

---

## **Penerapan Sistem Informasi UMKM (SI-UM) berbasis web untuk meningkatkan pemasaran dan pengelolaan keuangan sahabat UMKM NTB**

**Kurniadin Abd Latif<sup>1</sup>, Rini Adriani Auliana<sup>2</sup>, Rifqi Hammad<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Rekayasa Perangkat Lunak, Teknik, Unnivesitas Bumigora, Indonesia

<sup>2</sup>Akuntansi, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bumigora, Indonesia

Penulis korespondensi : Kurniadin Abd Latif

E-mail : kurniadin@universirtas bumigora.ac.id

Diterima: 29 September 2024 | Direvisi: 13 Oktober 2024 | Disetujui: 15 Oktober 2024 | © Penulis 2024

### **Abstrak**

Sahabat UMKM NTB merupakan salah satu komunitas UMKM yang ada di provinsi Nusa Tenggara Barat. Sahabat UMKM NTB sebagai mitra dalam kegiatan pengabdian ini memiliki anggota lebih dari 50 yang terlibat pada kegiatan tersebut. Permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah permasalahan dalam bidang pemasaran dan pengelolaan keuangan. Solusi yang ditawarkan oleh tim pengabdian adalah penerapan sistem informasi UMKM yang dapat membantu dalam pemasaran dan pengelolaan keuangan. Sehingga tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah membantu mitra dalam menerapkan sistem informasi UMKM yang dapat membantu mitra dalam pemasaran produk UMKM dan juga pengelolaan keuangannya. Metode yang dilakukan dalam kegiatan ini terdiri dari 6 tahapan yaitu sosialisasi, pengembangan sistem informasi, pelatihan pendampingan, evaluasi dan keberlanjutan program. Hasil dari kegiatan ini adalah berupa penerapan sistem informasi UMKM yang dapat digunakan oleh mitra dalam membantu mengatasi permasalahan di bidang pemasaran dan pengelolaan keuangan.

**Kata kunci:** sahabat UMKM; pengabdian; sistem informasi umkm; pemasaran; pengelolaan keuangan

### **Abstract**

Sahabat UMKM NTB is one of the MSME communities in West Nusa Tenggara province. Sahabat UMKM NTB as a partner in this service activity has more than 50 members involved in the activity. The problems faced by partners are problems in marketing and financial management. The solution offered by the service team is the implementation of an MSME information system that can assist in marketing and financial management. So that the purpose of this service activity is to assist partners in implementing MSME information systems that can help partners in marketing MSME products and also managing their finances. The method carried out in this activity consists of six stages, namely socialization, information system development, mentoring training, evaluation and program sustainability. The result of this activity is the implementation of an MSME information system that can be used by partners in overcoming problems in marketing and financial management.

**Keywords:** sahabat UMKM; devotion; MSME information system; marketing; financial management

---

## **PENDAHULUAN**

Sahabat UMKM NTB adalah salah satu komunitas di Nusa Tenggara Barat yang dibentuk dengan fokus pada pemberdayaan masyarakat. Sahabat UMKM NTB didirikan pada tahun 2019 dengan cakupan daerah saat ini di Lombok Timur dan Lombok Barat. Beberapa misi dari sahabat UMKM adalah membawa UMKM Indonesia ke pasar digital dan melekat teknologi serta membuka dan memperluas jaringan para pelaku UMKM (Rachmadita Dwi Pramesti et al., 2022). Beberapa program utama yang diusung oleh Sahabat UMKM adalah peningkatan kompetensi pelaku UMKM serta Go

Digital dan Melek Teknologi. Namun karena kondisi dan permasalahan yang dihadapi oleh Sahabat UMKM saat ini, maka program utama sahabat UMKM belum berjalan secara optimal.

