

Penyuluhan Pengelolaan Keuangan Moderen Dan Penjualan Menggunakan Marketplace Pada UMKM Al-Hadi

Evana Andriani¹⁾, Faridhatun Faidah²⁾, Supriyono³⁾

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus

E-mail: evana.andriani@umk.ac.id, faridhatun.faidah@umk.ac.id, supriyono@umk.ac.id

ABSTRAK

Banyak program pembatasan yang diberlakukan di tengah Pandemi Covid-19 yang sudah berlangsung sejak awal tahun 2020 di Indonesia. Pembatasan tersebut tentunya memberikan banyak dampak, mulai dari berkurangnya mobilitas penduduk hingga penurunan jumlah pendapatan setiap harinya. Dengan adanya pembatasan tersebut tentunya pelaku usaha harus dapat mengambil langkah cepat tanggap untuk menyelamatkan usaha mereka dan tetap bertahan pada keadaan yang masih belum menentu hingga saat ini. Banyak cara yang dapat dilakukan oleh para pengusaha khususnya pada UMKM Al-Hadi yang berfokus pada penjualan jasa persewaan alat pesta dan tenda acara. UMKM Al-Hadi bias memanfaatkan *marketplace* untuk menawarkan jasa persewaan alat pesta dan tenda yang mereka miliki kepada pasar yang lebih luas. Setelah melakukan penjualan menggunakan *marketplace*, UMKM Al-Hadi dapat memanfaatkan pengelolaan keuangan moderen baik yang disediakan oleh *Marketplace* tersebut atau pengelolaan keuangan moderen yang banyak tersedia di aplikasi seluler, hal ini bertujuan agar pengelolaan keuangan dan penjualan jasa persewaan yang semula masi menggunakan cara tradisional, dapat berkembang mengikuti perubahan teknologi dan dapat mencakup pasar yang lebih luas pula. Oleh karena itu tujuan dari pengabdian ini adalah untuk memberikan penyuluhan dan pelatihan kepada UMKM Al-Hadi tentang pengelolaan keuangan moderen dan penggunaan *marketplace* pada usaha yang dimiliki oleh UMKM Al-Hadi. Setelah melakukan pengabdian ini diharapkan UMKM Al-Hadi memahami pentingnya pengelolaan keuangan moderen dan mampu menggunakan *marketplace* sebagai alat untuk mengembangkan pasar di tengah pandemic Covid-19 saat ini

Kata kunci: literasi keuangan, *marketplace*, UMKM

ABSTRACT

Many restrictive programs have been imposed in the midst of the Covid-19 pandemic that has been going on since the beginning of 2020 in Indonesia. These restrictions certainly have many impacts, ranging from reduced social mobility to a decrease in the amount of daily income. With these restrictions, of course, businessman must be able to take quick response steps to save their businesses and stay afloat in conditions that are still uncertain until now. There are many ways that entrepreneurs can do, especially for Al-Hadi SMEs, which focuses on selling rental party equipment and event tents. Al-Hadi MSMEs can use the marketplace to offer their party equipment and tent rental services to a wider market. After making sales using

the marketplace, Al-Hadi MSMEs can take advantage of modern financial management, whether provided by the Marketplace or modern financial management which is widely available on mobile applications, but financial management and sales of rental party equipment services in Al-Hadi MSMEs still using traditional methods until right now, hope it can be evolve with technological changes and can cover a wider market as well. Therefore, the purpose of this service is to provide counseling and training to Al-Hadi MSMEs on modern financial management and the use of marketplaces in businesses owned by Al-Hadi MSMEs. After doing this service, hoped that Al-Hadi MSMEs will understand the importance of modern financial management and able to use the marketplace as a tool to develop the market in the midst of the current Covid-19 pandemic.

Keywords: *financial literacy, marketplace, MSME*

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 memberikan dampak pada berbagai sektor usaha, baik usaha dengan skala kecil, menengah, maupun usaha dengan skala besar. Salah satu usaha yang terkena dampak cukup besar dari Covid-19 adalah UMKM Al-Hadi, di mana UMKM tersebut bergerak pada bidang usaha persewaan alat pesta dan tenda. Pada pemberlakuan pembatasan sosial yang diterapkan oleh pemerintah, tentunya acara, pesta dan berbagai kegiatan yang menyebabkan kerumunan, pelaksanaannya sangat dibatasi bahkan jika diluar ketentuan yang telah ditetapkan pemerintah, acara tertentu tidak dapat berlangsung bahkan terjadi penundaan hingga batas waktu yang belum bisa ditentukan. Pembatasan tersebut memang bertujuan untuk menekan angka penyebaran Covid-19 yang sempat meningkat beberapa waktu lalu. Akan tetapi untuk usaha seperti yang dilakukan oleh UMKM Al-Hadi tentunya pembatasan ini memberikan banyak kerugian, mulai dari penurunan omzet hingga pembatalan persewaan yang sebelumnya telah di pesan jauh-jauh hari oleh konsumen. Sehingga kerugian akibat pembatasan sosial ini cukup besar bagi UMKM Al-Hadi.

