subsidi bunga, penempatan dana pemerintah pada bank umum mitra, perluasan kredit modal kerja dan restrukturisasi kredit UMKM, serta penjaminan kredit modal kerja UMKM, termasuk di antaranya Banpres Produktif Usaha Mikro (BPUM), Bantuan Tunai untuk PKL dan Warung (BT-PKLW), dan insentif PPh Final UMKM ditanggung Pemerintah, sebagai mana diungkap oleh Airlangga Hartarto Menteri Koordinator Bidang Perekonomian (Kementerian Keuangan, 2021).

Kunci penting adalah berbagai pihak yang berkepentingan memiliki fokus yang sama atas produk kebijakan yang dilakukannya yakni mempercepat eksekusi program-program dalam rangka pemulihan ekonomi mikro, misalnya

Pemerintah segera eksekusi program relaksasi, restrukturisasi kredit bagi UMKM yang mengalami kesulitan, bantuan untuk kredit baik berupa subsidi bunga, penundaan pembayaran pokok, dan pemberian tambahan kredit modal kerja, mempersiapkan skema baru dalam pembiayaan, terutama yang berkaitan dengan investasi dan tenaga kerja, skema bantuan sosial terutama yang berkaitan dengan paket sembako, diberikan peluang terus untuk berproduksi terutama di sektor pertanian, sektor industri rumah tangga serta warung-warung tradisional, dan sektor makanan. Bagi pemangku kepentingan lain, diharapkan juga berperan dalam produk kebijakannya untuk partisipasi sesuai kapasitasnya untuk berkontribusi dalam pemulihan ekonomi dimasa pandemi Covid-19 ini.

Hal tersebut merupakan beberapa langkah mitigasi mengatasi kesulitan dan permasalahan yang dialami oleh para pelaku UMKM untuk bertahan dan bangkit dalam berkegiatan usaha, disamping memberikan motivasi meningkatkan sumber daya yang dimiliki untuk mampu menuangkan gagasan-gagasan produktif dengan menghasilkan produk/jasa yang memiliki daya saing di pasar dengan memanfaatkan berbagai media untuk pengenalan produk maupun *brand*-nya di masyarakat. Untuk mendukung hal ini tentunya perlu peran dari berbagai pihak untuk meningkatkan kompetensi yang menjadi permasalahan umum UMKM, yakni terkait manajemen usaha, perencanaan bisnis, strategi pemasaran, manajemen keuangan dengan fokus pemahaman mengenai pencatatan pembukuan, dan lainnya untuk terus memberikan peluang dengan menyediakan media pengenalan produk dengan mengikutsertakan dalam berbagai pameran produk UMKM diberbagai kesempatan.

Tatanan sosial maupun ekonomi telah berubah seiring dengan kondisi Pandemi Covid-19 yang sampai saat ini masih dirasakan oleh pelaku ekonomi mikro, kebijakan *social distancing* dan *physical distancing* juga turut merubah perilaku sosial-ekonomi masyarakat. Pelaku ekonomi mikro harus adaptasi dengan media digital untuk mengenalkan produk/jasanya kepada konsumen, sebaliknya konsumen dalam memenuhi kebutuhan juga dituntut beradaptasi dengan kondisi serupa, yakni media digital menjadi bagian dari kegiatan sosial-

ekonominya (Zulkipli & Muharir, 2021)

Bagi pelaku ekonomi menengah-besar dukungan sumber daya manusia dalam beradaptasi dengan media digital relatif tidak menjadi masalah, karena didukung sumber daya dan kemampuan kompetensi SDM yang dimilikinya. Namun tidak demikian dengan pelaku usaha mikro (UMKM) diperlukan berbagai kondisi untuk beradaptasi dengan media digital, keterbatasan kompetensi SDM, sumber daya yang dimiliki menjadikan hambatan bagi pelaku usaha kelompok ini untuk bertahan berkegiatan usaha dimasa pandemi. Untuk itu diperlukan peran serta dari para pemangku kepentingan untuk memberikan kontribusi energi, pemikiran dari permasalahan yang dihadapi para pelaku usaha mikro.

Penguasaan media digital merupakan keniscayaan yang perlu dikuasai oleh pelaku usaha pada umumnya, termasuk pelaku usaha mikro. Penggunaan teknologi digital berbasis *e-commerce* sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan transaksi ekonomi atas kebutuhan apapun, baik kebutuhan primer, sekunder maupun tersier. Kehadiran aplikasi *marketplace* berbasis *website* seperti seperti Bukalapak, Shopee, Blibli, Tokopedia, Lazada, dan lainnya menawarkan kemudahan bagi pelaku ekonomi untuk mengenalkan produk/jasa dan *brand*-nya kepada konsumen. Untuk itu penguasaan *digital marketing*, sudah menjadi kebutuhan mendesak bagi pelaku usaha, khususnya pelaku usaha mikro bila bermaksud untuk menumbuh-kembangkan usahanya dari waktu ke waktu (Kotler, 2008).

Permasalahan terkait *digital marketing* sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari penguasaan teknologi digital, sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas usaha yang dilakukan oleh mitra UMKM Bakul Kembang *Official* dalam mengenalkan *brand* dan produknya kepada konsumen. Sejak awal membidani usaha mitra UMKM Bakul Kembang *Official* telah mengedukasi diri dalam memanfaatkan teknologi digital, yakni dengan memanfaatkan media sosial www.instagram.com dengan *address @bakulkembang.official* untuk mengenalkan *brand* dan katalog varian produk yang dihasilkan. Tampilan instagram dari UMKM Bakul Kembang disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Marketing Media Mitra UMKM

Digital marketing sudah menjadi aktivitas rutin dalam kegiatan usaha, sebagai bagian dari strategi pemasaran digital yang dilakukan oleh mitra UMKM Bakul Kembang Official yang merupakan hasil pendampingan program pengabdian masyarakat pada periode April 2020 - Agustus 2020 dengan program pendampingan dan pelatihan mengenai Pemasaran Digital dan Etika Bisnis. Program lanjutan yang dilaksanakan pada periode Desember 2020 – Januari 2021 dilakukan program pendampingan dan pelatihan mengenai Perencanaan Bisnis (*Business Plan*) dan Pengemasan Produk (*Packaging*), sedangkan pada program lanjutan yang periode pelaksanaannya pada April 2021 – Agustus 2021, dilakukan program pendampingan Monitoring dan Evaluasi (M & E) kepada mitra, sehingga arah dan strategi bisnis yang dijalankan merupakan hasil adaptasi yang dilakukan selama program pendampingan.

Dalam rangka untuk pengembangan bisnis dengan tujuan meningkatkan nilai penjualan dan sebagai bagian dari strategi pemasaran yang dijalankan, maka mitra UMKM Bakul Kembang Official memaksimalkan teknologi digital dengan memanfaatkan media berbasis *marketplace* berbayar seperti Shopee (Gambar 2) dan Tokopedia (Gambar 3) untuk mengenalkan dan mempromosikan produknya terlebih pada event-event tertentu, misalnya hari raya keagamaan atau event *valentine day*, sebagaimana nampak dalam Gambar 2 dan 3.



Gambar 2. Marketing Media-Shopee



Gambar 3. Marketing Media - Tokopedia

Pemanfaatan pemasaran digital telah dimaksimalkan oleh mitra UMKM dengan diskripsi produk yang ditambahkan cukup apik dan mengundang konsumen minat sebagai pengguna produk mitra, namun yang menjadi perhatian adalah untuk terus menuangkan gagasan-gagasan produk baru untuk memperkaya varian produk yang disesuaikan dengan arah/trend atau *lifestyle* masyarakat. Pengembangan jaringan sebagai upaya distribusi produk yang perlu atensi dengan memuat pada konten media digital yang dikelolanya terkait testimoni-testimoni positif dari konsumen atas produknya yang memiliki tujuan dapat memberikan dampak pada nilai penjualan.

Identifikasi permasalahan selama dalam pendampingan dan yang menjadi fokus pembenahan adalah terkait dengan peningkatan pemahaman mengenai Manajemen Usaha UMKM dan Manajemen Keuangan yang difokuskan pada pengelolaan administrasi terkait manajemen *cashflow*-nya yang selama ini dilakukan secara konvensional dan tidak dicatat secara teratur dan masih dianggap bukan kebutuhan primer, permasalahan seperti ini menjadi permasalahan yang umum UMKM yang hanya fokus pada kegiatan produksi dan pemasaran saja.

Pembenahan manajemen usaha terkait dengan aspek pemanfaatan Sumber Daya Manusia (SDM) dan sumber daya lainnya yang dimiliki mitra UMKM secara efektif dan efisien dapat dimaksimalkan untuk tujuan strategi pengembangan usaha, dengan materi diskusi terkait tujuan manajemen keuangan, manajemen dan perencanaan, identifikasi peluang bisnis, perencanaan bisnis dan perencanaan pemasaran dengan penguatan terkait dengan materi UMKM –Era Digital (Sukanti, 2014).

Sedangkan pembenahan terkait manajemen keuangan fokus pada kegiatan perencanaan, pengelolaan, penyimpanan serta pengendalian dana dan aset yang dimiliki mitra UMKM (Machfoedz, 1993). Pengelolaan keuangan harus

direncanakan dengan matang agar tidak menimbulkan permasalahan di kemudian hari yang mengakibatkan mengganggu kelangsungan dan kinerja usaha mitra UMKM (Fatwitawati, 2018). Untuk itu pemahaman terkait dengan fungsi dan prinsip manajemen keuangan, tertib administrasi sebagai basis manajemen keuangan UMKM serta laporan keuangan dengan mengaplikasikan pembukuan transaksi keuangan yang dilakukan dengan metode pratikum melakukan pencatatan atas transaksi keuangan usaha, berikut pencatatan perhitungan laba/rugi usahanya (Waskita & Noviany, 2019).

Monitoring dan Evaluasi (Monev) merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam pendampingan, hal ini sebagai wujud dilakukannya evaluasi menyeluruh sejauhmana mitra UMKM Bakul Kembang *Official* menjalankan inputan sumbang saran yang diberikan dalam rangka pengembangan usaha. kedepan. Selama pendampingan dilakukan monitoring terhadap aktivitas usaha mitra UMKM untuk mengetahui sejauhmana mitra menjalankan tahapan sumbang saran yang diberikan, yang selanjutnya dilakukan evaluasi terhadap pencapaian tahapan aktivitas yang disarankan memberikan dampak pada efektivitas dan efisien baik terkait aspek input, proses maupun output dari aktivitas usaha yang dijalankan oleh mitra UMKM.

METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan analisis situasi dan permasalahan yang diidentifikasi dari mitra UMKM Bakul Kembang *Official*, tahapan yang diberikan melalui 2 (dua) pendekatan.

Pendampingan dan Pelatihan

Pendampingan kepada mitra UMKM dilakukan menyesuaikan dengan kondisi Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) akibat pandemi Covid-19. Untuk itu pendekatan pendampingan dilakukan dengan memanfaatkan media komunikasi untuk melakukan berbagai diskusi yang diperlukan dalam rangka memberikan masukan untuk dilakukan tahapan perbaikan dari berbagai aspek operasional usaha mitra UMKM untuk lebih efisien dalam tata kelola usahanya.

Kebutuhan pembenahan dalam mendukung kegiatan operasional usaha mitra UMKM diperlukan pelatihan terkait dengan Manajemen Usaha dan Manajemen Keuangan. Pembenahan manajemen usaha merupakan tahapan yang

menjadi perhatian karena manajemen usaha sebagai upaya untuk mengatur segala aspek dalam usaha yang dilakukan agar mampu mencapai tujuan yang diinginkan. Lebih jauh manajemen usaha akan berpengaruh terhadap pendapatan, penjualan maupun kualitas produk yang dihasilkan. Penerapan manajemen usaha yang benar akan dapat menopang usaha meraih kesuksesan dan pengembangan usaha untuk mencapai target sebagaimana yang telah direncanakan (Trisninawati & Septhayuda, 2014).

Sedangkan manajemen keuangan, yang pada umumnya terabaikan oleh UMKM, padahal manajemen keuangan merupakan suatu proses dalam pengaturan aktivitas atau kegiatan keuangan dalam suatu usaha, termasuk kegiatan perencanaan, analisis dan pengendalian terhadap keuangan (Putri & Musmini, 2013). Untuk itu manajemen keuangan perlu diterapkan oleh pelaku usaha dengan skala bisnis baik mikro, menengah maupun besar (Puspitaningtyas, 2013). Untuk itu pelatihan manajemen keuangan kepada mitra UMKM mutlak diberikan, karena belum melakukan pencatatan pembukuan, hal ini didorong belum memiliki pengetahuan yang memadai dalam penyusunan pembukuan. Pencatatan pembukuan merupakan hal yang penting untuk evaluasi dan mengetahui perkembangan usaha, untuk mengetahui laba/rugi dan sebagai dasar pengembangan usaha. Pendampingan dan pelatihan manajemen keuangan diharapkan mitra UMKM memiliki kemampuan untuk melakukan pengelolaan keuangan dengan benar.

Metode pelatihan diberikan dengan metode diskusi dan aplikatif, khususnya materi terkait penyusunan laporan keuangan, pembukuan transaksi keuangan yang dilaksanakan dengan pratikum bagaimana penyusunan pencatatan atas transaksi keuangan usaha dan pencatatan perhitungan laba/rugi. Rangkaian pelatihan dilakukan dengan menggunakan media *Google Zoom*, hal ini disesuaikan dengan kondisi saat ini masih dalam suasana Pandemi Covid-19.

Konsultasi dan Diskusi

Konsultasi dan diskusi secara berkala dilakukan dalam upaya memberikan sumbang saran kepada mitra UMKM dalam melakukan langkah perbaikan operasional terutama terkait manajemen usaha dan manajemen keuangan dalam rangka mendukung operasional usaha sebagaimana diuraikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Metode Pelaksanaan

Aspek	Solusi Permasalahan	Metode Kegiatan
Manajemen Usaha	<p>1. Identifikasi Peluang Bisnis Perlu memperkaya ide/gagasan kreatif untuk membaca kebutuhan konsumen sesuai dengan varian produk unggulan dengan nilai ekonomis tinggi dan memiliki nilai pembeda dibandingkan dengan produk pesaing.</p> <p>2. Perencanaan Bisnis Merumuskan dan merancang kebutuhan kedepan sesuai dengan visi, misi dan tujuan serta sasaran serta mewujudkannya melalui berbagai strategi untuk dapat bertahan dan selalu eksis dalam kegiatan usaha yang dilakukannya.</p> <p>3. Perencanaan Pemasaran Melakukan strategi pemasaran efektif yang mampu mengidentifikasi peluang pasar melalui tingkat perluasan produk/ pasar yang memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pasar sasaran (<i>target market</i>) dengan memanfaatkan berbagai platform media digital</p>	Pelatihan, Konsultasi dan Diskusi
Manajemen Keuangan	<p>1. Penyusunan Laporan Keuangan Melakukan penyusunan laporan keuangan rutin secara periodik, karena merupakan ukuran kinerja dari usaha yang dilakukannya. Pelatihan dilakukan secara aplikatif dengan metode praktikum mengenai penyusunan pencatatan atas transaksi keuangan usaha dan pencatatan perhitungan laba/rugi.</p> <p>2. Manajemen Kas Penerapan manajemen kas mutlak dilakukan, karena berdampak pada pertumbuhan usaha. Manajemen kas akan membantu mengelola posisi likuiditasnya dengan aman untuk mendukung kelancaran kegiatan pengembangan usaha. Untuk itu perencanaan kas perlu dilakukan dengan tepat, guna memprediksi kebutuhan dana untuk mendukung peningkatan skala produksi. Likuiditas kas digunakan untuk mendukung kegiatan produksi yang turut memberikan kontribusi penciptaan laba.</p>	Pelatihan, Konsultasi dan Diskusi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pendampingan kepada mitra UMKM ini merupakan lanjutan dari program pengabdian sebelumnya, sehingga solusi yang ditawarkan hanya fokus pada aspek Manajemen Usaha UMKM dan Manajemen Keuangan, yang didiskripsikan sebagaimana berikut:

Manajemen Usaha UMKM

Pembenahan manajemen usaha terkait dengan aspek pemanfaatan Sumber Daya Manusia (SDM) dan sumber daya lainnya yang dimiliki mitra UMKM secara efektif dan efisien dapat dimaksimalkan untuk tujuan strategi pengembangan usaha mitra UMKM, dengan melakukan tindakan berikut.

a. Identifikasi Peluang Bisnis

Mitra UMKM menangkap peluang bisnis didasarkan atas gagasan/ide dari hobi/kegemaran yang selanjutnya dituangkan dalam kreativitas berbagai varian produk unggulan yang berciri kas sebagai produk *'handmade'* dengan nilai ekonomis tinggi dan memiliki nilai pembeda dibandingkan dengan produk pesaing, maka produk dapat diterima oleh masyarakat konsumen.

Untuk menjaga kelangsungan usaha secara berkesinambungan perlu dilakukan hal-hal berikut: (a) evaluasi produk, dimaksudkan mengetahui kekurangan yang terdapat pada setiap varian produk yang dihasilkan, hal ini digunakan sebagai dasar melakukan tindakan perbaikan produk agar kualitas dan brand tetap

terjaga; (b) catatan *varian produk*, perlu melakukan pencatatan detil mengenai spesifikasi setiap varian produk, hal ini bertujuan untuk identifikasi kelayakan pengembangan produk yang disesuaikan dengan volume penjualan atas suatu varian produk; (c) Tetapkan tenggat waktu (*deadline*), bermanfaat terhadap pelaksanaan program kerja yang telah diagendakan. Idealnya penyusunan *deadline* dan tempo waktu dilakukan pada awal perencanaan varian produk hingga pasca peluncuran varian produk tersebut di pasar.

b. Perencanaan Bisnis

Setelah melakukan identifikasi peluang bisnis, pelaku usaha diharapkan memiliki gambaran umum mengenai hasil usaha yang diinginkan, bagaimana memperoleh sumber daya, meningkatkan kompetensi dan keahlian sumber daya manusianya dan menghasilkan rencana untuk mencapai hasil yang diharapkan. Uraian tersebut merupakan bagian dari perencanaan bisnis, dalam mengelola manajemen usaha, maka pelaku usaha perlu terlebih dahulu merumuskan bagaimana proses perencanaan strategi bisnis dilakukan, hal ini penting untuk merumuskan antara lain merumuskan misi dan misi usaha, menganalisis lingkungan, terutama terkait dengan pelanggan dan pesaing, menetapkan sasaran bisnis dan merumuskan strategi bisnis.

Pelaku UMKM pada umumnya mengabaikan perencanaan bisnis yang metinya terlebih dahulu dilakukan proses perencanaan strategi bisnis dalam menjalankan usaha, hal demikian juga dilakukan oleh mitra UMKM dalam menjalankan usaha tidak memiliki formula perencanaan bisnis maupun proses perencanaan strategi bisnisnya, yang dikedepankan adalah ide/gagasan produk yang dihasilkan memiliki nilai pasar di masyarakat (*marketable*). Untuk itu direkomendasikan untuk melakukan perencanaan bisnis dengan melakukan tahapan strategi bisnis yang mencakup antara lain, merumuskan misi dan misi, menganalisis lingkungan yang fokus pada segmentasi pasar dan pesaing, menetapkan sasaran bisnis serta merumuskan strategi bisnis.

c. Perencanaan Pemasaran

Keberhasilan suatu usaha terletak pada strategi dan terobosan-terobosan pemasaran

yang dilakukan oleh pelaku usaha efektif berdampak pada nilai penjualan. Untuk itu mengelola usaha perlu melakukan langkah-langkah dalam perencanaan pemasaran yang merupakan proses memilih dan menganalisis target pasar, mengembangkan dan memelihara bauran pemasaran (produk, harga, distribusi, promosi) untuk dapat memuaskan kebutuhan konsumen.

Diperlukan untuk merubah paradigma berpikir pelaku UMKM pada umumnya dan khususnya kepada mitra UMKM dari pemahaman konsep berwawan penjual menjadi konsep wawasan pemasaran. Konsep berwawasan penjualan berpendapat bahwa kalau konsumen dibiarkan begitu saja mereka tidak akan membeli produk organisasi dalam jumlah memadai. Oleh karena itu, pelaku usaha harus melakukan usaha penjualan dan promosi yang agresif. Sedangkan konsep berwawasan pemasaran berpendapat bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan pemenuhan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien daripada pesaing.

Orientasi pemasaran memang harus menempatkan kepuasan konsumen sebagai obyek untuk ciptakan laba usaha, bukan mendorong volume penjualan besar untuk ciptakan laba usaha, hal ini belum menjadi paradigma atau pola pikir kebanyakan pelaku usaha mikro, termasuk mitra UMKM, pengenalan produk dan *brand* dilakukan secara konstan dengan memanfaatkan media digital yang didukung kemampuan visualisasi dan diskripsi produk yang menarik, untuk itu rekomendasi yang diberikan yakni: (a) Melakukan strategi pemasaran efektif yang mampu mengidentifikasi peluang pasar melalui tingkat perluasan produk/pasar yang memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pasar sasaran (*target market*); (b) Perlu miliki dukungan database informasi mengenai riwayat transaksi pelanggan di masa lalu, demografis, psikografis, media dan distribusi yang lebih disukai dengan membangun loyalitas pelanggan yang tinggi; (c) Penetapan strategi pemasaran untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target yang tentunya bermanfaat untuk pengembangan produk baru, strategi peluncuran produk baru, strategi pemasaran yang berhubungan dengan kompetitor dan pengikut pasar.

Manajemen Keuangan

Pembenahan terkait manajemen keuangan fokus pada kegiatan perencanaan, pengelolaan, penyimpanan serta pengendalian dana dan aset yang dimiliki mitra UMKM. Pengelolaan keuangan harus direncanakan dengan matang agar tidak menimbulkan permasalahan di kemudian hari yang mengakibatkan mengganggu kelangsungan dan kinerja usaha mitra UMKM. Untuk itu pemahaman terkait dengan fungsi dan prinsip manajemen keuangan, tertib administrasi sebagai basis manajemen keuangan UMKM serta laporan keuangan perlu menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas usaha yang dilakukan.

Sebagaimana pada umumnya pelaku UMKM di Indonesia dalam kegiatan usahanya dilakukan tanpa dukungan informasi keuangan yang disusun secara sistematis, tertib dan teratur, hal ini juga dilakukan oleh mitra UMKM, dalam melakukan kegiatan usahanya tanpa melakukan penyusunan laporan keuangan sebagai dasar dalam mengambil keputusan. Pengalaman dan intuisi digunakan sebagai dasar dalam mengambil keputusan, sehingga permasalahan yang timbul terkait dengan kegiatan usaha diselesaikan secara mandiri tanpa dukungan informasi keuangan yang melatarbelakangi.

