

Pelatihan Laporan Keuangan Sederhana dan Digital Marketing Sebagai Upaya Meningkatkan Laba Pada UMKM di Binjai Estate

Yusneni Afrita Nasution*¹, Yoga Alamsyah Putra², Mahmuddinsyah Lubis³

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

³Fakultas Ekonomi, Universitas Prima Indonesia

Email: yusneniafrita@umsu.ac.id

Abstrak: Kurangnya pemahaman para pelaku UMKM di Binjai Estate mengenai cara pembuatan laporan keuangan sehingga mempengaruhi kelangsungan usaha para UMKM, kesalahan dalam menentukan besarnya harga pokok penjualan mengakibatkan kesalahan dalam menentukan besarnya harga jual, sehingga mengakibatkan para UMKM kesulitan dalam meningkatkan daya saing yang nantinya akan mempengaruhi tingkat penjualan dan laba para UMKM. Dalam hal meningkatkan laba perusahaan digital marketing pada saat ini memiliki pengaruh yang cukup penting, sehingga pemahaman penggunaan media sosial dan online shop sebagai sarana penjualan sangat diperlukan. UMKM di Binjai Estate belum pernah melakukan promosi dan penjualan menggunakan digital marketing. Sehingga tujuan dari program pengabdian ini adalah untuk membantu pelaku UMKM meningkatkan penjualannya dengan memberikan pelatihan mengenai laporan keuangan sederhana dan mempromosikan dagangannya melalui sosial media dan onlie shop sehingga nantinya dapat meningkatkan penjualan UMKM. Metode yang digunakan adalah metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah UMKM Bandrek Jahe Merah sudah dapat menerapkan sistem laporan keuangan sederhana dan menerapkan digital marketing melalui aplikasi tiktok, Instagram dan tokopedia.

Kata kunci: Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), Laporan Keuangan, Digital Marketing, Penjualan

PENDAHULUAN

Dalam menjalankan sebuah bisnis atau usaha, pembukuan adalah salah satu hal penting yang harus dilakukan. Pembukuan adalah suatu proses yang mengacu pada kegiatan perorganisasian serta penyimpanan dokumen keuangan. Pembukuan tidak hanya perlu dilakukan oleh perusahaan berskala besar, tapi juga perlu diterapkan pada perusahaan berskala kecil seperti UMKM yang ingin berkembang.

Hal yang terpenting bagi pelaku UMKM adalah cara menghasilkan laba yang banyak tanpa repot melakukan pencatatan keuangan sesuai standar akuntansi. Padahal indikator keberhasilan dari sebuah usaha bukan hanya di nilai dari besar pendapatan ataupun labanya, diperlukan akuntansi yang disebut laporan keuangan untuk menganalisis kinerja keuangannya. Dengan adanya pencatatan dan penyusunan laporan keuangan pelaku usaha mengetahui kinerja perusahaan, perputaran dan posisi dana, informasi perhitungan pajak dan mempermudah kerjasama yang terkait keuangan ketika ketika ingin melakukan penambahan modal dengan peminjaman di Bank untuk mengembangkan usahanya.

Masalah yang dihadapi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah kesulitan pemasaran, keterbatasan inovasi dan teknologi, khususnya keterbatasan menyusun pembukuan sederhana (Rahmat & Suryakencana, 2016). Pembukuan transaksi keuangan adalah salah satu tugas penting dalam melakukan atau mencatat transaksi bisnis, seringkali pembukuan ini jarang dilakukan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) karena keterbatasan informasi di bidang akuntansi dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berfokus hanya pada bagaimana cara melakukan pemasaran (Juita, 2016).

Masyarakat di Kelurahan Binjai Estate memiliki beberapa persoalan yang terjadi diantaranya:

- a) Pelaku UMKM tida pernah melakukan pencatatan laporan keuangan
- b) Tidak mengertinya pelaku UMKM mengenai laporan keuangan

Melihat banyak UMKM yang pembukuannya masih sangat kurang bahkan tidak melakukan pembukuan, maka peran pemerintah dan lembaga-lembaga terkait akan sangat penting bagi UMKM untuk membantu memberikan pelatihan serta memberikan pemahaman tentang bagaimana pencatatan dan pelaporan keuangan yang baik (Sembiring & Elisabeth, 2018).

