

## Pembinaan Pemasaran Digital dan Peningkatan Kualitas Laporan Keuangan pada Umkm Rafflesia di Kota Batam

**Dian Efriyenty, Hikmah, Khadijah**

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Putera Batam

**Abstract.** Based on the results of the interview in the field that Rafflesia SMEs have problems marketing the results of production and financial recording. In general, SME members have limitations in mastering the use of information technology facilities with marketing media that is not known to the public. The training method used is to provide training on cases of SME transactions that need to be completed from journals to financial statements accompanied by training using digital marketing through social media. The methods used in the construction of Rafflesia SMEs to be given are survey methods, lecture methods, discussion methods and training methods. Devotion has been carried out 5 times with material making financial statements and digital marketing management through shopee. Rafflesia Small and Medium Enterprises (SMEs) that have been built in digital development, need to conduct exercises independently in the daily practice of SME mothers in terms of doing product promotion media to increase sales. So that it can get used to its daily business needs. Small and Medium Enterprises (SMEs) that have been built can prepare financial statements independently, so that Rafflesia SMEs are able to compile sak-etap standard financial statements.

**Keywords:** *Digital Marketing; Financial statement; SMEs.*

**Abstrak.** Pelaksanaan kegiatan berupa Pembinaan Pemasaran Digital Dan Peningkatan Kualitas Laporan Keuangan Pada Usaha Kecil Menengah Rafflesia Di Kota Batam. Berdasarkan hasil wawancara dilapangan bahwa UKM Rafflesia ini memiliki permasalahan untuk melakukan pemasaran hasil produksi dan pencatatan keuangan. Secara umum, anggota UKM memiliki keterbatasan dalam menguasai penggunaan fasilitas teknologi informasi dengan media pemasaran yang tidak diketahui publik. Metode pelatihan yang digunakan adalah memberikan pelatihan tentang kasus-kasus transaksi UKM yang perlu dilengkapi dari jurnal sampai dengan laporan keuangan disertai pelatihan menggunakan pemasaran digital melalui media sosial. Metode yang digunakan dalam pembinaan UKM Rafflesia yang akan diberikan yaitu metode survei, metode ceramah, metode diskusi dan metode latihan. Pengabdian telah dilaksanakan sebanyak 5 kali dengan materi membuat laporan keuangan dan pengelolaan pemasaran digital melalui *shopee*. Pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) Rafflesia yang telah dibina dalam pembinaan digital, perlu adanya latihan-latihan secara mandiri dalam prakteknya sehari-hari yang dilakukan ibu-ibu UKM dalam hal melakukan media promosi produk untuk meningkatkan penjualan. Sehingga dapat membiasakan dalam kebutuhan usahanya sehari-hari. Usaha Kecil Menengah (UKM) yang sudah dibina dapat melakukan penyusunan laporan keuangan secara mandiri, sehingga UKM Rafflesia mampu menyusun laporan keuangan berstandar SAK-ETAP.

**Kata Kunci:** Pemasaran digital; Laporan keuangan; UKM

## PENDAHULUAN

Usaha Kecil Menengah (UKM) Rafflesia adalah kelompok UKM yang bergerak dalam bidang usaha kerajinan dan keterampilan yaitu *recycle craft*. Pada prosesnya yang melakukan daur ulang dari kemasan tisu, bungkus kopi, deterjen dan semua yang berbahan plastik. Sehingga menghasilkan tas, dompet, tempat tisu dan lainnya. Serta dilakukan penjahitan dengan beberapa anggota tim yang berjumlah 7 orang dari kelompok ibu-ibu rumah tangga. Awalnya, bisnis ini dibentuk pada tahun 2014 melalui bantuan modal dari Dinas Koperasi dalam bentuk bantuan untuk usaha mikro, kecil dan menengah. Ketua UKM ini yang bernama bu Sri Hartati yang beralamat Rindang Garden Blok B2 No. 04 Kelurahan Buliang Batu Aji Batam. Proses pemasarannya dilakukan pada musim Seleksi Tilawatil Qur'an (STQ) Kota, STQ Kecamatan, Bazar UKM di Radisson, Bazar Bank Sampah.

Dari pengamatan di lapangan dan wawancara, UKM Rafflesia mengalami masalah pemasaran produksi dan pengelolaan keuangan. Secara umum, anggota UKM memiliki keterbatasan dalam menguasai penggunaan fasilitas teknologi informasi dengan media pemasaran yang tidak diketahui publik. Salah satu bentuk pemasaran sering hanya digunakan dalam bentuk anggota keluarga UKM, tetangga dan oleh pameran kepada Dinas Koperasi dan UKM. Sementara memimpin kebutuhan untuk penggunaan dan penguasaan teknologi ini menjadi semakin mendesak, persaingan diberikan di pasar lokal, regional dan global, setiap pelaku bisnis harus mulai memberikan informasi dengan cepat dan akurat kepada kliennya. Demikian pula dengan kurangnya tingkat pengetahuan anggota dalam memahami sistem informasi atau komputer untuk memasuki persaingan pasar dunia, salah satunya melalui media pemasaran *online* yang jauh lebih dikenal dibanding pasar konvensional.

