

PELATIHAN PEMBUKUAN KEUANGAN DAN PEMASARAN DIGITAL BAGI UMKM BINAAN LAZISMU KOTA MEDAN

Isra Hayati^{1*}, Syahrul Amsari², Ahmad Afandi³

^{1,2,3}Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia
israhayati@umsu.ac.id¹, syahrulamsari@umsu.ac.id², ahmad.affandi@umsu.ac.id³

ABSTRAK

Abstrak: Penggunaan aplikasi mobile dalam pencatatan keuangan digital berbasis mobil dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas UMKM. Dengan aplikasi pencatatan keuangan dengan aplikasi mobile memberikan beberapa manfaat bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dalam kegiatan ini dilakukan pelatihan terhadap 30 pelaku UMKM Binaan Lazismu Kota Medan, terkait manajemen pembukuan keuangan dan pemasaran digital. Tujuan pengabdian ini adalah memberikan pelatihan tentang pembukuan keuangan melalui Aplikasi BukuWarung dan pemasaran digital untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam memasarkan usahanya melalui media digital. Metode yang digunakan mencakup tahap pra-kegiatan, pelatihan dan pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Hasilnya sebesar 63% peserta merasakan dampak pelatihan ini terhadap peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta dalam pengelolaan pembukuan dan strategi pemasaran digital.

Kata Kunci: UMKM; Lazismu; BukuWarung; Pemasaran Digital; Pengabdian Masyarakat.

Abstract: *Using mobile applications in car-based digital financial recording can increase the efficiency and effectiveness of MSMEs. The financial record application, with a mobile application, provides several benefits for micro, small, and medium enterprises (MSMEs). In this activity, training was carried out on 30 MSME actors assisted by Lazismu Medan City, related to financial bookkeeping management and digital marketing. This service aims to provide training on financial bookkeeping through the BukuWarung Application and digital marketing to improve their skills in marketing their business through digital media. The methods used include the pre-activity stage, training and mentoring, and monitoring and evaluation. The result was that 63% of participants felt the impact of this training on increasing participants' knowledge and understanding of bookkeeping management and digital marketing strategies.*

Keywords: *MSMEs; Lazismu; Warung Books; Digital Marketing; Community Service.*



Article History:

Received: 30-07-2023

Revised : 21-08-2023

Accepted: 25-08-2023

Online : 01-10-2023



*This is an open access article under the
CC-BY-SA license*

A. LATAR BELAKANG

Pembangunan ekonomi Indonesia khususnya dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menunjukkan pertumbuhan yang cukup signifikan. Meskipun demikian, terdapat permasalahan global yang cukup mendasar, yakni UMKM belum mampu mengoptimalkan teknologi digital dalam pemasaran menghadapi tantangan karena faktor-faktor seperti latar belakang pendidikan yang rendah, kurangnya pengetahuan tentang internet, dan literasi teknologi yang tidak memadai (Afandi & Mursyid, 2022; Kurniawan & Asharudin, 2018; Suliswanto & Rofik, 2019). Penelitian telah menunjukkan bahwa sementara mayoritas UMKM telah mengintegrasikan literasi digital ke dalam strategi pemasaran mereka, hanya sebagian kecil yang melakukannya secara profesional (Amsari et al., 2022; Mutoharoh et al., 2020). Selain itu, kelompok usaha mikro terkecil, pengusaha solo, cenderung kurang memanfaatkan alat pemasaran digital karena sumber daya manusia yang terbatas dan pengetahuan tentang alat digital (Nikunen et al., 2017).