Tantangan lain yang dihadapi UMKM sehingga dapat mengganggu perkembangannya usahanya yaitu kesulitan UMKM untuk menentukan harga pokok penjualan dan harga jual yang tepat nantinya dapat mempengaruhi keuntungan dan keberlangsungan usaha mereka (Handayani, 2020). Kesalahan dalam menghitung



dan menentukan harga jual akan dapat mengakibatkan kerugian dan nanti pada akhirnya dapat membuat tutupnya usaha tersebut.

Dampak pandemi Covid hingga saat ini adalah penjualan para pelaku UMKM yang terus mengalami penurunan, sehingga diperlukan strategi khusus untuk dapat menaikkan penjualan para pelaku UMKM. Semakin maraknya penggunaan digital marketing dalam mempromosikan produk dan melakukan transaksi penjualan di Indonesia, sehingga hal ini memaksa para pelaku UMKM untuk dapat mengikuti perubahan perilaku konsumen dalam hal melakukan transaksi pembelian. Media sosial dan *online shop* memberikan kemudahan dalam hal mengakses informasi serta keefisienan waktu dan biaya sehingga hal ini lah yang membuat para konsumen berubah perilakunya dalam hal melakukan transaksi pembelian.

Digital marketing adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah merek atau produk menggunakan media digital atau internet dengan tujuan untuk menarik konsumen atau calon konsumen secara cepat. Media sosial juga bisa digunakan sebagai sarana *digital marketing* yang paling mudah untuk dimanfaatkan saat ini. Pemanfaatan media sosial seperti facebook, instagram dan *online shop* untuk pemasaran *online* lebih mudah dipelajari daripada pembuatan situs yang memerlukan keahlian khusus. Hal ini dapat menjadi stimulan perkembangan kewirausahaan dan keberlangsungan UMKM. Selain biaya yang murah dan tidak perlunya keahlian khusus dalam melakukan inisiasi awal, media sosial dianggap mampu berinteraksi secara langsung dengan calon konsumen (Hadi & Zakiah, 2021).

Kegiatan pengabdian ini dilakukan di Kelurahan Binjai Estate, Kecamatan Binjai Selatan, Provinsi Sumatera Utara. Di Kelurahan Binjai Estate terdapat berbagai jenis UMKM. Berdasarkan hasil observasi lapangan serta wawancara dengan perangkat kelurahan Binjai Estate dan masyarakat ditemukan permasalahan yaitu tidak pernah dilakukan pembukuan laporan keuangan UMKM serta penurunan penjualan UMKM, dan UMKM yang tidak mempunyai pengetahuan tentang *digital marketing*.

METODE

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara mengamati atau meninjau secara cermat dan langsung di lokasi pengabdian. Pada metode observasi dilakukan dengan terjun untuk mengamati secara langsung pemahaman pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Binjai Estate tentang



laporan keuangan sederhana dan *digital marketing* untuk pemasaran produk yang dijual.

2. Metode Wawancara

Metode wawancara/interview merupakan proses memperoleh keterangan yang dibutuhkan untuk pengabdian, dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan langsung kepada pelaku UMKM di Kelurahan Binjai Estate.

