



Peningkatan Produktifitas dan Pemasaran UMKM dengan Teknologi Informasi dan Manajemen Keuangan untuk Memacu Perekonomian yang Lebih Baik

Nur Hudha Wijaya¹, Puspita Dewi Wulaningrum², Wisnu Kartika³

Teknologi Elektrmedis, Program Vokasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia^{1,3}

Akuntansi, Program Vokasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia²

E-mail : nurhudhawijaya@umy.ac.id¹ puspidadewiwulaningrum@vokasi.umy.ac.id² wisnu2007@umy.ac.id³

Abstrak

Masa pandemik ini penurunan finansial kelompok Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Permasalahan yang dialami para pelaku UMKM adalah kurangnya promosi dan *branding*, serta sistem pengolahan keuangan yang masih konvensional tidak tercatat. UMKM tersebut adalah bidang usaha emping melinjo dan gethuk. Jika ada promosi yang baik, maka informasi produk olahan di Wirokerten ini akan lebih mendorong pertumbuhan ekonomi dan peluang kerja bagi masyarakat. Dengan adanya standar laporan keuangan tersebut tentu dapat menjadi dokumentasi bagi UMKM. Hal ini akan menunjang kekuatan ekonomi rakyat yang semakin kokoh di masa depan karena usaha-usaha kecil ini memiliki harapan untuk berkembang menjadi lebih besar. Maka tujuan yang dicapai dalam program ini adalah menerapkan teknologi dan keterampilan para pelaku UMKM agar memiliki keterampilan atau kemampuan tentang praktik pemanfaatan teknologi informasi dan pembukuan yang baik. Adapun metode yang digunakan adalah pembelajaran dan aplikasi berbasis partisipatif. Pada hasil evaluasi mitra sudah mampu melakukan *branding* dengan teknologi informasi dan pembukuan, pencatatan dan pelaporan keuangan sesuai dengan standar sesuai urutan yang sudah disampaikan. **Kata kunci:** teknologi informasi, pembukuan, UMKM, usaha mikro kecil menengah

Abstract

During this pandemic period, the financial decline of micro, small and medium enterprises (MSMEs). The problems experienced by MSME actors are the lack of promotion and branding, as well as the conventional financial processing system that is not recorded, the MSMEs are the emping melinjo and gethuk business fields. If there is a good promotion then the information on processed products in this wirokerten will further encourage economic growth and job opportunities for the community. With the standard financial statements, it can certainly be a documentation for MSMEs. This will support the people's economic strength which will be stronger in the future because these small businesses have the hope of developing into a bigger one. So the goal achieved in this program is to apply the technology and skills of MSME actors so that they have the skills or abilities regarding the practice of using information technology and good bookkeeping. The method used is participatory-based learning and application. In the evaluation results, partners have been able to do branding with information technology and bookkeeping, recording and financial reporting in accordance with standards in the order that has been submitted.

Keywords: information technology, bookkeeping, UMKM, micro, small and medium enterprises

Copyright (c) 2021 Nur Hudha Wijaya, Puspita Dewi Wulaningrum, Wisnu Kartika

✉ Corresponding author

Address : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Email : nurhudhawijaya@umy.ac.id

DOI : <https://doi.org/10.31004/abdidas.v2i3.319>

ISSN 2721-9224 (Media Cetak)

ISSN 2721- 9216 (Media Online)

PENDAHULUAN

Emping melinjo merupakan salah satu produk inovasi rintisan usaha mikro kecil menengah dengan nama usaha dagang “Alvin Putra”, yang beralamat di Dusun Glondong 05, Wirokerten, Banguntapan, Bantul, DIY. yang di gagas oleh Ibu Sujarwati. UMKM ini bergerak di bidang usaha dagang pembuatan dan penjualan produk inovasi berbahan melinjo yang diolah menjadi keripik/emping. Usaha ini beroperasi sudah 3 tahun lamanya yang berawal dari keterpurukan ekonomi, dengan potensi yang dimiliki ibu Sujarwati memulai usaha pembuatan emping melinjo ini. Usaha emping melinjo Alvin Putra ini mempekerjakan 1 orang, sehingga tidak menuntut kemungkinan dapat berkembang dan membantu masyarakat di wilayah tersebut untuk mengembangkan emping melinjo (Ahmad Farki, Imam Baihaqi, 2017). Emping melinjo juga merupakan rintisan usaha inovasi mikro (Hudha-wijaya et al., 2020). Emping ini merupakan produk inovasi dengan pemanfaatan bahan yang terlihat di depan mata karena banyak pohon melinjo di wilayah Wirokerten. Selain mengenalkan kepada masyarakat akan pentingnya inovasi terhadap bahan-bahan yang akan menjadi produk yang luar biasa (Ariani Kartika Suwignyo¹, Justinus Andjarwirawan², n.d.). Selain untuk meningkatkan produk inovasi, usaha dagang ini juga dapat membantu masyarakat di sekitar khususnya ibu-ibu dalam peningkatan ekonomi (Beben Sutara, 2017). Proses produksi emping melinjo ini sangat sederhana, dengan bermodal palu dan karpet sebagai penahan melinjo yang dipukul sehingga