Kendala yang dihadapi oleh UMKM dalam mencatat pembukuan keuangan adalah rendahnya tingkat kesadaran dan pengetahuan mengenai pentingnya pencatatan keuangan, serta keterbatasan dana untuk memproduksi secara massal. Banyak UMKM yang masih melakukan pencatatan keuangan secara tradisional dan tidak memperhatikan penggunaan anggaran, pencatatan, pelaporan, dan pengendalian (Atmaja et al., 2021; Damayanti et al., 2021; Maharani et al., 2022). Selain itu, UMKM juga sering menghadapi kendala dalam hal pemisahan antara harta pribadi dan harta usaha, sehingga pencatatan laporan keuangan menjadi tidak akurat (Damayanti et al., 2021). Untuk mengatasi kendala tersebut, diperlukan aplikasi mobile yang dapat membantu UMKM dalam mencatat keuangan dengan lebih efisien dan akurat. Penggunaan aplikasi pencatatan keuangan berbasis Android telah terbukti membantu UMKM dalam mengelola keuangan usahanya (Aryanto & Farida, 2021).

Demikian pula beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra UMKM dalam kegiatan ini, mereka mengalami keterbatasan dalam melakukan pencatatan keuangan dan pemasaran digital. Alasan mengapa pengabdian ini perlu dilakukan adalah untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut sehingga UMKM dapat tumbuh dan berkembang lebih optimal. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini terdapat mitra UMKM binaan Lazismu Kota Medan yang berjumlah 30 orang.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi mobile dalam pencatatan keuangan digital berbasis mobil dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas UMKM. Dengan aplikasi pencatatan keuangan dengan aplikasi mobile memberikan beberapa manfaat bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pertama, aplikasi seluler memungkinkan UMKM untuk mengelola keuangan mereka secara lebih efektif dan efisien, menghasilkan laporan keuangan berkualitas lebih tinggi (Iriyadi et al., 2018). Kedua, otomatisasi pelaporan keuangan melalui aplikasi seluler

meningkatkan kecepatan dan akurasi pengambilan keputusan, yang mengarah pada keputusan bisnis yang lebih terinformasi (Anwar et al., 2021). Selain itu, aplikasi akuntansi seluler menyederhanakan penggunaan alat akuntansi, memungkinkan UMKM untuk menghitung biaya dan menentukan harga dengan lebih mudah (Susilowati & Sigit, 2020). Selain itu, pendekatan gamifikasi dalam aplikasi pencatatan keuangan berbasis seluler meningkatkan motivasi dan keterlibatan pengguna, membantu individu mengenali kondisi keuangan pribadi mereka dengan lebih baik (Hassan et al., 2013). Secara keseluruhan, aplikasi mobile untuk pencatatan keuangan menawarkan UMKM keuntungan dari efektivitas, efisiensi, akurasi, dan motivasi dalam mengelola keuangan mereka dan membuat keputusan yang tepat.

Mengacu pada hasil penelitian dan pengabdian tersebut, tawaran solusi yang diusulkan dalam pengabdian ini adalah melakukan pelatihan pembukuan keuangan dengan menggunakan aplikasi BukuWarung dan pelatihan pemasaran digital bagi UMKM binaan Lazismu Kota Medan. Aplikasi BukuWarung adalah aplikasi yang digunakan untuk mencatat transaksi keuangan dalam usaha kecil seperti warung atau toko. Ini membantu pemilik untuk melacak pendapatan, pengeluaran, dan hutang mereka (Muhtadin et al., 2021). Beberapa manfaat aplikasi BukuWarung diantaranya membantu pemilik usaha kecil melacak pendapatan dan pengeluaran harian mereka, Menyediakan cara sederhana dan efisien untuk mengelola catatan keuangan (Yusanto, 2022). Selain pelatihan pencatatan keuangan pelatihan pemasaran digital diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam memasarkan produknya. Tujuan yang ingin dicapai dalam pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM dalam mengelola pembukuan keuangan dan pemasaran digital. Diharapkan, melalui pelatihan ini, UMKM dapat lebih mandiri dalam mengelola usahanya dan mampu bersaing dalam pasar yang semakin digital.

B. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang diusulkan dalam pengabdian ini adalah melalui pelatihan dan pendampingan secara langsung. Pelatihan ini dirancang secara interaktif dan aplikatif, dengan tujuan agar mitra dapat langsung mempraktikkan apa yang telah dipelajari. Mitra dalam kegiatan ini adalah UMKM binaan Lazismu Kota Medan, yang berjumlah 30 orang. Para pelaku UMKM ini memiliki usaha di berbagai sektor, mulai dari kuliner, kerajinan tangan, hingga produk pakaian dan aksesoris. Langkah-langkah pelaksanaan kegiatan ini terbagi menjadi tiga tahap. Tahap pertama adalah pra kegiatan, yang mencakup koordinasi dengan pihak Lazismu Kota Medan dan persiapan materi pelatihan. Selain itu, dilakukan juga survei awal untuk mengetahui kondisi dan kebutuhan mitra.

Tahap kedua adalah kegiatan pelatihan itu sendiri. Dalam tahap ini, mitra akan diberikan pelatihan mengenai pencatatan pembukuan dengan aplikasi BukuWarung dan pemasaran digital khususnya melalui media sosial. Mitra akan dibimbing untuk mempraktikkan langsung penggunaan aplikasi dan strategi pemasaran yang telah dipelajari. Tahap terakhir adalah monitoring dan evaluasi. Evaluasi ini dilakukan untuk melihat sejauh mana pengetahuan dan keterampilan mitra meningkat setelah mengikuti pelatihan. Evaluasi ini melibatkan wawancara dan penyebaran kuisioner setelah kegiatan berlangsung guna mengukur hasil pengetahuan dan keterampilan peserta setelah dilakukan pelatihan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelatihan Pembukuan Keuangan dengan Aplikasi BukuWarung

Pelatihan ini bertujuan untuk membekali mitra dengan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola pembukuan keuangan dengan aplikasi BukuWarung. Materi yang diajarkan mencakup cara menginstall dan menggunakan aplikasi, melakukan pencatatan pendapatan dan pengeluaran, hingga melihat laporan keuangan melalui aplikasi. Dalam kegiatan ini, mitra dibimbing untuk mempraktikkan langsung penggunaan aplikasi BukuWarung di smartphone masing-masing, seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pelatihan Pembukuan Keuangan dengan Aplikasi BukuWarung

Pada Gambar 1 di atas terlihat Narasumber pertama Isra Hayati, M.Si sedang memberikan panduan menginstall serta dan menggunakan aplikasi BukuWarung, untuk pencatatan pendapatan usaha serta pengeluaran usaha para peserta, selain itu Narasumber juga memberikan panduan untuk melihat laporan keuangan pada aplikasi BukuWarung.

2. Pelatihan Pemasaran Digital

Pelatihan ini dirancang untuk membantu mitra dalam memahami dan memanfaatkan media sosial sebagai saluran pemasaran. Materi pelatihan mencakup pengenalan media sosial populer seperti Instagram dan Facebook, cara membuat konten yang menarik, hingga strategi promosi online. Mitra juga dibimbing untuk membuat dan mengelola akun media sosial untuk usahanya, seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Pemaparkan Materi Tentang Pemasaran Digital Marketing

Dari Gambar 2 di atas terlihat Narasumber kedua yaitu Syahrul Amsari, S.E.Sy.,M.Si sedang memberikan pelatihan kepada para peserta bagaimana memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram dan Youtube menjadi saluran pemasaran produk para peserta. Dalam sesi ini Narasumber kedua menjelaskan mulai dari pengenalan media sosial, bagaimana cara mudah untuk membuat konten yang menarik dengan menggunakan aplikasi Canva, serta cara melakukan promosi online.

3. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi dilakukan selama dan setelah pelatihan berlangsung. Selama pelatihan, tim pengabdian melakukan observasi dan kuisioner dengan mitra untuk memastikan bahwa mereka memahami dan dapat mempraktikkan apa yang telah diajarkan. Setelah pelatihan, dilakukan evaluasi berupa survei pengetahuan dan keterampilan untuk melihat sejauh mana peningkatan yang telah terjadi. Berdasarkan hasil observasi melalui kuisioner yang dilakukan untuk mengukur hasil peningkatan dan pengetahuan dan keterampilan peserta setelah mengikuti pelatihan ini, hasilnya terlihat bahwa terdapat 22% peserta menyatakan sangat setuju, 41% peserta menyatakan setuju dan 37% peserta menyatakan netral. Berdasarkan hal ini terlihat bahwa pelatihan ini memberikan dampak peningkatan pengetahuan dan keterampilan terhadap 63% peserta yang mengikuti kegiatan pelatihan ini. Kendala yang dihadapi selama pelatihan berlangsung antara lain keterbatasan akses internet dan kurangnya pengalaman mitra dalam menggunakan teknologi digital. Untuk mengatasi hal tersebut, diberikan bantuan teknis selama pelatihan dan disiapkan modul pelatihan yang dapat dipelajari oleh peserta setelah kegiatan selesai.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pelaksanaan dan evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat ini, dapat disimpulkan bahwa tujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM dalam mengelola pembukuan keuangan dan pemasaran digital telah tercapai. Dalam hal ini, sebesar 63% peserta merasakan dampak pelatihan ini terhadap kemampuan dan pemahaman peserta terkait penggunaan aplikasi BukuWarung dan

strategi pemasaran digital. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan teknologi digital sangat efektif dalam membantu UMKM untuk tumbuh dan berkembang. Dengan kemampuan baru ini, diharapkan UMKM binaan Lazismu Kota Medan dapat menjadi lebih mandiri dalam mengelola usahanya, serta dapat meningkatkan daya saingnya di pasar yang semakin digital.

Berdasarkan hal tersebut, ada beberapa saran yang dapat dilakukan dalam kegiatan yang sama di masa yang akan datang, dimana pengabdian masyarakat selanjutnya, mungkin bisa diteliti lebih lanjut tentang bagaimana meningkatkan literasi digital para pelaku UMKM, serta bagaimana membuat strategi pemasaran digital yang lebih efektif bagi UMKM. Di sisi lain, mungkin juga bisa dipertimbangkan untuk membantu UMKM dalam membuat dan mengelola toko online, sebagai bagian dari strategi pemasaran digital mereka. Diharapkan, melalui upaya-upaya tersebut, UMKM di Indonesia dapat terus tumbuh dan berkembang, serta dapat berkontribusi lebih banyak lagi bagi perekonomian nasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan dana dan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Apresiasi juga kami sampaikan kepada Lazismu Kota Medan yang telah memfasilitasi kegiatan ini serta para pelaku UMKM yang telah berpartisipasi dalam pelatihan.

REFERENSI

- Afandi, A., & Mursyid, F. H. (2022). Training for improving employee work ethics after the Covid-19 pandemic at the Faculty of Dentistry, University of North Sumatra. *Community Empowerment*, 7(5), 818–822. <https://doi.org/10.31603/ce.7041>
- Amsari, S., Hayati, I., & Afandi, A. (2022). Pelatihan Peningkatan Ekonomi Mustahik Melalui Program Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Pasca Pandemi Covid-19 Pada Lazismu Kota Medan. *MARTABE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(3), 974–981. <https://doi.org/10.31604/jpm.v6i3.974-981>
- Anwar, A. S. H., Amalia, F. A., & Oktavendi, T. W. (2021). Automasi Penyusunan Laporan Keuangan. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat (JANAYU)*, 2(1), 77–81. <https://doi.org/10.22219/janayu.v2i1.13247>
- Aryanto, A., & Farida, I. (2021). Persepsi Pengguna Aplikasi Pencatatan Keuangan Berbasis Android pada UMKM di Kota Tegal. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, Vol. 14 No. 2 (2021), 281–290. <https://doi.org/10.35143/jakb.v14i2.4713>
- Atmaja, H., Jalunggono, G., & Verawati, D. M. (2021). Pelatihan Laporan Keuangan Untuk Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jurnal Abdimas Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.31294/abdiekbis.v1i1.209>
- Damayanti, A., Nelyumna, Widyaningsih Azizah, & Bella Rusania Tisan Lie. (2021). Pembukuan Keuangan UMKM Binaan Posdaya Cempaka. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 3(1), 20–26. <https://doi.org/10.35814/suluh.v3i1.2427>
- Danford, S., Kasubi, J., & Kisumbe, L. (2014). A Challenge of Business Record Keeping for Tanzania Small and Medium Enterprises (SMEs): A Case of