Mitra UMKM dalam menjalankan usahanya hanya fokus pada aktivitas produksi dan pemasaran, sedangkan terkait penyusunan laporan keuangan diabaikan atau belum menjadi perhatian yang perlu tersedia, sehingga mengakibatkan tidak mengetahui besaran pendapatan (kas) yang diterima, berapa besaran biaya operasi yang dikeluarkan dan berapa yang seharusnya tersisa. Posisi kas yang diterima (yang terdapat di rekening Bank) hanya diketahui oleh mitra UMKM, bila bermaksud untuk melakukan perencanaan dalam aktivitas usahanya, yang biasanya tidak tersusun secara rapi, maka mengakibatkan akan berdampak pada kesulitan dalam alokasi kas yang dikelolanya. Bila permasalahan laporan keuangan terus terabaikan, seiring dengan semakin luas kegiatan usahanya, maka pelaku usaha akan tidak mampu lagi memantau kegiatan usaha yang sedang berjalan, misalnya terkait aktivitas produksi, jumlah dan aktivitas penjualan, jumlah dan kondisi aktiva tetap dan lainnya. Permasalahan hal tersebut bisa diselesaikan bila pelaku usaha melakukan pencatatan atau menyusun laporan keuangan dan ditindaklanjuti dengan menganalisisnya.

Penting untuk mendorong para pelaku UMKM melakukan penyusunan laporan keuangan rutin secara periodik, karena hal ini merupakan ukuran kinerja dari kegiatan usaha yang dilakukannya. Demikian juga kepada mitra UMKM dalam kegiatan pendampingan ini diberikan pemahaman materi mengenai penyusunan laporan keuangan dengan mengaplikasikan pembukuan transaksi keuangan yang dilakukan dengan metode praktikum penyusunan pencatatan atas transaksi keuangan usaha, berikut pencatatan perhitungan laba/rugi usahanya.

Rekomendasi yang perlu dilakukan oleh mitra UMKM setelah mendapatkan materi manajemen keuangan dengan metode pembelajaran aplikatif, antara lain:

i. Penyusunan Laporan Keuangan

Salah satu keberhasilan pengembangan usaha juga ditentukan oleh dukungan Penyusunan Laporan Keuangan yang dilakukan, karena Laporan Keuangan dapat menjadi dasar bagi pelaku usaha dalam pengambilan keputusan strategis, misalnya dalam pengembangan pasar, ekspansi maupun investasi. Disamping itu Laporan Keuangan dapat berfungsi sebagai pedoman dalam monitoring maupun perencanaan usaha di masa yang akan datang, selain digunakan untuk memperoleh sumber pembiayaan/pendanaan dari kreditur. Selama pendampingan kepada mitra UMKM kurang memiliki kesadaran pentingnya fungsi dari Laporan Keuangan, hal ini ditunjang dengan kurangnya pengetahuan metode pencatatan dan pelaporan keuangan yang semestinya. Dampak atas permasalahan tersebut memiliki potensi terhadap kesulitan bila mitra UMKM melakukan pengembangan usaha yang membutuhkan sumber pendanaan/ pembiayaan dari lembaga kreditur. Sedangkan lembaga kreditur dalam memberikan persetujuan pembiayaan didasarkan pada informasi prospek usaha yang tersajikan dalam Laporan Keuangan.

Atas permasalahan dimaksud, solusi yang direkomendasikan yakni memberikan pelatihan mengenai Penyusunan Laporan Keuangan dengan metode diskusi interaktif dengan mengaplikasikan materi yang disampaikan. Materi pelatihan mencakup pencatatan dan penyusunan laporan keuangan. Materi penyusunan laporan keuangan menjelaskan peran penting dari laporan keuangan, pencatatan keuangan secara sederhana, penyusunan laporan keuangan yaitu mengenai Laporan Laba Rugi, Neraca.

Materi pelatihan diberikan dengan metode pendampingan untuk melakukan penyusunan

pencatatan laporan keuangan secara aplikatif dengan cakupan materi pembukuan sederhana, pencatatan transaksi melalui tabel persamaan dasar akuntansi yang dapat disusun laporan keuangan Neraca dan Laporan Laba-Rugi yang telah mencakup informasi kekayaan usaha, sumber dana usaha dan prospek usaha ke depan. Dalam penyampaian materi dengan tujuan mitra UMKM dapat mengaplikasikan, maka diberikan soal kasus berikut penyelesaiannya di didiskusikan selama pelaksanaan pelatihan. Metode dengan pratikum langsung dengan menyusun laporan keuangan dan disertai diskusi dan tanya jawab menjadikan pelatihan relatif dapat diserap mitra UMKM dengan baik.

ii. Manajemen Kas

Bagi pelaku usaha, kas merupakan jantung operasional kegiatan usaha yang dilakukannya, tanpa kecukupan likuiditas kas, maka akan mengganggu aktivitas dalam mempertahankan usahanya. Untuk itu manajemen kas penting diaplikasikan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dalam suatu kegiatan usaha. Pada umumnya pelaku UMKM mengabaikan pentingnya manajemen kas sebagai pilar pendukung eksistensi usaha bisnis mereka. Demikian juga yang terjadi pada mitra UMKM, pengelolaan kas dilakukan secara konvensional, hanya dicatat secara sederhana yang tidak mencerminkan kegiatan usaha sebagaimana mestinya, sehingga kondisi pengelolaan kas tidak mencerminkan posisi likuiditas yang dapat digunakan sebagai referensi dalam memutuskan pengembangan usaha. Rekomendasikan yang perlu dilakukan mitra UMKM yakni melakukan manajemen kas, karena memiliki dampak pengaruh terhadap pertumbuhan usaha yang dilakukan. Untuk itu kepada mitra UMKM diberikan pelatihan mengenai manajemen kas baik secara teoritis maupun secara aplikatif, sehingga pengelolaan kas dapat membantu mitra UMKM dalam posisi likuiditas yang aman karena hal ini memiliki tujuan kondisi kas harus selalu terjaga likuiditasnya untuk mendukung kelancaran kegiatan pengembangan usaha yang dilakukannya. Disamping itu perencanaan kas yang baik memungkinkan mitra UMKM dapat memprediksi kebutuhan dana yang diperlukan untuk mendukung peningkatan skala produksi yang diinginkan. Perlu adanya pemahaman bagi mitra UMKM bahwa kas memiliki pengaruh positif terhadap kemampuan menghasilkan laba. Likuiditas kas akan mampu mendukung kegiatan produksi yang pada akhirnya turut

memberikan kontribusi terciptanya laba dari kegiatan usaha yang dilakukan.

Adapun hasil dan luaran yang telah dicapai selama pendampingan dan pelatihan sebagaimana diuraikan berikut. Pendampingan dilakukan melalui bimbingan dan pelatihan di bidang manajemen usaha yang fokus pada materi berikut:

i. Identifikasi Peluang Usaha

Mitra UMKM dalam melakukan usaha tanpa melakukan pentingnya melakukan identifikasi peluang usaha. Setelah mendapatkan pemahaman selama pendampingan, mitra UMKM mampu melakukan identifikasi dan membaca kebutuhan konsumen yang digunakan sebagai referensi penciptaan berbagai varian produk dengan menyertakan gagasan/ide kreatif sebagai fitur tambahan dalam produk yang dihasilkan sehingga memiliki nilai ekonomi tinggi dan memiliki nilai pembeda dibandingkan dengan produk pesaing.

ii. Perencanaan Usaha

Pendampingan yang dilakukan kepada mitra UMKM dengan pendekatan diskusi dan konsultasi yang menyertai dari paparan materi terkait perencanaan usaha yang sebelumnya terabaikan, dengan pendekatan umpan balik, mitra UMKM telah mampu mendeskripsikan dengan baik komponen-komponen yang perlu ada dalam perencanaan usaha, misalnya deskripsi bisnis, deskripsi usaha ini berfungsi untuk mendeskripsikan terkait mengenai ide-ide dan gagasan bisnis yang akan dilakukan kedepannya. Berikturnya terkait dengan strategi pemasaran yang dilakukan, mitra UMKM telah mempelajari segala hal tentang kelebihan dan kekurangan kompetitor.

iii. Perencanaan Pemasaran

Pemasaran yang dilakukan oleh mitra UMKM telah menggunakan berbagai strategi yang cukup efeksi dengan mampu mengidentifikasi peluang pasar, melalui tingkat perluasan produk/pasar yang disesuaikan dengan kebutuhan, keinginan dan permintaan pasar sasaran (*target market*) dengan memanfaatkan berbagai *platform* media digital.

Dalam kegiatan usahanya mitra UMKM mengabaikan pencatatan setiap kegiatan transaksi, sehingga:

a. Penyusunan Laporan Keuangan

Mitra UMKM sebelum dilakukan pendampingan, aktivitas kegiatan usaha tidak

dilakukan pencatatan, namun dengan diberikan pemahaman bahwa laporan keuangan memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan usaha, maka penyusunan laporan keuangan dilakukan rutin secara periodik, karena merupakan ukuran kinerja dari usaha yang dilakukannya. Pelatihan mengenai penyusunan laporan keuangan dilakukan secara aplikatif dengan metode pratikum mengenai penyusunan pencatatan atas transaksi keuangan usaha dan pencatatan perhitungan laba/rugi. Dokumentasi ketika pelatihan penyusunan laporan keuangan disajikan pada Gambar 4.



(a)



(b)



(c)



(d)

Gambar 4. Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan

b. Manajemen Kas

Penerapan manajemen kas selama ini diabaikan oleh mitra UMKM dalam aktivitas usaha yang dilakukannya, namun dalam pendampingan dan diskusi, serta pendalaman materi yang diberikan, mitra UMKM telah melakukan pencatatan setiap aliran kas dalam transaksi yang dilakukannya. Mitra UMKM menyadari bahwa penerapan manajemen kas mutlak dilakukan, karena berdampak pada pertumbuhan usaha. Manajemen kas akan membantu mengelola posisi likuiditasnya dengan aman untuk mendukung kelancaran kegiatan pengembangan usaha. Untuk itu perencanaan kas perlu dilakukan dengan tepat, guna memprediksi kebutuhan dana untuk mendukung peningkatan skala produksi. Likuiditas kas digunakan untuk mendukung kegiatan produksi yang turut memberikan kontribusi penciptaan laba. Dokumentasi ketika pratikum manajemen kas disajikan pada Gambar 5.



(a)



(b)



(c)



(d)

Gambar 5. Pratikum Manajemen Kas

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Selama pelaksanaan pendampingan dan pelatihan yang diberikan kepada mitra UMKM, telah tercapai beberapa kegiatan, antara lain: (1)

Dalam penerapan manajemen usaha, mitra UMKM menjalankan kegiatan usahanya mengawali perencanaan dengan mengatur dari berbagai aspek, misalnya bahan baku, produksi sampai menyusun strategi pemasarannya. (2) Dalam mendukung kegiatan usahanya, mitra UMKM mulai memiliki pemahaman pentingnya peran manajemen keuangan dalam menyertai operasional usaha yang dilakukan. Mitra UMKM telah menyusun laporan keuangan secara periodik dengan melakukan pencatatan atas transaksi keuangan usaha dan pencatatan laba/rugi, (3) Penyusunan laporan keuangan yang dilakukan mitra UMKM, berdampak pada penerapan manajemen kas dan hal ini membantu dalam mengelola posisi likuiditas untuk mendukung kelancaran kegiatan pengembangan usaha yang dilakukannya. Perencanaan kas yang tepat akan berperan untuk memprediksi kebutuhan dana dalam mendukung kegiatan produksi yang akan memberikan kontribusi dalam penciptaan laba.

Selama pendampingan kepada mitra UMKM Bakul Kembang *Official* dalam upaya peningkatan usaha kedepan, sumbang saran yang bisa ditindaklanjuti antara lain: (1) Mitra UMKM perlu terus berkreasi menuangkan gagasan/ide untuk menghasilkan produk-produk baru sebagai tindakan diversifikasi guna menjaga kelangsungan usaha, termasuk memiliki kepekaan terhadap perubahan perilaku konsumen serta memonitor perkembangan produk sejenis dari kompetitor, (2) Kesenambungan program kegiatan sejenis yang diintegrasikan dengan lintas kepentingan perlu terus dilakukan oleh pihak-pihak yang berkepentingan terhadap usaha mikro, sehingga pelaku usaha UMKM mendapatkan manfaat yang menyeluruh sesuai dengan cakupan usaha UMKM, (3) Produk dan *brand* perlu didaftarkan sebagai hasil kreativitas kekayaan intelektual, untuk itu perlu didaftarkan mendapatkan Hak Kekayaan Intelektual (HKI), (4) Perlu peningkatan kemampuan ketrampilan untuk menghasilkan produk berkualitas dan memiliki nilai ekonomis tinggal dan berdaya saing, untuk itu perlu mengalokasikan waktu untuk mengikuti *workshop*/pelatihan di bidang manajemen, teknologi digital, pemasaran dan lainnya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada UMKM Bakul Kembang *Official* sebagai mitra dalam kegiatan abdimas, LPPM Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

serta sejumlah mahasiswa yang telah berkolaborasi bersama tim abdimas.

DAFTAR PUSTAKA

- Catriana, E. (2021). *Kemendag Beberkan 5 Masalah yang Dihadapi UMKM Selama Pandemi*. <https://money.kompas.com/read/2021/08/25/125859826/kemendag-beberkan-5-masalah-yang-dihadapi-umkm-selama-pandemi>. Diakses tanggal 31 September 2021.
- Fadjarudin, M. (2021). *Pemerintah Siapkan Berbagai Program Bantuan untuk UMKM*. <https://www.suarasurabaya.net/ekonomibisnis/2021/pemerintah-siapkan-berbagai-program-bantuan-untuk-umkm/>. Diakses tanggal 30 September 2021.
- Fatwitawati, R. (2018). Pengelolaan Keuangan bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kelurahan Airputih Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *Sembadha*, 1(1): 225-229.
- Kementerian Keuangan. (2021). *Pemerintah Terus Perkuat UMKM Melalui Berbagai Bentuk Bantuan*. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-terus-perkuat-umkm-melalui-berbagai-bentuk-bantuan/>. Diakses tanggal 27 November 2021.
- Kotler, P. G. A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Erlangga. Jakarta
- Machfoedz, M. (1993). *Akuntansi Manajemen Buku 1 Edisi Keempat*. BPFE Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Puspitaningtyas, Z. (2013). Pola Pengelolaan Kas bagi Pelaku UKM Berdasarkan Orientasi Entrepreneurial. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 2(1): 93-100.
- Putri, R. L., & Musmini, L. S. (2013). Pengaruh Perputaran Kas terhadap Profitabilitas pada PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi Singaraja Periode 2008 – 2012. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 3(2): 142-152.
- Sukanti. (2014). *Konsep Pemasaran dan Proses Manajemen Pemasaran*. Pustaka UT. www.pustakaut.ac.id. Diakses tanggal 2 November 2021.
- Trisninawati & Septhayuda, I. (2014). Peran Rencana Bisnis Sebagai Alat Untuk Meningkatkan Keberhasilan Usaha (Studi Kasus UMKM di Bawah Binaan Bina Darma Entrepreneurship Center (BDEC). *Journal & Proceeding FEB UNSOED*, 4(1), 376-388.
- Waskita, A. J., & Noviany, D. (2019). *Manajemen Keuangan, Aplikasi Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Edisi Pertama, Cetakan 1*. Expert. Yogyakarta.
- Zulkipli & Muharir. (2021). Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah. STIEBIS. Indo Global Mandiri*, 1(1).

PENDAMPINGAN MANAJEMEN USAHA DAN MANAJEMEN KEUANGAN PADA UMKM BAKUL KEMBANG OFFICIAL KELURAHAN KEDURUS KECAMATAN KARANG PILANG KOTA SURABAYA

by Mochamad Jamil1, Dewi Mutmainnah, Muftiyatul Azizah

Submission date: 04-Sep-2023 09:08AM (UTC+0700)

Submission ID: 2157196770

File name: 3_JURNAL_SHARE.docx (716.28K)

Word count: 5353

Character count: 36885

1
**PENDAMPINGAN MANAJEMEN USAHA DAN MANAJEMEN KEUANGAN PADA
UMKM BAKUL KEMBANG OFFICIAL KELURAHAN KEDURUS KECAMATAN
KARANG PILANG KOTA SURABAYA**

Mochamad Jamil^{1*}, Dewi Mutmainnah², Muftiyatul Azizah³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

*Penulis korespondensi; Email: jamil@stiesia.ac.id

1
Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional memiliki peran penting bagi pemulihan ekonomi Indonesia sebagai dampak pandemi Covid-19, sehingga perlu adanya manajemen usaha dan manajemen keuangan yang tepat untuk memajukan suatu UMKM. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilakukan pada mitra UMKM Bakul Kembang Official yang kegiatan usahanya berbasis *handmade*, dengan varian produk *flower bouquet*, *dry flowers*, *fresh flowers*, *framegift*, *hampers*, *macrame*, *money bouquet*, mahar perkawinan dan lainnya yang pasarkan melalui berbagai media digital. Tujuan dari kegiatan PKM ini adalah memberikan pemahaman mengenai manajemen usaha agar memiliki arah, terukur dan terencana dengan baik, juga mengenai pengelolaan keuangan, agar kegiatan perencanaan, pengelolaan, penyimpanan, serta pengendalian dana dapat mendukung kegiatan dan pengembangan usaha mitra UMKM, sebagai hasil pendampingan dan pelatihan secara aplikatif. Metode pelaksanaan kegiatan ini melalui tahapan pra kegiatan, yakni melakukan survey awal, identifikasi permasalahan, konsolidasi Tim dalam melakukan pemetaan dan distribusi tugas sesuai dengan kepakaran, penyusunan dan pengajuan proposal kegiatan. Tahap pelaksanaan yaitu diskusi dan konsultasi, paparan materi pelatihan Manajemen Usaha dan Manajemen Keuangan dengan praktikum pembukuan sederhana. Tahap evaluasi dan monitoring, yakni dengan melakukan komparasi kondisi sebelum dan setelah kegiatan program dengan pendekatan interview dan diskusi serta observasi. Tahap akhir dilakukan penyusunan laporan dengan target publikasi dan dipaparkan dalam simposium kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Kata Kunci: UMKM, Pendampingan, Manajemen Usaha, Manajemen Keuangan.

Abstract: *Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) as contributors to the National Gross Domestic Product (GDP) have an important role in Indonesia's economic recovery as a result of the Covid-19 pandemic, so there is a need for proper business management and financial management to promote an Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM). Community dedication activities (PKM) are carried out with Micro Small and Medium Enterprises (UMKM) partners Bakul Kembang Official whose business activities are handmade, with flower bouquet product variants: dry flowers, fresh flowers, frame gifts, hampers, macrame, money bouquets, wedding dowries and others that are marketed through various digital media. The purpose of this community dedication (PKM) activity is to provide an understanding of business management so that it has direction, is well-measured and planned, as well as financial management, so that planning, management, storage, and control of funds can support activities and business development of Micro Small and Medium Enterprises (UMKM) partners, as a result of mentoring and practical training. The method of implementing this activity is through the pre-activity stage, namely conducting an initial survey, problem identification, team consolidation in mapping and distributing tasks according to expertise, compiling and submitting activity proposals. The implementation stage is discussion and consultation, exposure to business management and financial management training materials with simple bookkeeping practices. The evaluation and monitoring stages, namely by doing a comparison of conditions before and after program activities with an interview approach and discussion and observation. The final stage is the preparation of a report with a publication target and presented in a symposium of community dedication activities.*

Keywords: *UMKM, Mentoring, Business Management, Financial Management.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional memiliki peran penting bagi pemulihan ekonomi Indonesia sebagai dampak pandemi Covid-19. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) sampai bulan Maret 2021, jumlah UMKM mencapai 64,2 juta. Pelaku UMKM telah berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto sebesar 61,07% atau senilai Rp 8.573,89 triliun. UMKM mampu menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada, serta dapat menghimpun sampai 60,42% dari total investasi di Indonesia (Fadjarudin, 2021).

Fakta bahwa proporsi terbesar sebagai penggerak perekonomian di Indonesia merupakan pelaku usaha mikro yang mampu berkontribusi menyerap tenaga kerja sebesar 97% atau sebesar 116,98 juta jiwa, dan hal ini berbanding terbalik dengan angka serapa dari pelaku ekonomi besar yang hanya sisanya, yakni menyerap sekitar 6,6 juta jiwa atau hanya sekitar 3% saja. Fakta ketimpangan ini harusnya menjadi pertimbangan semua pemangku kepentingan dalam kebijakan-kebijakan ekonominya lebih mengarah pada sektor usaha mikro.

Pandemi Covid-19 memiliki peran juga terhadap penurunan aktivitas pelaku UMKM. Kementerian Koperasi dan UKM, pelaku usaha sektor makanan dan minuman merupakan sektor yang paling berdampak yakni mencapai 163.713 pelaku, 56% pelaku UMKM lainnya mengalami dampak penurunan omzet penjualan dan sekitar 22% berdampak pada permasalahan terhadap akses sumber pembiayaan/pendanaan, serta yang mengalami permasalahan terkait distribusi barang dan yang mengalami kesulitan mendapatkan pasokan bahan baku produksi sebanyak 4% pelaku UMKM.

Dalam webinar *GoTo Financial* secara virtual, Rabu (25/8/2021), Oke Nurwan Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Kementerian Perdagangan membeberkan setidaknya terdapat 5 (lima) permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM selama masa Pandemi Covid-19 ini, yakni: (a) Turunnya daya beli masyarakat, hal ini diperparah dengan adanya kebijakan pembatasan mobilitas masyarakat; (b) Hambatan distribusi sebagai akibat kebijakan pembatasan mobilitas masyarakat, yang membuat sulit mendistribusikan produk yang dipesan atau yang dibeli konsumen; (c) Akses permodalan/pembiayaan, akibat banyaknya UMKM yang belum *bankable*,

hal ini yang akhirnya pelaku UMKM terpaksa melakukan pendanaan/pembiayaan melalui rentenir lantaran sulitnya memperoleh pembiayaan dari lembaga keuangan formal; (d) Sulitnya mendapatkan bahan baku; (e) Terhambatnya produksi karena pembatasan pergerakan tenaga kerja. Untuk itu pelaku UMKM bisa bertahan dengan cara beradaptasi dan mau berkolaborasi dengan berbagai *stakeholder* untuk ikut kedalam program Pemerintah seperti program gerakan Bangga Buatan Indonesia (Catriana, 2021).

Keterpurukan pelaku UMKM akibat Pandemi Covid-19 juga menjadi fokus penelitian yang dilakukan oleh Pusat Penelitian Politik (P2P) – LIPI bahwa dampak Covid-19, industri pariwisata merupakan sektor paling tinggi terdampak dan memiliki efek domino terhadap sektor lain, khususnya sektor usaha makanan dan minuman mikro yang mencapai sekitar 27%, sektor unit kerajinan kayu dan rotan 17,03%, sedangkan konsumsi rumah tangga mengalami koreksi antara 0,5% hingga 0,8%. Pandemi Covid-19 juga memiliki pengaruh terhadap sisi permintaan dan penawaran atas barang/jasa, hal ini tentu saja berdampak pada likuiditas para pejuang ekonomi mikro, sebagaimana diungkap oleh Organisasi untuk Pembangunan dan Kerjasama Ekonomi (*Organisation for Economic Co-operation and Development/OECD*).