menjadi pipih (Wijaya, n.d.). Dengan sistem tersebut, tentunya belum bisa memenuhi target pasar yang cukup banyak, emping melinjo produk dari Ibu Sujar ini diambil oleh toko-toko jajanan dan oleh-oleh, maka dari itu sering kewalahan melayani pesanan, sekaligus tidak memiliki nama resmi ketika produk empingnya diambil oleh pemilik toko (*merk*) Alvin Putra hanya sebatas nama di pedukuhan itu saja, selain itu Ibu Sujar tidak pernah mencatat berapa bungkus emping melinjo dan berapa rupiah yang sudah dihasilkan, yang penting esok hari ada uang untuk beli bahan dan bisa produksi lagi. Tak jarang hal yang dilakukan oleh Ibu Sujar dilakukan pula oleh UMKM yang lain, tanpa disadari, usaha menjadi susah untuk maju, dengan permasalahan tersebut pengabdian ini diharapkan mampu menaikkan nama usaha UMKM ini menjadi lebih baik disertai kebiasaan melakukan pembukuan yang lebih baik.



Gambar 1. Proses Pembuatan Emping Melinjo

Pengeringan emping melinjo ini menggunakan sistem manual yaitu dijemur di bawah terik matahari. Jika musim penghujan akan mengalami kendala yaitu emping yang sudah

ditumbuk akan menumpuk dan hasil kurang maksimal karena kering tersapu angin berhari-hari (Gary Hans¹, Justinus Andjarwirawan², n.d.). Maka dari itu salah satu penerapan teknologi yaitu dibuatlah oven pengering untuk emping melinjo. Hal pendukung lainnya adalah pembuatan stiker yang tertempel di bungkus kemasan (Sugiyanto, 2018), yang selama ini hanya kertas biasa yang di Photocopy dengan label merek. Hal tersebut kurang menarik calon konsumen, maka dari itu pengembangan yang diberikan adalah dengan merubah label tersebut menjadi stiker yang tertempel di bungkus plastik kemasan emping melinjo (Qonita et al., 2016).

Mitra yang kedua adalah Ibu Romidah, beliau selaku pelaku usaha UMKM pembuatan gethuk, dan usaha ini diberi nama “Aneka Gethuk”, yang beralamatkan di Dusun Mutihan RT. 02 Wirokerten, Banguntapan, Bantul Yogyakarta. Menurut hasil wawancara pengabdian kepada pelaku usaha yaitu Ibu Romidah merupakan mantan karyawan pada perusahaan pengrajin perak di Kota Gede Yogyakarta, setiap hari berangkat pagi pulang petang, sampai tidak bisa memperhatikan buah hatinya yang masih kecil, tak terasa sudah berusia SD, berawal dari situ, ibu Romidah memutuskan untuk mengundurkan diri dari perusahaan perak tersebut, dan ikut berdagang gethuk bersama kakak kandungnya, seiring berjalannya waktu, setahun 2 atau 3 kali tiap acara di kelurahan, disajikan makanan-makanan tradisional diantaranya gethuk, berawal dari situ Ibu Romidah memutuskan untuk memproduksi sendiri usaha barunya di bidang

