

Kreatifitas Pengolahan Melinjo (*Gnetum Gnemon*) Menjadi Emping Dengan Memanfaatkan Media Sosial Sebagai Alat Promosi Penjualannya Dan Sosialisasi Pencatatan Keuangan Sederhana

Denny Kurniawan^{a,1}, Ani Ratmayani^{b,2}, Irna Maya Sari^{c,3}

^{a,b,c} Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sutomo*

¹dennycipare@gmail.com; ²anirahmayani.reni@gmail.com; ³irnasari.maya@gmail.com

Abstrak

UMKM merupakan suatu usaha yang potensial bagi perkembangan perekonomian di Indonesia sehingga dalam pelaksanaannya perlu dioptimalkan dan digali kembali potensi-potensi yang ada untuk peningkatan pembangunan ekonomi masyarakat. Di Kampung Perumasan Kelurahan Kalanganyar, Kecamatan Taktakan, Kota Serang Banten terdapat banyak UMKM yang cukup potensial, salah satunya adalah UMKM Emping Melinjo. Emping Melinjo adalah makanan yang berbahan dasar dari buah tangkil. Jika dilihat dari sisi kuantitas, tangkil yang ada di kampung Perumasan cukup banyak, hal ini yang mendorong UMKM Emping melinjo memiliki potensi usaha yang menjanjikan, minimal untuk membantu perekonomian masyarakat sekitar. Permasalahannya adalah UMKM tersebut kurang memiliki pengetahuan berkenaan dengan *digital marketing* dan belum adanya pengelolaan pencatatan keuangan. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pelatihan dan pendampingan terkait pemasaran *digital* dengan menggunakan *whatsapp*, *instagram*, *marketplace*, serta membuatkan buku catatan laporan keuangan sederhana.

Kata Kunci: UMKM; Pencatatan Keuangan; Pemasaran

Abstract

UMKM are a potential business for economic development in Indonesia so that in practice it is necessary to optimize and explore the existing potentials to increase community economic development. In Perumasan Village, Kalanganyar Subdistrict, Takakan District, Serang Banten City, there are many UMKM that have potential, one of which is Emping Melinjo UMKM. Emping Melinjo is a food made from saplings. When viewed from a quantity perspective, there are quite a lot of tanks in the Perumasan village, this is what encourages Emping melinjo UMKM to have promising business potential, at least to help the economy of the surrounding community. The problem is that these UMKM lack knowledge regarding digital marketing and there is no management of financial records. The results of this community service activity are providing training and assistance related to digital marketing using WhatsApp, Instagram, marketplaces, and making a simple financial report notebook.

Keywords: UMKM; Financial Statement; Marketing

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, Menengah atau biasa kita sebut UMKM adalah sebuah usaha yang dilakukan oleh badan usaha atau perorangan yang merupakan industri produktif. Perkembangan UMKM sangatlah pesat sehingga dapat dikatakan berjalan dengan baik (Habibah, 2021).

UMKM merupakan suatu usaha yang potensial bagi perkembangan perekonomian (Sarfiah et al., 2019) di Indonesia sehingga dalam pelaksanaannya perlu dioptimalkan dan digali kembali potensi-potensi yang ada untuk peningkatan pembangunan ekonomi masyarakat (Anggraeni, 2013). Selain itu, pengembangan UMKM juga perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya (Firdaus Thaha, 2020).

Pemerintah perlu meningkatkan perannya dalam memberdayakan UMKM disamping mengembangkan kemitraan usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha besar dengan pengusaha kecil, dan meningkatkan kualitas SDM dalam hal pengelolaan manajemennya (Idah & Pinilih, 2020).

Di Kampung Perumasan Kelurahan Kalanganyar, Kecamatan Taktakan, Kota Serang-Banten, banyak terdapat UMKM yang cukup potensial, salah satunya adalah

UMKM Emping Melinjo. Emping Melinjo adalah makanan yang berbahan dasar dari buah tangkil. Jika dilihat dari sisi kuantitas, tangkil yang ada di kampung Perumasan cukup banyak, hal ini yang mendorong UMKM Emping melinjo memiliki potensi usaha yang menjanjikan, minimal untuk membantu perekonomian masyarakat kampung perumasan.

Persoalan yang terjadi terutama dalam hal, pengelolaan pencatatan keuangan dan pemasarannya. Saat ini para pelaku UMKM emping melinjo di kampung perumasan belum melakukan pencatatan keuangannya, hal ini bisa dilihat dari tidak adanya laporan uang kas masuk dan keluar yang dicatat guna mengetahui modal yang dikeluarkan dan keuntungan yang didapat. Sehingga jika terjadi kesulitan keuangan, akan susah ditelusuri penyebabnya, (Irawati et al., 2020).