Berbagai kebijakan mitigasi yang dilakukan oleh Pemerintah sebagai upaya mengatasi penurunan aktivitas ekonomi, yang terus komitmen mendukung pelaku UMKM untuk mampu bertahan, berkembang dan bertumbuh di tengah tantangan pandemi dan transformasi melalui Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). “Alokasi anggaran yang disediakan untuk klaster dukungan UMKM adalah sebesar Rp95,87 triliun, program lainnya, seperti subsidi bunga, penempatan dana pemerintah pada bank umum mitra, perluasan kredit modal kerja dan restrukturisasi kredit UMKM, serta penjaminan kredit modal kerja UMKM, termasuk di antaranya Banpres Produktif Usaha Mikro (BPUM), Bantuan Tunai untuk PKL dan Warung (BT-PKLW), dan insentif PPh Final UMKM ditanggung Pemerintah, sebagai mana diungkap oleh Airlangga Hartarto Menteri Koordinator Bidang Perekonomian (Kementerian Keuangan, 2021).

Kunci penting adalah berbagai pihak yang berkepentingan memiliki fokus yang sama atas produk kebijakan yang dilakukannya yakni mempercepat eksekusi program-program dalam rangka pemulihan ekonomi mikro, misalnya

Pemerintah segera eksekusi program relaksasi, restrukturisasi kredit bagi UMKM yang mengalami kesulitan, bantuan untuk kredit baik berupa subsidi bunga, penundaan pembayaran pokok, dan pemberian tambahan kredit modal kerja, mempersiapkan skema baru dalam pembiayaan, terutama yang berkaitan dengan investasi dan tenaga kerja, skema bantuan sosial terutama yang berkaitan dengan paket sembako, diberikan peluang terus untuk berproduksi terutama di sektor pertanian, sektor industri rumah tangga serta warung-warung tradisional, dan sektor makanan. Bagi pemangku kepentingan lain, diharapkan juga berperan dalam produk kebijakannya untuk partisipasi sesuai kapasitasnya untuk berkontribusi dalam pemulihan ekonomi dimasa pandemi Covid-19 ini.

Hal tersebut merupakan beberapa langkah mitigasi mengatasi kesulitan dan permasalahan yang dialami oleh para pelaku UMKM untuk bertahan dan bangkit dalam berkegiatan usaha, disamping memberikan motivasi meningkatkan sumber daya yang dimiliki untuk mampu menuangkan gagasan-gagasan produktif dengan menghasilkan produk/jasa yang memiliki daya saing di pasar dengan memanfaatkan berbagai media untuk pengenalan produk maupun *brand-nya* di masyarakat. Untuk mendukung hal ini tentunya perlu peran dari berbagai pihak untuk meningkatkan kompetensi yang menjadi permasalahan umum UMKM, yakni terkait manajemen usaha, perencanaan bisnis, strategi pemasaran, manajemen keuangan dengan fokus pemahaman mengenai pencatatan pembukuan, dan lainnya untuk terus memberikan peluang dengan menyediakan media pengenalan produk dengan mengikutsertakan dalam berbagai pameran produk UMKMdiberbagai kesempatan. Tatanan sosial maupun ekonomi telah berubah seiring dengan kondisi Pandemi Covid-19 yang sampai saat ini masih dirasakan oleh pelaku ekonomi mikro, kebijakan *social distancing* dan *physical distancing* juga turut merubah perilaku sosial-ekonomi masyarakat. Pelaku ekonomi mikro harus adaptasi dengan media digital untuk mengenalkan produk/jasanya kepada konsumen, sebaliknya konsumen dalam memenuhi kebutuhan juga dituntut beradaptasi dengan kondisi serupa, yakni media digital menjadi bagian dari kegiatan sosial-

ekonominya (Zulkipli & Muharir, 2021)

Bagi pelaku ekonomi menengah-besar dukungan sumber daya manusia dalam beradaptasi dengan media digital relatif tidak menjadi masalah, karena didukung sumber daya dan kemampuan kompetensi SDM yang dimilikinya. Namun tidak demikian dengan pelaku usaha mikro (UMKM) diperlukan berbagai kondisi untuk beradaptasi dengan media digital, keterbatasan kompetensi SDM, sumber daya yang dimiliki menjadikan hambatan bagi pelaku usaha kelompok ini untuk bertahan berkegiatan usaha dimasa pandemi. Untuk itu diperlukan peran serta dari para pemangku kepentingan untuk memberikan kontribusi energi, pemikiran dari permasalahan yang dihadapi para pelaku usaha mikro.

Penguasaan media digital merupakan ke-niscayaan yang perlu dikuasai oleh pelaku usaha pada umumnya, termasuk pelaku usaha mikro. Penggunaan teknologi digital berbasis *e-commerce* sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan transaksi ekonomi atas kebutuhan apapun, baik kebutuhan primer, sekunder maupun tersier. Kehadiran aplikasi *marketplace* berbasis *website* seperti seperti Bukalapak, Shopee, Blibli, Tokopedia, Lazada, dan lainnya menawarkan kemudahan bagi pelaku ekonomi untuk mengenalkan produk/jasa dan *brand-nya* kepada konsumen. Untuk itu penguasaan *digital marketing*, sudah menjadi kebutuhan mendesak bagi pelaku usaha, khususnya pelaku usaha mikro bila bermaksud untuk menumbuh-kembangkan usahanya dari waktu ke waktu (Kotler, 2008).

Permasalahan terkait *digital marketing* sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari penguasaan teknologi digital, sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas usaha yang dilakukan oleh mitra UMKM Bakul Kembang *Official* dalam mengenalkan *brand* dan produknya kepada konsumen. Sejak awal membidani usaha mitra UMKM Bakul Kembang *Official* telah mengedukasi diri dalam memanfaatkan teknologi digital, yakni dengan memanfaatkan media sosial www.instagram.com dengan *address @bakulkembangofficial* untuk mengenalkan *brand* dan katalog varian produk yang dihasilkan. Tampilan instagram dari UMKM Bakul Kembang disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Marketing Media Mitra UMKM

Digital marketing sudah menjadi aktivitas rutin dalam kegiatan usaha, sebagai bagian dari strategi pemasaran digital yang dilakukan oleh mitra UMKM Bakul Kembang Official yang merupakan hasil pendampingan program pengabdian masyarakat pada periode April 2020

- Agustus 2020 dengan program pendampingan dan pelatihan mengenai Pemasaran Digital dan Etika Bisnis.

Program lanjutan yang dilaksanakan pada periode Desember 2020 – Januari 2021 dilakukan program pendampingan dan pelatihan mengenai Perencanaan Bisnis (*Business Plan*) dan Pengemasan Produk (*Packaging*), sedangkan pada program lanjutan yang periode pelaksanaannya pada April 2021 – Agustus 2021,

dilakukan program pendampingan Monitoring dan Evaluasi (M & E) kepada mitra, sehingga arah dan strategi bisnis yang dijalankan merupakan hasil adaptasi yang dilakukan selama program pendampingan.

Dalam rangka untuk mengembangkan bisnis dengan tujuan meningkatkan nilai penjualan dan sebagai bagian dari strategi pemasaran yang dijalankan, maka

mitra UMKM Bakul Kembang Official memaksimalkan teknologi digital dengan memanfaatkan media berbasis *marketplace* berbayar seperti Shopee (Gambar 2) dan Tokopedia (Gambar 3) untuk mengenalkan dan mempromosikan produknya terlebih pada event-event tertentu, misalnya hari raya keagamaan atau event *valentine day*, sebagaimana nampak dalam Gambar 2 dan 3.



Gambar 2. Marketing Media-Shopee



Gambar 3. Marketing Media - Tokopedia

Pemanfaatan pemasaran digital telah dimaksimalkan oleh mitra UMKM dengan diskripsi produk yang ditambihkan cukup apik dan mengundang konsumen minat sebagai pengguna produk mitra, namun yang menjadi perhatian adalah untuk terus menuangkan gagasan-gagasan produk baru untuk memper- kaya varian produk yang disesuaikan dengan arah/trend atau *lifestyle* masyarakat. Pengembangan jaringan sebagai upaya distribusi produk yang perlu atensi dengan memuat pada konten media digital yang dikelolanya terkait testimoni- testimoni positif dari konsumen atas produknya yang memiliki tujuan dapat memberikan dampak pada nilai penjualan.

Identifikasi permasalahan selama dalam pendampingan dan yang menjadi fokus pembenahan adalah terkait dengan peningkatan pemahaman mengenai Manajemen Usaha UMKM dan Manajemen Keuangan yang difokuskan pada pengelolaan administrasi terkait manajemen *cashflow*-nya yang selama ini dilakukan secara konvensional dan tidak dicatat secara teratur dan masih dianggap bukan kebutuhan primer, permasalahan seperti ini menjadi permasalahan yang umum UMKM yang hanya fokus pada kegiatan produksi dan pemasaran saja.

Pembenahan manajemen usaha terkait dengan aspek pemanfaatan Sumber Daya Manusia (SDM) dan sumber daya lainnya yang dimiliki mitra UMKM secara efektif dan efisien dapat dimaksimalkan untuk tujuan strategi pengembangan usaha, dengan materi diskusi terkait tujuan manajemen keuangan, manajemen dan perencanaan, identifikasi peluang bisnis, perencanaan bisnis dan perencanaan pemasaran dengan penguatan terkait dengan materi UMKM –Era Digital (Sukanti, 2014).

Sedangkan pembenahan¹ terkait manajemen keuangan fokus pada kegiatan perencanaan, pengelolaan, penyimpanan serta pengendalian dana dan aset yang dimiliki mitra UMKM (Machfoedz, 1993). Pengelolaan keuangan harus

direncanakan dengan matang agar tidak menimbulkan permasalahan di kemudian hari yang mengakibatkan mengganggu kelangsungan dan kinerja usaha mitra UMKM (Fatwitawati, 2018). Untuk itu pemahaman terkait dengan fungsi dan prinsip manajemen keuangan, tertib administrasi sebagai basis manajemen keuangan UMKM serta laporan keuangan dengan mengaplikasikan pembukuan transaksi keuangan yang dilakukan dengan metode praktikum melakukan pencatatan atas transaksi keuangan usaha, berikut pencatatan perhitungan laba/rugi usahanya (Waskita & Noviany, 2019).

Monitoring dan Evaluasi (Monev) merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam pendampingan, hal ini sebagai wujud dilakukannya evaluasi menyeluruh sejauhmana mitra UMKM Bakul Kembang *Official* menjalankan inputan sumbang saran yang diberikan dalam rangka pengembangan usaha, kedepan. Selama pendampingan dilakukan monitoring terhadap aktivitas usaha mitra UMKM untuk mengetahui sejauhmana mitra menjalankan tahapan sumbang saran yang diberikan, yang selanjutnya dilakukan evaluasi terhadap pencapaian tahapan aktivitas yang disarankan memberikan dampak pada efektivitas dan efisien baik terkait aspek input, proses maupun output dari aktivitas usaha yang dijalankan oleh mitra UMKM.

METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan analisis situasi dan permasalahan yang diidentifikasi dari mitra UMKM Bakul Kembang *Official*, tahapan yang diberikan melalui 2 (dua) pendekatan.

Pendampingan dan Pelatihan

Pendampingan kepada mitra UMKM dilakukan menyesuaikan dengan kondisi Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) akibat pandemi Covid-19. Untuk itu pendekatan pendampingan dilakukan dengan memanfaatkan media komunikasi untuk melakukan berbagai diskusi yang diperlukan dalam rangka memberikan masukan untuk dilakukan tahapan perbaikan dari berbagai aspek operasional usaha mitra UMKM untuk lebih efisien dalam tata kelola usahanya.

Kebutuhan pembenahan dalam mendukung kegiatan operasional usaha mitra UMKM diperlukan pelatihan terkait dengan Manajemen Usaha dan Manajemen Keuangan. Pembenahan manajemen usaha merupakan tahapan yang

menjadi perhatian karena manajemen usaha sebagai upaya untuk mengatur segala aspek dalam usaha yang dilakukan agar mampu mencapai tujuan yang diinginkan. Lebih jauh manajemen usaha akan berpengaruh terhadap pendapatan, penjualan maupun kualitas produk yang dihasilkan. Penerapan manajemen usaha yang benar akan dapat menopang usaha meraih kesuksesan dan pengembangan usaha untuk mencapai target sebagaimana yang telah direncanakan (Trisninawati & Septhayuda, 2014).

Sedangkan manajemen keuangan, yang pada umumnya terabaikan oleh UMKM, padahal manajemen keuangan merupakan suatu proses dalam pengaturan aktivitas atau kegiatan keuangan dalam suatu usaha, termasuk kegiatan perencanaan, analisis dan pengendalian terhadap keuangan (Putri & Musmini, 2013). Untuk itu manajemen keuangan perlu diterapkan oleh pelaku usaha dengan skala bisnis baik mikro, menengah maupun besar (Puspitaningtyas, 2013). Untuk itu pelatihan manajemen keuangan kepada mitra UMKM mutlak diberikan, karena belum melakukan pencatatan pembukuan, hal ini didorong belum memiliki pengetahuan yang memadai dalam penyusunan pembukuan. Pencatatan pembukuan merupakan hal yang penting untuk evaluasi dan mengetahui perkembangan usaha, untuk mengetahui laba/rugi dan sebagai dasar pengembangan usaha. Pendampingan dan pelatihan manajemen keuangan diharapkan mitra UMKM memiliki kemampuan untuk melakukan pengelolaan keuangan dengan benar. Metode pelatihan diberikan dengan metode diskusi dan aplikatif, khususnya materi terkait penyusunan laporan keuangan, pembukuan transaksi keuangan yang dilaksanakan dengan praktikum bagaimana penyusunan pencatatan atas transaksi keuangan usaha dan pencatatan perhitungan laba/rugi. Rangkaian pelatihan dilakukan dengan menggunakan media *Google Zoom*, hal ini disesuaikan dengan kondisi saat ini masih dalam suasana Pandemi Covid-19.

Konsultasi dan Diskusi

Konsultasi dan diskusi secara berkala dilakukan dalam upaya memberikan sumbang saran kepada mitra UMKM dalam melakukan langkah perbaikan operasional terutama terkait manajemen usaha dan manajemen keuangan dalam rangka mendukung operasional usaha sebagaimana diuraikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Metode Pelaksanaan

Aspek	Solusi Permasalahan	Metode Kegiatan
Manajemen Usaha	<p>1. Identifikasi Peluang Bisnis Perlu memperkaya ide/gagasan kreatif untuk membaca kebutuhan konsumen sesuai dengan varian produk unggulan dengan nilai ekonomis tinggi dan memiliki nilai pembeda dibandingkan dengan produk pesaing.</p> <p>2. Perencanaan Bisnis Merumuskan dan merancang kebutuhan kedepan sesuai dengan visi, misi dan tujuan serta sasaran serta mewujudkannya melalui berbagai strategi untuk dapat bertahan dan selalu eksis dalam kegiatan usaha yang dilakukannya.</p> <p>3. Perencanaan Pemasaran Melakukan strategi pemasaran efektif yang mampu mengidentifikasi peluang pasar melalui tingkat perluasan produk/ pasar yang memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pasar sasaran (<i>target market</i>) dengan memanfaatkan berbagai platform media digital</p>	Pelatihan, Konsultasi dan Diskusi
Manajemen Keuangan	<p>1. Penyusunan Laporan Keuangan Melakukan penyusunan laporan keuangan rutin secara periodik, karena merupakan ukuran kinerja dari usaha yang dilakukannya. Pelatihan dilakukan secara aplikatif dengan metode praktikum mengenai penyusunan pencatatan atas transaksi keuangan usaha dan pencatatan perhitungan laba/rugi.</p> <p>2. Manajemen Kas Penerapan manajemen kas mutlak dilakukan, karena berdampak pada pertumbuhan usaha. Manajemen kas akan membantu mengelola posisi likuiditasnya dengan aman untuk mendukung kelancaran kegiatan pe- ngembangan usaha. Untuk itu perencanaan kas perlu dilakukan dengan tepat, guna memprediksi kebutuhan dana untuk mendukung peningkatan skala produksi. Likuiditas kas digunakan untuk mendukung kegiatan produksi yang turut memberikan kontribusi penciptaan laba.</p>	Pelatihan, Konsultasi dan Diskusi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pendampingan kepada mitra UMKM ini merupakan lanjutan dari program pengabdian sebelumnya, sehingga solusi yang ditawarkan hanya fokus pada aspek Manajemen Usaha UMKM dan Manajemen Keuangan, yang di- diskripsikan sebagaimana berikut:

Manajemen Usaha UMKM

Pembenahan manajemen usaha terkait dengan aspek pemanfaatan Sumber Daya Manusia (SDM) dan sumber daya lainnya yang dimiliki mitra UMKM secara efektif dan efisien dapat dimaksimalkan untuk tujuan strategi pengembangan usaha mitra UMKM, dengan melakukan tindakan berikut.

a. Identifikasi Peluang Bisnis

Mitra UMKM menangkap peluang bisnis didasarkan atas gagasan/ide dari hobi/ kegemaran yang selanjutnya dituangkan dalam kreativitas berbagai varian produk unggulan yang berciri kas sebagai produk '*handmade*' dengan nilai ekonomis tinggi dan memiliki nilai pembeda dibandingkan dengan produk pesaing, maka produk dapat diterima oleh masyarakat konsumen.

Untuk menjaga kelangsungan usaha secara berkesinambungan perlu dilakukan hal-hal berikut: (a) evaluasi produk, dimaksudkan mengetahui kekurangan yang terdapat pada setiap varian produk yang dihasilkan, hal ini digunakan sebagai dasar melakukan tindakan perbaikan produk agar kualitas dan brand tetap

terjaga; (b) catatan *varian produk*, perlu melakukan pencatatan detil mengenai spesifikasi setiap varian produk, hal ini bertujuan untuk identifikasi kelayakan pengembangan produk yang disesuaikan dengan volume penjualan atas suatu varian produk; (c) Tetapkan tenggat waktu (*deadline*), bermanfaat terhadap pelaksanaan program kerja yang telah diagendakan. Idealnya penyusunan *deadline* dan tempo waktu dilakukan pada awal perencanaan varian produk hingga pasca peluncuran varian produk tersebut di pasar.

b. Perencanaan Bisnis

Setelah melakukan identifikasi peluang bisnis, pelaku usaha diharapkan memiliki gambaran umum mengenai hasil usaha yang diinginkan, bagaimana memperoleh sumber daya, meningkatkan kompetensi dan keahlian sumber daya manusianya dan menghasilkan rencana untuk mencapai hasil yang diharapkan. Uraian tersebut merupakan bagian dari perencanaan bisnis, dalam mengelola manajemen usaha, maka pelaku usaha perlu terlebih dahulu merumuskan bagaimana proses perencanaan strategi bisnis dilakukan, hal ini penting untuk merumuskan antara lain merumuskan misi dan misi usaha, menganalisis lingkungan, terutama terkait dengan pelanggan dan pesaing, menetapkan sasaran bisnis dan merumuskan strategi bisnis.

Pelaku UMKM pada umumnya mengabaikan perencanaan bisnis yang metinya terlebih dahulu dilakukan proses perencanaan strategi bisnis dalam menjalankan usaha, hal demikian juga dilakukan oleh mitra UMKM dalam menjalankan usaha tidak memiliki formula perencanaan bisnis maupun proses perencanaan strategi bisnisnya, yang dikedepankan adalah ide/gagasan produk yang dihasilkan memiliki nilai pasar di masyarakat (*marketable*). Untuk itu direkomendasikan untuk melakukan perencanaan bisnis dengan melakukan tahapan strategi bisnis yang mencakup antara lain, merumuskan misi dan misi, menganalisis lingkungan yang fokus pada segmentasi pasar dan pesaing, menetapkan sasaran bisnis serta merumuskan strategi bisnis.

c. Perencanaan Pemasaran

Keberhasilan suatu usaha terletak pada strategi dan terobosan-terobosan pemasaran

yang dilakukan oleh pelaku usaha efektif berdampak pada nilai penjualan. Untuk itu mengelola usaha perlu melakukan langkah- langkah dalam perencanaan pemasaran yang merupakan proses memilih dan menganalisis target pasar, mengembangkan dan memelihara bauran pemasaran (produk, harga, distribusi, promosi) untuk dapat memuaskan kebutuhan konsumen.

Diperlukan untuk merubah paradigma berpikir pelaku UMKM pada umumnya dan khususnya kepada mitra UMKM dari pemahaman konsep berwawan penjual menjadi konsep wawasan pemasaran. Konsep berwawasan penjualan berpendapat bahwa kalau konsumen dibiarkan begitu saja mereka tidak akan membeli produk organisasi dalam jumlah memadai. Oleh karena itu, pelaku usaha harus melakukan usaha penjualan dan promosi yang agresif. Sedangkan konsep berwawasan pemasaran berpendapat bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan pemenuhan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien daripada pesaing.

Orientasi pemasaran memang harus menempatkan kepuasan konsumen sebagai obyek untuk ciptakan laba usaha, bukan mendorong volume penjualan besar untuk ciptakan laba usaha, hal ini belum menjadi paradigma atau pola pikir kebanyakan pelaku usaha mikro, termasuk mitra UMKM, pengenalan produk dan *brand* dilakukan secara konstan dengan memanfaatkan media digital yang didukung kemampuan visualisasi dan diskripsi produk yang menarik, untuk itu rekomendasi yang diberikan yakni: (a) Melakukan strategi pemasaran efektif yang mampu mengidentifikasi peluang pasar melalui tingkat perluasan produk/pasar yang memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pasar sasaran (*target market*); (b) Perlu miliki dukungan database informasi mengenai riwayat transaksi pelanggan di masa lalu, demografis, psikografis, media dan distribusi yang lebih disukai dengan membangun loyalitas pelanggan yang tinggi; (c) Penetapan strategi pemasaran untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target yang tentunya bermanfaat untuk pengembangan produk baru, strategi peluncuran produk baru, strategi pemasaran yang berhubungan dengan kompetitor dan pengikut pasar.

Manajemen Keuangan

1mbenahan terkait manajemen keuangan fokus pada kegiatan perencanaan, pengelolaan, penyimpanan serta pengendalian dana dan aset yang dimiliki mitra UMKM. Pengelolaan keuangan harus direncanakan dengan matang agar tidak menimbulkan permasalahan di kemudian hari yang mengakibatkan mengganggu kelangsungan dan kinerja usaha mitra UMKM. Untuk itu pemahaman terkait dengan fungsi dan prinsip manajemen keuangan, tertib administrasi sebagai basis manajemen keuangan UMKM serta laporan keuangan perlu menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas usaha yang dilakukan.

Sebagaimana pada umumnya pelaku UMKM di Indonesia dalam kegiatan usahanya dilakukan tanpa dukungan informasi keuangan yang disusun secara sistematis, tertib dan teratur, hal ini juga dilakukan oleh mitra UMKM, dalam melakukan kegiatan usahanya tanpa melakukan penyusunan laporan keuangan sebagai dasar dalam mengambil keputusan. Pengalaman dan intuisi digunakan sebagai dasar dalam mengambil keputusan, sehingga permasalahan yang timbul terkait dengan kegiatan usaha diselesaikan secara mandiri tanpa dukungan informasi keuangan yang melatarbelakangi.