jajanan tradisional yaitu Gethuk (Aprih Santoso¹, Teguh Ariefiantoro², 2017). Berjalannya waktu pandemi mulai kabarkan oleh pemerintah, acara di kelurahan semakin dibatasi, Ibu Romidah mengambil keputusan untuk menjual produk gethuknya di kaki lima daerah Jl. Imogiri Timur, tepatnya di depan SMK Pleret, telah disadari jauh-jauh hari, Ibu Romidah hanya memproduksi sedikit, karena pembeli menurun drastis karna pandemi ini, hanya dengan cara konvensional ini gethuk kurang diminati (Endang Kartini Panggiarti, 2005), karena dianggap makanan kampung, keluhan dari Ibu Romidah yaitu terkendala pada pemasaran beserta perlakuan pengolahan secara konvensional (Sisilia Pujiatmo, 2013). Kendala tersebut sama yang dialami oleh Ibu Sujarwati sebagai pelaku usaha emping melinjo. Tidak heran memang, masa pandemi ini semua pelaku usaha mengalami kesulitan akibat penurunan omset besar-besaran (Angga Saputra Desti¹, Triastuti Wuryandari^{2*}), 2014).



Gambar 2. Bahan dan Proses Produksi Gethuk

Tidak hanya itu saja kesederhanaan menjual aneka gethuk di pinggir jalan memang belum nampak kelihatan jelas dari kejauhan, hal serupa

dilakukan tim pengabdian yaitu membuat stiker untuk promosi dan *banner*, stiker kecil yang tertempel di setiap kardus aneka gethuk sebagai ciri tersendiri bahwa gethuk tersebut memiliki kualitas yang tidak kalah dari market yang sudah terkenal. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya penjualan di setiap harinya, karena pembeli akan lebih mudah mengira-ira untuk berhenti di pinggir jalan membeli gethuk tersebut, karena dari kejauhan sudah nampak jelas stiker besar yang tertempel di gerobak aneka gethuk.

Dengan demikian tujuan yang dicapai dalam program ini adalah menerapkan teknologi dan keterampilan para pedagang atau pelaku UMKM agar memiliki keterampilan/kemampuan tentang penerapan pemanfaatan teknologi informasi dan pembukuan yang baik, sehingga para pelaku UMKM ini dapat memiliki pemahaman posisi usaha saat ini, bagaimana branding yang baik dan keuangan usahanya menjadi meningkat, kinerja usahanya berdasarkan laporan keuangan usaha yang dijalankan dan mampu bertahan dengan perkembangan jaman.

METODE

Metode yang digunakan adalah penyuluhan klasikal dan praktek lapangan, yang diawali menyampaikan materi kemudian dilanjutkan dengan praktik di ruang pelatihan, kemudian pelaku UMKM diminta mengaplikasikan langsung dengan usaha masing-masing. Hal tersebut dilakukan di Desa Wirokerten selama 1,5 bulan. Kegiatan yang dilakukan adalah 1) pendampingan pelatihan manajemen pembukuan, 2)

promosi/*branding* di media sosial dan (online/offline). Kedua kegiatan tersebut merupakan kelemahan pelaku UMKM, dengan demikian tim pengabdian membangkitkan semangat supaya mampu bertahan, karena pandemi ini banyak UMKM mengalami keguguran secara perlahan, kemudian selama pemantauan 1 bulan oleh tim pengabdian yang dilaporkan melalui sekretariat akan hasil melaksanakan penerapan materi yang sudah disampaikan. Program pengabdian kepada masyarakat ini berjalan secara sistematis, terstruktur, dan terarah. Setelah proses aplikasi langsung observasi lapangan dan identifikasi permasalahan dapat dikumpulkan. Dari solusi yang ditawarkan kepada mitra, hasil cukup memuaskan dan mitra dapat memberikan masukan yang brilian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

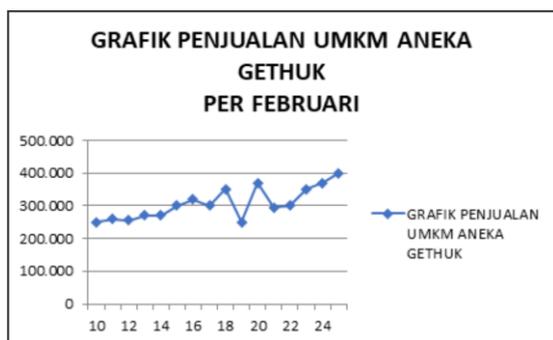
1. Pembuatan Akun Sosial Media UMKM Gethuk 'Aneka Gethuk Mbak Rum'.