Kondisi saat ini Sahabat UMKM NTB memiliki anggota sebanyak 192 anggota dengan berbagai klaster produk. Klaster-klaster tersebut terdiri dari klaster FnB (kue kering, minuman, *catering*, *rice bowl*), klaster kriya (kerajinan, mutiara, *handycraft*), klaster *fashion* (baju, tas, kain tenun), klaster Benangqu (rajutan). Anggota Sahabat UMKM masih melakukan pemasaran dengan cara menitipkan produknya pada toko fisik, bazar dan juga media sosial pribadi dari masing-masing anggotanya. Hal tersebut menyebabkan jangkauan pemasaran produk menjadi terbatas sehingga produk mereka kurang dikenal oleh Masyarakat lokal, nasional dan internasional. Meskipun banyak produk UMKM yang memiliki potensi dan nilai jual yang tinggi seperti produk UMKM klaster kriya dan kuliner, namun kegiatan pemasaran dari anggota Sahabat UMKM tidak terpantau dengan baik. Oleh sebab itu permasalahan prioritas yang dihadapi oleh sahabat UMKM adalah terbatasnya jangkauan pemasaran produk yang menyebabkan minimnya pendapatan (Abdullah, Malik, Adan, & Dja'wa, 2021) dari anggota sahabat UMKM serta minimnya monitoring pemasaran dari anggota Sahabat UMKM. Selain itu, permasalahan lain yang dihadapi oleh sahabat UMKM adalah berkaitan dengan pengelolaan keuangan yang mana pada saat ini pengelolaan keuangan yang dilakukan masih berfokus pada pembukuan manual dengan menggunakan buku besar. Pengelolaan keuangan dengan pembukuan manual menimbulkan beberapa kendala seperti pembuatan laporan keuangan membutuhkan waktu yang relative lebih lama (Warmana, Sholihah, & Trisnaningtyas, 2023), dan memungkinkan adanya kesalahan baik dalam perhitungan maupun pencatatan karena masih dilakukan secara manual (Riyadli, Arliyana, & Saputra, 2020).

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh sahabat UMKM, solusi yang ditawarkan oleh tim pengabdian berupa pengembangan Sistem Informasi UMKM (SI-UM) yang dari sistem informasi ini diharapkan dapat membantu anggota sahabat UMKM dalam memasarkan produknya dengan jangkauan nasional maupun internasional (M. Hasanah, Jumriani, Juliana, & Kirani, 2021), (N. Hasanah & Triandi, 2022). Selain itu SI-UM juga dapat digunakan untuk membantu mitra dalam pengelolaan keuangannya serta mengotomatisasi pembuatan laporan keuangan dan juga membantu untuk meminimalisasi kesalahan dalam pencatatan dan perhitungan keuangan (Sari, Syahputra, & Arsyah, 2021).

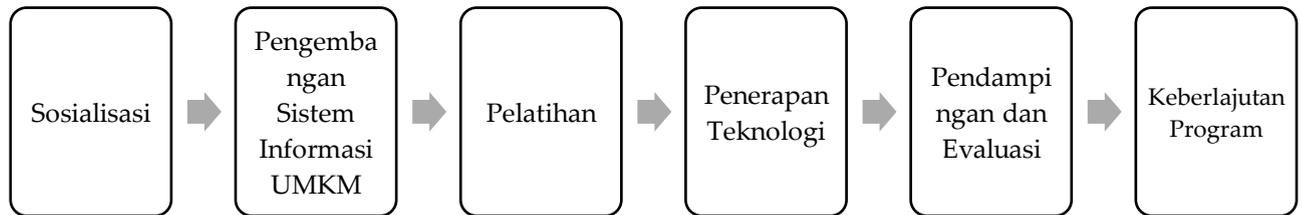
Tujuan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah membantu Sahabat UMKM NTB dalam melakukan pemasaran produk dengan memanfaatkan teknologi tepat guna, yaitu dengan cara mengembangkan SI-UM (Sistem Informasi UMKM). SI-UM (Sistem Informasi UMKM) adalah sebuah sistem informasi berbasis web yang dapat dimanfaatkan oleh Sahabat UMKM NTB untuk melakukan pemasaran produk (Putri, Widyastuti, Maidani, & Nilasari, 2024), *branding* dan pengelolaan keuangan, selain itu SI-UM ini dapat digunakan oleh para konsumen dalam memesan (Lubis & Lufriansyah, 2024), membeli maupun *branding* produk Sahabat UMKM NTB. Pemasaran digital sebagai strategi pemasaran sangat baik (Gadzali, Firdaus, Hidayat, & Karlina, 2023), (Hasan, Handoko, Salim, Rohaizat, & Hulu, 2022) dilakukan karena memiliki jangkauan yang luas dan memiliki segmentasi pasar yang luas (Agus Triyadi, 2021). penerapan teknologi digital marketing di era digital ini dapat memudahkan para pelaku bisnis untuk membangun citra merek yang di keluarkan baik dimata masyarakat eksternal maupun internal (Rohmawati, Selvia, Monica, Welizaro, & Saputra, 2021). Beberapa penelitian mengungkapkan bahwa Pemasaran Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Ekonomi (Diana, Rahayu, & Zannah, 2023; Ramida, 2022; Saputri, 2022). Selain pembuatan dan pengembangan sistem informasi UMKM, kegiatan pengabdian ini juga bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan terkait pengelolaan sistem informasi sebagai media pemasaran dan pengelolaan keuangan berbasis digital.