Mitra UMKM dalam menjalankan usahanya hanya fokus pada aktivitas produksi dan pemasaran, sedangkan terkait penyusunan laporan keuangan diabaikan atau belum menjadi perhatian yang perlu tersedia, sehingga mengakibatkan tidak mengetahui besaran pendapatan (kas) yang diterima, berapa besaran biaya operasi yang dikeluarkan dan berapa yang seharusnya tersisa. Posisi kas yang diterima (yang terdapat di rekening Bank) hanya diketahui oleh mitra UMKM, bila bermaksud untuk melakukan perencanaan dalam aktivitas usahanya, yang biasanya tidak tersusun secara rapi, maka mengakibatkan akan berdampak pada kesulitan dalam alokasi kas yang dikelolanya. Bila permasalahan laporan keuangan terus terabaikan, seiring dengan semakin luas kegiatan usahanya, maka pelaku usaha akan tidak mampu lagi memantau kegiatan usaha yang sedang berjalan, misalnya terkait aktivitas produksi, jumlah dan aktivitas penjualan, jumlah dan kondisi aktiva tetap dan lainnya. Permasalahan hal tersebut bisa diselesaikan bila pelaku usaha melakukan pencatatan atau menyusun laporan keuangan dan ditindaklanjuti dengan menganalisisnya.

Penting untuk mendorong para pelaku UMKM melakukan penyusunan laporan keuangan rutin secara periodik, karena hal ini merupakan ukuran kinerja dari kegiatan usaha yang dilakukannya. Demikian juga kepada mitra UMKM dalam kegiatan pendampingan ini diberikan pemahaman materi mengenai penyusunan laporan keuangan dengan mengaplikasikan pembukuan transaksi keuangan yang dilakukan dengan metode praktikum penyusunan pencatatan atas transaksi keuangan usaha, berikut pencatatan perhitungan laba/rugi usahanya.

Rekomendasi yang perlu dilakukan oleh mitra UMKM setelah mendapatkan materi manajemen keuangan dengan metode pembelajaran aplikatif, antara lain:

i. **2** Penyusunan Laporan Keuangan

Salah satu keberhasilan pengembangan usaha juga ditentukan oleh dukungan Penyusunan Laporan Keuangan yang dilakukan, karena Laporan Keuangan dapat menjadi dasar bagi pelaku usaha dalam pengambilan keputusan strategis, misalnya dalam pengembangan pasar, ekspansi maupun investasi. Disamping itu Laporan Keuangan dapat berfungsi sebagai pedoman dalam monitoring maupun perencanaan usaha di masa yang akan datang, selain digunakan untuk memperoleh sumber pembiayaan/ pendanaan dari kreditor. Selama pendampingan kepada mitra UMKM kurang memiliki kesadaran pentingnya fungsi dari Laporan Keuangan, hal ini ditunjang dengan kurangnya pengetahuan metode pencatatan dan pelaporan keuangan yang semestinya. Dampak atas permasalahan tersebut memiliki potensi terhadap kesulitan bila mitra UMKM melakukan pengembangan usaha yang membutuhkan sumber pendanaan/ pembiayaan dari lembaga kreditor. Sedangkan lembaga kreditor dalam memberikan persetujuan pembiayaan didasarkan pada informasi prospek usaha yang tersajikan dalam Laporan Keuangan.

Atas permasalahan dimaksud, solusi yang direkomendasikan yakni memberikan pelatihan mengenai Penyusunan Laporan Keuangan dengan metode diskusi interaktif dengan mengaplikasikan materi yang disampaikan. Materi pelatihan mencakup pencatatan dan penyusunan laporan keuangan. Materi penyusunan laporan keuangan menjelaskan peran penting dari laporan keuangan, pencatatan keuangan secara sederhana, penyusunan laporan keuangan yaitu mengenai Laporan Laba Rugi, Neraca.

Materi pelatihan diberikan dengan metode pendampingan untuk melakukan penyusunan

pencatatan laporan keuangan secara aplikatif dengan cakupan materi pembukuan sederhana, pencatatan transaksi melalui tabel persamaan dasar akuntansi yang dapat disusun laporan keuangan Neraca dan Laporan Laba-Rugi yang telah mencakup informasi kekayaan usaha, sumber dana usaha dan prospek usaha ke depan. Dalam penyampaian materi dengan tujuan mitra UMKM dapat mengaplikasikan, maka diberikan soal kasus berikut penyelesaiannya di didiskusikan selama pelaksanaan pelatihan. Metode dengan pratikum langsung dengan menyusun laporan keuangan dan disertai diskusi dan tanya jawab menjadikan pelatihan relatif dapat diserap mitra UMKM dengan baik.

ii. Manajemen Kas

Bagi pelaku usaha, kas merupakan jantung operasional kegiatan usaha yang dilakukannya, tanpa kecukupan likuiditas kas, maka akan mengganggu aktivitas dalam mempertahankan usahanya. Untuk itu manajemen kas penting diaplikasikan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dalam suatu kegiatan usaha. Pada umumnya pelaku UMKM mengabaikan pentingnya manajemen kas sebagai pilar pendukung eksistensi usaha bisnis mereka. Demikian juga yang terjadi pada mitra UMKM, pengelolaan kas dilakukan secara konvensional, hanya dicatat secara sederhana yang tidak mencerminkan kegiatan usaha sebagaimana mestinya, sehingga kondisi pengelolaan kas tidak mencerminkan posisi likuiditas yang dapat digunakan sebagai referensi dalam memutuskan pengembangan usaha. Rekomendasikan yang perlu dilakukan mitra UMKM yakni melakukan manajemen kas, karena memiliki dampak pengaruh terhadap pertumbuhan usaha yang dilakukan. Untuk itu kepada mitra UMKM diberikan pelatihan mengenai manajemen kas baik secara teoritis maupun secara aplikatif, sehingga pengelolaan kas dapat membantu mitra UMKM dalam posisi likuiditas yang aman karena hal ini memiliki tujuan kondisi kas harus selalu terjaga likuiditasnya untuk mendukung kelancaran kegiatan pengembangan usaha yang dilakukannya. Disamping itu perencanaan kas yang baik memungkinkan mitra UMKM dapat memprediksi kebutuhan dana yang diperlukan untuk mendukung peningkatan skala produksi yang diinginkan. Perlu adanya pemahaman bagi mitra UMKM bahwa kas memiliki pengaruh positif terhadap kemampuan menghasilkan laba. Likuiditas kas akan mampu mendukung kegiatan produksi yang pada akhirnya turut

memberikan kontribusi terciptanya laba dari kegiatan usaha yang dilakukan.

Adapun hasil dan luaran yang telah dicapai selama pendampingan dan pelatihan sebagaimana diuraikan berikut. Pendampingan dilakukan melalui bimbingan dan pelatihan di bidang manajemen usaha yang fokus pada materi berikut:

i. Identifikasi Peluang Usaha

Mitra UMKM dalam melakukan usaha tanpa melakukan pentingnya melakukan identifikasi peluang usaha. Setelah mendapatkan pemahaman selama pendampingan, mitra UMKM mampu melakukan identifikasi dan membaca kebutuhan konsumen yang digunakan sebagai referensi penciptaan berbagai varian produk dengan menyertakan gagasan/ide kreatif sebagai fitur tambahan dalam produk yang dihasilkan sehingga memiliki nilai ekonomi tinggi dan memiliki nilai berbeda dibandingkan dengan produk pesaing.

ii. Perencanaan Usaha

Pendampingan yang dilakukan kepada mitra UMKM dengan pendekatan diskusi dan konsultasi yang menyertai dari paparan materi terkait perencanaan usaha yang sebelumnya terabaikan, dengan pendekatan umpan balik, mitra UMKM telah mampu mendeskripsikan dengan baik komponen-komponen yang perlu ada dalam perencanaan usaha, misalnya deskripsi bisnis, deskripsi usaha ini berfungsi untuk mendeskripsikan terkait mengenai ide-ide dan gagasan bisnis yang akan dilakukan kedepannya. Berikutnya terkait dengan strategi pemasaran yang dilakukan, mitra UMKM telah mempelajari segala hal tentang kelebihan dan kekurangan kompetitor.

iii. Perencanaan Pemasaran

Pemasaran yang dilakukan oleh mitra UMKM telah menggunakan berbagai strategi yang cukup efektif dengan mampu mengidentifikasi peluang pasar, melalui tingkat perluasan produk/pasar yang disesuaikan dengan kebutuhan, keinginan dan permintaan pasar sasaran (*target market*) dengan memanfaatkan berbagai *platform* media digital.

Dalam kegiatan usahanya mitra UMKM mengabaikan pencatatan setiap kegiatan transaksi, sehingga:

a. Penyusunan Laporan Keuangan

Mitra UMKM sebelum dilakukan pendampingan, aktivitas kegiatan usaha tidak

dilakukan pencatatan, namun dengan diberikan pemahaman bahwa laporan keuangan memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan usaha, maka penyusunan laporan keuangan dilakukan rutin secara periodik, karena merupakan ukuran kinerja dari usaha yang dilakukannya. Pelatihan mengenai penyusunan laporan keuangan dilakukan secara aplikatif dengan metode praktikum mengenai penyusunan pencatatan atas transaksi keuangan usaha dan pencatatan perhitungan laba/rugi. Dokumentasi ketika pelatihan penyusunan laporan keuangan disajikan pada Gambar 4.



(a)



(b)



(c)



(d)

Gambar 4. Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan

b. Manajemen Kas

Penerapan manajemen kas selama ini diabaikan oleh mitra UMKM dalam aktivitas usaha yang dilakukannya, namun dalam pendampingan dan diskusi, serta pendalaman materi yang diberikan, mitra UMKM telah melakukan pencatatan setiap aliran kas dalam transaksi yang dilakukannya. Mitra UMKM menyadari bahwa penerapan manajemen kas mutlak dilakukan, karena berdampak pada pertumbuhan usaha. Manajemen kas akan membantu mengelola posisi likuiditasnya dengan aman untuk mendukung kelancaran kegiatan pengembangan usaha. Untuk itu perencanaan kas perlu dilakukan dengan tepat, guna memprediksi kebutuhan dana untuk mendukung peningkatan skala produksi. Likuiditas kas digunakan untuk mendukung kegiatan produksi yang turut memberikan kontribusi penciptaan laba. Dokumentasi ketika praktikum manajemen kas disajikan pada Gambar 5.



(a)



(b)



(c)



(d)

Gambar 5. Pratikum Manajemen Kas

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Selama pelaksanaan pendampingan dan pelatihan yang diberikan kepada mitra UMKM, telah tercapai beberapa kegiatan, antara lain: (1)

Dalam penerapan manajemen usaha, mitra UMKM menjalankan kegiatan usahanya mengawali perencanaan dengan mengatur dari berbagai aspek, misalnya bahan baku, produksi sampai menyusun strategi pemasarannya. (2) Dalam mendukung kegiatan usahanya, mitra UMKM mulai memiliki pemahaman pentingnya peran manajemen keuangan dalam menyertai operasional usaha yang dilakukan. Mitra UMKM telah menyusun laporan keuangan secara periodik dengan melakukan pencatatan atas transaksi keuangan usaha dan pencatatan laba/rugi. (3) Penyusunan laporan keuangan yang dilakukan mitra UMKM, berdampak pada penerapan manajemen kas dan hal ini membantu dalam mengelola posisi likuiditas untuk mendukung kelancaran kegiatan pengembangan usaha yang dilakukannya. Perencanaan kas yang tepat akan berperan untuk memprediksi kebutuhan dana dalam mendukung kegiatan produksi yang akan memberikan kontribusi dalam penciptaan laba.

Selama pendampingan kepada mitra UMKM Bakul Kembang *Official* dalam upaya peningkatan usaha kedepan, sumbang saran yang bisa ditindaklanjuti antara lain: (1) Mitra UMKM perlu terus berkreasi menuangkan gagasan/ide untuk menghasilkan produk-produk baru sebagai tindakan diversifikasi guna menjaga kelangsungan usaha, termasuk memiliki kepekaan terhadap perubahan perilaku konsumen serta memonitor perkembangan produk sejenis dari kompetitor, (2) Kesenambungan program kegiatan sejenis yang diintegrasikan dengan lintas kepentingan perlu terus dilakukan oleh pihak-pihak yang berkepentingan terhadap usaha mikro, sehingga pelaku usaha UMKM mendapatkan manfaat yang menyeluruh sesuai dengan cakupan usaha UMKM, (3) Produk dan *brand* perlu didaftarkan sebagai hasil kreativitas kekayaan intelektual, untuk itu perlu didaftarkan mendapatkan Hak Kekayaan Intelektual (HKI), (4) Perlu peningkatan kemampuan ketrampilan untuk menghasilkan produk berkualitas dan memiliki nilai ekonomis tinggi dan berdaya saing, untuk itu perlu mengalokasikan waktu untuk mengikuti *workshop*/ pelatihan di bidang manajemen, teknologi digital, pemasaran dan lainnya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada UMKM Bakul Kembang *Official* sebagai mitra dalam kegiatan abdimas, LPPM Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

serta sejumlah mahasiswa yang telah ber-kolaborasi bersama tim abdimas.

DAFTAR PUSTAKA

- Catriana, E. (2021). *Kemendag Beberkan 5 Masalah yang Dihadapi UMKM Selama Pandemi*. <https://money.kompas.com/read/2021/08/25/125859826/kemendag-beberkan-5-masalah-yang-dihadapi-umkm-selama-pandemi>. Diakses tanggal 31 September 2021.
- Fadjarudin, M. (2021). *Pemerintah Siapkan Berbagai Program Bantuan untuk UMKM*. <https://www.suarasurabaya.net/ekonomibisnis/2021/pemerintah-siapkan-berbagai-program-bantuan-untuk-umkm/>. Diakses tanggal 30 September 2021.
- Fatwitawati, R. (2018). Pengelolaan Keuangan bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kelurahan Airputih Kecamatan Tampian Kota Pekanbaru. *Sembadha*, 1(1): 225-229.
- Kementerian Keuangan. (2021). *Pemerintah Terus Perkuat UMKM Melalui Berbagai Bentuk Bantuan*. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-terus-perkuat-umkm-melalui-berbagai-bentuk-bantuan/>. Diakses tanggal 27 November 2021.
- Kotler, P. G. A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Erlangga, Jakarta
- Machfoedz, M. (1993). *Akuntansi Manajemen Buku 1 Edisi Keempat*. BPFE Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Puspitaningtyas, Z. (2013). Pola Pengelolaan Kas bagi Pelaku UKM Berdasarkan Orientasi Entrepreneurial. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 2(1): 93-100.
- Putri, R. L., & Musmini, L. S. (2013). Pengaruh Perputaran Kas terhadap Profitabilitas pada PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi Singaraja Periode 2008 – 2012. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 3(2): 142-152.
- Sukanti. (2014). *Konsep Pemasaran dan Proses Manajemen Pemasaran*. Pustaka UT. www.pustakaut.ac.id. Diakses tanggal 2 November 2021.
- Trisninawati & Scephayuda, I. (2014). Peran Rencana Bisnis Sebagai Alat Untuk Meningkatkan Keberhasilan Usaha (Studi Kasus UMKM di Bawah Binaan Bina Darma Entrepreneurship Center (BDEC). *Journal & Proceeding FEB UNSOED*, 4(1), 376-388.
- Waskita, A. J., & Noviány, D. (2019). *Manajemen Keuangan, Aplikasi Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Edisi Pertama, Cetakan 1*. Expert. Yogyakarta.
- Zulkipli & Muharir. (2021). Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah, STIEBIS, Indo Global Mandiri*, 1(1).

PENDAMPINGAN MANAJEMEN USAHA DAN MANAJEMEN KEUANGAN PADA UMKM BAKUL KEMBANG OFFICIAL KELURAHAN KEDURUS KECAMATAN KARANG PILANG KOTA SURABAYA

ORIGINALITY REPORT

7%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

garuda.kemdikbud.go.id

Internet Source

5%

2

Nurul Miftahul Jannah, Suryadi Samudra, Juliana Kadang, Erwan Sastrawan Farid. "Pengelolaan Keuangan Sebagai Upaya Pengembangan Usaha Mantin Organizer Dikota Palu", Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology, 2023

Publication

2%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off



This is an open article under the
CC-BY-SA license

PENDAMPINGAN PENCATATAN KEUANGAN DAN PEMASARAN PRODUK MELALUI “*MARKET PLACE*” BAGI UMKM PAKEM HAPPY

Muftiyatul Azizah¹, Lailatul Amanah², Nur Handayani³, Susanti⁴

^{1,2,3,4}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

muftiyatulazizah@stiesia.ac.id¹, lailatulamanah@stiesia.ac.id², nurhandayani@stiesia.ac.id³,
susanti@stiesia.ac.id⁴

Submitted : 20 Februari 2023 Accepted : 27 Juli 2023

Published : 20 Agustus 2023

Abstrak Pembukuan atau pencatatan keuangan merupakan hal penting yang harus dilakukan sebuah usaha atau bisnis apabila ingin bertahan lama. Tujuan dilakukan pembukuan adalah agar setiap transaksi dapat diketahui secara jelas. Mengatur keuangan melalui pencatatan harus dilakukan bagi pelaku usaha walaupun masih berskala kecil, termasuk UMKM. UMKM sebagai usaha mandiri yang dikelola oleh masyarakat diharapkan juga melakukan pembukuan dalam usahanya. Adanya keterbatasan sumber daya manusia yang ada pada UMKM sehingga masih banyak UMKM yang belum melakukan pencatatan keuangan usaha dan belum memanfaatkan pemasaran menggunakan platform digital. Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Pakem Happy adalah pengelolaan keuangan usaha yang masih tercampur menjadi satu dengan keuangan keluarga. Pengelolaan administrasi keuangan selama ini belum dapat dijalankan secara optimal sehingga berapa pendapatan yang diterima dan pengeluaran usaha belum dapat diidentifikasi dengan jelas. Permasalahan yang lain yakni UMKM masih menggunakan pemasaran tradisional dan belum secara optimal menggunakan platform digital dalam melakukan penjualan. Berdasarkan permasalahan yang ada maka perlu memberikan pendampingan kepada UMKM terkait pencatatan keuangan, melakukan pemasaran produk menggunakan platform Tokopedia. Oleh karena itu dengan adanya pendampingan ini diharapkan UMKM memahami pencatatan keuangan usaha dan mampu memasarkan produknya melalui marketplace Tokopedia.

Kata Kunci: *market place*, pencatatan keuangan, platform digital

1. PENDAHULUAN

Pembukuan atau pencatatan keuangan merupakan hal penting yang harus dilakukan sebuah usaha atau bisnis apabila ingin bertahan lama. Tujuan dilakukan pembukuan adalah agar setiap

transaksi dapat diketahui secara jelas. Mengatur keuangan melalui pencatatan harus dilakukan bagi pelaku usaha walaupun masih berskala kecil, termasuk UMKM (Andarsari dan Dura, 2018;



Nilasari *et al.*, 2021; Susanti dan Khabibah, 2021).

UMKM sebagai usaha mandiri yang dikelola oleh masyarakat diharapkan juga melakukan pembukuan dalam usahanya (Manoppo dan Pelleng, 2018; Tanan dan Dhamayanti, 2020). Namun, permasalahan yang paling mendasar pada UMKM adalah pada pengelolaan keuangan. Masih banyak pelaku UMKM melakukan pencatatan dan penyusunan laporan keuangan yang kurang memadai dan sangat sederhana, mereka belum sadar akan pentingnya laporan keuangan (Farwitawati, 2018; Silvia dan Azmi, 2019). Hal ini disebabkan karena banyak UMKM yang mengalami kesulitan dalam pembuatannya, berbagai faktor di antaranya adalah keterbatasan informasi dan pengetahuan tentang akuntansi, serta kurangnya ketrampilan mengenai pencatatan keuangan (Mutiah, 2019; Mukoffi dan Sulistiyowati, 2019).

Menurut Gunaedi *et al.*, (2018) kendala utama yang dihadapi UMKM salah satunya adalah aspek pemasaran. Pada kondisi pandemi saat ini banyak UMKM yang tidak bisa bertahan karena menurunnya penjualan. UMKM yang mampu bertahan adalah mereka yang bisa mengadopsi ekosistem digital,

termasuk menggunakan platform *ecommerce*. Menurut riset terbaru yang dilakukan oleh Tempo Data Science (TDS) Tokopedia merupakan platform yang mampu memberikan omzet penjualan terbesar.

Berdasarkan observasi di lapangan, UMKM Pakem Happy merupakan salah satu UMKM yang memiliki potensi untuk dikembangkan. UMKM ini bergerak di bidang produk makanan dan minuman yang berada di Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya. UMKM 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*.

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Pakem Happy selama ini adalah pengelolaan keuangan usaha yang masih tercampur menjadi satu dengan keuangan keluarga. Pengelolaan administrasi keuangan selama ini belum dapat dijalankan secara optimal sehingga berapa pendapatan yang diterima dan pengeluaran usaha belum dapat diidentifikasi dengan jelas.

Permasalahan kedua berkaitan dengan pemasaran, UMKM masih menggunakan pemasaran tradisional dan

belum secara optimal menggunakan platform digital dalam melakukan penjualan. Pembinaan dan pendampingan yang berkesinambungan perlu dilakukan pada UMKM ini agar UMKM ini dapat bertahan selanjutnya berkembang dengan baik. Dengan demikian maka para pelaku UMKM ini dapat membantu ekonomi keluarga khususnya dan ekonomi masyarakat pada umumnya. Pengabdian kepada masyarakat ini berbeda dengan sebelumnya. Pengabdian kepada masyarakat sebelumnya adalah pendampingan UMKM dalam pemasaran produk secara *online* dengan pembuatan *flyer* agar UMKM bisa lebih luas memasarkan produk saat pandemi covid. Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan pendampingan terkait pencatatan/pembukuan transaksi dan pemasaran produk melalui *marketplace*. Pengenalan *market place* kepada UMKM ini merupakan *novelty* dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Dengan mengenal, mengetahui, memahami dan akhirnya dapat menggunakan *marketplace* untuk memasarkan produknya diharapkan para pelaku UMKM dapat mengikuti perkembangan teknologi dengan baik.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pencatatan Keuangan

Pencatatan adalah setiap transaksi dari suatu kegiatan usaha merupakan suatu informasi awal yang harus dicatat dan diolah sehingga terbentuk sebuah laporan keuangan. Pencatatan keuangan adalah data yang menunjukkan aktivitas dan posisi keuangan dalam suatu organisasi atau bisnis dalam periode tertentu. Informasi yang dihasilkan dari pencatatan keuangan memakai aplikasi pencatatan penjualan dapat digunakan oleh para pemangku kepentingan dan pemegang saham untuk menilai kemajuan bisnis dan menentukan langkah-langkah yang harus diambil untuk meningkatkan keuntungan bisnis (Munandar *et al.*, 2018).