Banyak cara yang dapat dilakukan oleh UMKM Al-Hadi untuk tetap bertahan di tengah pandemi Covid-19 saat ini, terdapat beberapa solusi yang ditawarkan untuk membantu problematika yang terjadi pada UMKM Al-Hadi. Salah satunya yaitu pemanfaatan dari teknologi yang saat ini cukup berkontribusi besar pada banyak usaha untuk tetap bertahan di keadaan ekonomi yang masih tidak stabil. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan penyuluhan dan pelatihan kepada UMKM Al-Hadi tentang pengelolaan keuangan moderen dan penggunaan *marketplace* pada usaha yang dimiliki oleh UMKM Al-Hadi. Setelah melakukan pengabdian ini diharapkan UMKM Al-Hadi memahami pentingnya pengelolaan

keuangan moderen dan mampu menggunakan *marketplace* sebagai alat untuk mengembangkan pasar di tengah pandemic Covid-19 saat ini.

Dengan menggunakan teknologi dalam pemasaran persewaan alat pesta dan tenda yang dimiliki UMKM Al-Hadi, hal ini tentunya dapat memberikan dua dampak positif, yang pertama dapat meningkat angka pendapatan dari UMKM Al-Hadi itu sendiri, lalu yang kedua adalah semakin berkurangnya kontak langsung yang terjadi, sehingga dapat berkontribusi dalam mengurangi angka penularan Covid-19. Selain itu, terdapat beberapa manfaat *marketplace*, yaitu: mempermudah komunikasi antara produsen dan konsumen. Mempermudah pemasaran dan promosi barang atau jasa. Memperluas jangkauan calon konsumen dengan pasar yang luas. Mempermudah proses penjualan dan pembelian. Mempermudah pembayaran karena dapat dilakukan secara online.

Selain pemahaman tentang *marketplace*, pelaku usaha juga perlu mengerti tentang system keuangan usaha seperti membuat perencanaan sampai ke pelaporan keuangan. Hal ini perlu dipahami dan dilakukan untuk mengurangi risiko kerugian usaha karena harga jual produk yang tidak memperdulikan harga pokok penjualanya. Seorang pelaku usaha juga perlu melakukan evaluasi terhadap hasil usahanya dengan melihat laporan keuangan, dalam perkembangan teknologi, pengelolaan keuangan saat ini jauh lebih moderen dan mudah di gunakan serta di akses oleh para pemilik usaha kapan saja dan dimana saja. Hal ini dapat membantu para pemilik usaha untuk tetap mengawasi usahanya di tengah kondisi pembatasan sosial yang sedang berlangsung, sehingga dapat meminimalisir adanya kontak langsung dengan orang lain dan membantu untuk berkontribusi dalam upaya penurunan angka penularan Covid-19.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegaitan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan menggunakan metode ceramah, simulasi dan diskusi. Kegiatan pengabdian dilaksanakan secara langsung pada lokasi UMKM Al-Hadi berada, dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan yang berlaku. Pelaksanaan pengabdian dilaksanakan secara langsung bukan melalui daring, karena dirasa pemaparan materi yang diberikan perlu dipaparkan dan disimulasikan secara langsung. Adapun penjelasan dari metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah sebagai berikut:

1) Ceramah

Peserta diberikan pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan sederhana, kemudian dilanjutkan dengan penjelasan tentang cara melakukan pemasaran dan penjualan produk menggunakan platform *marketplace*, yang disampaikan oleh masing-masing anggota.

2) Simulasi

Peserta melakukan simulasi perhitungan biaya dan menentukan harga jual produk, kemudian peserta juga belajar membuat account pada *marketplace* dan tim pengabdian mendampingi peserta dalam pembuatan akun tersebut.

3) Diskusi

Diskusi dilakukan setelah pemaparan materi dan simulasi selesai dijalankan. Diskusi ditujukan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dari peserta dengan bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pemahaman peserta akan materi yang dipaparkan oleh tim anggota pengabdian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian ini dilaksanakan di Desa Sambiroto Kecamatan Tembalang Kota Semarang kepada UMKM Al-Hadi. Hasil yang dicapai dalam kegiatan pengabdian ini secara garis besar terdiri dari atas, yang pertama tahap perencanaan kegiatan, kedua merupakan tahap pelaksanaan kegiatan, dan tahap ketiga adalah tahap follow up kegiatan pelatihan pendampingan penggunaan media sosial dan platform e-commerce, tahap keempat yaitu simulasi dan praktek, dan tahapan yang terakhir adalah evaluasi kegiatan. Adapaun kegiatan yang telah dilaksanakan adalah sebagai berikut.