Program ini dilaksanakan bertujuan untuk menarik perhatian konsumen ketika ingin memesan kuliner dari mitra kami dan dapat menghubungi *contact person* yang telah tercantum. Kegiatan ini lumayan berhasil dalam menarik perhatian konsumen yang ingin membeli produk mitra. Untuk pembuatan akun media sosial dan melakukan promosi di akun media sosial individu semua anggota Kelompok 204 setiap 3x seminggu. Pembuatan akun media sosial dan promosi di akun individu hanya 1x dalam seminggu. Untuk faktor

pendukung sendiri dengan adanya pandemi Covid-19 yang mengakibatkan banyak penjual produk melakukan kegiatan pemasaran secara online. Dengan hambatan produk mitra tidak tahan sehari-hari dan hanya bisa dilakukan sistem *pre-order*. Adapun akun instagram yang telah dibuat untuk mitra adalah @anekagethuk.mbakrum.



Gambar 3. Akun Sosial Media Aneka Gethuk



Gambar 4. Grafik Penjualan Gethuk

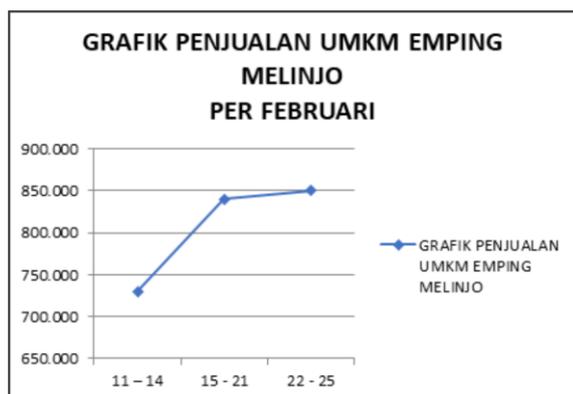
2. Pembuatan Akun Sosial Media UMKM Emping Melinjo ‘Alvin Putra’.

Program ini dilaksanakan bertujuan menarik perhatian konsumen ketika ingin

memesan kuliner jajanan dari mitra kami dan dapat menghubungi *contact person* yang telah tercantum. Kegiatan ini cukup berhasil dalam menarik perhatian konsumen yang ingin membeli produk mitra. Untuk pembuatan akun media sosial dan melakukan promosi di akun media sosial individu yang melibatkan semua anggota keluarga pemilik UMKM setiap 3x seminggu. Pembuatan akun media sosial dan promosi di akun individu hanya 1x dalam seminggu. Untuk faktor pendukung dengan adanya pandemi Covid-19 yang mengakibatkan banyak penjual produk melakukan kegiatan pemasaran secara online. Produk mitra harus dilakukan *pre-order* karena setiap hari hanya produksi dan produk yang sudah di *packaging* hanya tersedia dalam 4 hari sekali. Adapun akun Instagram yang telah dibuat untuk mitra adalah @empingmelinjo_alvinputra.



Gambar 5. Akun Sosial Media Emping Melinjo



Gambar 6. Grafik Penjualan Emping Melinjo

Dari akun tersebut, penjualan cukup signifikan pada setiap harinya, karena banyak pembeli yang melihat *story* dari sosial media, tak lupa dihindarkan kepada pelaku UMKM untuk selalu *update* produk yang dipasarkan.

Setiap tahapan selesai dilaksanakan, kegiatan akhir adalah evaluasi dari pendampingan yang sudah dilaksanakan, tidak menuntut kemungkinan belum sempurna pasti ada, tetapi usaha tidak memungkiri hasil. Kegiatan pengabdian ini bekerjasama dengan dua UMKM yaitu gethuk dan emping melinjo. Berdasarkan evaluasi lapangan seperti yang ditunjukkan pada grafik 4 dan 6 menunjukkan keberhasilan peningkatan penjualan, dengan perlahan pembukuan harian sudah tertata sesuai dengan arahan yang diberikan. Dengan demikian, mitra UMKM sudah mampu melakukan promosi/*branding* dengan memanfaatkan teknologi informasi serta melakukan pembukuan yaitu pencatatan dan pelaporan keuangan sesuai dengan standar sesuai urutan yang sudah disampaikan.