2.2 Pemasaran

Pemasaran adalah sekumpulan kegiatan dimana perusahaan dan organisasi lainnya mentransfer nilai-nilai antara mereka dengan pelanggannya. Kegiatan pemasaran banyak melibatkan aktivitas komunikasi. Pemasaran mencakup periklanan, penjualan dan pengiriman produk kepada konsumen atau bisnis lain. Tujuan dari pemasaran adalah tentunya untuk memaksimalkan keuntungan dengan membuat strategi



penjualan. Pemasaran tidak hanya tentang aktivitas beriklan namun juga mencakup berbagai aspek bahkan penentuan desain kemasan juga termasuk dalam strategi pemasaran (Mardiana, 2013).

2.3 Market Place

Marketplace adalah sebuah pasar elektronik yang melakukan kegiatan menjual dan membeli suatu barang ataupun jasa. *Marketplace* merupakan puncak dari *e-commerce*. *Marketplace* biasanya mempunyai sistem tersendiri yang dapat mengatur ratusan bahkan jutaan produk yang ingin dijual maupun di beli. Di dalam *marketplace* terdapat toko online yang didalamnya terdapat program *e-commerce* yaitu *cart* dimana pembeli tidak harus menghubungi pemilik toko tersebut terlebih dahulu. Contoh dari *marketplace* mulai dari yang paling sederhana adalah FJB Kaskus, Craigslist & OLX. *Marketplace* dapat dedinisikan sebagai website atau aplikasi online yang memfasilitasi proses jual beli dari berbagai toko. *Marketplace* memiliki konsep yang kurang lebih sama dengan pasar tradisional. Pada dasarnya, pemilik *marketplace* tidak bertanggung jawab atas barang-barang yang dijual karena tugas mereka adalah

menyediakan tempat bagi para penjual yang ingin berjualan dan membantu mereka untuk bertemu pelanggan dan melakukan transaksi dengan lebih simpel dan mudah. Kemudian setelah menerima pembayaran, penjual akan mengirim barang ke pembeli. Salah satu alasan mengapa *marketplace* terkenal adalah karena kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan. Banyak yang menggambarkan online *marketplace* seperti *department store* (Yustiani dan Yunanto, 2017).

3. METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari beberapa tahapan, yaitu: (1) Melakukan Identifikasi masalah yang dihadapi oleh UMKM terkait pembukuan dan pemasaran. Pada tahapan ini dimulai dari pembentukan WA Grup, melalui grup ini dilakukan tanya jawab sekitar pemahaman UMKM terkait pembukuan dan pemasaran. Pembukuan dalam hal ini adalah pencatatan keuangan usaha yang benar, dan pemasaran dalam hal ini adalah pemasaran melalui platform digital yaitu Tokopedia. (2) Memberikan pendampingan terkait pencatatan keuangan usaha melalui daring (zoom

meeting). Pemberian materi ini terdiri dari pembukuan sederhana, perhitungan hpp sampai dengan penyusunan laporan keuangan. (3) Memberikan pelatihan pemasaran melalui *marketplace*. Dalam kegiatan ini para UMKM diberi pelatihan cara melakukan penjualan menggunakan platform Tokopedia. (4) Melakukan monitoring berkaitan dengan hasil pendampingan yang telah dilakukan. Pada tahapan ini dilakukan wawancara dan diskusi tentang permasalahan yang dihadapi UMKM yang selanjutnya akan menjadi data awal yang dapat digunakan untuk kegiatan selanjutnya. (5) Melakukan evaluasi kegiatan dan keberlanjutan program agar UMKM yang masih kurang paham dan menghadapi masalah dalam terkait pencatatan keuangan usaha dan penjualan produk dengan menggunakan *marketplace* menjadi lebih memahami dan mendapatkan solusi permasalahan yang dihadapi.

Indikator keberhasilan kegiatan pengabdian ini dilihat adanya pemahaman tentang pencatatan keuangan usaha dan UMKM telah melakukan pemasaran atau penjualan produk menggunakan *marketplace* di Tokopedia.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Kegiatan

Kegiatan pendampingan yang dilakukan pada UMKM Pakem Happy dilakukan dalam beberapa tahap berikut:

1. Tahap I : Identifikasi Masalah

Kegiatan ini dilakukan pada bulan November 2021. Dalam tahap ini dilakukan identifikasi permasalahan yang dihadapi UMKM berkaitan dengan pencatatan keuangan dan penjualan bagi pelaku UMKM. Hasil dari identifikasi masalah ini adalah masih banyak UMKM yang belum sepenuhnya melakukan pencatatan keuangan dan belum ada pemisahan dengan keuangan pribadi. Permasalahan lain adalah mereka dalam melakukan penjualan belum memanfaatkan platform digital. Gambar 1 berikut merupakan dokumentasi identifikasi permasalahan UMKM.



Gambar 1. Identifikasi masalah

2. Tahap II: Memberikan materi terkait pendampingan terkait pencatatan keuangan usaha. Dan memberikan materi terkait penjualan produk dengan menggunakan market place Tokopedia.
3. Tahap III: Melakukan monitoring berkaitan dengan hasil pendampingan pada pencatatan keuangan usaha dan penjualan produk dengan menggunakan market place yang telah dilakukan oleh UMKM. Pada tahap ini dapat diketahui bahwa UMKM di paguyuban Pakem Happy pada umumnya telah melakukan pencatatan keuangan secara sederhana yang menunjukkan adanya kas masuk dan kas keluar. Namun demikian, catatan itu sebatas catatan secara harian atau temporer saja tetapi tidak direkap. Kondisi tersebut menggambarkan bentuk pencatatan keuangan yang masih sangat sederhana. Untuk penjualan produk menggunakan market place Ada beberapa UMKM yang telah membuka toko di tokopedia tetapi hasilnya belum optimal. Untuk penjualan produk menggunakan market place sudah ada beberapa UMKM yang telah membuka toko

di tokopedia tetapi hasilnya belum optimal.

4. Tahap IV: Melakukan evaluasi kegiatan dan keberlanjutan program. Berdasarkan hasil dan pembahasan pengabdian masyarakat dapat diketahui bahwa pengabdian yang dilakukan telah berhasil. Kriteria yang digunakan untuk mengukur keberhasilan pengabdian menggunakan kriteria ketrampilan dimana para pelaku UMKM di paguyuban Pakem Happy telah mampu membuat pencatatan keuangan usaha dan mampu melakukan penjualan produk melalui *marketplace* di Tokopedia.

Kegiatan ini dilakukan pada bulan Februari 2022. Pemberian materi dalam kegiatan ini dilakukan secara virtual melalui zoom yang diikuti oleh 12 UMKM. Peserta diberi kesempatan untuk melakukan tanya jawab dan diskusi dengan dosen pendamping. Gambar 2 merupakan dokumentasi pelaksanaan pemberian materi.



Gambar 2. Pelaksanaan pendampingan pencatatan keuangan

4.2 Luaran yang Dicapai

Setelah dilakukan pelatihan dengan memberikan materi pencatatan keuangan usaha dan pemasaran dengan menggunakan market place Tokopedia, sehingga UMKM memiliki pemahaman dan kemampuan untuk:

1. Melakukan pencatatan keuangan usaha
2. Menyusun laporan keuangan
3. Melakukan penjualan produk dengan menggunakan market place Tokopedia

4.3 Rencana Tahapan Berikutnya

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan pada tahap ini, maka rencana tahapan berikutnya terkait dengan pencatatan keuangan dan pemasaran pada UMKM Pakem Happy adalah:

1. Memberikan pendampingan untuk menyusun pencatatan keuangan usaha dan pelaporan keuangan.
2. Melakukan pendampingan pada UMKM untuk menggunakan aplikasi Tokopedia dalam menjual produk. Deskripsikan hasil penelitian dalam bentuk table atau gambar jika ada dan secara naratif. Pembahasan berisi tentang intepretasi dari hasil penelitan bukan merupakan repetisi dari penelitian sebelumnya.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dalam pelatihan pencatatan keuangan adalah sebagai berikut: (1) Para pelaku UMKM di paguyuban Happy pada umumnya telah melakukan pencatatan keuangan secara sederhana yang menunjukkan adanya kas masuk dan kas keluar. Namun demikian, catatan itu sebatas catatan secara harian atau temporer saja tetapi tidak direkap. Kondisi tersebut menggambarkan bentuk pencatatan keuangan yang masih sangat sederhana. (2) Salah satu UMKM yang telah menjadi percontohan ditingkat pemkot dan aktif dalam setiap kegiatan pameran dan pelatihan yang difasilitasi oleh Pemerintah Kota Surabaya. UMKM tersebut adalah UMKM “Rumah Aqisa Rosella”. Pelaku UMKM tersebut juga menjadi koordinator pada paguyuban UMKM Happy. UMKM ini telah mencatat secara lengkap transaksi-transaksi keuangannya sehingga mempunyai laporan keuangan dan telah memiliki hak paten dan telah terdaftar sebagai wajib pajak. (3) Dengan adanya pelatihan dan pendampingan dalam pencatatan keuangan UMKM,



diharapkan para pelaku UMKM semakin mudah untuk mengembangkan usahanya sehingga dapat digunakan sebagai sumber mata pencahariannya.

Kesimpulan untuk pelaksanaan penjualan produk melalui *marketplace* dengan platform digital tokopedia adalah: (1) Ada beberapa UMKM yang telah membuka toko di tokopedia tetapi hasilnya belum optimal. Kondisi tersebut dikarenakan, menurut mereka mengoperasikan platform digital ini ruwet dan ribet. Mereka belum terbiasa sehingga mereka mengalami kesulitan. Selain itu juga ada yang mau mengganti nama tokonya karena produknya sudah berkembang tetapi belum bias dilakukan. Ada beberapa UMKM yang belum punya toko di tokopedia tetapi tertarik untuk membuka toko di tokopedia. (2) Penjualan produk melalui market place dengan platform digital di tokopedia kedepannya memang sangat diperlukan oleh para pelaku UMKM. Ketertarikan UMKM terhadap platform tersebut juga tinggi, akan tetapi kemampuan sumberdaya manusianya masih sangat terbatas. Oleh karena itu, bentuk pendampingan secara kontinyu sangat dibutuhkan oleh para pelaku UMKM. Tokopedia juga menawarkan adanya pendampingan pada awal pembukaan

toko. Tetapi pendampingan itu hanya bersifat temporer saja. Jadi, ibu-ibu pelaku UMKM harus terus membiasakan dirinya untuk menjual barang secara online. (3) Pelatihan dan pendampingan UMKM untuk menjual produknya melalui *marketplace* platform digital di tokopedia masih sangat diperlukan oleh para pelaku UMKM. Selain itu, UMKM juga harus terus berupaya dan tidak pantang menyerah untuk mengupgrade kemampuan sumber daya manusianya dalam mengoperasikan tokonya di platform digital.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kami ucapkan kepada (1) Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya, yang memfasilitasi pengabdian masyarakat sebagai pemenuhan salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi. (2) Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) STIESIA yang telah mengkoordinasikan pelaksanaan kegiatan pengabdian dengan mitra paguyuban UMKM Happy. (3) Mitra usaha paguyuban UMKM Happy yang telah meluangkan waktu dan memberikan kesempatan menjadi mitra UMKM dalam pengabdian masyarakat.

DAFTAR PUSTKA

- Andarsari, P. R., dan Dura, J. (2018). Implementasi Pencatatan Keuangan pada Usaha Kecil dan Menengah (Studi pada Sentra Industri Kripik Tempe Senan di Kota Malang). *Jurnal JIBEKA*, 12(1): 59-64. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v12i1.16>.
- Fatwitawati, R. (2018). Pengelolaan Keuangan bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kelurahan Airputih Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *Prosiding Sembadha*. 1(1): 225-229.
- Gunaedi, J., Nastiti, H., dan Wijaya, S. Y. (2018). UKM Pembukuan Akuntansi Sederhana. *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat ISBN: 978-602-73114-5-9* <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/pkm/article/view/57>
- Mardiana, S. (2013). Peranan Komunikasi Pemasaran dalam Membentuk Perilaku Konsumen. *Lontar: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 40-46. <https://doi.org/10.30656/lontar.v2i2.347>
- Manoppo, W. S., dan Pelleng, F. A. O. (2018). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan dengan Teknik Pembukuan Sederhana bagi Pelaku Usaha UMKM di Kecamatan Malayang Kota Manado Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 7(2): 6-9. <https://doi.org/10.35797/jab.v7.i2.6-9>.
- Mukoffi, A., dan Sulistiyowati, Y. (2019). The Role of Financial Accounting Standards for Small And Medium Micro Economic Sectors: Case Studies In Lowokwaru District, Malang. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478)*, 8(3): 17-23. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v8i3.202>
- Munandar, A., Meita, I., dan Putritanti, L. R. (2018). Pelatihan Pembukuan dan Pencatatan Keuangan Sederhana kepada Siswa/i Yayasan Prima Unggul. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 24(1), 527-532. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v24i1.8944>.



- Mutiah, R. A. (2019, Agustus 26). Penerapan Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM Berbasis SAK EMKM. *International Journal of Social Science and Business*. 224, 225.
- Nilasari, B. M., Anggraini, S. I., Alisa, I. A., dan Risqiani, R. (2021). Pelatihan Pembukuan bagi Pelaku UMKM yang Tergabung dalam Forum UMKM IKM Kecamatan Tajur Halang-Bogor. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMIN)*, 3(1): 96-102. <https://doi.org/10.25105/jamin.v3i1.8776>.
- Silvia, B., dan Azmi, F. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Pengusaha UMKM terhadap Laporan Keuangan Berbasis SAK EMKM. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*. 17(1): 57-73. <https://doi.org/10.31603/bisnisekonomi.v17i1.2745>.
- Susanti, R. N., dan Khabibah, N. A. (2021). Implementasi Pencatatan Laporan Keuangan pada Usaha Kecil dan Menengah (Studi pada Sentra UKM Kopitas di Kabupaten Temanggung). *Jurnal Syntax Transformation*. 2(4): 524-531. <https://doi.org/10.46799/jst.v2i4.254>.
- Tanan, C. I., dan Dhamayanti, D. (2020). Pendampingan UMKM dalam Pengelolaan Keuangan Usaha Guna Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Distrik Abepura Jayapura. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*. 1(2): 173-184. <https://doi.org/10.37680/amalee.v1i2.408>.
- Yustiani, R. dan Yunanto, R. (2017). Peran *Market Place* sebagai Alternatif Bisnis di Era Teknologi Informasi. *Jurnal Ilmiah dan Informastika (KOMPUTA)*, 6(2): 43-48.

PENDAMPINGAN PENCATATAN KEUANGAN DAN PEMASARAN PRODUK MELALUI “MARKET PLACE” BAGI UMKM PAKEM HAPPY

by Muftiyatul Azizah, Lailatul Amanah, Nur Handayani, Susanti

Submission date: 04-Sep-2023 09:03AM (UTC+0700)

Submission ID: 2157192628

File name: 4_JURNAL_HUMANISM.docx (234.14K)

Word count: 2562

Character count: 16955



This is an open article under the
CC-BY-SA license

4

PENDAMPINGAN PENCATATAN KEUANGAN DAN PEMASARAN PRODUK MELALUI “MARKET PLACE” BAGI UMKM PAKEM HAPPY

Muhtiyatul Azizah¹, Lailatul Amanah², Nur Handayani³, Susanti⁴

^{1,2,3,4}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

muhtiyatulazizah@stiesia.ac.id¹, lailatulamanah@stiesia.ac.id², nurhandayani@stiesia.ac.id³, susanti@stiesia.ac.id⁴

Submitted : 20 Februari 2023

Accepted : 27 Juli 2023

Published : 20 Agustus 2023

Abstrak Pembukuan atau pencatatan keuangan merupakan hal penting yang harus dilakukan sebuah usaha atau bisnis apabila ingin bertahan lama. Tujuan dilakukan pembukuan adalah agar setiap transaksi dapat diketahui secara jelas. Mengatur keuangan melalui pencatatan harus dilakukan bagi pelaku usaha walaupun masih berskala kecil, termasuk UMKM. UMKM sebagai usaha mandiri yang dikelola oleh masyarakat diharapkan juga melakukan pembukuan dalam usahanya. Adanya keterbatasan sumber daya manusia yang ada pada UMKM sehingga masih banyak UMKM yang belum melakukan pencatatan keuangan usaha dan belum memanfaatkan pemasaran menggunakan platform digital. Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Pakem Happy adalah pengelolaan keuangan usaha yang masih tercampur menjadi satu dengan keuangan keluarga. Pengelolaan administrasi keuangan selama ini belum dapat dijalankan secara optimal sehingga harapan pendapatan yang diterima dan pengeluaran usaha belum dapat diidentifikasi dengan jelas. Permasalahan yang lain yakni UMKM masih menggunakan pemasaran tradisional dan belum secara optimal menggunakan platform digital dalam melakukan penjualan. Berdasarkan permasalahan yang ada maka perlu memberikan pendampingan kepada UMKM terkait pencatatan keuangan, melakukan pemasaran produk menggunakan platform Tokopedia. Oleh karena itu dengan adanya pendampingan ini diharapkan UMKM memahami pencatatan keuangan usaha dan mampu memasarkan produknya melalui marketplace Tokopedia.

Kata Kunci: *market place*, pencatatan keuangan, platform digital

1. PENDAHULUAN

Pembukuan atau pencatatan keuangan merupakan hal penting yang harus dilakukan sebuah usaha atau bisnis apabila ingin bertahan lama. Tujuan dilakukan pembukuan adalah agar setiap

transaksi dapat diketahui secara jelas. Mengatur keuangan melalui pencatatan harus dilakukan bagi pelaku usaha walaupun masih berskala kecil, termasuk UMKM (Andarsari dan Dura, 2018;



Nilasari *et al.*, 2021; Susanti dan Khabibah, 2021).

UMKM sebagai usaha mandiri yang dikelola oleh masyarakat diharapkan juga melakukan pembukuan dalam usahanya (Manoppo dan Pelleng, 2018; Tanan dan Dhamayanti, 2020). Namun, permasalahan yang paling mendasar pada UMKM adalah pada pengelolaan keuangan. Masih banyak pelaku UMKM melakukan pencatatan dan penyusunan laporan keuangan yang kurang memadai dan sangat sederhana, mereka belum sadar akan pentingnya laporan keuangan (Farwitawati, 2018; Silvia dan Azmi, 2019). Hal ini disebabkan karena banyak UMKM yang mengalami kesulitan dalam pembuatannya, berbagai faktor di antaranya adalah keterbatasan informasi dan pengetahuan tentang akuntansi, serta kurangnya ketrampilan mengenai pencatatan keuangan (Mutiah, 2019; Mukoffi dan Sulistiyowati, 2019).

Menurut Gunaedi *et al.*, (2018) kendala utama yang dihadapi UMKM salah satunya adalah aspek pemasaran. Pada kondisi pandemi saat ini banyak UMKM yang tidak bisa bertahan karena menurunnya penjualan. UMKM yang mampu bertahan adalah mereka yang bisa mengadopsi ekosistem digital,

termasuk menggunakan platform *ecommerce*. Menurut riset terbaru yang dilakukan oleh Tempo Data Science (TDS) Tokopedia merupakan platform yang mampu memberikan omzet penjualan terbesar.

Berdasarkan observasi di lapangan, UMKM Pakem Happy merupakan salah satu UMKM yang memiliki potensi untuk dikembangkan. UMKM ini bergerak di bidang produk makanan dan minuman yang berada di Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya. UMKM 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.

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Pakem Happy selama ini adalah pengelolaan keuangan usaha yang masih tercampur menjadi satu dengan keuangan keluarga. Pengelola administrasi keuangan selama ini belum dapat dijalankan secara optimal sehingga berapa pendapatan yang diterima dan pengeluaran usaha belum dapat diidentifikasi dengan jelas.

Permasalahan kedua berkaitan dengan pemasaran, UMKM masih menggunakan pemasaran tradisional dan



belum secara optimal menggunakan platform digital dalam melakukan penjualan. Pembinaan dan pendampingan yang berkesinambungan perlu dilakukan pada UMKM ini agar UMKM ini dapat bertahan selanjutnya berkembang dengan baik. Dengan demikian, maka para pelaku UMKM ini dapat membantu ekonomi keluarga khususnya dan ekonomi masyarakat pada umumnya. Pengabdian kepada masyarakat ini berbeda dengan sebelumnya. Pengabdian kepada masyarakat sebelumnya adalah pendampingan UMKM dalam pemasaran produk secara *online* dengan pembuatan *flyer* agar UMKM bisa lebih luas memasarkan produk saat pandemi covid. Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan pendampingan terkait pencatatan/pembukuan transaksi dan pemasaran produk melalui *marketplace*. Pengenalan *market place* kepada UMKM ini merupakan *novelty* dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Dengan mengenal, mengetahui, memahami dan akhirnya dapat menggunakan *marketplace* untuk

memasarkan produknya diharapkan para masyarakat tetap diperlukan. Pembinaan dan dengan pendekatan individual yaitu teknologi dan multipitas masyarakat secara pendampingan (Dua Mustika & Siti Iqan Haryanti, 2020) dapat membantu Aini, 2021). Tahapan pelaksanaan pengabdian perkembangan teknologi dengan baik keuntungan dengan membuat strategi meminimalkan kontak fisik dan menghindari disajikan pada bagian berikut:

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pencatatan Keuangan

Pencatatan adalah setiap transaksi dari suatu kegiatan usaha merupakan suatu informasi awal yang harus dicatat dan diolah sehingga terbentuk sebuah laporan keuangan. Pencatatan keuangan adalah data yang menunjukkan aktivitas dan posisi keuangan dalam suatu organisasi atau bisnis dalam periode tertentu. Informasi yang dihasilkan dari pencatatan keuangan memakai aplikasi pencatatan penjualan dapat digunakan oleh para pemangku kepentingan dan pemegang saham untuk menilai kemajuan bisnis dan menentukan langkah-langkah yang harus diambil untuk meningkatkan keuntungan bisnis (Munandar *et al.*, 2018).

2.2 Pemasaran

Pemasaran adalah sekumpulan kegiatan dimana perusahaan dan organisasi lainnya mentransfer nilai-nilai antara mereka dengan pelanggannya. Kegiatan pemasaran banyak melibatkan aktivitas komunikasi. Pemasaran mencakup periklanan, penjualan dan pengiriman produk kepada konsumen atau bisnis

penjualan. Pemasaran tidak hanya tentang aktivitas beriklan namun juga mencakup berbagai aspek bahkan penentuan desain kemasan juga termasuk dalam strategi pemasaran (Mardiana, 2013).

