

PELATIHAN MANAJEMEN KEUANGAN DAN MANAJEMEN PEMASARAN SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM DI KECAMATAN KADIPATEN KABUPATEN MAJALENGKA

Wulan Riyadi*, Yogi Ginanjar, Melia Wida Rahmayani, Pipih Sopiyan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka
*wulanriyadi@unma.ac.id

Abstract

The decline in people's purchasing power due to the Covid-19 pandemic has an impact on the sales of UMKM. To increase people's purchasing power in the midst of the Covid-19 pandemic, namely to make various functions in financial management and marketing management effective, it is hoped that UMKM can survive. The problem that arises is that many UMKM, especially in the Kadipaten District, Majalengka Regency, do not yet understand the importance of financial management and marketing management. Many UMKM have not carried out good administration and carried out traditional marketing. Even though currently digital marketing is very important for UMKM players for the continuity of their business. the method that will be carried out is based on the problems that arise, namely by providing training and assistance to UMKM actors related to financial management and marketing management. The purpose of this community service is for UMKM actors to better understand the impact that is happening now and in the future, so that UMKM players are expected to be able to take advantage of this good opportunity.

Keywords: Financial Management; Marketing Management; Kadipaten District

Abstrak

Penurunan daya beli masyarakat akibat pandemi covid-19 berdampak ke penjualan UMKM. Untuk meningkatkan daya beli masyarakat di tengah pandemi covid-19 yaitu agar mengefektifkan berbagai fungsi dalam manajemen keuangan dan manajemen pemasaran yang diharapkan agar UMKM dapat bertahan. Permasalahan yang muncul yaitu banyak UMKM khususnya di Kecamatan Kadipaten Kabupaten Majalengka yang belum memahami akan pentingnya manajemen keuangan dan manajemen pemasaran. Banyak UMKM yang belum melakukan administrasi dengan baik dan melakukan pemasaran secara tradisional. Padahal saat ini pemasaran digital merupakan hal yang sangat penting bagi para pelaku UMKM untuk kelangsungan usahanya. metode yang akan dilakukan atas dasar permasalahan yang muncul yaitu dengan cara memberikan pelatihan serta pendampingan kepada para pelaku UMKM terkait manajemen keuangan dan manajemen pemasaran. Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini yaitu agar pelaku UMKM lebih memahami dampak yang terjadi saat ini dan kedepannya, sehingga pelaku UMKM diharapkan mampu memanfaatkan peluang baik ini.

Kata Kunci: Manajemen Keuangan; Manajemen Pemasaran; Kecamatan Kadipaten

Submitted: 2021-03-02

Revised: 2021-03-31

Accepted: 2021-04-27

Pendahuluan

Pelaku UMKM di Jawa Barat mencapai 4,6 juta unit usaha. Dari jumlah tersebut, 98% merupakan usaha mikro dan kecil. Penurunan daya beli masyarakat akibat pandemi covid-19 berdampak ke penjualan usaha mikro kecil dan menengah di Jawa Barat (Republika.co.id). Menurut Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Jawa Barat (KUK Jawa Barat) pendapatan pelaku UMKM menurun drastis hingga 80% saat pandemi covid-19.

Peningkatan daya beli masyarakat sangat krusial untuk membangkitkan UMKM di tengah pandemi covid-19 ini. Banyak strategi yang sudah pemerintah lakukan baik itu pemerintah daerah maupun pemerintah pusat untuk meningkatkan pendapatan UMKM. Salah satu strategi yang telah disusun oleh pemerintah untuk menyelamatkan dan memulihkan UMKM yaitu mempermudah UMKM mendapatkan bahan baku, fasilitas pembiayaan dan pemasaran sampai program padat karya.

Pemerintah sudah memberikan bantuan baik kepada masyarakat umum, pekerja maupun pelaku UMKM. Hal tersebut merupakan bentuk tanggungjawab pemerintah untuk menjaga

kelangsungan hidup UMKM. Di Kabupaten Majalengka pun banyak pelaku UMKM yang diberi bantuan oleh pemerintah berupa uang tunai. Berdasarkan dari Dinas Ketenagakerjaan Koperasi dan Usaha Menengah (K2UKM) Kabupaten Majalengka menyebutkan bahwa ada 110.000 data UMKM yang sudah tervalidasi untuk diberikan bantuan.