Permasalahan yang sedang dihadapi UKM Rafflesia, berdasarkan survey yang dilaksanakan adalah (1) Kurangnya pengetahuan UKM dalam manajemen pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk dalam skala yang lebih luas. (2). Minimnya pengetahuan tentang pemasaran digital, dalam mengadopsi perkembangan teknologi baru berbasis *online* dalam memasarkan produk. (3). Kurangnya pengetahuan tentang pengelolaan dan penyusunan laporan keuangan sesuai standar akuntansi keuangan entitas tanpa akuntabilitas publik. (4). Minimnya pengetahuan dan pemahaman komputerisasi akuntansi untuk para pelaku UKM Rafflesia.

Solusi yang ditawarkan dalam pengabdian ini akan diberikan adalah (1) Melakukan pembinaan pentingnya dasar-dasar manajemen usaha bagi para pelaku UKM, (2) Melakukan pembinaan masing-masing anggota UKM untuk memasarkan produk yang dihasilkan dengan pemasaran digital melalui *facebook*, *instagram* dan *shopee* untuk

memasarkan produk, (3) Melakukan pembinaan dalam menyusun laporan keuangan sesuai standar akuntansi keuangan (SAK-ETAP), (4) Melakukan pelatihan atau praktek langsung untuk transaksi-transaksi UKM menggunakan *Miscroft Excel* atau *Software Accouting* yang mudah dipahami.

Luaran yang diharapkan dari Pengabdian ini peningkatan *omzet* pada UKM Rafflesia yang bergerak dalam bidang jasa kerajinan dan keterampilan, memberikan pemahaman dan keterampilan kepada UKM, memberikan jasa pelatihan dan pembinaan berupa penyusunan laporan keuangan dan pendampingan, pelatihan pengelolaan pasar *online* dengan berbasis pemasaran digital bagi pengelola *facebook*, *shopee* dan *instagram* di pasar *online* UKM, serta pembuatan modul pembinaan agar bermanfaat bagi kegiatan bisnis UKM dan mahasiswa sebagai bahan ajar dalam penerapan contoh-contoh kasus menyusun laporan keuangan usaha kecil menengah dan pemasaran produk digital yaitu salah satunya perancangan pemasaran media sosial *facebook*, *instagram* dan *shopee* dan tak terlepas dari komunikasi di *Whatsapp* dan lain-lain.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan melakukan pembinaan akan dilaksanakan selama 12 Bulan (Dari Bulan November 2019-Oktober 2020), dimana kegiatan kunjungan untuk memberikan latihan pembinaan diberikan sebanyak 5 kali. Pada hari Senin dan Kamis pukul 13.00 WIB sampai dengan 15.30 WIB yang bertempat di Rindang Garden Blok B2 No.04 Kelurahan Buliang Batu Aji Batam. Kegiatan ini memiliki peran sebagai narasumber dari 3 orang Dosen dan 5 orang mahasiswa.

Adapun metode pelaksanaan Program terdiri dari: (1) Memberikan sosialisasi pentingnya melakukan pemasaran *online* serta dasar-dasar manajemen pemasaran. (2). Memberikan praktek secara langsung pembuatan media pemasaran digital untuk UKM Rafflesia di media sosial *facebook*, *instagram* dan *shopee* dan tak terlepas dari komunikasi di *Whatapp* dan lain-lain (3). Memberikan pengetahuan tentang pentingnya akuntansi untuk UKM serta dasar-dasar akuntansi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pembinaan pertemuan pertama diisi dengan sosialisasi tentang pentingnya dasar-dasar pemasaran untuk para pelaku usaha kecil menengah. Pada sesi ini pemateri memberikan pengenalan pemasaran dalam bentuk digital yang saat ini menjadi media pemasaran yang paling banyak digunakan oleh Pelaku usaha kecil dan menengah dalam memasarkan produknya dibandingkan dengan pemasaran yang masih konvensional, pada sesi ini terjadi diskusi antara audiens dengan pemateri mengenai pemasaran produk



yang telah dilakukan selama ini dan hasil yang didapatkan dari pemasaran yang sudah dilakukan.