Dalam pemasaran produknya para pelaku UMKM masih menggunakan tipe pemasaran konvensional dan dalam proses administrasi pembukuan bisa dibilang belum sama sekali dilakukan (Saefullah, 2021). Solusi yang ditawarkan berkaitan dengan permasalahan yang dialami oleh mitra, tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat memberikan beberapa solusi.

Solusi yang diberikan berupa pelatihan (pembinaan dan pendampingan) yang

dilakukan dengan strategi kronologis atau bertahap. Pelatihan dilakukan dengan pemberian materi dan dari sisi pemasaran dan administrasi pencatatannya. Pelatihan dan pendampingan diberikan oleh para pengabdian yang berkompeten dengan bidang yang berkaitan dengan persoalan mitra.

Tujuan dari kegiatan ini adalah bagaimana pelaku UMKM memiliki pengetahuan, pemahaman dan keterampilan tentang pengelolaan keuangan UMKM yang baik dan benar, mampu mengembangkan penggunaan teknologi dalam hal media pemasaran produk untuk optimalisasi pemasarannya.

PROSEDUR

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini adalah strategi kronologis atau bertahap (Hardilawati, 2020). Adapun tahapannya sebagai berikut :

- a. Persiapan, pada tahap persiapan ini tim melakukan koordinasi kesemua pihak yang terlibat, survei lokasi, mempersiapkan alat dan bahan yang diperlukan dalam pelaksanaan kegiatan, menentukan jadwal dan penanggung jawab dari kegiatan pelaksanaan dilapangan.
- b. Pelaksanaan, pada tahap pelaksanaan ini tim melakukan kegiatan pembinaan dan

pendampingan pembuatan media pemasaran, dan pencatatan keuangan sederhana pencatatan laporan keuangan dibuat sederhana agar mudah diaplikasikan dalam praktek penggunaannya. Pada tahapan ini tim pengabdian menggunakan metode konseptual dan partisipatif, yakni dengan cara menggerakkan dan melibatkan anggota mitra di dalam setiap kegiatan yang berlangsung baik kegiatan pelatihan, pendampingan dan kegiatan-kegiatan lainnya, sehingga kegiatan dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan tujuannya.

- c. Evaluasi, tahapan ini menggunakan metode reflektif, yaitu metode yang bertujuan untuk mengevaluasi program bersama mitra, untuk mengetahui kekurangan dalam pelaksanaan program sehingga selanjutnya akan dapat diperbaiki, monitoring keberlanjutan program, dengan melakukan pendampingan pada masyarakat untuk memastikan keberlanjutan dan keberlangsungan program. Langkah-langkah evaluasi yang dilakukan meliputi kegiatan seperti: pengamatan, dan wawancara/diskusi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini di Kampung Perumasan Kecamatan Taktakan, Kota Serang Provinsi Banten dan dilaksanakan oleh tim mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sutomo.

Pada tahapan ini tim pengabdian melakukan kunjungan dan koordinasi ke Pemerintah Kampung Perumasan dan melakukan survey lokasi ke tempat pelaku UMKM emping melinjo yang ada di Kecamatan Taktakan. Dari hasil kegiatan ini tim pengabdian bisa mengetahui permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh mitra untuk selanjutnya menentukan solusi yang ditawarkan dan memilih UMKM yang dapat dilakukan pembinaan.

Pada tahapan pelaksanaan, tim pengabdian melakukan beberapa kegiatan yaitu sebagai berikut: (1) Penyuluhan dan pelatihan kepada masyarakat khususnya para pelaku UMKM emping melinjo dengan tujuan memberikan pengetahuan dan pemahaman dalam pengelolaan pencatatan UMKM, pengembangan media atau sarana pemasaran dengan cara memaksimalkan digital marketing baik dengan menggunakan aplikasi chat seperti *WhatsApp*, atau media sosial seperti *Instagram* dan *Marketplace Shopee* (Rifai & Meiliana, 2020).



Gambar 1. Tim Membantu UMKM



Gambar 2. Pembuatan Akun Shopee

(2) Pembuatan buku pencatatan keuangan sederhana yang bertujuan agar kegiatan ini dapat tercatat dengan baik, sehingga hasil dari aktivitas kegiatannya dapat terlihat guna memperoleh data sebagai bahan pengambilan keputusan bisnis.