Hal ini harus dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh para pelaku UMKM untuk meningkatkan pendapatan. Banyak cara yang dapat dilakukan oleh para pelaku UMKM diantaranya terkait bidang manajemen keuangan dan pemasaran. Mendapatkan keuntungan yang besar menjadi salah satu tujuan dari UMKM karena dalam menjalankan kegiatan usahanya, pengelolaan keuangan merupakan salah satu ujung tombak keberlangsungan UMKM. Oleh sebab itu, pengelolaan uang yang bijak menjadi hal yang sangat penting untuk kelangsungan usaha. Jika pengelolaan keuangan tidak diatur dengan cermat maka pemasukan dan pengeluaran tidak terlihat pengendaliannya. Manajemen keuangan merupakan suatu proses dalam pengaturan aktivitas atau kegiatan keuangan dalam suatu usaha. Termasuk kegiatan perencanaan, analisis serta pengendalian terhadap kegiatan keuangan (Risna Maulina, 2019).

Untuk mengefektifkan berbagai fungsi dalam manajemen keuangan UMKM, terdapat tugas administrasi yang sebaiknya dilaksanakan oleh para pelaku UMKM. Ketertiban pencatatan administrasi juga sangat bermanfaat sebagai salah satu alat perencanaan pengembangan usaha. Beberapa kegiatan yang perlu dilaksanakan oleh pelaku UMKM diantaranya yaitu administrasi piutang, utang, persediaan, aset tetap, kas dan penggajian. Manajemen keuangan sangat menentukan langkah kedepan yang harus diambil oleh para pelaku UMKM. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk mengelola keuangan dengan baik dan benar sehingga keuangan bisnis dapat dikendalikan dengan baik.

Selain manajemen keuangan faktor lain yang penting bagi kelangsungan hidup UMKM yaitu terkait manajemen pemasaran. Manajemen pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh UMKM untuk mempertahankan kelangsungan usaha, berkembang dan mendapatkan laba. Kegiatan pemasaran harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya terus berjalan atau konsumen mempunyai pandangan yang lebih baik terhadap perusahaan (www.istanaumkm.pom.go.id). Konsep manajemen pemasaran untuk UMKM harus diperhatikan dengan baik. Jika tidak, UMKM tidak akan dapat bersaing dengan perusahaan besar (Niko Ramadhani, 2020).

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara dengan pelaku UMKM di Kecamatan Kadipaten, dimana wilayah tersebut memiliki banyak UMKM. Sehingga, wilayah ini memiliki potensi pengembangan UMKM. Mengingat pula wilayah tersebut dekat dengan akses jalan tol dan bandara. Permasalahan yang muncul yaitu banyak UMKM yang belum memahami tentang akan pentingnya manajemen keuangan dan manajemen pemasaran. Banyak UMKM yang belum melakukan administrasi dengan baik dan melakukan pemasaran secara tradisional. Padahal saat ini pemasaran digital merupakan hal yang sangat penting bagi para pelaku UMKM untuk kelangsungan usahanya.

Beberapa metode yang akan dilakukan atas dasar permasalahan yang muncul yaitu dengan cara memberikan pelatihan serta pendampingan kepada para pelaku UMKM terkait manajemen keuangan dan manajemen pemasaran. Oleh karena itu tim PKM akan mengangkat tema Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul "Pelatihan Manajemen Keuangan Dan Manajemen Pemasaran Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kecamatan Kadipaten Kabupaten Majalengka". Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini yaitu agar pelaku UMKM lebih memahami dampak yang terjadi saat ini dan kedepannya, sehingga pelaku UMKM diharapkan mampu memanfaatkan peluang baik ini.

Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat menggunakan berbagai metode agar tepat sasaran. Alur pertama tim PKM yaitu melakukan komunikasi dan koordinasi dengan pihak Desa Gandu Kecamatan Dawuan untuk memperoleh data tentang jumlah peserta yang akan mengikuti kegiatan ini. Sehingga jadwal, tempat dan pola pelatihan serta pendampingan dapat disesuaikan dengan jumlah peserta. Sasaran peserta pada kegiatan PKM ini yaitu masyarakat yang dengan usia produktif kisaran 25 - 35 Tahun. Karena tema yang diambil yaitu tentang "Pelatihan Manajemen Keuangan Dan Manajemen Pemasaran Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kecamatan Kadipaten Kabupaten Majalengka". Masyarakat setempat harus cepat tanggap menghadapi permasalahan yang sedang terjadi terkait kelangsungan UMKM dimasa pandemi covid-19 ini.

Pelatihan serta pendampingan tentang manajemen keuangan dan pemasaran dilaksanakan 4 (empat) kali pertemuan. Materi yang disampaikan akan dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Penjelasan tentang manajemen keuangan yang akan disampaikan oleh Yogi Ginanjar, S.E., M.Ak., Ak., CPA dan Wulan Riyadi, S.E., M.Ak. Metode yang disampaikan berupa ceramah dan diskusi sehingga adanya umpan balik terhadap para pelaku UMKM.
- 2) Penjelasan tentang manajemen pemasaran yang akan di sampaikan oleh Melia Wida Rahmayani, S.E., M.Ak. dan Pipih Sopiyan, S.E., M.M. Metode yang disampaikan berupa ceramah dan diskusi.