Atas ketercapaian pengabdian masyarakat ini diharapkan mampu menjadi percontohan

UMKM di wilayah Kelurahan Wirokerten, Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul Yogyakarta, sehingga UMKM yang lain mampu mengikuti dan melaksanakan hal serupa dalam usaha kecil yang dikelolanya. Hal ini bisa eksis tidak dimakan oleh jaman, karena dapat diketahui pembagian modal dan keuntungan serta memiliki *database* manajemen yang baik untuk melakukan *review* kembali letak kesalahan mendasar atas kekeliruan pengelolaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih untuk Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, melalui LP3M yang telah memberikan pendanaan pengabdian masyarakat ini sampai selesai, serta pihak yang mendukung baik internal maupun eksternal yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

SIMPULAN

Pengabdian masyarakat yang telah berjalan dapat membantu memberikan sumbangsih untuk mengatasi salah satu kondisi pandemi ini yaitu dengan sistem promosi/pemasaran dan pembukuan yang berbasis IT, sehingga tujuan dapat tercapai dengan ditunjukkan hasil promosi oleh pelaku UMKM yang mengalami peningkatan pemasukan dengan UMKM emping melinjo 15% dan aneka gethuk 20% dengan hanya 1 bulan. Pengabdian masyarakat ini membekali keterampilan/kemampuan tentang penerapan pemanfaatan teknologi informasi dan pembukuan, dengan pahamnya pelaku UMKM akan *branding* yang baik dan manajemen pembukuan keuangan yang

- 572 *Peningkatan Produktifitas dan Pemasaran UMKM dengan Teknologi Informasi dan Manajemen Keuangan untuk Memacu Perekonomian yang Lebih Baik- Nur Hudha Wijaya, Puspita Dewi Wulaningrum, Wisnu Kartika*
DOI: <https://doi.org/10.31004/abdidas.v2i3.319>

baik, maka usaha menjadi meningkat, karena kinerja usahanya berdasarkan laporan keuangan usaha yang dijalankan dan mampu bertahan dengan perkembangan zaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Farki, Imam Baihaqi, B. M. W. (2017). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 5(2).
- Angga Saputra Desti¹, Triastuti Wuryandari^{2*}, S. (2014). Penentuan-komposisi-waktu-optimal-produk dengan metode taguchi. *Jurnal Gaussian*, 3(1), 11–20.
- Aprih Santoso¹, Teguh Ariefiantoro², dan E. K. (2017). Pembukuan dalam Menunjang Kesuksesan Usaha Pengrajin Batik di Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal. *E-DIMAS*, 8(2).
- Ariani Kartika Suwignyo¹, Justinus Andjarwirawan², H. N. P. (n.d.). *Perancangan dan Pembuatan Website Social Commerce Marketplace dengan Memanfaatkan API Media Sosial*.
- Beben Sutara. (2017). Optimalisasi Aplikasi Transaksi Penjualan Berbasis Web Menggunakan Framework Codeigniter (Studi Kasus: Rumah Makan Tirta Sandi Sumedang). *Jurnal Informatika: Jurnal Pengembangan IT(JPIT)*, 2(1).
- Endang Kartini Panggiarti. (2005). *analisis-siklus-pembukuan-akuntansi-koperasi-di-kota-magelang*. 23(1).
- Gary Hans¹, Justinus Andjarwirawan², S. R. (n.d.). *108072-ID-pembuatan-marketplace-penjualan-makanan.pdf*.
- Hudha-wijaya, N., Safitri, M., & Kartika, W. (2020). Maintenance, Kalibrasi Dan Laporan Online Untuk Mewujudkan Pelayanan Prima Di Puskesmas. In *Jurnal Abdidas* (Vol. 1, Issue 3, pp. 119–124).
- Qonita, R. A., Parnanto, N. H. R., & Harisudin, M. (2016). Pengembangan Kemasan yang Marketable Pada UKM Sofi dan Ukm Wida Di Desa Sendangagung Kecamatan Minggir Kabupaten Sleman. *Seminar Nasional Universitas Islam Batik Surakarta*, 64–75.
- Sisilia Pujiatmo. (2013). studi-deskriptif-pengelolaan-dan-pengembangan-usaha-pada-kecap-tiga-udang-di-madura. *AGORA*, 1(1).
- Sugiyanto, 2)Juni Trisnowati. (2018). Rancang-bangun-mesin-perajang-kerupuk-jengkol untuk meningkatkan pendapatan UMKM. *Engine*, 2(2).
- Wijaya, A. R. (n.d.). *ANALISIS PERAN EVENT MARKETING WE STARMUSIC DALAM MENJAGA BRAND LOYALTY BIR BINTANG PILSNER*.