LAPORAN LABA/RUGI		UMKM EMPING MELINJO		MEI 2022	
PENDAPATAN					
	Penjualan				
	Potongan Penjualan			0	
	TOTAL PENDAPATAN			0	
	Harga Pokok Penjualan			0	
	LABA (RUGI) KOTOR			0	
BIAYA USAHA					
	Biaya Gaji			0	
	Biaya Utilitas (telp, air, listrik, internet)			0	
	Biaya Marketing			0	
	Biaya Sewa			0	
	Biaya Transportasi dan Ekspedisi			0	
	Biaya Operasional			0	
	Biaya Legal			0	
	Biaya Administrasi			0	
	Biaya Lain-lain			0	
	TOTAL BIAYA USAHA			0	
	LABA (RUGI) BERSIH			0	

Gambar 3. Laporan Keuangan UMKM

Hasil analisis dari kegiatan yang sudah dilakukan, dapat dilihat bahwa: (1) Motivasi mitra sangat tinggi, hal ini dibuktikan dengan antusiasme, jumlah banyaknya pertanyaan mitra kepada narasumber pada saat penyuluhan dan pelatihan berlangsung. (2) Pengetahuan peserta mengenai pengelolaan keuangan UMKM meningkat,

hal ini bisa dilihat dari sudah adanya manajemen pembukuan dan pencatatan dari aktivitas usaha dalam bentuk pemasukan dan pengeluaran. (3) Praktek pendampingan pembuatan media sosial untuk memaksimalkan pemasaran produk (*Instagram* dan *Facebook*), pembuatan variasi rasa emping menjadi emping rasa manis, pedas, asin dan gurih, variasi kemasan.

Tahap evaluasi untuk meningkatkan inovasi dan pengembangan UMKM emping melinjo dari segi pemasaran dan produksi dilakukan dengan cara monitoring. Kriteria keberhasilan kegiatan ini dapat diukur dengan tercapainya 4 (empat) kriteria yang menjadi target capaian kegiatan, yaitu: tingkat partisipasi, tingkat pemahaman, tingkat keterampilan dan keberlanjutan.



Gambar 4. Sesi Foto Bersama

KESIMPULAN

Dari hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat, diperoleh kesimpulan sebagai berikut: Tim dari Universitas Sutomo yang terdiri dari mahasiswa dan dosen telah melaksanakan pelatihan, penyuluhan dan pendampingan kepada para pelaku UMKM emping melinjo di Kampung Perumasan dalam upaya memberikan inovasi dan pengembangan UMKM dari segi pemasaran dalam hal ini adalah pemanfaatan media sosial (*Instagram* dan *Facebook*) dan aplikasi chat (*Whatsapp*) untuk memaksimalkan penjualannya dan variasi-variasi yang dibuat meliputi variasi rasa, kemasan dan bentuknya.

UMKM emping melinjo di Kampung Perumasan merupakan usaha yang bisa diandalkan karena ketersediaan tangkil sebagai bahan dasar emping yang ada di Kampung Perumasan cukup banyak

REFERENSI

Anggraeni, Feni Dewi, Imam Hardjanto & Ainul Hayat. (2013). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha “Emping Jagung” Di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang).

sehingga mampu menopang perekonomian masyarakat Kampung Perumasan secara khusus serta memiliki peranan yang sangat vital dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi secara umum.

Pendekatan partisipatif, reflektif dan inovatif yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan pendekatan yang positif untuk menumbuhkan motivasi, pemahaman dan keterampilan masyarakat khususnya para pelaku UMKM emping melinjo di kampung Perumasan agar bisa bertahan dan mampu bersaing dengan jenis usaha-usaha yang lain.

Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya, 1(6).

Firdaus Thaha, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM Di Indonesia. Brand Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran, 2(1).

- Habibah, Lyandra Aisyah Margie, Adhitya Putri Pratiwi, Afridayani & Muhammad Ridwan. (2021). Pelatihan Akuntansi Dan Pengelolaan Keuangan Pada Umkm Ratengan. *ABDI LAKSANA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol. 2 No. 3.
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1).
<https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Papers “Pengembangan Sumber Daya Pedesaan Dan Kearifan Lokal Berkelanjutan IX,” 9(1).
- Irawati, W., Indrayani, L., & Barli, H. (2020). Tata Kelola Keuangan Sederhana bagi UMKM di Kapuk Muara. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 125-131.
- Saefullah, Encep, Arta Rusidarma Putra & Tabroni. (2021). Inovasi Dan Pengembangan Umkm Emping Melinjo Pada Masa Pandemi Covid-19 Dengan Optimalisasi Media Pemasaran Dan Alat Produksi. *Reswara : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* p-ISSN 2716-4861, e-ISSN 2716-3997 Volume: 2 Nomor: 2 Edisi Juli 2021.
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189.
<https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Rifai, Zanuar & Meiliana, D. (2020). Pendampingan dan Penerapan Strategi Digital Marketing Bagi UMKM Terdampak Pandemi Covid-19. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4).
<https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.540>