2.3 Market Place

3 *Marketplace* adalah sebuah pasar elektronik yang melakukan kegiatan menjual dan membeli suatu barang ataupun jasa. *Marketplace* merupakan puncak dari *e-commerce*. *Marketplace* biasanya mempunyai sistem tersendiri yang dapat mengatur ratusan bahkan jutaan produk yang ingin dijual maupun di beli. Di dalam *marketplace* terdapat toko online yang **3** didalamnya terdapat program *e-commerce* yaitu *cart* dimana pembeli tidak harus menghubungi pemilik toko tersebut terlebih dahulu. Contoh dari *marketplace* mulai dari yang paling sederhana adalah FJB Kaskus, **3** Craiglist & OLX. *Marketplace* dapat dedinisikan sebagai website atau aplikasi online yang memfasilitasi proses jual beli dari berbagai toko. *Marketplace* memiliki konsep yang kurang lebih sama dengan pasar tradisional. Pada dasarnya, pemilik *marketplace* tidak bertanggung jawab atas barang-barang yang dijual karena tugas mereka adalah

3 menyediakan tempat bagi para penjual yang ingin berjualan dan membantu mereka untuk bertemu pelanggan dan melakukan transaksi dengan lebih simpel dan mudah. Kemudian setelah menerima pembayaran, penjual akan mengirim im barang ke pembeli. Salah satu alasan mengapa *marketplace* terkenal adalah karena kemudahan dan kenyamanan n dalam penggunaan. Banyak yang menggambarkan online *marketplace* seperti *department store* (Yustiani dan Yunanto, 2017).

3. METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN

1 Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari beberapa tahapan, yaitu: (1) Melakukan Identifikasi masalah yang dihadapi oleh UMKM **1** terkait pembukuan dan pemasaran. Pada tahapan ini dimulai dari pembentukan WA Grup, melalui grup ini dilakukan tanya jawab sekitar pemahaman UMKM terkait pembukuan dan pemasaran. Pembukuan dalam hal ini adalah pencatatan keuangan usaha yang benar, dan pemasaran dalam hal ini adalah pemasaran melalui platform digital yaitu Tokopedia. (2) Memberikan pendampingan terkait pencatatan keuangan usaha melalui daring (zoom



meeting). Pemberian materi ini terdiri dari pembukuan sederhana, perhitungan hpp sampai dengan penyusunan laporan keuangan. (3) Memberikan pelatihan pemasaran melalui *marketplace*. Dalam kegiatan ini para UMKM diberi pelatihan cara melakukan penjualan menggunakan platform Tokopedia. (4) Melakukan monitoring berkaitan dengan hasil pendampingan yang telah dilakukan. Pada tahapan ini dilakukan wawancara dan diskusi tentang permasalahan yang dihadapi UMKM yang selanjutnya akan menjadi data awal yang dapat digunakan untuk kegiatan selanjutnya. (5) Melakukan evaluasi kegiatan dan keberlanjutan program agar UMKM yang masih kurang paham dan menghadapi masalah dalam terkait pencatatan keuangan usaha dan penjualan produk dengan menggunakan marketplace menjadi lebih memahami dan mendapatkan solusi permasalahan yang dihadapi.

Indikator keberhasilan kegiatan pengabdian ini dilihat adanya pemahaman tentang pencatatan keuangan usaha dan UMKM telah melakukan pemasaran atau penjualan produk menggunakan marketplace di Tokopedia.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Kegiatan

Kegiatan pendampingan yang dilakukan pada UMKM Pakem Happy dilakukan dalam beberapa tahap berikut:

1. Tahap I: Identifikasi Masalah

Kegiatan ini dilakukan pada bulan November 2021. Dalam tahap ini dilakukan identifikasi permasalahan yang dihadapi UMKM berkaitan dengan pencatatan keuangan dan penjualan bagi pelaku UMKM. Hasil dari identifikasi masalah ini adalah masih banyak UMKM yang belum sepenuhnya melakukan pencatatan keuangan dan belum ada pemisahan dengan keuangan pribadi. Permasalahan lain adalah mereka dalam melakukan penjualan belum memanfaatkan platform digital. Gambar 1 berikut merupakan dokumentasi identifikasi permasalahan UMKM.



Gambar 1. Identifikasi masalah

2. Tahap II: Memberikan materi terkait pendampingan terkait pencatatan keuangan usaha. Dan memberikan materi terkait penjualan produk dengan menggunakan market place Tokopedia.
3. Tahap III: Melakukan monitoring berkaitan dengan hasil pendampingan pada pencatatan keuangan usaha dan penjualan produk dengan menggunakan market place yang telah dilakukan oleh UMKM. Pada tahap ini dapat diketahui bahwa UMKM di paguyuban Pakem Happy pada umumnya telah melakukan pencatatan keuangan secara sederhana yang menunjukkan adanya kas masuk dan kas keluar. Namun demikian, catatan itu sebatas catatan secara harian atau temporer saja tetapi tidak direkap. Kondisi tersebut menggambarkan bentuk pencatatan keuangan yang masih sangat sederhana. Untuk penjualan produk menggunakan market place Ada beberapa UMKM yang telah membuka toko di tokopedia tetapi hasilnya belum optimal. Untuk penjualan produk menggunakan market place sudah ada beberapa UMKM yang telah membuka toko

di tokopedia tetapi hasilnya belum optimal.

4. Tahap IV: Melakukan evaluasi kegiatan dan keberlanjutan program. Berdasarkan hasil dan pembahasan pengabdian masyarakat dapat diketahui bahwa pengabdian yang dilakukan telah berhasil. Kriteria yang digunakan untuk mengukur keberhasilan pengabdian menggunakan kriteria ketrampilan dimana para pelaku UMKM di paguyuban Pakem Happy telah mampu membuat pencatatan keuangan usaha dan mampu melakukan penjualan produk melalui marketplace di Tokopedia.

Kegiatan ini dilakukan pada bulan Februari 2022. Pemberian materi dalam kegiatan ini dilakukan secara virtual melalui zoom yang diikuti oleh 12 UMKM. Peserta diberi kesempatan untuk melakukan tanya jawab dan diskusi dengan dosen pendamping. Gambar 2 merupakan dokumentasi pelaksanaan pemberian materi.



Gambar 2. Pelaksanaan pendampingan pencatatan keuangan



4.2 Luaran yang Dicapai

Setelah dilakukan pelatihan dengan memberikan materi pencatatan keuangan usaha dan pemasaran dengan menggunakan market place Tokopedia, sehingga UMKM memiliki pemahaman dan kemampuan untuk:

1. Melakukan pencatatan keuangan usaha
2. Menyusun laporan keuangan
3. Melakukan penjualan produk dengan menggunakan market place Tokopedia

4.3 Rencana Tahapan Berikutnya

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan pada tahap ini, maka rencana tahapan berikutnya terkait dengan pencatatan keuangan dan pemasaran pada UMKM Pakem Happy adalah:

1. Memberikan pendampingan untuk menyusun pencatatan keuangan usaha dan pelaporan keuangan.
2. Melakukan pendampingan pada UMKM untuk menggunakan aplikasi Tokopedia dalam menjual produk. Deskripsikan hasil penelitian dalam bentuk table atau gambar jika ada dan secara naratif. Pembahasan berisi tentang

interpretasi dari hasil penelitian masyarakat tetap diperlukan. Pelibatan dan dengan pendekatan individual yaitu bukan merupakan repetisi dari teknologi dalam aktivitas masyarakat secara pendampingan (Dea Mustika & Siti Quratul umump (Hidayat, 2020) dapat membantu Ain, 2021). Tahapan pelaksanaan pengabdian meminimalkan kontak fisik dan menghindari disajikan pada bagan berikut:

5. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dalam pelatihan pencatatan keuangan adalah

sebagai berikut: (1) Para pelaku UMKM

di paguyuban Happy pada umumnya telah melakukan pencatatan keuangan secara sederhana yang menunjukkan adanya kas masuk dan kas keluar. Namun demikian, catatan itu sebatas catatan secara harian atau temporer saja tetapi tidak direkap. Kondisi tersebut menggambarkan bentuk pencatatan keuangan yang masih sangat sederhana.

(2) Salah satu UMKM yang telah menjadi percontohan ditingkat pemkot dan aktif dalam setiap kegiatan pameran dan pelatihan yang difasilitasi oleh Pemerintah Kota Surabaya. UMKM tersebut adalah UMKM "Rumah Aqisa Rosella". Pelaku UMKM tersebut juga menjadi koordinator pada paguyuban UMKM Happy. UMKM ini telah mencatat secara lengkap transaksi-transaksi keuangannya sehingga mempunyai laporan keuangan dan telah memiliki hak paten dan telah terdaftar sebagai wajib pajak. (3) Dengan adanya pelatihan dan pendampingan dalam

pencatatan keuangan UMKM, dan dengan pendekatan individual yaitu pendampingan (Dea Mustika & Siti Quratul Ain, 2021). Tahapan pelaksanaan pengabdian disajikan pada bagan berikut:



diharapkan para pelaku UMKM semakin mudah untuk **mengembangkan usahanya sehingga dapat digunakan sebagai sumber mata pencahariannya.**

Kesimpulan untuk pelaksanaan penjualan produk melalui *marketplace* dengan platform digital tokopedia adalah: (1) Ada beberapa UMKM yang telah membuka toko di tokopedia tetapi hasilnya belum optimal. Kondisi tersebut dikarenakan, menurut mereka mengoperasikan platform digital ini ruwet dan ribet. Mereka belum terbiasa sehingga mereka mengalami kesulitan. Selain itu juga ada yang mau menganti nama tokonya karena produknya sudah berkembang tetapi belum bias dilakukan. Ada beberapa UMKM yang belum punya toko di tokopedia tetapi tertarik untuk membuka toko di tokopedia. (2) Penjualan produk melalui market place dengan platform digital di tokopedia kedepannya memang sangat diperlukan oleh para pelaku UMKM. Ketertarikan UMKM terhadap platform tersebut juga tinggi, akan tetapi kemampuan sumberdaya manusianya masih sangat terbatas. Oleh karena itu, bentuk pendampingan secara kontinyu sangat dibutuhkan oleh para pelaku UMKM. Tokopedia juga menawarkan adanya pendampingan pada awal pembukaan

toko. Tetapi pendampingan itu hanya bersifat temporer saja. Jadi, ibu-ibu pelaku UMKM harus terus membiasakan dirinya untuk menjual barang secara online. (3) Pelatihan dan pendampingan UMKM untuk menjual produknya melalui *marketplace* platform digital di tokopedia masih sangat diperlukan oleh para pelaku UMKM. Selain itu, UMKM juga harus terus berupaya dan tidak pantang menyerah untuk mengupgrade kemampuan sumber daya manusianya dalam mengoperasikan tokonya di platform digital.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kami ucapkan **kepada (1) Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya, yang memfasilitasi pengabdian masyarakat sebagai pemenuhan salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi. (2) Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) STIESIA yang telah mengkoordinasikan pelaksanaan kegiatan pengabdian dengan mitra paguyuban UMKM Happy. (3) Mitra usaha paguyuban UMKM Happy yang telah meluangkan waktu dan memberikan kesempatan menjadi mitra UMKM dalam pengabdian masyarakat.**



DAFTAR PUSTKA

- Andarsari, P. R., dan Dura, J. (2018). Implementasi Pencatatan Keuangan pada Usaha Kecil dan Menengah (Studi pada Sentra Industri Kripik Tempe Senan di Kota Malang). *Jurnal JIBEKA*, 12(1): 59-64. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v12i1.16>.
- Fatwatwati, R. (2018). Pengelolaan Keuangan bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kelurahan Airputih Kecamatan Tampar Kota Pekanbaru. *Prosiding Sembadha*, 1(1): 225-229.
- Gunaedi, J., Nastiti, H., dan Wijaya, S. Y. (2018). UKM Pembukuan Akuntansi Sederhana. *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat ISBN: 978-602-73114-5-9* <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/pkm/article/view/57>
- Mardiana, S. (2013). Peranan Komunikasi Pemasaran dalam Membentuk Perilaku Konsumen. *Lontar: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2): 40-46. <https://doi.org/10.30605/lontar.v2i2.347>
- masyarakat tetap diperlukan. Pelibatan dan dengan pendekatan individual yaitu teknologi dalam aktivitas masyarakat secara pendampingan. (Dea Mustika & Siti Quratul umum (Haryanti, 2020) dapat membantu Ain, 2021). Tahapan pelaksanaan pengabdian meminimalkan kontak fisik dan menghindari disajikan pada bagan berikut:
- Manoppo, W. S., dan Pelleng, F. A. O. (2018). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan dengan Teknik Pembukuan Sederhana bagi Pelaku Usaha UMKM di Kecamatan Malalayang Kota Manado Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2): 6-9. <https://doi.org/10.35797/jab.v7.i2.6-9>.
- Mukoffi, A., dan Sulistiyowati, Y. (2019). The Role of Financial Accounting Standards for Small And Medium Micro Economic Sectors: Case Studies In Lowokwaru District, Malang. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 8(3): 17-23. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v8i3.202>
- Munandar, A., Meita, I., dan Putritanti, L. R. (2018). Pelatihan Pembukuan dan Pencatatan Keuangan Sederhana kepada Siswa/i Yayasan Prima Unggul. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 24(1), 527-532. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v24i1.11994>



- ¹ Mutiah, R. A. (2019, Agustus 26). Penerapan Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM Berbasis SAK EMKM. *International Journal of Social Science and Business*, 224, 225.
- Nilasari, B. M., Anggraini, S. I., Alisa, I. A., dan Risqiani, R. (2021). Pelatihan Pembukuan bagi Pelaku UMKM yang Tergabung dalam Forum UMKM IKM Kecamatan Tajur Halang-Bogor. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMIN)*, 3(1): 96-102. <https://doi.org/10.25105/jamin.v3i1.8776>.
- Silvia, B., dan Azmi, F. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Pengusaha UMKM terhadap Laporan Keuangan Berbasis SAK EMKM. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 17(1): 57-73. <https://doi.org/10.31603/bisnisekonomi.v17i1.2745>.
- Susanti, R. N., dan Khabibah, N. A. (2021). Implementasi Pencatatan Laporan Keuangan pada Usaha Kecil dan Menengah (Studi pada Sentra UKM Kopitas di Kabupaten Temanggung). *Jurnal Syntax Transformation*, 2(4): 524-531. <https://doi.org/10.46799/jst.v2i4.254>.
- Tanan, C. I., dan Dhamayanti, D. (2020). Pendampingan UMKM dalam Pengelolaan Keuangan Usaha Guna Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Distrik Abepura Jayapura. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 1(2): 173-184. <https://doi.org/10.37680/amalee.v1i2.408>.
- Yustiani, R. dan Yunanto, R. (2017). Peran *Market Place* sebagai Alternatif Bisnis di Era Teknologi Informasi. *Jurnal Ilmiah dan Informastika (KOMPUTA)*, 6(2): 43-48.

PENDAMPINGAN PENCATATAN KEUANGAN DAN PEMASARAN PRODUK MELALUI "MARKET PLACE" BAGI UMKM PAKEM HAPPY

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

20%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.stiesia.ac.id Internet Source	7%
2	e-journals.dinamika.ac.id Internet Source	5%
3	ejournal.akuntansiuncen.ac.id Internet Source	4%
4	vdocuments.net Internet Source	3%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

Preparation of UKM Financial Accounting Based on Umkm Financial Accounting Standards (Sak) on Kali Kepiting Sejahtera Industry

Penyusunan Laporan Keuangan Ukm Berbasis Standar Akuntansi Keuangan (Sak) Emkm Pada Umkm Kali Kepiting Sejahtera

Lailatul Amanah¹, Nur Handayani², Susanti³, Muftiyatul Azizah⁴

^{1,2,3,4}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

Email : ¹lailatulamanah@stiesia.ac.id, ²nurhandayani@stiesia.ac.id, ³susanti@stiesia.ac.id,
⁴muftiyatulazizah@stiesia.ac.id

Abstrack, *Micro Small Medium Enterprises (MSME) mis a trading business managed by an individual or a business entity that includes the criteria for a small or micro business. MSMEs as independent businesses managed by the community are also expected to carry out bookkeeping in their business. Small business actors usually only record transactions related to receipt and expenditure information without making financial reports. The weakness of MSMEs in preparing financial reports is due to low education, lack of understanding of Financial Accounting Standards (SAK).SAK EMKM (Financial Accounting Standards for Micro, Small and Medium Entities)designed as a simple accounting standard that can be used for micro, small and medium entities, so that MSMEs can prepare financial reports for accountability and decision-making purposes.SAK EMKM is a new system, usually it will be considered complicated and will not be used often by its users, especially the average MSME business actor from the community who is not from accounting and does not understand how to prepare financial reports based on generally accepted standards.Based on the existing problems, it is necessary to provide education and training on how to compile simple financial reports for MSME actors in accordance with SAK-EMKM.Continuous gnidance and assistance needs to be carried out on MSMEs so that they can develop well and can help the family economy and the economy of the community in general.*

Keywords: financial reports, financial accounting standards EMKM

Abstrak, *Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah usaha dibidang perdagangan yang dilakukan perorangan ataupun badan usaha dalam lingkup usaha kecil atau mikro. UKM sebagai usaha mandiri yang dikelola oleh masyarakat diharapkan juga melakukan pembukuan dalam usahanya. Pelaku usaha kecil biasanya belum membuat laporan keuangan mereka hanya melakukan pencatatan transaksi penerimaan dan pengeluarannya saja. Kelemahan yang ada pada UKM dalam membuat laporan keuangan karena tingkat pendidikan yang masih rendah, pemahamam yang masih kurang terhadap Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang harus digunakan. SAK EMKM (Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil dan Menengah merupakan standar akuntansi sederhana yang dapat digunakan entitas mikro kecil dan menengah, dalam menyusun laporan keuangan yang dapat digunakan sebagai sarana akuntabilitas dan pengambilan keputusan. SAK EMKM dianggap susah dan tidak berguna karena rata-rata pelaku usaha UMKM dari masyarakat yang kerang memahami bagaimana menyusun laporan keuangan berdasarkan standar. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka perlu edukasi dan pelatihan bagi para pelaku UMKM mengenai bagaimana menyusun laporan keuangan sederhana yang sesuai dengan SAK-EMKM. Pembinaan dan pendampingan berkesinambungan dilakukan pada UMKM agar dapat berkembang lebih baik dan dapat membantu meningkatkan ekonomi baik keluarga maupun ekonomi masyarakat.*

Kata kunci: laporan keuangan, standar akuntansi keuangan EMKM

PENDAHULUAN

Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah usaha dibidang perdagangan yang dilakukan perorangan ataupun badan usaha dalam lingkup usaha kecil atau mikro (Yusuf *et al.*, 2021). UKM meskipun tergolong usaha kecil dalam kegiatan usaha tersebut dapat membantu

meningkatkan perekonomian di Indonesia, melalui UKM bias menciptakan lapangan kerja baru, memberi kontribusi pada pertumbuhan dan dapat meningkatkan kesejahteraan serta menambah devisa negara melalui pajak badan usaha (Fauzi, 2020).

UKM yang merupakan usaha mandiri dan dikelola oleh masyarakat diharapkan juga melakukan pembukuan dalam usahanya. Dalam menjalankan usahanya para pelaku usaha kecil biasanya belum melakukan penyusunan laporan keuangan, mereka hanya melakukan pencatatan transaksi yang berkaitan dengan informasi penerimaan dan pengeluarannya saja. Pencatatan keuangan secara sederhana tentu saja belum bisa memberikan deskripsi kegiatan ekonomi bisnis kecil yang mereka lakukan secara jelas. Dengan demikian para pelaku bisnis kecil diharapkan mampu menyusun laporan keuangan dengan tujuan perkembangan kegiatan usaha yang mereka lakukan dapat tergambarkan pada informasi yang ada dalam laporan keuangan.

Pencatatan keuangan memiliki beberapa fungsi antara lain adalah *planning*, *budgeting*, *controlling*, *auditing* dan *reporting*. *Planning* (perencanaan keuangan) merupakan kegiatan yang didalamnya termasuk kegiatan perencanaan dalam arus kas serta laba atau rugi perusahaan. *Budgeting* (anggaran) merupakan anggaran pada sisi penerimaan sekaligus pada sisi alokasi anggaran biaya yang efisien untuk memaksimalkan perolehan dana yang dimiliki. *Controlling* (pengendalian keuangan) digunakan untuk mengevaluasi dan memperbaiki keuangan dan sistem keuangan yang ada pada perusahaan. *Auditing* (pemeriksaan keuangan) dilakukan dengan tujuan bahwa penyusunan laporan keuangan telah sesuai standar akuntansi yang berlaku. *Reporting* (pelaporan keuangan) bertujuan untuk menyediakan informasi yang berkaitan dengan kondisi keuangan serta untuk melakukan analisa rasio pada laporan keuangan perusahaan (Firmansyah *et al.*, 2019).

UKM dapat dinilai kinerjanya berdasarkan laporan keuangan yang disusun secara periodik. Laporan keuangan bertujuan untuk menyajikan informasi posisi keuangan suatu usaha, kinerja keuangan, arus kas selama satu periode yang akan berguna dalam membuat keputusan ekonomis bagi para pengguna. Laporan keuangan juga bertujuan untuk memberikan input (informasi) yang berguna dalam pengambilan keputusan (Santoso *et al.*, 2021). Laporan keuangan yang harus disusun oleh para pelaku UKM adalah: (1) Laporan rugi laba untuk mengetahui perolehan laba dan rugi, (2) Laporan perubahan modal digunakan untuk mengetahui posisi modal sebelum dan sesudah kegiatan usaha dalam suatu periode, (3) Neraca berguna untuk menunjukkan posisi keuangan yang ditunjukkan pada aset, utang dan modal usaha, (4) Laporan arus kas bertujuan untuk memberi informasi mengenai aliran kas keluar dan masuk pada berbagai kegiatan yang meliputi kegiatan operasional, investasi dan pembiayaan usaha (Fauzi, 2020).

Pelaksanaan pencatatan akuntansi pada pelaku UKM dalam rangka menyusun laporan keuangan bagi

UKM merupakan hal yang masih sulit. Suhairi (2006) menyatakan bahwa kelemahan dari kebanyakan pelaku UKM dalam membuat laporan keuangan karena masih rendahnya pendidikan, kurang memahami Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang berlaku. Kurangnya pengetahuan tentang pembukuan akuntansi, proses pencatatan akuntansi yang rumit, dan UKM beranggapan laporan keuangan bukan hal yang penting (Jati *et al.*, 2004).

Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang digunakan untuk pelaku UKM adalah Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Menengah (SAK EMKM). SAK EMKM merupakan standar akuntansi sederhana ditujukan untuk entitas mikro kecil dan menengah dalam kegiatan penyusunan laporan keuangan untuk mewujudkan akuntabilitas dan pengambilan keputusan. Laporan keuangan yang disusun UKM berguna untuk memperoleh pendanaan dari pihak lembaga keuangan dan pelaporan pajak. SAK EMKM merupakan sistem baru yang dianggap susah dan tidak berguna untuk pelaku usaha UKM yang rata-rata dari masyarakat kurang mengetahui bagaimana membuat laporan keuangan sesuai standar. Berdasarkan hal tersebut perlu adanya edukasi serta pelatihan bagi para pelaku UKM mengenai bagaimana menyusun laporan keuangan sederhana sesuai dengan SAK-EMKM (Mutiah, 2019).