- Madukani Ward-Dodoma Region. *European Journal of Business and Management*, 6(38), 82–88. www.iiste.org
- Hassan, R., Syahrin, M., Rahaman, A., Rosmadi Mokhtar, M., & Aman, A. (2013). *Mobile Accounting Version 1 Design of Mobile Costing Application for MSMEs Using Android*.
- Iriyadi, I., Maulana, M. A., & Yayuk, N. (2018). *Financial Reporting for Micro Small and Medium Enterprises Towards Industrial Revolution Era 4.0*. 32–38.
- Kurniawan, A., & Asharudin, M. (2018). Small And Medium Enterprises (SMES) Face Digital Marketing. *Muhammadiyah International Journal of Economics and Business*, 1(2), 115–120. <https://doi.org/10.23917/mijeb.v1i2.9367>
- M, N., & OH, B. (2017). An Analysis of Bookkeeping Practises of Micro-Entrepreneurs in the Retail Clothing Industry in Cape Town, South Africa. *Journal of Entrepreneurship & Organization Management*, 06(02). <https://doi.org/10.4172/2169-026X.1000216>
- Maharani, B., Saputri, A. Y., Wardani, A. K., Astuti, W. W., A'idah, W. L., & Pangestu, F. A. (2022). Penyuluhan Dan Pelatihan Pemasaran Digital, Adminitrasi Keuangan Dan Hak Kekayaan Intelektual Bagi Pelaku Umkm Di Desa Madyocondro. *Taroa: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 60–68. <https://doi.org/10.52266/taroa.v1i1.768>
- Muhtadin, Bahruddin, I., Rizki, M., Qurratul, R., & Wiwik Rahayu, A. (2021). *Sosialisasi Manajemen Bisnis Syariah Dan Pendampingan Pelatihan Penggunaan Aplikasi Bukuwarung Pada Warung/Toko Di Kelurahan/Desa Kecamatan Senyerang*. www.ejurnal.an-nadwah.ac.id
- Mutoharoh, Winarsih, & Zahrah Buyong, S. (2020). Digitalization Of Accounting Information Impact On MSMEs' Profitability And Productivity. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga*, 5(2), 867. <https://doi.org/10.31093/jraba.v5i2.233>
- Nikunen, T., Saarela, M., Oikarinen, E.-L., Muhos, M., & Isohella, L. (2017). Micro-Enterprises' Digital Marketing Tools for Building Customer Relationships. *Management*, 171–188. <https://doi.org/10.26493/1854-4231.12.171-188>
- Rusmianto. (2011). Studi Pendahuluan Penerapan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmiah ESAI*, 5(1).
- Suliswanto, M. S. W., & Rofik, M. (2019). Digitalization Of Micro, Small & Medium Enterprises (MSMEs) In East Java, Indonesia. *Muhammadiyah International Journal of Economics and Business*, 2(1), 34–43. <https://doi.org/10.23917/mijeb.v2i1.9380>
- Susilowati, S., & Sigit, A. R. (2020). Design and Build Daily Android-Based Financial Applications. *International Journal of Information System & Technology Akreditasi*, 2(2), 159–165.
- Tamiru Tefera, K. (2018). Perceptions of Financial Records Keeping and Reporting Practices Among Micro and Small Enterprises'. In *Research Journal of Finance and Accounting www.iiste.org ISSN* (Vol. 9, Issue 23). Online. www.iiste.org
- Yusanto, Y. (2022). Sosialisasi Pembukuan Keuangan Menggunakan Aplikasi BukuWarung bagi Pelaku Usaha Warung Sembako di Desa Csitu Kabupaten Serang Banten. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 2(1), 69. <https://doi.org/10.33394/jpu.v3i1.4844>