3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung. Pada kegiatan pengabdian ini melakukan dokumentasi berupa foto dan video yang dapat memperkuat kegiatan yang telah dilakukan

HASIL

1. Sosialisasi Pencatatan Laporan Keuangan Sederhana di UMKM Bandrek Jahe Merah

Bandrek Jahe Merah adalah salah satu UMKM yang berada di Kelurahan Binjai Estate. Ibu Sri Handayani adalah pendiri sekaligus pemilik UMKM Bandrek Jahe Merah yang telah beroperasi kurang lebih 10 tahun. Produk yang dihasilkan UMKM ini adalah minuman kesehatan yang berbahan baku utama dari jahe merah. Selama ini ibu Sri hanya melakukan pencatatan biaya-biaya produksi di sebuah buku biasa saja tidak pernah menggunakan laporan keuangan sehingga ibu Sri tidak mengetahui berapa pasti keuntungan yang diperoleh untuk setiap kali produksi bandrek jahe merah tersebut.

B-Buku	1. Jahe 5kg x 15.000	Rp 75.000,-
	2. Gula 1kg x 23.000	Rp 23.000,-
	5. G. Putih 8kg x 14.200	Rp 113.600,-
B.B. Bahan	1. Lemper	Rp 100.000,-
	3. Bawang	Rp 10.000,-
	6. Gas	Rp 25.000,-
B.T Kerja	7. B. Tenaga kerja pembuat	Rp 150.000,- (2 orang)
	8. Upah kerja pengeringan	Rp 50.000,- (1 orang)
	9. Upah Gilang	Rp 15.000,-
	10. Upah pengemas	Rp 25.000,-
Pemasaran	11. Kemasan botol x 40	Rp 52.000,-
	Plastik kerucut x 40	Rp 160.000,-
	Plastik fol	Rp 15.000,-
	11. Listrik	Rp 10.000,-

Gambar 1. Pencatatan Biaya Produksi Bandrek Jahe Merah Sebelum Pelatihan

Dengan dilakukannya Edukasi tentang pencatatan laporan keuangan, diharapkan nantinya dapat meningkatnya pemahaman dalam pembuatan laporan keuangan serta tentang pentingnya pencatatan laporan keuangan yang baik bagi para pelaku UMKM. Dan juga dapat mengerti mengapa pencatatan keuangan diperlukan untuk mengelola bisnis agar menjadi lebih maju.

BandrekJaheMerah			
Laba Rugi			
30 Agustus 2023 - 30 Agustus 2023			
Pendapatan			
	Penjualan		
		(4-40000) Pendapatan	Rp 2.000.000
	Penghasilan lain		
Total Pendapatan			Rp 2.000.000
Beban Pokok Penjualan			
		(5-50500) Biaya Produksi	Rp 818.600
Total Beban Pokok Penjualan			Rp 818.600
Laba Kotor			Rp 1.181.400
Biaya Operasional			
	Biaya Operasional		
	Biaya Lain-Lain		
Total Biaya Operasional			
Laba Bersih			Rp 1.181.400