Berdasarkan observasi di lapangan, mitra dalam kegiatan pengabdian adalah UKM Kali Kepiting, Kelurahan Pacar Kembang, Kec. Tambaksari, Kota Surabaya merupakan salah satu UKM yang memiliki potensi untuk dikembangkan. UKM Kali Kepiting merupakan UKM yang anggotanya ibu-ibu yang membuat aneka macam makanan dan minuman antara lain camilan, *cathering*, kue, minuman tradisional dan aneka sirup. Contoh produk dari UMKM Kali Kepiting dan nama-nama UMKM Kali Kepiting tersaji pada Gambar 1 dan Tabel 1 berikut.



Gambar 1. Produk UMKM Kali Kepiting

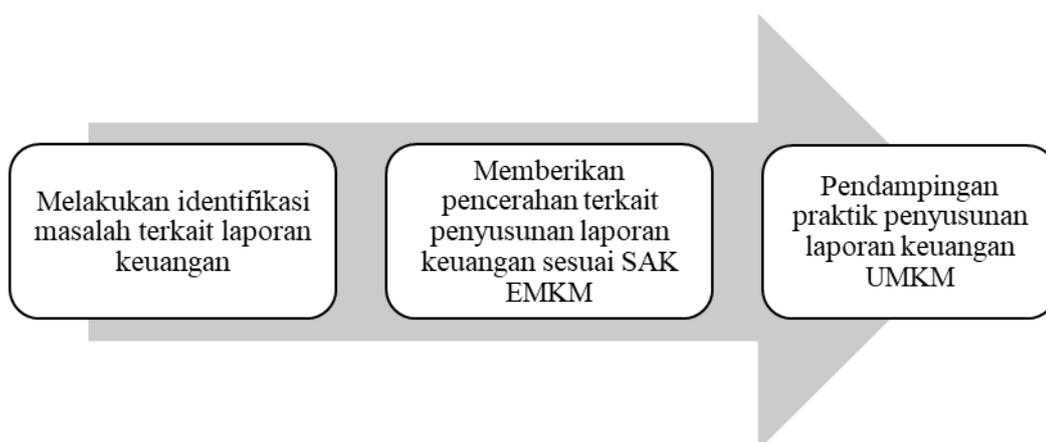
Tabel 1. Nama UMKM Kali Kepiting

NO	NAMA	UKM
1	Erna	UKM Pawon Cik Na
2	Mudjiati	UKM Barokah Jaya
3	Rani Muktiana	UKM Candra
4	Lulu	UKM Azanik
5	Vonny	UKM Wiky
6	Dina Melviana	UKM Nimels Kitchen
7	Hayatul Isna	UKM Nasi Uduk
8	Ismawati	UKM ROIS
9	Surayana N	UKM Mbok Yana
10	Tutik Mujiati	UKM Minuman Herbal

Permasalahan yang terjadi di UMKM Kali Kepiting, Kelurahan Pacar Kembang, Kecamatan Tambaksari, Kota Surabaya yaitu pengelolaan keuangan usaha yang tidak terpisah antara keuangan usaha dengan keuangan rumah tangga. Para pelaku UMKM belum mampu mengelola administrasi keuangan dengan benar, sehingga belum bisa mengukur seberapa besar pendapatan yang diterima dan pengeluaran untuk usaha belum dapat diidentifikasi secara jelas.

Permasalahan lain yang terjadi pada UKM adalah belum mempunyai kesadaran akan perlunya menyusun laporan keuangan. Belum adanya kesadaran tersebut disebabkan para UMKM merasa sulit dalam menyusun Laporan Keuangan, beberapa faktor penyebabnya adalah tingkat pendidikan sehingga menyebabkan kurangnya pemahaman terkait akuntansi. Masalah yang menjadi perhatian utama dalam pengembangan UMKM adalah mengenai pencatatan laporan keuangan berdasarkan standar yang berlaku yaitu SAK EMKM. Pembinaan dan pendampingan yang berkesinambungan perlu diberikan pada UMKM ini sehingga mampu berkembang dengan baik dan bisa membantu ekonomi keluarga khususnya dan ekonomi masyarakat pada umumnya.

METODE PELAKSANAAN



Gambar 2. Tahapan Pelaksanaan Pendampingan

Metode yang dipakai dalam melaksanakan kegiatan ini terdiri dari beberapa tahapan, yaitu: (1) Melakukan Identifikasi masalah yang dihadapi oleh UMKM terkait laporan keuangan untuk UMKM. Pada tahapan ini dimulai dari pembentukan WA Grup, melalui grup ini dilakukan tanya jawab perihal pemahaman UMKM tentang pembukuan. Pembukuan dalam hal ini adalah laporan keuangan yang sesuai standar UMKM. (2) Memberikan pencerahan terkait penyusunan laporan keuangan sesuai standar EMKM. (3) Melakukan pendampingan praktik penyusunan laporan keuangan sesuai standar EMKM.

Pendampingan praktik penyusunan laporan keuangan terdiri dari pencatatan transaksi, menyusun laporan laba rugi, neraca, dan perhitungan harga pokok produksi yang merupakan persoalan inti dari penyusunan laporan keuangan

Berikut contoh lembar kerja untuk kegiatan pendampingan penyusunan laporan keuangan yakni Tabel 2 menyajikan buku kas, Tabel 3 menyajikan buku penjualan, Tabel 4 menyajikan buku pembelian, Tabel 5 menyajikan laporan laba rugi, dan Tabel 6 menyajikan neraca.

Tabel 2. Buku Kas

TANGGAL	URAIAN	PENERIMAAN	PENGELUARAN	SALDO/SISA
	JUMLAH			

Tabel 3. Buku Penjualan

TANGGAL	URAIAN	Jenis Barang			
		Jus	Spageti	Roti	Jumlah
	JUMLAH				

Tabel 4. Buku Pembelian

TANGGAL	URAIAN	Jumlah
	JUMLAH	

Tabel 5. Laporan Laba Rugi

Hasil Penjualan	
Penjualan Jus	
Penjualan Spageti	
Penjualan Roti	
Jumlah	
Harga Pokok Penjualan (.....)	
Laba Kotor	
Biaya-biaya	
Gaji karyawan	
Macam-macam biaya usaha	
Iuran Sampah	
Jumlah Biaya	
Laba (Rugi) Bersih Usaha	

Tabel 6. Laporan Keuangan-Neraca

ASET	LIABILITAS DAN EKUITAS
Aset lancar	Liabilitas lancar
Investasi	Liabilitas jk. Panjang
Aset tetap	Liabilitas lain-lain
Aset tak berwujud	Total liabilitas
Aset lain-lain	Modal Tn. A
Total aset	Saldo Laba
	Total liabilitas dan ekuitas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan pada UMKM “Kali Kepiting Sejahtera” dilaksanakan dalam beberapa tahap berikut:

Tahap I: Identifikasi Masalah

Kegiatan ini dilakukan pada bulan Mei 2022. Pada tahap identifikasi yang berkaitan dengan permasalahan UMKM dalam pencatatan keuangan dan menyusun laporan keuangan UMKM. Identifikasi masalah ini menemukan fakta: masih banyak UMKM yang belum sepenuhnya mencatat seluruh transaksi keuangannya serta belum adanya pemisahan uang hasil usaha dengan uang pribadi.

Wawancara dengan pelaku UMKM berkaitan dengan harga pokok produksi, harga jual dan perolehan laba adalah sebagai berikut:

Wawancara dengan Ibu Mujiati (pelaku UKM Minuman Herbal)

- Lailatul Amanah (Narasumber) : “Apa produk yang Ibu hasilkan?”
- Ibu Mujiati (UKM) : “Minuman herbal, yang terdiri dari Jamu Sinom, Kunyit asam, timun Serut.”
- Lailatul Amanah (narasumber) : “Bagaimana cara Ibu mencatat setiap transaksi yang terjadi terkait dengan produk Ibu?”
- Ibu Mujiati (UKM) : “Saya tidak pernah mencatatnya.”
- Lailatul Amanah (Narasumber) : “Bagaimana cara Ibu mengetahui bahwa dagangan Ibu menguntungkan?”
- Ibu Mujiati (UKM) : “Yang saya tahu pokoknya setiap hari dagangan terjual dan dapat uang untuk memproduksi lagi.”

Wawancara dengan Ibu Lulu (pelaku UKM Azanik dengan produk jagung bakar)

- Ibu Lulu (UKM) : “Pada masa pandemi ini saya bingung bu. Penjualan sedikit, sehari paling laku 5 biji harga Rp.7000,-. Kulakannya gak nutut bu, beli jagung satu karung itu besar kecilnya jagung gak sama jadi tidak semua jagung bisa dijual untuk jagung bakar. Jadi kalau yang kecil saya buat dadar jagung dan dijual keliling.”
- “Untuk masalah penetapan harga, kalau dihitung seperti teori gak nutut bu. Kalau kemahalan tidak ada yang beli, kalau murah saya rugi.”

Wawancara dengan Ibu Vonny (pelaku UKM Wiky dengan produk donat)

- Ibu Vonny (UKM) : “Untuk mengantisipasi kenaikan harga, saya biasanya memperkecil ukurannya tetapi rasa tetap sama. Masa pandemi ini, pembeli tidak tentu jadi kalau jualan kadang nunggu pesenan saja atau kalau pas ada acara bazar atau pameran. Kalaupun hari-hari biasa,

produk yang saya jual tidak perlu banyak-banyak karena masa pandemi seperti ini saya lebih memilih menunggu orderan saja dari pelanggan.”

Wawancara dengan Ibu Dina Melviana (pelaku UKM Nimels Kitchen dengan produk Brownies dan Desert)

Ibu Dina Melviana (UKM) : “Untuk harga bahan baku dan harga jual Alhamdulillah masih nututi walaupun laba yang saya dapat tidak banyak. Saya memproduksi brownies dan desert by order bu, sehingga meminimalkan resiko dan Alhamdulillah saya juga sudah punya pelanggan.”

Tahap II: Memberikan pencerahan kepada UMKM terkait pembuatan laporan keuangan berdasarkan SAK EMKM.

Kegiatan tahap ini dilakukan pada bulan Juni 2022. Pada tahap ini para pelaku usaha UMKM “Kali Kepiting Sejahtera” menerima materi terkait pendampingan terkait pencatatan keuangan usaha hingga penyusunan laporan keuangan. Materi yang diberikan pada kegiatan ini dilakukan secara tatap muka dan berdiskusi dua arah yang diikuti oleh 10 UMKM. Peserta diberi kesempatan untuk melakukan tanya jawab dan diskusi dengan dosen pendamping. Gambar 3 berikut merupakan dokumentasi pelaksanaan pengabdian masyarakat terkait penyusunan laporan keuangan.



Gambar 3. Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Tahap III: Pendampingan Pembuatan Laporan Keuangan.

Kasus pembuatan laporan keuangan diberikan kepada UMKM di tahap ini yakni meliputi pencatatan transaksi ke dalam buku kas dan selanjutnya ke buku besar, serta penyusunan laporan keuangan. Laporan keuangan yang diberikan meliputi laporan laba-rugi, neraca, serta Harga Pokok Produksi. Berdasarkan hasil

kegiatan yang telah terlaksana pada tahap ini, maka rencana tahapan berikutnya adalah memprasaranaikan UMKM Kali Kepiting Sejahtera untuk: (1) Melakukan penjualan produknya melalui *market place* seperti: *Go food* dan *Shopee food*, (2) Melakukan pendampingan pada UMKM tersebut dalam menggunakan aplikasinya untuk menjual produk.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dalam pelatihan pencatatan keuangan dan penyusunan laporan keuangan meliputi: 1) Pelaku UMKM di Kali Kepiting Sejahtera pada umumnya melaksanakan pencatatan keuangan dengan simpel yakni mencatat kas masuk serta keluar. Dengan demikian, catatan itu sebatas catatan secara insidental saja, tidak direkap dan tidak dilakukan secara kontinyu atau terus menerus. Hal tersebut menggambarkan bentuk pencatatan keuangan yang masih sederhana. (2) Setelah dilaksanakan pelatihan dan pendampingan terkait pencatatan dan penyusunan laporan keuangan UMKM, diharapkan para pelaku UMKM semakin baik dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya sehingga dapat digunakan sebagai sumber mata pencahariannya. (3) Diharapkan para pelaku UMKM semakin bersemangat dalam menjalankan usahanya setelah terlaksananya pelatihan dan pendampingan terkait laporan keuangan UMKM.

SARAN

Saran dalam kegiatan ini untuk para pelaku UMKM adalah sebagai berikut: (1) Diharapkan ibu-ibu para pelaku UMKM terus aktif melakukan pencatatan keuangannya secara periodik dan terus menerus sehingga dapat memberikan manfaat bagi para pelaku UMKM dalam menganalisis harga jualnya, perolehan labanya, kebutuhan modalnya dan lain sebagainya. (2) Apabila ibu-ibu pelaku UMKM telah melakukan pencatatan keuangannya secara rutin, diharapkan mampu menyusun laporan keuangan sehingga dapat mengajukan tambahan modalnya melalui Bank atau Lembaga keuangan lainnya. Hal tersebut memudahkan UMKM untuk memperoleh suntikan dana atau tambahan modal untuk menjalankan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Fauzi, H. (2020). Pelatihan Manajemen Keuangan bagi Pelaku UMKM Sebagai Upaya Penguatan UMKM Jabar Juara Naik Kelas. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 1(3): 247-255.
- Firmansyah, A., Arham, A. Dan Nor, A. M. E. (2019). Edukasi Akuntansi dan Bimbingan Teknis Penyusunan Laporan Keuangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Wikrama Parabita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 3(2): 57-63.
- Jati, H., Bala, B. dan Nisoni, O. (2004), Menumbuhkan Kebiasaan Usaha Kecil Menyusun Laporan Keuangan, *Jurnal Bisnis dan Usabawan*, II (8): 210–218.
- Mutiah, R. A. (2019). Penerapan Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM Berbasis SAK EMKM. *International Journal of Social Science and Business*. 3(3): 223-229.
- Santoso, A., Sulistyawati, A. I. dan Wahdi, N. S. (2021). Pemberdayaan UKM Melalui Penyuluhan Penyusunan

Laporan Keuangan. *Jurnal Abdikaryasakti*. 1(2): 99-106.

Suhairi, W. (2006), Persepsi Akuntan Terhadap Overload Standar Akuntansi Keuangan (SAK) Bagi Usaha Kecil dan Menengah, *Simposium Nasional Akuntansi*, 9.

Yusuf, R., Hernawati, E. Dan Hadiaty, F. (2021). Pencatatan Sederhana dan Penyusunan Laporan Keuangan Manual untuk Konveksi Rumah Rajut Dusun Babakan Cianjur Kabupaten Bandung. *Jurnal Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan*. 3(2): 115-120.

Preparation of UKM Financial Accounting Based on Umkm Financial Accounting Standards (Sak) on Kali Kepiting Sejahtera Industry

by Lailatul Amanah, Nur Handayani, Susanti, Muftiyatul Azizah

Submission date: 04-Sep-2023 09:18AM (UTC+0700)

Submission ID: 2157206451

File name: 5_JURNAL_MUJTAMA.docx (1.5M)

Word count: 2542

Character count: 16279

Preparation of UKM Financial Accounting Based on Umkm Financial Accounting Standards (Sak) on Kali Kepiting Sejahtera Industry

1 Penyusunan Laporan Keuangan Ukm Berbasis Standar Akuntansi Keuangan (Sak) Emkm Pada Umkm Kali Kepiting Sejahtera

Lailatul Amanah¹, Nur Handayani², Susanti³, Muftiyatu Azizah⁴

^{1,2,3,4}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

Email: ¹lailatulamanah@stiesia.ac.id, ²nurhandayani@stiesia.ac.id, ³susanti@stiesia.ac.id,

⁴muftiyatulazizah@stiesia.ac.id

Abstract, *Micro Small Medium Enterprises (MSME) is a trading business managed by an individual or a business entity that includes the criteria for a small or micro business. MSMEs as independent businesses managed by the community are also expected to carry out bookkeeping in their business. Small business actors usually only record transactions related to receipt and expenditure information without making financial reports. The weakness of MSMEs in preparing financial reports is due to low education, lack of understanding of Financial Accounting Standards (SAK). SAK EMKM (Financial Accounting Standards for Micro, Small and Medium Entities) designed as a simple accounting standard that can be used for micro, small and medium entities, so that MSMEs can prepare financial reports for accountability and decision-making purposes. SAK EMKM is a new system, usually it will be considered complicated and will not be used often by its users, especially the average MSME business actor from the community who is not from accounting and does not understand how to prepare financial reports based on generally accepted standards. Based on the existing problems, it is necessary to provide education and training on how to compile simple financial reports for MSME actors in accordance with SAK-EMKM. Continuous guidance and assistance needs to be carried out on MSMEs so that they can develop well and can help the family economy and the economy of the community in general.*
Keywords: *financial reports, financial accounting standards EMKM*

Abstrak, *Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah usaha dibidang perdagangan yang dilakukan perorangan ataupun badan usaha dalam lingkup usaha kecil atau mikro. UKM sebagai usaha mandiri yang dikelola oleh masyarakat diharapkan juga melakukan pembukuan dalam usahanya. Pelaku usaha kecil biasanya belum membuat laporan keuangan mereka hanya melakukan pencatatan transaksi penerimaan dan pengeluarannya saja. Kelemahan yang ada pada UKM dalam membuat laporan keuangan karena tingkat pendidikan yang masih rendah, pemahaman yang masih kurang terhadap Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang harus digunakan. SAK EMKM (Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil dan Menengah merupakan standar akuntansi sederhana yang dapat digunakan entitas mikro kecil dan menengah, dalam menyusun laporan keuangan yang dapat digunakan sebagai sarana akuntabilitas dan pengambilan keputusan. SAK EMKM dianggap susah dan tidak berguna karena rata-rata pelaku usaha UMKM dari masyarakat yang kerang memahami bagaimana menyusun laporan keuangan berdasarkan standar. Berdasarkan permasalahan tersebut maka perlu edukasi dan pelatihan bagi para pelaku UMKM mengenai bagaimana menyusun laporan keuangan sederhana yang sesuai dengan SAK-EMKM. Pembinaan dan pendampingan berkesinambungan dilakukan pada UMKM agar dapat berkembang lebih baik dan dapat membantu meningkatkan ekonomi baik keluarga maupun ekonomi masyarakat.*

Kata kunci: *laporan keuangan, standar akuntansi keuangan EMKM*

PENDAHULUAN

Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah usaha dibidang perdagangan yang dilakukan perorangan ataupun badan usaha dalam lingkup usaha kecil atau mikro (Yusuf *et al.*, 2021). UKM meskipun tergolong usaha kecil dalam kegiatan usaha tersebut dapat membantu

meningkatkan perekonomian di Indonesia, melalui UKM bias menciptakan lapangan kerja baru, memberi kontribusi pada pertumbuhan dan dapat meningkatkan kesejahteraan serta menambah devisa negara melalui pajak badan usaha (Fauzi, 2020).

UKM yang merupakan usaha mandiri dan dikelola oleh masyarakat diharapkan juga melakukan pembukuan dalam usahanya. Dalam menjalankan usahanya para pelaku usaha kecil biasanya belum melakukan penyusunan laporan keuangan, mereka hanya melakukan pencatatan transaksi yang berkaitan dengan informasi penerimaan dan pengeluarannya saja. Pencatatan keuangan secara sederhana tentu saja belum bisa memberikan deskripsi kegiatan ekonomi bisnis kecil yang mereka lakukan secara jelas. Dengan demikian para pelaku bisnis kecil diharapkan mampu menyusun laporan keuangan dengan tujuan perkembangan kegiatan usaha yang mereka lakukan dapat tergambarkan pada informasi yang ada dalam laporan keuangan.

Pencatatan keuangan memiliki beberapa fungsi antara lain adalah *planning*, *budgeting*, *controlling*, *auditing* dan *reporting*. *Planning* (perencanaan keuangan) merupakan kegiatan yang didalamnya termasuk kegiatan perencanaan dalam arus kas serta laba atau rugi perusahaan. *Budgeting* (anggaran) merupakan anggaran pada sisi penerimaan sekaligus pada sisi alokasi anggaran biaya yang efisien untuk memaksimalkan perolehan dana yang dimiliki. *Controlling* (pengendalian keuangan) digunakan untuk mengevaluasi dan memperbaiki keuangan dan sistem keuangan yang ada pada perusahaan. *Auditing* (pemeriksaan keuangan) dilakukan dengan tujuan bahwa penyusunan laporan keuangan telah sesuai standar akuntansi yang berlaku. *Reporting* (pelaporan keuangan) bertujuan untuk menyediakan informasi yang berkaitan dengan kondisi keuangan serta untuk melakukan analisa rasio pada laporan keuangan perusahaan (Firmansyah *et al.*, 2019).

UKM dapat dinilai kinerjanya berdasarkan laporan keuangan yang disusun secara periodik. Laporan keuangan bertujuan untuk menyajikan informasi posisi keuangan suatu usaha, kinerja keuangan, arus kas selama satu periode yang akan berguna dalam membuat keputusan ekonomis bagi para pengguna. Laporan keuangan juga bertujuan untuk memberikan input (informasi) yang berguna dalam pengambilan keputusan (Santoso *et al.*, 2021). Laporan keuangan yang harus disusun oleh para pelaku UKM adalah: (1) Laporan rugi laba untuk mengetahui perolehan laba dan rugi, (2) Laporan perubahan modal digunakan untuk mengetahui posisi modal sebelum dan sesudah kegiatan usaha dalam suatu periode, (3) Neraca berguna untuk menunjukkan posisi keuangan yang ditunjukkan pada aset, utang dan modal usaha, (4) Laporan arus kas bertujuan untuk memberi informasi mengenai aliran kas keluar dan masuk pada berbagai kegiatan yang meliputi kegiatan operasional, investasi dan pembiayaan usaha (Fauzi, 2020).

Pelaksanaan pencatatan akuntansi pada pelaku UKM dalam rangka penyusunan laporan keuangan bagi

UKM merupakan hal yang masih sulit. Suhairi (2006) menyatakan bahwa kelemahan dari kebanyakan pelaku UKM dalam membuat laporan keuangan karena masih rendahnya pendidikan, kurang memahami Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang berlaku. Kurangnya pengetahuan tentang pembukuan akuntansi, proses pencatatan akuntansi yang rumit, dan UKM beranggapan laporan keuangan bukan hal yang penting (Jati *et al.*, 2004).

Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang digunakan untuk pelaku UKM adalah Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Menengah (SAK EMKM). SAK EMKM merupakan standar akuntansi sederhana ditujukan untuk entitas mikro kecil dan menengah dalam kegiatan penyusunan laporan keuangan untuk mewujudkan akuntabilitas dan pengambilan keputusan. Laporan keuangan yang disusun UKM berguna untuk memperoleh pendanaan dari pihak lembaga keuangan dan pelaporan pajak. SAK EMKM merupakan sistem baru yang dianggap susah dan tidak berguna untuk pelaku usaha UKM yang rata-rata dari masyarakat kurang mengetahui bagaimana membuat laporan keuangan sesuai standar. Berdasarkan hal tersebut perlu adanya edukasi serta pelatihan bagi para pelaku UKM mengenai bagaimana menyusun laporan keuangan sederhana sesuai dengan SAK-EMKM (Mutiah, 2019).