Setelah kegiatan ini dilakukan, tim PKM akan melakukan evaluasi sejauh mana dampak perubahan yang terjadi di masyarakat akan antusiasme berwirausaha. Dengan cara melakukan survey data ke UMKM yang ada di Kecamatan Kadipaten Kabupaten Majalengka.

Hasil dan Pembahasan

Kecamatan Kadipaten Kabupaten Majalengka merupakan salah satu wilayah di Jawa Barat yang memiliki letak strategis berada di jalan Provinsi Jawa Barat. Pembangunan infrastruktur yang didukung dengan kemajuan industri di Kabupaten Majalengka memberikan dampak di bidang sosial maupun ekonomi. Hal ini disambut baik oleh para pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha maupun membuka peluang usaha baru, namun para pelaku UMKM menemukan beberapa permasalahan yang timbul berkaitan dengan Manajemen Keuangan dan Manajemen Pemasaran. Tim PKM dengan Mitra sepakat melaksanakan berbagai pelatihan serta pendampingan yang dilakukan guna membantu masyarakat setempat untuk bisa bersaing dengan perkembangan industri saat ini. Gambar di bawah ini adalah pelatihan pertama yang tim PKM lakukan.



Gambar 1. Pelatihan Pengenalan Laporan Keuangan Sederhana

Pelatihan pengenalan laporan keuangan memberikan pemahaman akan pentingnya penyusunan laporan keuangan untuk pengambilan keputusan di masa yang akan datang. Tujuan pelatihan ini adalah memperkenalkan komponen dasar dalam penyusunan laporan keuangan bagi para pelaku usaha unit kecil menengah (UKM), serta menganalisis laporan keuangan terkait laba rugi unit usaha yang sedang di jalankan. Dengan menganalisis laporan keuangan para pelaku usaha dapat mengetahui posisi keuangan di masa lalu dan posisi keuangan saat ini, serta mampu melihat potensi usaha di masa depan dan kemungkinan resiko yang ada sehingga para pelaku usaha dapat merencanakan potensi yang mungkin dicapai dan meminimalisir kerugian yang akan diperoleh.

Pelatihan pengenalan laporan keuangan diharapkan mampu memberikan kontribusi yang maksimal dalam proses pengambilan keputusan guna pengembangan unit usaha kecil menengah (UKM), mengingat banyaknya para pelaku usaha di kecamatan kadipaten.

Hal tersebut dapat tergambar dari antusias para pelaku usaha dalam mengikuti pelatihan pengenalan laporan keuangan ini maupun pelatihan-pelatihan berikutnya. Setelah kegiatan ini selesai banyak masyarakat yang berdiskusi mengenai potensi usaha dan resiko atas unit usaha yang sedang mereka geluti, serta cara menyusun laporan keuangan unit usaha. Sehingga dapat disimpulkan bahwa para pelaku usaha tertarik untuk belajar menganalisis laporan keuangan unit usaha yang sedang di geluti.



Gambar 2. Pelatihan Perencanaan Penggunaan Uang

Perencanaan penggunaan uang adalah suatu proses rangkaian yang harus dilakukan oleh unit usaha untuk memperoleh keuntungan di masa yang akan datang. Para pengelola unit usaha selain memiliki perencanaan secara teknis juga harus memiliki kemampuan dalam perencanaan penggunaan uang yang akan di keluarkan, guna meminimalisir resiko kerugian atas pengambilan keputusan. Tanpa perencanaan yang matang, para pengelola unit usaha akan menemukan kendala kekurangan dana. Oleh karenanya para pengelola unit usaha harus menyesuaikan rencana pengeluaran dengan target-target penjualan dan penerimaan kas. Menunda rencana pengeluaran jika tidak memberikan manfaat dalam meningkatkan penjualan atau menurunkan biaya. Melakukan analisa biaya manfaat untuk meyakinkan bahwa penggunaan uang tidak akan sia-sia dan memberikan keuntungan yang menguntungkan atau meningkatkan profit usaha.

Berdasarkan hasil pelatihan perencanaan, para pengelola usaha memberikan respon positif berupa diskusi terkait proses perencanaan penggunaan uang untuk unit usaha dan para pengelola

keuangan antusias hingga menyusun perencanaan penggunaan uang unit usaha yang mereka geluti. Hal ini merupakan permulaan yang sangat baik dalam mengaplikasikan pelatihan berikutnya. Melengkapi kegiatan pelatihan yang dilakukan maka tim PKM melaksanakan pelatihan packaging guna mempercantik produk yang akan dihasilkan dan dijual serta menarik minat pembeli.