1) Tahap Perencanaan Kegiatan

Pada tahap perencanaan kegiatan, tim pengabdian membuat rencana dan rancangan kegiatan sebagai berikut:

- a) Studi lapangan dan menganalisis situasi di lingkungan UMKM Al-Hadi yang terletak di Desa Sambiroto Kecamatan Tembalang Kota Semarang
- b) Menganalisa permasalahan apa yang terjadi pada UMKM Al-Hadi yang terletak di Desa Sambiroto Kecamatan Tembalang Kota Semarang
- c) Berkoordinasi dan konsultasi dengan pemilik UMKM Al-Hadi

- d) Pengumpulan sumber rujukan dan studi literatur tentang pemanfaatan sosial media dan platform e-commerce sebagai alat pemasaran dan penjualan produk
 - e) Mempersiapkan materi yang akan disampaikan kepada karyawan/staff UMKM Al-Hadi yang terletak di Desa Sambiroto Kecamatan Tembalang Kota Semarang
- 2) Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan ini, tim pengabdian memberikan pelatihan dan pendampingan dalam bentuk kegiatan sebagai berikut:



Gambar 1. Pemaparan Mengenai Pentingnya Pengelolaan Keuangan dan Dampak Dari Pemanfaatan Tersebut Pada UMKM Al-Hadi Kedepannya



Gambar 2. Pemaparan Mengenai Cara Melakukan Pemasaran dan Penjualan Produk Menggunakan Platform *Marketplace*



Gambar 3. Penentuan Harga Jual Produk Secara Sederhana

3) Tahap Follow Up Kegiatan Pelatihan

Tahap follow up kegiatan pelatihan pada UMKM AI-Hadi dilakukan dalam bentuk pendampingan cara pengelolaan keuangan sederhana dan pembuatan platform *marketplace*, serta penjelasan alur proses dari pemasaran dan penjualan menggunakan platform *marketplace*. Dalam tahap ini tim pengabdian melakukan pendampingan kepada staff/karyawan dari UMKM AI-Hadi yang terletak di Desa Sambiroto Kecamatan Tembalang Kota Semarang.

4) Tahap Praktek dan Simulasi

Pada tahap praktek dan simulasi, peserta sosialisasi melakukan praktek pengelolaan keuangan sederhana dan praktek melakukan pemasaran dan penjualan produk menggunakan platform *marketplace*. Berikut langkah-langkah simulasi yang dilakukan:

- a) Cara daftar aplikasi pengelola keuangan usaha di buku kas yaitu dengan mengunduh aplikasinya secara gratis dari App Store untuk pengguna iPhone dan Google Play Store bagi pengguna Android.
- b) Klik pilihan Daftar dengan Nomor Telepon. Kemudian verifikasi nomor.

- c) Langkah berikutnya dalam cara daftar buku kas adalah membuat nama pengguna yang akan digunakan untuk akun tersebut, dan lakukan edit profil untuk menambahkan atau mengganti informasi terkait dengan akun tersebut.
- d) Masuk pada menu lainnya, kemudian klik ubah profil. Pilihan ini ada pada pojok kanan atas. Lalu isi nama pemilik usaha, nama bisnis/took dan nomor telepon.
- e) Lalu pilih pengaturan. Klik jenis pengaturan yang ingin diedit sesuai dengan kebutuhan bisnis yang dijalankan.
- f) Setelah itu klik home untuk melihat rangkuman laporan keuangan, catatan hutang, kelola stok barang dan kirim dan tagih uang
- g) Klik Transaksi untuk membuat catatan transaksi
- h) klik Hutang untuk membuat catatan hutang piutang

Pada tahap praktek dan simulasi, peserta sosialisasi melakukan praktek pembuatan *account* pada platform buku kas. Langkah-langkah untuk membuat account buku kas bisa diakses pada laman <https://bukukas.co.id/>

Tahap Follow Up Kegiatan Pelatihan

Tahap ini dilakukan dalam bentuk sesi kegiatan tanya jawab dan diskusi antara peserta dengan pemateri. Dalam kegiatan ini, peserta diberi kesempatan untuk bertanya dan memberikan tanggapan terhadap materi pelatihan pemasaran dan peningkatan penjualan melalui daring yang telah dijelaskan oleh pemateri. Pemateri dalam hal ini tim pengabdian menjawab berbagai pertanyaan dan tanggapan yang telah diberikan oleh peserta yang hadir dalam kegiatan pengabdian.