Berdasarkan observasi di lapangan, mitra dalam kegiatan pengabdian adalah UKM Kali Kepiting, Kelurahan Pacar Kembang, Kec. Tambaksari, Kota Surabaya merupakan salah satu UKM yang memiliki potensi untuk dikembangkan. UKM Kali Kepiting merupakan UKM yang anggotanya ibu-ibu yang membuat aneka macam makanan dan minuman antara lain camilan, *cathering*, kue, minuman tradisional dan aneka sirup. Contoh produk dari UMKM Kali Kepiting dan nama-nama UMKM Kali Kepiting tersaji pada Gambar 1 dan Tabel 1 berikut.



Gambar 1. Produk UMKM Kali Kepiting

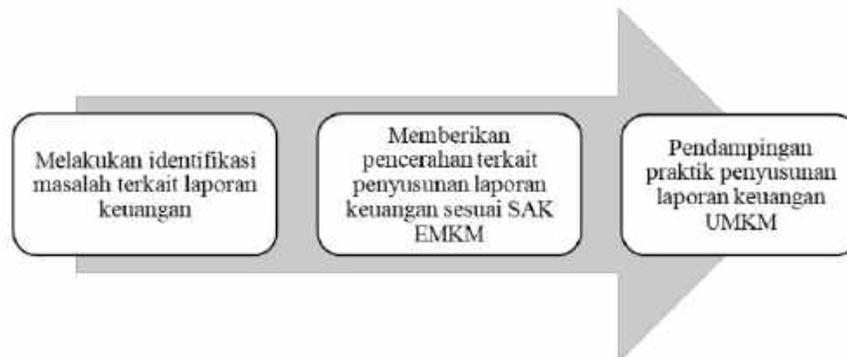
Tabel 1. Nama UMKM Kali Kepiting

NO	NAMA	UKM
1	Erna	UKM Pawon Cik Na
2	Mudjiati	UKM Barokah Jaya
3	Rani Muktiana	UKM Candra
4	Lulu	UKM Azanik
5	Vonny	UKM Wiky
6	Dina Melviana	UKM Nimels Kitchen
7	Hayatul Isna	UKM Nasi Uduk
8	Ismawati	UKM ROIS
9	Surayana N	UKM Mbok Yana
10	Tutik Mujiati	UKM Minuman Herbal

Permasalahan yang terjadi di UMKM Kali Kepiting, Kelurahan Pacar Kembang, Kecamatan Tambaksari, Kota Surabaya yaitu pengelolaan keuangan usaha yang tidak terpisah antara keuangan usaha dengan keuangan rumah tangga. Para pelaku UMKM belum mampu mengelola administrasi keuangan dengan benar, sehingga belum bisa mengukur seberapa besar pendapatan yang diterima dan pengeluaran untuk usaha belum dapat diidentifikasi secara jelas.

Permasalahan lain yang terjadi pada UKM adalah belum mempunyai kesadaran akan perlunya menyusun laporan keuangan. Belum adanya kesadaran tersebut disebabkan para UMKM merasa sulit dalam menyusun Laporan Keuangan, beberapa faktor penyebabnya adalah tingkat pendidikan sehingga menyebabkan kurangnya pemahaman terkait akuntansi. Masalah yang menjadi perhatian utama dalam pengembangan UMKM adalah mengenai pencatatan laporan keuangan berdasarkan standar yang berlaku yaitu SAK EMKM. Pembinaan dan pendampingan yang berkesinambungan perlu diberikan pada UMKM ini sehingga mampu berkembang dengan baik dan bisa membantu ekonomi keluarga khususnya dan ekonomi masyarakat pada umumnya.

METODE PELAKSANAAN



Gambar 2. Tahapan Pelaksanaan Pendampingan

Metode yang dipakai dalam melaksanakan kegiatan ini terdiri dari beberapatahapan, yaitu: (1) Melakukan Identifikasi masalah yang dihadapi oleh UMKM terkait laporan keuangan untuk UMKM. Pada tahapan ini dimulai dari pembentukan WA Grup, melalui grup ini dilakukan tanya jawab perihal pemahaman UMKM tentang pembukuan. Pembukuan dalam hal ini adalah laporan keuangan yang sesuai standar UMKM. (2) Memberikan pencerahan terkait penyusunan laporan keuangan sesuai standar EMKM. (3) Melakukan pendampingan praktik penyusunan laporan keuangan sesuai standar EMKM.

Pendampingan praktik penyusunan laporan keuangan terdiri dari pencatatan transaksi, menyusun laporan laba rugi, neraca, dan perhitungan harga pokok produksi yang merupakan persoalan inti dari penyusunan laporan keuangan

Berikut contoh lembar kerja untuk kegiatan pendampingan penyusunan laporan keuangan yakni Tabel 2 menyajikan buku kas, Tabel 3 menyajikan buku penjualan, Tabel 4 menyajikan buku pembelian, Tabel 5 menyajikan laporan laba rugi, dan Tabel 6 menyajikan neraca.

Tabel 2. Buku Kas

TANGGAL	URAIAN	PENERIMAAN	PENGELUARAN	SALDO/SISA
	JUMLAH			

Tabel 3. Buku Penjualan

TANGGAL	URAIAN	Jenis Barang			Jumlah
		Jus	Spageti	Roti	
	JUMLAH				

Tabel 4. Buku Pembelian

TANGGAL	URAIAN	Jumlah
	JUMLAH	

Tabel 5. Laporan Laba Rugi

Hasil Penjualan		
Penjualan Jus	
Penjualan Spageti	
Penjualan Roti	
Jumlah	
Harga Pokok Penjualan		(.....)
Laba Kotor	
Biaya-biaya		
Gaji karyawan	
Macam-macam biaya usaha	
Iuran Sampah	
Jumlah Biaya	
Laba (Rugi) Bersih Usaha	

Tabel 6. Laporan Keuangan-Neraca

ASET		LIABILITAS DAN EKUITAS	
Aset lancar	Liabilitas lancar
Investasi	Liabilitas jk. Panjang
Aset tetap	Liabilitas lain-lain
Aset tak berwujud	Total liabilitas
Aset lain-lain	Modal Tn. A
Total aset	Saldo Laba
		Total liabilitas dan ekuitas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan pada UMKM “Kali Kepiting Sejahtera” dilaksanakan dalam beberapa tahap berikut:

Tahap I: Identifikasi Masalah

Kegiatan ini dilakukan pada bulan Mei 2022. Pada tahap identifikasi yang berkaitan dengan permasalahan UMKM dalam pencatatan keuangan dan menyusun laporan keuangan UMKM. Identifikasi masalah ini menemukan fakta: masih banyak UMKM yang belum sepenuhnya mencatat seluruh transaksi keuangannya serta belum adanya pemisahan uang hasil usaha dengan uang pribadi.

Wawancara dengan pelaku UMKM berkaitan dengan harga pokok produksi, harga jual dan perolehan laba adalah sebagai berikut:

Wawancara dengan Ibu Mujiati (pelaku UKM Minuman Herbal)

- Lailatul Amanah (Narasumber) : “Apa produk yang Ibu hasilkan?”
- Ibu Mujiati (UKM) : “Minuman herbal, yang terdiri dari Jamu Sinom, Kunyit asam, timun Serut.”
- Lailatul Amanah (narasumber) : “Bagaimana cara Ibu mencatat setiap transaksi yang terjadi terkait dengan produk Ibu?”
- Ibu Mujiati (UKM) : “Saya tidak pernah mencatatnya.”
- Lailatul Amanah (Narasumber) : “Bagaimana cara Ibu mengetahui bahwa dagangan Ibu menguntungkan?”
- Ibu Mujiati (UKM) : “Yang saya tahu pokoknya setiap hari dagangan terjual dan dapat uang untuk memproduksi lagi.”

Wawancara dengan Ibu Lulu (pelaku UKM Azanik dengan produk jagung bakar)

Ibu Lulu (UKM) : “Pada masa pandemi ini saya bingung bu. Penjualan sedikit, sehari paling laku 5 biji harga Rp.7000,-. Kulakannya gak nutut bu, beli jagung satu karung itu besar kecilnya jagung gak sama jadi tidak semua jagung bisa dijual untuk jagung bakar. Jadi kalau yang kecil saya buat dadar jagung dan dijual keliling.”

“Untuk masalah penetapan harga, kalau dihitung seperti teori gak nutut bu. Kalau kemahalan tidak ada yang beli, kalau murah saya rugi.”

Wawancara dengan Ibu Vonny (pelaku UKM Wiky dengan produk donat)

Ibu Vonny (UKM) : “Untuk mengantisipasi kenaikan harga, saya biasanya memperkecil ukurannya tetapi rasa tetap sama. Masa pandemi ini, pembeli tidak tentu jadi kalau jualan kadang nunggu pesenan saja atau kalau pas ada acara bazar atau pameran. Kalaupun hari-hari biasa,

produk yang saya jual tidak perlu banyak-banyak karena masa pandemi seperti ini saya lebih memilih menunggu orderan saja dari pelanggan.”

Wawancara dengan Ibu Dina Melviana (pelaku UKM Nimels Kitchen dengan produk Brownies dan Desert)

Ibu Dina Melviana (UKM) : “Untuk harga bahan baku dan harga jual Alhamdulillah masih nututi walaupun laba yang saya dapat tidak banyak. Saya memproduksi brownies dan desert by order bu, sehingga meminimalkan resiko dan Alhamdulillah saya juga sudah punya pelanggan.”

Tahap II: Memberikan pencerahan kepada UMKM terkait pembuatan laporan keuangan berdasarkan SAK EMKM.

Kegiatan tahap ini dilakukan pada bulan Juni 2022. Pada tahap ini para pelaku usaha UMKM “Kali Kepiting Sejahtera” menerima materi terkait pendampingan terkait pencatatan keuangan usaha hingga penyusunan laporan keuangan. Materi yang diberikan pada kegiatan ini dilakukan secara tatap muka dan berdiskusi dua arah yang diikuti oleh 10 UMKM. Peserta diberi kesempatan untuk melakukan tanya jawab dan diskusi dengan dosen pendamping. Gambar 3 berikut merupakan dokumentasi pelaksanaan pengabdian masyarakat terkait penyusunan laporan keuangan.



Gambar 3. Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Tahap III: Pendampingan Pembuatan Laporan Keuangan.

Kasus pembuatan laporan keuangan diberikan kepada UMKM di tahap ini yakni meliputi pencatatan transaksi ke dalam buku kas dan selanjutnya ke buku besar, serta penyusunan laporan keuangan. Laporan keuangan yang diberikan meliputi laporan laba-rugi, neraca, serta Harga Pokok Produksi. Berdasarkan hasil

kegiatan yang telah terlaksana pada tahap ini, maka rencana tahapan berikutnya adalah memprasaranaikan UMKM Kali Kepiting Sejahtera untuk: (1) Melakukan penjualan produknya melalui *market place* seperti: *Go food* dan *Shopee food*, (2) Melakukan pendampingan pada UMKM tersebut dalam menggunakan aplikasinya untuk menjual produk.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dalam pelatihan pencatatan keuangan dan penyusunan laporan keuangan meliputi: 1) Pelaku UMKM di Kali Kepiting Sejahtera pada umumnya melaksanakan pencatatan keuangan dengan simpel yakni mencatat kas masuk serta keluar. Dengan demikian, catatan itu sebatas catatan secara insidental saja, tidak direkap dan tidak dilakukan secara kontinyu atau terus menerus. Hal tersebut menggambarkan bentuk pencatatan keuangan yang masih sederhana. (2) Setelah dilaksanakan pelatihan dan pendampingan terkait pencatatan dan penyusunan laporan keuangan UMKM, diharapkan para pelaku UMKM semakin baik dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya sehingga dapat digunakan sebagai sumber mata pencahariannya. (3) Diharapkan para pelaku UMKM semakin bersemangat dalam menjalankan usahanya setelah terlaksananya pelatihan dan pendampingan terkait laporan keuangan UMKM.

SARAN

Saran dalam kegiatan ini untuk para pelaku UMKM adalah sebagai berikut: (1) Diharapkan ibu-ibu para pelaku UMKM terus aktif melakukan pencatatan keuangannya secara periodik dan terus menerus sehingga dapat memberikan manfaat bagi para pelaku UMKM dalam menganalisis harga jualnya, perolehan labanya, kebutuhan modalnya dan lain sebagainya. (2) Apabila ibu-ibu pelaku UMKM telah melakukan pencatatan keuangannya secara rutin, diharapkan mampu menyusun laporan keuangan sehingga dapat mengajukan tambahan modalnya melalui Bank atau Lembaga keuangan lainnya. Hal tersebut memudahkan UMKM untuk memperoleh suntikan dana atau tambahan modal untuk menjalankan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Fauzi, H. (2020). Pelatihan Manajemen Keuangan bagi Pelaku UMKM Sebagai Upaya Penguatan UMKM Jabar Juara Naik Kelas. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 1(3): 247-255.
- Firmansyah, A., Arham, A. Dan Nor, A. M. E. (2019). Edukasi Akuntansi dan Bimbingan Teknis Penyusunan Laporan Keuangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 3(2): 57-63.
- Jati, H., Bala, B. dan Nisoni, O. (2004), Menumbuhkan Kebiasaan Usaha Kecil Menyusun Laporan Keuangan, *Jurnal Bisnis dan Usahawan*, II (8): 210–218.
- Mutiah, R. A. (2019). Penerapan Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM Berbasis SAK EMKM. *International Journal of Social Science and Business*. 3(3): 223-229.
- Santoso, A., Sulistyawati, A. I. dan Wahdi, N.S. (2021). Pemberdayaan UKM Melalui Penyuluhan Penyusunan

Laporan Keuangan. *Jurnal Abdikaryasakti*. 1(2): 99-106.

Suhairi, W. (2006), Persepsi Akuntan Terhadap Overload Standar Akuntansi Keuangan (SAK) Bagi Usaha Kecil dan Menengah, *Simposium Nasional Akuntansi*, 9.

Yusuf, R., Hemawati, E. Dan Hadiaty, F. (2021). Pencatatan Sederhana dan Penyusunan Laporan Keuangan Manual untuk Konveksi Rumah Rajut Dusun Babakan Cianjur Kabupaten Bandung. *Jurnal Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan*. 3(2): 115-120.

Preparation of UKM Financial Accounting Based on Umkm Financial Accounting Standards (Sak) on Kali Kepiting Sejahtera Industry

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

8%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

garuda.kemdikbud.go.id
Internet Source

8%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off



KEPUTUSAN

KETUA SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA SURABAYA

Nomor : A.91/01.3k/VII/2023

Tentang
**SUSUNAN DEWAN REDAKSI
JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS (JIMBis)**

- Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya,
Menimbang : 1. Bahwa agar pelaksanaan penerbitan dan materi yang tersaji dalam Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBis) sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan maka perlu adanya Dewan Redaksi.
2. Bahwa untuk mewujudkan maksud pada butir pertama tersebut di atas, maka perlu diterbitkan Surat Keputusan Ketua STIESIA Surabaya tentang Dewan Redaksi Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBis).
- Mengingat : 1. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.
2. Peraturan Pemerintah RI No. 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan.
3. Peraturan Pemerintah RI No. 17 Tahun 2010 jo. PP No. 66 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan
4. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 62 Tahun 2016 tentang Sistem Penjaminan Mutu Internal
5. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 3 tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi.
- Memperhatikan : 1. Statuta STIESIA Surabaya;
2. Rencana Strategis STIESIA Surabaya;
3. Surat Lembaga Jurnal Ilmiah Nomor: 001/LJI/VII/2023 tanggal 10 Juli 2023 tentang Permohonan Penerbitan SK Dewan Redaksi Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBis).

MEMUTUSKAN

- Menetapkan,
Pertama : Menetapkan dan mengesahkan susunan Dewan Redaksi Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBis) sebagaimana terlampir dalam surat keputusan ini.
Kedua : Memberikan hak dan kewajiban kepada Dewan Redaksi untuk menentukan isi dan materi jurnal.
Ketiga : Anggaran yang terkait dengan penerbitan jurnal dibebankan pada pos anggaran Lembaga Jurnal Ilmiah (LJI).
Keempat : Dengan terbitnya SK Susunan Dewan Redaksi JIMBis ini maka SK sebelumnya dinyatakan tidak berlaku.
Kelima : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan. Apabila terdapat kekeliruan dalam penetapan akan dilakukan pembetulan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Surabaya
Pada tanggal : 12 Juli 2023

Ketua,

Tembusan:

1. Ketua PERPENDIKNAS;
2. Wakil Ketua I, II, III;
3. Kepala Lembaga Jurnal Ilmiah (LJI);
4. Kepala PPM.



Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si, Ak., CA.



Lampiran SK Nomor: A.91/01.3k/VII/2023
Tanggal 12 Juli 2023

**SUSUNAN DEWAN REDAKSI
JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS (JIMBis)**

Penanggung Jawab	: Ketua STIESIA Surabaya
Nama Jurnal	: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBis)
Ketua Penyunting	: Muftiyatul Azizah
Fokus dan Ruang Lingkup	:
Fokus	: Artikel penelitian maupun artikel konseptual
Ruang Lingkup	: 1. Manajemen 2. Bisnis
Editor Bagian	: 1. Sri Suhandiah (Universitas Dinamika Surabaya) 2. Helmi Buyung Aulia Safrizal (Universitas Trunojoyo) 3. Hindah Mustika (STIESIA Surabaya) 4. Dian Palupi (STIESIA Surabaya) 5. Pontjo Bambang Mahargiono (STIESIA Surabaya) 6. Juwita Sari (STIESIA Surabaya) 7. Dewi Maryam (STIESIA Surabaya) 8. Anindhyta Budiarti (STIESIA Surabaya) 9. Dian Ratnasari Yahya (STIESIA Surabaya) 10. Rika Rahayu (STIESIA Surabaya) 11. Widhi Ariestianti Rochdianingrum (STIESIA Surabaya)
Reviewer	: 1. Suwitho (STIESIA Surabaya) 2. Suhermin (STIESIA Surabaya) 3. Triyonowati (STIESIA Surabaya) 4. Nur Laily (STIESIA Surabaya) 5. Murtiadi Awaluddin (UIN A'lauddin Makassar) 6. Daniel Joel Immanuel Kairupan (STIE YKPN Yogyakarta) 7. Nurmiati (Universitas Patria Artha)
Tim Copy Editing & Layout Editing	: 1. Trisulo Hadi Wardoyo 2. Rizky Amelia Soehary



Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si, Ak., CA.



KEPUTUSAN

KETUA SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA SURABAYA

Nomor : A.89/01.3k/VII/2023

Tentang

SUSUNAN DEWAN REDAKSI

JURNAL KREATIVITAS DAN INOVASI PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (KREANOVA)

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya,

- Menimbang : 1. Bahwa agar pelaksanaan penerbitan dan materi yang tersaji dalam Jurnal Kreativitas dan Inovasi Pengabdian kepada Masyarakat (KREANOVA) sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan maka perlu adanya Dewan Redaksi.
2. Bahwa untuk mewujudkan maksud pada butir pertama tersebut di atas, maka perlu diterbitkan Surat Keputusan Ketua STIESIA Surabaya tentang Dewan Redaksi Jurnal Kreativitas dan Inovasi Pengabdian kepada Masyarakat (KREANOVA).
- Mengingat : 1. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.
2. Peraturan Pemerintah RI No. 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan.
3. Peraturan Pemerintah RI No. 17 Tahun 2010 jo. PP No. 66 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan
4. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 62 Tahun 2016 tentang Sistem Penjaminan Mutu Internal
5. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 3 tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi.
- Memperhatikan : 1. Statuta STIESIA Surabaya;
2. Rencana Strategis STIESIA Surabaya;
3. Surat Lembaga Jurnal Ilmiah Nomor: 001/LJI/VII/2023 tanggal 10 Juli 2023 tentang Permohonan Penerbitan SK Dewan Redaksi Jurnal Kreativitas dan Inovasi Pengabdian kepada Masyarakat (KREANOVA).

MEMUTUSKAN

- Menetapkan,
Pertama : Menetapkan dan mengesahkan susunan Dewan Redaksi Jurnal Kreativitas dan Inovasi Pengabdian kepada Masyarakat (KREANOVA) sebagaimana terlampir dalam surat keputusan ini.
- Kedua : Memberikan hak dan kewajiban kepada Dewan Redaksi untuk menentukan isi dan materi jurnal.
- Ketiga : Anggaran yang terkait dengan penerbitan jurnal dibebankan pada pos anggaran Lembaga Jurnal Ilmiah (LJI).
- Keempat : Dengan terbitnya SK Susunan Dewan Redaksi Jurnal KREANOVA ini maka SK sebelumnya dinyatakan tidak berlaku.
- Kelima : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan. Apabila terdapat kekeliruan dalam penetapan akan dilakukan pembetulan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Surabaya
Pada tanggal : 12 Juli 2023

Ketua,

Tembusan:

1. Ketua PERPENDIKNAS;
2. Wakil Ketua I, II, III;
3. Kepala Lembaga Jurnal Ilmiah (LJI);
4. Kepala PPM.


Dr. Nur Fadrih Asyik, S. E., M.Si, Ak., CA.





Lampiran SK Nomor: A.89/01.3k/VII/2023
Tanggal 12 Juli 2023

SUSUNAN DEWAN REDAKSI
JURNAL KREATIVITAS DAN INOVASI PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (KREANOVA)

Penanggung Jawab	: Ketua STIESIA Surabaya
Nama Jurnal	: (Jurnal KREANOVA) Jurnal Kreativitas dan Inovasi Pengabdian kepada Masyarakat
Ketua Penyunting	: Hindah Mustika
Fokus dan Ruang Lingkup	: Ilmu Sosial dan Budaya Bisnis dan Manajemen Komunikasi dan Informasi Ekonomi Pembangunan
Editor Bagian	: 1. Eny Zuhrotun Nasyi'ah (Universitas Islam Malang) 2. Okto Aditya Suryawirawan (STIESIA Surabaya) 3. Yesa Cahyaning Ramadhani (STIESIA Surabaya) 4. Muktar Redy Susila (STIESIA Surabaya) 5. Yusmed Nurfaizal (Universitas Amikom, Purwokerto) 6. Muftiyatul Azizah (STIESIA Surabaya) 7. Mohammad Faisal (STIESIA Surabaya) 8. Susanti (STIESIA Surabaya) 9. Lydia Setyawardani (STIESIA Surabaya) 10. Widhi Ariestianti Rochdianingrum (STIESIA Surabaya)
Reviewer	: 1. Marsudi Lestariningsih (STIESIA Surabaya) 2. Nur Handayani (STIESIA Surabaya) 3. David Efendi (STIESIA Surabaya) 4. Fibriyani Nur Khairin (Universitas Mulawarman) 5. Nur Afifah (Universitas Tanjungpura Pontianak) 6. Sugianto (Universitas Tadulako) 7. Sultan Syah (Universitas Trunojoyo) 8. Mohd. Murtadha Mohamad (Universiti Teknologi Malaysia)
Tim Copy Editing & Layout Editing	: 1. Trisulo Hadi Wardoyo 2. Rizky Amelia Soehary

Ketua,



Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si, Ak., CA.