Gambar 2. Perhitungan Biaya Per Produksi Setelah Dilakukan Pelatihan

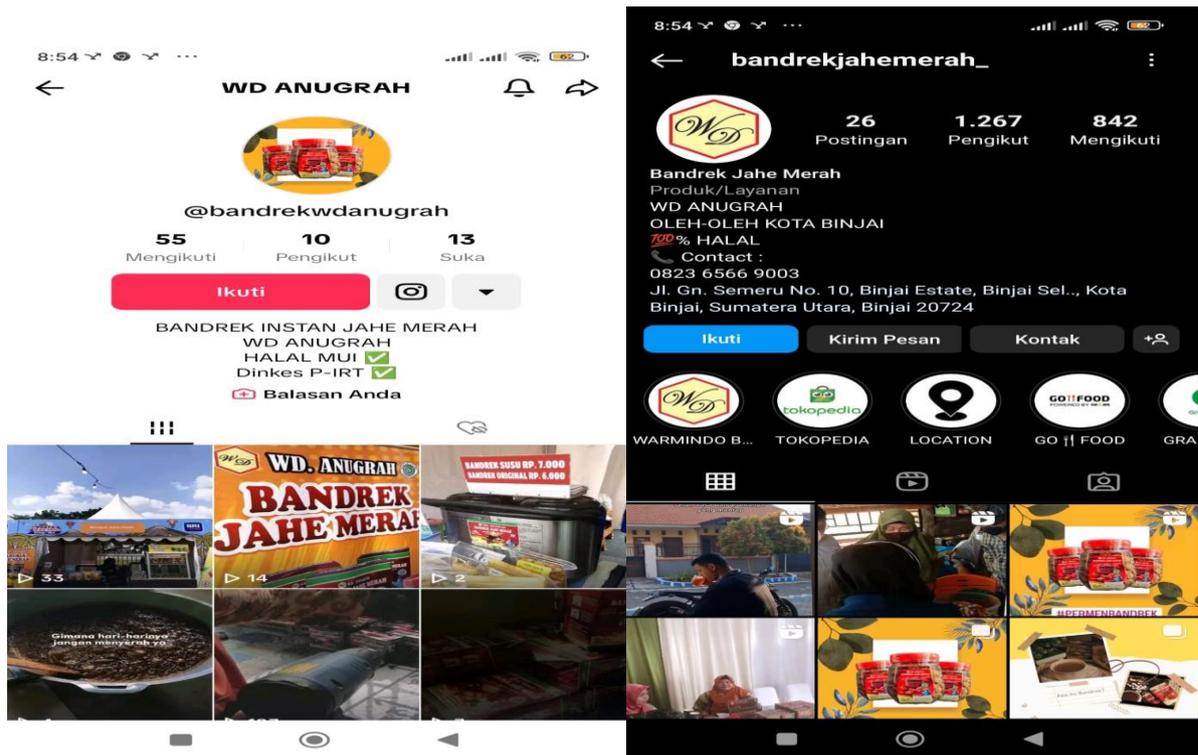
2. Sosialisasi *Digital Marketing* Kepada UMKM Bandrek Jahe Merah

Selama menjalankan usaha, Ibu Sri melakukan penjualan hanya dengan secara langsung yaitu dengan membuka toko didepan rumah dan menitipkan produknya di kedai-kedai sekitar daerah Binjai. Ibu Sri tidak pernah memasarkan dan menjual produknya melalui media digital, sehingga pemasaran Bandrek Jahe Merah terbatas hanya di daerah sekitar kota Binjai saja. Ibu Sri sulit melakukan promosi secara langsung ke luar daerah karena terkendala biaya untuk promosi dan brosur iklan. Sehingga Bandrek Jahe Merah hanya dikenal oleh masyarakat sekitar Binjai. Hal inilah yang menjadi kendala bagi Ibu Sri Untuk meningkatkan penjualannya sehingga keuntungan yang didapatkan juga belum cukup memuaskan.