## METODE

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh mitra (Sahabat UMKM NTB) secara garis besar terdapat 2 bidang permasalahan yaitu pada bidang pemasaran dan manajemen keuangan. Pada bidang pemasaran yaitu kurangnya saluran pemasaran yang digunakan oleh mitra sebagai cara memasarkan produknya, sehingga perlu penambahan saluran berupa pemanfaatan teknologi berupa sistem

Penerapan Sistem Informasi UMKM (SI-UM) berbasis web untuk meningkatkan pemasaran dan pengelolaan keuangan sahabat UMKM NTB

inforamasi berbasis web. Sedangkan pada bidang manajemen yaitu kurangnya pemahaman anggota mitra dalam pengelolaan keuangan usaha yang dimilikinya. Berikut merupakan tahapan pelaksanaan pengabdian yang melibatkan lebih dari 50 anggota Sahabat UMKM NTB terdapat pada Gambar 1 .



**Gambar 1.**Tahapan Pelaksanaan Pengabdian.

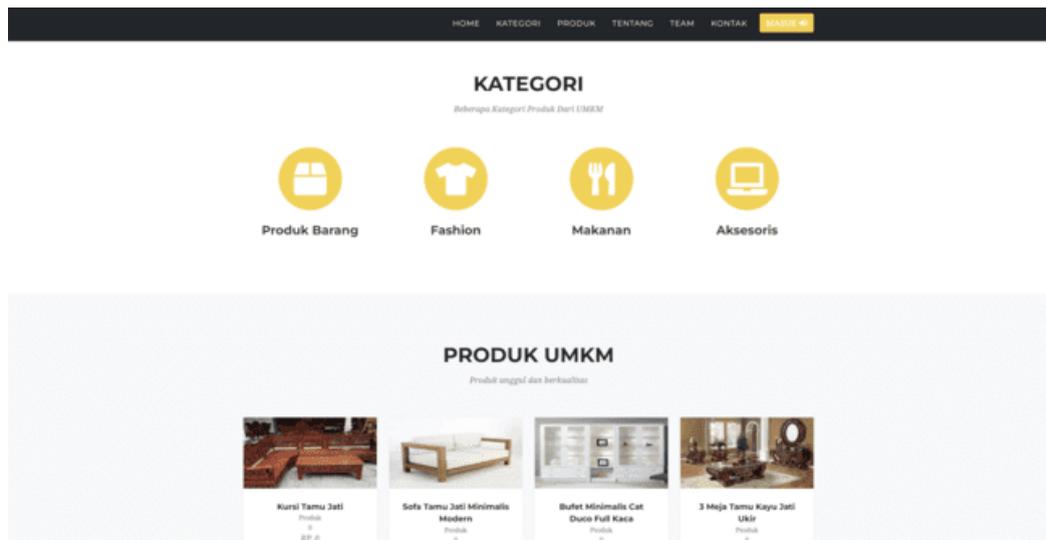
Gambar 1 menunjukkan tahapan yang dilakukan pada kegiatan pengabdian ini. Adapun tahapan pelaksanaan dari kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut :

1. Sosialisasi  
Pada tahap ini dilakukan kegiatan sosialisai yaitu sosialisasi program hibah kepada mitra. Pada tahap ini juga tim PkM melakukan identifikasi masalah yang dihadapi oleh mitra dan menawarkan solusi atas permasalahan tersebut
2. Pengembangan Sistem Informasi UMKM  
Pada tahapan ini dilakukan pengembangan serta pengujian Sistem informasi Sahabat UMKM NTB berbasis web dalam mendukung pemasaran produk dari mitra. Sistem informasi ini terdiri dari fitur pemasaran, branding atau iklan, dan pengelolaan keuangan.
3. Pelatihan  
Pada tahap ini dilakulan pelatihan terkait dengan penggunaan sistem informasi sahabat UMKM sebagai media pemasaran, branding dan pengelolaan keuangan.
4. Penerapan Teknologi  
Pada tahap ini dilakukan penerapan sistem informasi Sahabat UMKM oleh mitra dan anggotannya sebagai media pemasaran, branding dan pengelolaan keuangan secara mandiri.
5. Pendampingan dan Evaluasi  
Pada tahap ini dilakukan proses pendampingan terkait pengembangan dan perbaikan sistem informasi Sahabat UMKM. Selain itu pada tahap ini juga dilakukan proses evaluasi terkait pemanfaatan sistem informasi Sahabat UMKM sebagai media pemasaran, branding dan pengelolaan keuangan serta pelaksanaan pengabdian. Tahapan evaluasi akan dilakukan dengan menggunakan pretest dan juga posttest untuk mengetahui peningkatan yang dimiliki oleh peserta sebelum dan sesudah kegiatan
6. Keberlanjutan Program  
Setelah kegiatan pengabdian selesai, Keberlanjutan program dilakukan berupa perawatan atau *maintanance* sistem informasi Sahabat UMKM NTB secara berkala serta dilakukan kerjasama.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

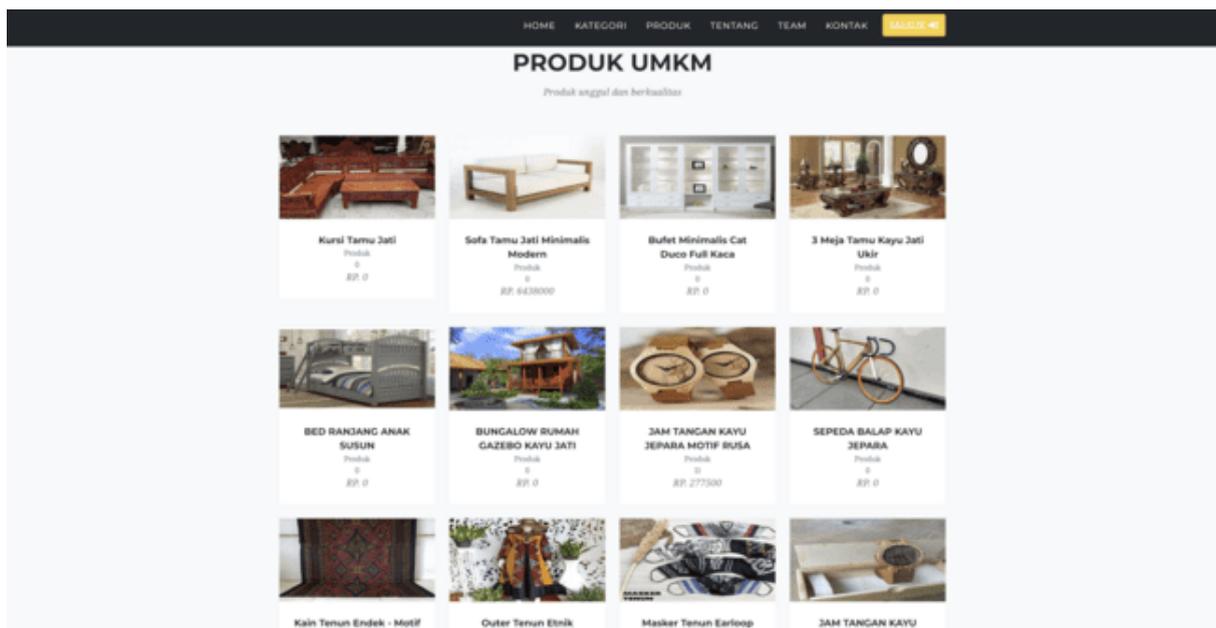
Pada tahap sosialisasi tim pengabdian berdiskusi dengan perwakilan mitra terkait kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Berdasarkan hasil diskusi yang dilakukan dengan mitra, didapatkan bahwa permasalahan yang dihadapi adalah terkait dengan pemasaran dan juga pengelolaan keuangan. Oleh sebab itu diperlukan sebuah sistem informasi yang dapat membantu dalam menyelesaikan permasalahan tersebut.