Gambar 3. Pelatihan Pemasaran (Riset Produk)

Kegiatan TIM PKM yang dilakukan kepada para pelaku UMKM berdampak secara langsung yang saat ini berkembang berupa pelatihan pemasaran produk. Dengan di bekal pengetahuan pengenalan laporan keuangan sederhana dan perencanaan penggunaan uang, para pelaku usaha juga di bekal dengan pelatihan pemasaran produk guna meningkatkan penjualan unit usaha yang mereka geluti.

Pemasaran merupakan tombak utama dalam sebuah unit usaha yang mampu mendatangkan keuntungan bagi si pemilik usaha. Oleh karenanya para pelaku usaha harus memahami hal apa saja yang harus di persiapkan sebelum memasarkan suatu produk. Dalam memasarkan produk para pelaku usaha harus memiliki beberapa kriteria yang mampu menarik minat pembeli, diantaranya adalah produk yang memiliki keunikan baik dalam kemasan maupun bahan baku, memiliki harga yang terjangkau serta produk yang banyak dibutuhkan oleh para pembeli.

Dengan memahami kriteria produk yang akan kita pasarkan, para pelaku usaha tentu akan melakukan inovasi produk maupun dan riset kecil kecilan (untuk mengetahui pangsa pasar atau peminat suatu produk) dalam menentukan produk yang akan diperjual belikan, sehingga para pelaku usaha mampu mempersiapkan dengan mata produk yang akan diperjualbelikan serta melautkan pemasaran sesuai dengan sasaran. Berdasarkan hasil pelatihan pemasaran produk tim PKM menawarkan berbagai kemasan yang lebih menarik untuk produk-produk masyarakat Kadipaten. Salah satu contoh kemasan produk makanan ringan yang awalnya belum menggunakan stiker sekarang telah direkomendasikan oleh tim PKM untuk menggunakan stiker agar produk lebih menarik dan dikenal. Disamping itu kegiatan promosi mendorong masyarakat untuk bisa

memasarkan produknya ke luar wilayah. Maka tim sepakat melakukan kegiatan pelatihan promosi guna meningkatkan persaingan pasar.



Gambar 4. Pelatihan Pemasaran (Promosi)

Pemasaran merupakan ujung tombak dalam unit usaha, memasarkan suatu produk didukung oleh kualitas produk itu sendiri juga di dukung dengan promosi. Promosi adalah suatu proses menawarkan barang dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli ataupun mengkonsumsinya. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara, mulai dari door to door , atau promosi dengan melibatkan perkembangan komunikasi.

Perkembangan teknologi komunikasi saat ini memudahkan seseorang dalam melakukan berbagai kegiatan salah satunya pada bidang pemasaran. Untuk mengenalkan produk pada konsumen terdapat banyak cara seperti menggunakan media online (Whatsapp, Facebook, Instagram). Selain itu kami selaku TIM PKM mendorong masyarakat untuk memasarkan pula via e-commerce lain baik itu shopee, lazada, tokopedia dan lainnya. Melalui media online marketing produk mampu menjangkau konsumen yang ada di daerah-daerah, selain itu kita dapat mengefisienkan waktu, tenaga, biaya dan modal serta dapat memperluas pasar.

Berdasarkan hasil pelatihan promosi maka tim PKM membantu mendampingi pembuatan media sosial dan cara penggunaannya agar masyarakat mampu melakukan kegiatan promosi secara digital. Mengingat saat ini ruang gerak masyarakat terbatas akibat adanya pandemi Covid-19. Sehingga pemasaran online sangat dibutuhkan di era revolusi industri 4.0.

Kesimpulan

Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini dilaksanakan 4 (empat) kali pertemuan. Materi yang disampaikan diantaranya yaitu penjelasan terhadap pelatihan pengenalan laporan keuangan sederhana, pelatihan perencanaan penggunaan uang, pelatihan riset produk dan pelatihan pemasaran. Dengan kegiatan ini diharapkan UMKM yang ada di Kecamatan Kadipaten lebih memahami dampak yang terjadi saat ini dan kedepannya, sehingga para pelaku UMKM mampu memanfaatkan peluang baik ini sebagai sarana untuk meningkatkan daya beli masyarakat sendiri melalui pengembangan UMKM agar dapat bertahan dimasa pandemi ini.

Daftar Pustaka

Niko Ramadhani. (2020). Konsep Manajemen Pemasaran untuk UKM. www.akseleran.co.id

Risna Maulina. (2019). Strategi Manajemen Keuangan Praktis bagi UMKM. www.jurnal.id
Suaracirebon.com . UMKM Majalengka. Di akses 26 Februari 2021.
Portalmajalengka.pikiran-rakyat.com. UMKM Kabupaten Majalengka. Di akses 25 Februari 2021.
www.istanaumkm.pom.go.id . Manajemen Pemasaran. Di akses 27 Februari 2021.