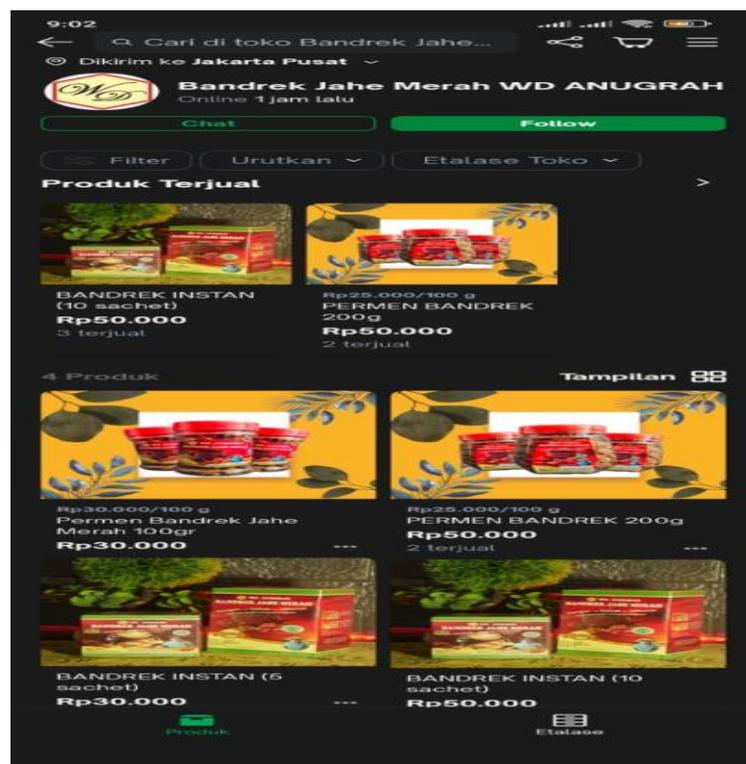


Gambar 3. UMKM Bandrek Jahe Merah

Dengan dilakukannya edukasi mengenai *digital marketing*, diharapkan nantinya UMKM Bandrek Jahe Merah lebih dikenal luas oleh masyarakat dan dapat melakukan penjualan melalui online shop, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan yang akan diperoleh UMKM Bandrek Jahe Merah. Dengan melakukan pemasaran secara digital UMKM Bandrek Jahe Merah dapat melakukan promosi secara efektif dan efisien. *Digital marketing* yang akan diterapkan untuk UMKM Bandrek Jahe Merah adalah melalui sosial media instragram dan tiktok, juga melalui *online shop* (Tokopedia).



Gambar 4. Akun Tiktok dan Instagram Bandrek Jahe Merah



Gambar 5. Online shop Bandrek Jahe Merah (Tokopedia)

KESIMPULAN

Adapun Kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan pengabdian ini yaitu:

- a) Kurangnya pemahaman dan pengetahuan pelaku UMKM di Kelurahan Binjai Estate tentang cara pembuatan dan manfaat dari laporan keuangan.

b) Kurangnya pengetahuan dan pemanfaatan *digital marketing* dalam meningkatkan penjualan usaha UMKM yang mereka kelola.

Sehingga dengan diadakannya pengabdian ini diharapkan para UMKM di Binjai Estate Memiliki kemampuan dalam melakukan pencatatan laporan keuangan sehingga dapat diterapkan dalam mengelola keuangan UMKM tersebut.

Serta Juga memiliki kemauan untuk dapat menerapkan digital marketing, karena digital marketing adalah salah satu sarana untuk memasarkan dan menjual produk yang paling efektif dan efisien karena memerlukan biaya yang relatif kecil dan jangkauan pasar yang luas tidak lagi terbatas hanya di wilayah Binjai saja. Pembelian secara online adalah hal yang paling diminati masyarakat saat ini, karena dapat menghemat waktu dan biaya bagi para konsumen. Diharapkan dengan melakukan digital marketing UMKM di Binjai dapat meningkatkan Penjualan yang pada akhirnya nanti dapat meningkatkan keuntungannya. UMKM Bandrek Jahe Merah telah menerapkannya melalui Instagram, Tiktok dan Tokopedia.

DAFTAR PUSTAKA

- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Untuk Bersaing Di Era Pandemi. *Competitive*, 16(1), 32–41. <https://doi.org/https://doi.org/10.36618/competitive.v16i1.1171>
- Handayani, R. (2020). Sosialisasi Perhitungan Harga Pokok Penjualan dan Harga. 6(1), 1–8.
- Juita, V. (2016). Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Sektor Jasa Perdagangan Di Padang, Sumatera Barat. *Jurnal Riset Akuntansi Terpadu*, 9(1), 120–139. <https://doi.org/10.35448/jrat.v9i1.4291>
- Rahmat, J., & Suryakencana. (2016). Masalah yang dihadapi Usaha Kecil Menengah di Indonesia. *Kajian dan Riset Manajemen Profesional*, 2(6), 15–34.
- Sembiring, Y., & Elisabeth, D. M. (2018). Penerapan Sistem Akuntansi Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Toba Samosir. *Jurnal Manajemen*, 4(2), 89–101. Diambil dari <https://e-resources.perpusnas.go.id:2089/id/publications/271129/penerapan-sistem-akuntansi-pada-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-kabupaten-toba>