Setelah didapatkan permasalahan dan solusi yang digunakan, tahap berikutnya adalah mengembangkan sistem informasi sesuai dengan permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Adapun sistem informasi yang dikembangkan tersebut dapat dilihat pda Gambar 2.



Gambar 2. Halaman Utama Sistem Informasi UMKM

Gambar 2 menunjukkan halaman utama dari sistem informasi yang dikembangkan. Pada halaman tersebut terdapat beberapa menu utama seperti kategori, produk, tentang, team dan kontak. Salah satu menu utamanya adalah terkait dengan produk UMKM. Adapun halaman tersebut dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Halaman Produk UMKM

Gambar 3 menunjukkan halaman dari produk UMKM yang dipasarkan pada sistem informasi UMKM. Setelah adanya sistem informasi UMKM yang dikembangkan. Tahapan selanjutnya adalah tahapan pelatihan. Pada tahap ini dilakukan pelatihan terkait dengan pemasaran dengan sistem informasi tersebut dan juga pengelolaan keuangan. Adapun kegiatan pelatihan tersebut dapat dilihat pada Gambar 4.

Penerapan Sistem Informasi UMKM (SI-UM) berbasis web untuk meningkatkan pemasaran dan pengelolaan keuangan sahabat UMKM NTB



**Gambar 4.** Pelatihan

Gambar 4 menunjukkan kegiatan pelatihan yang dilakukan oleh tim pengabdian. Materi yang disampaikan berkaitan distem informasi UMKM. Selain Gambar 4 dokumentasi kegiatan lainnya dapat dilihat pada Gambar 5.



**Gambar 5.** Dokumentasi Kegiatan

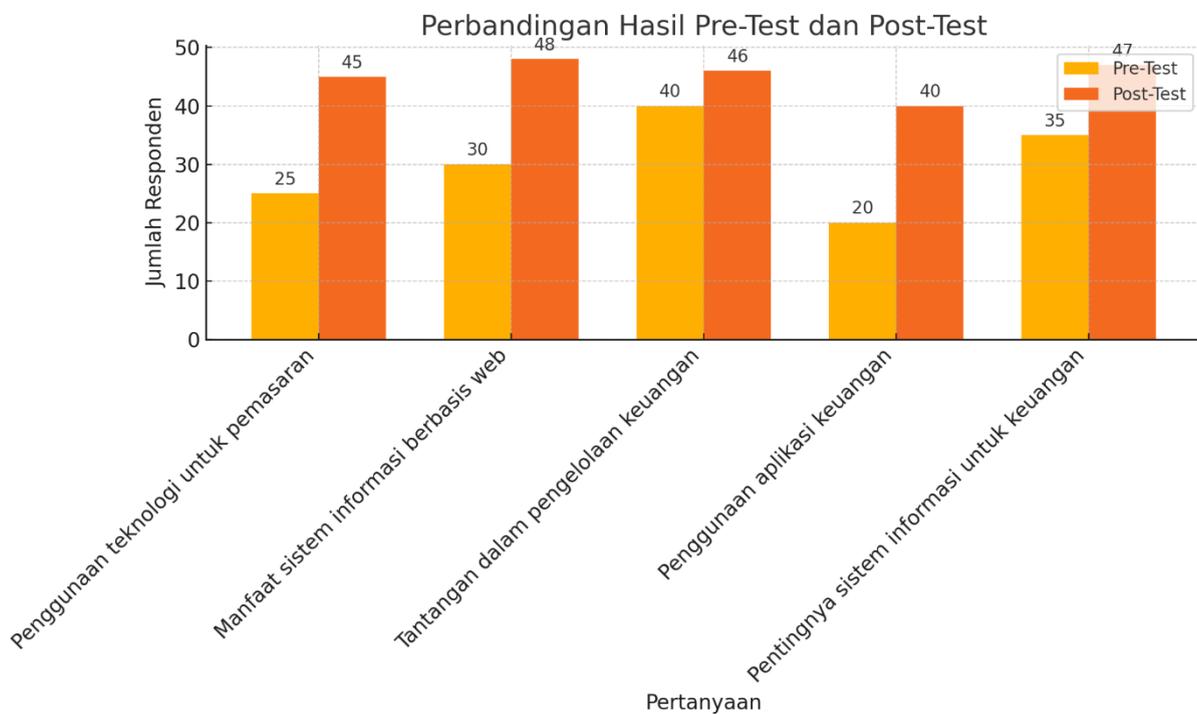
Gambar 5 menunjukkan dokumentasi lain dari kegiatan pelatihan yang dilakukan. Setelah dilakukan pelatihan, tahapan berikutnya adalah penerapan teknologi. Kegiatan penerapan teknologi ini didahului