Pembinaan pertemaun kedua dilanjutkan dengan praktek secara langsung pemasaran digital untuk pemasaran produk UKM Rafflesia. Pada sesi ini para *audiens* yang terdiri dari anggota UKM Raffelesia diperkenalkan beberapa media sosial yang dapat digunakan untuk pemasaran produk. Adapun produk yang dihasilkan oleh UKM ini adalah Tas, Dompot, Tempat Tissue yang berasal dari bahan-bahan yang sudah tidak digunakan lagi seperti pembungkus makanan dan minuman dan lain lain. Pada sesi ini di berikan praktek untuk membuat akun *Shopee*, mengupload foto-foto produk yang akan dijual, memilih jasa pengiriman barang, membuat link produk dan membalas chat dari *customer*. Untuk media Facebook sendiri sudah dilakukan oleh UKM Rafflesia untuk memasarkan produknya. Sedangkan untuk pemsaran melalui *Instagram* dilakukan dengan membuat satu akun *Instagram* untuk mengupload produk-produk yang sudah dibuat. Selanjutnya pada pertemuan ketiga, Materi diisi tentang gambaran umum akuntansi UKM dan peran penting akuntansi bagi UKM. Disertai Penjelasan Siklus akuntansi dari jurnal umum, buku besar, neraca saldo sampai dengan laporan keuangan. Pada sesi ini terjadi diskusi yang menarik antara *audience* dengan pemateri mengenai konsep dasar terkait usaha yang UKM tekuni.

Pembinaan selanjutnya di pertemuan keempat dilaksanakan hari Jumat, 15 Mei 2020, peserta diberikan praktik penyusunan laporan keuangan yang terdiri dari laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas serta transaksi pembelian dan transaksi penjualan. Pada sesi awal peserta bertanya dan berdiskusi tentang transaksi dan pencatatan yang telah mereka buat. Beberapa dari peserta masih kebingungan mencatat transaksi akuntansi. Sambil beristirahat dan menyantapi *snack* yang ada, diskusi dilanjutkan membahas penyusunan laporan keuangan dalam prakteknya. Selanjutnya Pembinaan pada hari kelima dilakukan dengan *review* dan tugas mandiri terhadap praktek penyusunan laporan keuangan dan pemasaran digital. Pada sesi ini dilakukan evaluasi bagi Tim pengabdian atas materi yang sudah dilakukan sebelumnya dengan memberikan *post tes*. Adapun *post tes* tersebut terdiri dari 2 materi yaitu mengenai pemasaran *digital* dan penyusunan laporan keuangan. Untuk pemasaran *digital* sendiri dilakukan evaluasi berupa pemasaran melalui *shopee*, *facebook* dan *Instagram* sedangkan untuk penyusunan laporan keuangan dilakukan membuat siklus akuntansi dari jurnal umum, buku besar, neraca saldo, sampai laporan keuangan.

## **SIMPULAN**

Pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) Rafflesia yang telah dibina dalam pembinaan digital, perlu dilakukan pelatihan-pelatihan yang dilakukan secara mandiri kepada ibu-ibu



UKM dalam hal melakukan media promosi produk untuk meningkatkan penjualan. Sehingga dapat membiasakan dalam kebutuhan usahanya sehari-hari. Selanjutnya Bagi Pelaku Usaha Kecil Menengah diharapkan dapat menerapkan penyusunan laporan keuangan sesuai dengan standar akuntansi yang diterapkan saat ini serta dapat menginputnya dan memiliki fungsi dan manfaat buat internal dan eksternal atau semua pihak-pihak yang berkepentingan.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Para penulis menyampaikan apresiasi penghargaan dan terima kasih kepada UMKM Raflesia atas waktu yang diberikan untuk melakukan pembinaan dan Universitas Putrea Batam atas kesempatan dan kepercayaan yang diberikan kepada para penulis untuk menjadi bagian dari tim narasumber pada kegiatan ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Dahen, L. D., & Nora. (2017). Pembinaan pengelolaan keuangan pada industri makanan ringan rakik maco di Kecamatan Bungkus Teluk Kabung Kota Padang. *Jurnal Parnita Abdi*, 1(2), 120–124. <https://doi.org/ISSN: 2580-3786>
- Hadiyati, E., Gunadi, & Arwani, I. (2018). Pelatihan tata kelola pemasaran produk berbasis mobile marketing UKM industri perak. *Jurnal Abdimas Unmer Malang*, 3(2), 33–43. <https://doi.org/ISSN: 2548-7159>
- Iwan Muhammad ridwan, A. fauzi, Aisyah, I., Susilawati, & Sofyan, I. (2019). Penerapan digital marketing sebagai peningkatan pemasaran pada UKM warung angkringan Bandung. *Jurnal Abdimas BSI*, 2(1), 137–142. <https://doi.org/E-ISSN: 2614-6711>
- Kementerian, K. (2015). UMKM Berpotensi Meningkatkan Pendapatan Negara.
- Purwana ES, Dedi, Rahmi, A. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>
- Yosephine, Andri, & Hanif. (2019). Pengembangan peningkatan kualitas pembuatan laporan keuangan sederhana home industry di lingkungan Kecamatan Matesih Karanganyar. *Wasana Nyata*, 3(1), 52–55. <https://doi.org/ISSN:2580-8443>