Penerapan Sistem Informasi UMKM (SI-UM) berbasis web untuk meningkatkan pemasaran dan pengelolaan keuangan sahabat UMKM NTB

dengan ada kegiatan serah terima teknologi yang dilakukan tim pengabdian dengan mitra. Adapun kegiatan tersebut dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Serah Terima Teknologi



Gambar 7. Perbandingan Hasil Pre-Test dan Post-Test

Penerapan Sistem Informasi UMKM (SI-UM) berbasis web untuk meningkatkan pemasaran dan pengelolaan keuangan sahabat UMKM NTB

Gambar 6 menunjukkan serah terima teknologi yaitu sistem informasi UMKM kepada mitra. Setelah dilakukannya serah terima, mitra dapat menggunakan dan memanfaatkan sistem informasi untuk pemasaran dan juga pengelolaan keuangan.

Tahap selanjutnya adalah pendampingan dan evaluasi. Pada tahap ini mitra akan didampingi dalam penerapan sistem informasi dan juga setelah itu akan dilanjutkan dengan tahap evaluasi yang mana untuk mengetahui sejauh mana sistem informasi tersebut membantu mitra dalam menyelesaikan masalah. Pada tahap peserta diberikan post-test yang sama dengan pre-test yang dilakukan sebelumnya. Adapun hasil evaluasi pada kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 7. Gambar 7 menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh peserta kegiatan pengabdian. Dari 6 poin pertanyaan yang diberikan, terdapat peningkatan disetiap pointnya sehingga dapat dikatakan bahwa kegiatan yang dilakukan memberikan dampak positif bagi peserta kegiatan. Tahapan selanjutnya dari kegiatan pengabdian ini adalah keberlanjutan program. Tahap ini nantinya dilakukan berupa perawatan dari sistem yang dikembangkan dan juga komunikasi terkait dengan penambahan fitur sesuai dengan perkembangan kebutuhan dari mitra.

## SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian yang dilakukan berfokus pada penerapan sistem informasi UMKM guna mengatasi permasalahan dari mitra yang berkaitan dengan pemasaran dan pengelolaan keuangan. Dari hasil kegiatan yang dilakukan didapatkan bahwa sistem informasi yang dikembangkan dapat membantu pihak mitra dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi. Namun berdasarkan hasil diskusi setelah kegiatan dilakukan, didapatkan bahwa untuk saran kegiatan pengabdian berikutnya adalah pengembangan sistem informasi tersebut kedalam platform mobile dan juga pelatihan dalam pembuatan content-marketing serta pemanfaatan social media marketing.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Tim pengabdian mengucapkan terimakasih kepada mitra yaitu Sahabat UMKM NTB yang telah bersedia untuk berkolaborasi dengan tim pengabdian dalam kegiatan yang dilakukan. Terimakasih juga disampaikan oleh tim pengabdian kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi yang memberikan kesempatan dalam mendanai pengabdian dengan skema Pengabdian Masyarakat Pemula Tahun Anggaran 2024. Terimakasih juga kami sampaikan kepada LPPM Universitas Bumigora yang telah memfasilitasi kami pada program hibah PKM tahun anggaran 2024.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, R., Malik, E., Adan, L. H., & Dja'wa, A. (2021). PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN USAHA KECIL DAN MENENGAH DI DESA WAWOANGI KEC. SAMPOIAWA DITENGAH PANDEMIC COVID-19. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1). <https://doi.org/10.31004/cdj.v2i1.1455>
- Agus Triyadi. (2021). Desain Kemasan Bolu Susu Lembang Sebagai Upaya Meningkatkan Promosi Kuliner Bandung. *Wacadesain*, 2(1).
- Diana, Y., Rahayu, S., & Zannah, A. (2023). Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan Dan Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Di Desa Kelambir Lima. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 6(1). <https://doi.org/10.30596/maneggio.v6i1.14534>
- Gadzali, S. S., Firdaus, D., Hidayat, W., & Karlina, L. (2023). DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UMKM CIRENG ISI DESA SINDANGLAYA KECAMATAN TANJUNGSANG. *Jurnal Kolaborasi Pengabdian Masyarakat Fakultas Ilmu Administrasi*. <https://doi.org/10.37950/jkpemasfia.v1i1.1674>
- Hasan, G., Handoko, A., Salim, F. F., Rohaizat, P. S., & Hulu, Y. J. (2022). Implementasi Pemasaran Digital Sebagai Strategi Pemasaran dan Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Pada UKM Yosu Preloved Di Kota Batam). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1).
- Hasanah, M., Jumriani, J., Juliana, N., & Kirani, K. P. (2021). Digital Marketing a Marketing Strategy for UMKM Products in The Digital Era. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 3(1).

Penerapan Sistem Informasi UMKM (SI-UM) berbasis web untuk meningkatkan pemasaran dan pengelolaan keuangan sahabat UMKM NTB

- <https://doi.org/10.20527/kss.v3i1.4146>
- Hasanah, N., & Triandi, B. (2022). Rancang Bangun Sistem Informasi UMKM Di Tebing Tinggi Berbasis Web. *Information Technology and Cyber Crime (ITCC)*, 1(1). <https://doi.org/10.59840/itcc.v1i1.32>
- Lubis, I. S., & Lufriansyah, L. (2024). PENGARUH SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KINERJA UMKM DI MEDIASI KUALITAS LAPORAN KEUANGAN DI KECAMATAN KISARAN BARAT KABUPATEN ASAHAN. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1). <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3866>
- Putri, N. A., Widyastuti, T., Maidani, M., & Nilasari, P. (2024). PENGARUH PENERAPAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KINERJA UMKM DI KECAMATAN TAMBUN SELATAN. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(2). <https://doi.org/10.55681/sentri.v3i2.2323>
- Rachmadita Dwi Pramesti, Anggarini, A., DK, M. T. M., Bangun, D. A. N., Susilawati, S., & Andriyanto, A. (2022). PENDAMPINGAN PEMBUATAN MEDIA PROMOSI PRODUK UMKM UNTUK MENDUKUNG DAYA SAING DIGITAL MARKETING DI ERA GLOBAL PADA KOMUNITAS SAHABAT UMKM. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 5(02). <https://doi.org/10.36456/abadimas.v5.i02.a4404>
- Ramida, R. M. (2022). Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 3(1).
- Riyadli, H., Arliyana, A., & Saputra, F. E. (2020). Rancang Bangun Sistem Informasi Keuangan Berbasis WEB. *Jurnal Sains Komputer Dan Teknologi Informasi*, 3(1). <https://doi.org/10.33084/jsakti.v3i1.1770>
- Rohmawati, T., Selvia, E., Monica, E., Welizaro, R., & Saputra, H. (2021). Teknologi pemasaran digital untuk branding. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(3). <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i3.479>
- Saputri, D. A. (2022). PENGARUH SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM). *Journal of Accounting Taxing and Auditing (JATA)*, 3(2). <https://doi.org/10.57084/jata.v3i2.895>
- Sari, D. P., Syahputra, H., & Arsyah, R. H. (2021). Implementasi Sistem Informasi Akuntansi Untuk Menunjang Kinerja Keuangan Pada Forum UMKM Pasaman Barat. *Jurnal Ekobistek*. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v9i2.71>
- Warmana, G. O., Sholihah, D. D., & Trisnangingtyas, J. P. N. (2023). Optimalisasi Bisnis Pengrajin Udeng Pacul Gowang Sidoarjo melalui Pembukuan Keuangan Digital dan Social Media Marketing. *Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, 7(3). <https://doi.org/10.29407/ja.v7i3.21045>