Tahap Evaluasi Kegiatan

Tim pengabdian melakukan kegiatan evaluasi atas pelatihan yang diberikan lalu memberikan nilai, saran, masukan serta penghargaan terkait hasil pelatihan, produk pelatihan, simulasi dan kegiatan dari pelatihan pemasaran dan peningkatan penjualan melalui daring pada UMKM Al-Hadi. Evaluasi dilakukan dengan cara interview langsung kepada peserta pengabdian dan dengan membagikan kuesioner untuk mengetahui apakah pelatihan dapat memberikan manfaat bagi peserta pengabdian secara efektif. Dari hasil evaluasi diperoleh informasi bahwa kegiatan pelatihan pengelolaan keuangan sederhana dan praktek melakukan

pemasaran dan penjualan produk menggunakan platform *marketplace* pada UMKM Al-Hadi berjalan dengan lancar dan peserta turut serta aktif selama mengikuti kegiatan pelatihan tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Staff/karyawan pada UMKM Al-Hadi memiliki semangat tinggi untuk mempelajari sesuatu hal yang baru, termasuk dalam belajar mengelola keuangan sederhana dan praktek melakukan pemasaran dan penjualan produk menggunakan platform *marketplace*. Selama ini UMKM Al-Hadi sudah melakukan berbagai kegiatan mengelola keuangan dan pemasaran secara tradisional, akan tetapi tingkat hasil penjualan yang didapatkan masih terbatas, hal tersebut terjadi dikarenakan cara mengelola keuangan dan pemasaran yang masih konvensional atau tradisional dan masih mengandalkan rekomendasi merek dari mulut ke mulut.

Sosialisasi pada UMKM Al-Hadi terkait dengan cara mengelola keuangan sederhana dan praktek melakukan pemasaran dan penjualan produk menggunakan platform *marketplace* yang telah dilaksanakan secara khusus akan memberikan perubahan pada pola pengelolaan keuangan dan pemasaran dari konvensional menjadi daring pada UMKM Al-Hadi. Adanya pelatihan ini diharapkan bisa menaikkan penjualan dan kesadaran merek pada konsumen dari produk yang dijual oleh UMKM Al-Hadi, sehingga bisa menaikkan pendapatan dari UMKM Al-Hadi yang telah menurun selama pandemi Covid-19 berlangsung.

Dengan telah dilaksanakannya sosialisasi dan pelatihan mengelola keuangan sederhana dan praktek melakukan pemasaran dan penjualan produk menggunakan platform *marketplace* pada UMKM Al-Hadi, diharapkan staff/karyawan dari UMKM Al-Hadi dapat mengembangkan kemampuan dalam pemanfaatan platform digital untuk peningkatan pengelolaan keuangan yang baik dan peningkatan penjualan produk dari UMKM Al-Hadi, sehingga kegiatan pemasaran nproduk dan pengelolaan keuangan dari UMKM Al-Hadi dapat berlangsung dengan lebih efektif dan efisien dengan adanya pemanfaatan platform digital yang digunakan di kemudian hari

DAFTAR PUSTAKA

Bakos, J. Y. (1997). Reducing Buyer Search Costs: Implications for Electronic Marketplaces. *Management Science*, 43(12), 1676–1692

- Chen, H dan Volpe, R.P, 1998. “An Analysis of Personal Literacy Among College Students”. *Financial Services Review*. Vol. 7 (2).
- E. Maier and J. Wieringa, (2020). Acquiring Customers through Online Marketplaces? The Effect of Marketplace Sales on Sales in a Retailer’s own Channels, *International Journal of Research in Marketing*.
- Evans, D. S., & Schmalensee, R. (2016). *Matchmakers: The new economics of multisided platforms*. Boston, Massachusetts: Harvard Business Review Press.
- Fatoki, Olawale. 2014. The Financial Literacy of Micro Entrepreneurs in South Africa. *J See Sel*. Vol 40 (2)
- Mulyasa E. 2002. *Kurikulum Berbasis Kompetensi Konsep, Karakteristik, dan Implementasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Parker, G., van Alstyne, M., & Choudary, S. P. (2016). *Platform revolution* (First edition). New York, London: W.W. Norton & Company.
- Rangaswamy, A., Moch, N., Felten, C., Van Bruggen, G., Wieringa, J. E., & Wirtz, J. (2020). The Role of Marketing in Digital Business Platforms. *Journal of Interactive Marketing*.(forthcoming).
- Reinartz, W., Wiegand, N., & Imschloss, M. (2019). The impact of digital transformation on the retailing value chain. *International Journal of Research in Marketing*, 36(3), 350–366.
- Wirtz, J., So, K. K. F., Mody, M. A., Liu, S. Q., & Chun, H. H. (2019). Platforms in the peerto-peer sharing economy. *Journal of Service Management*, 30(4), 452–483.
- Yul Lee, J., Kim, J. in, & Fan, Q. (2013). The impact of web site quality on flow- related online shopping behaviors in C2C e- marketplaces: A cross- national study. *Managing Service Quality: an International Journal*, 23(5), 364–387.
- Zhang, S., Pauwels, K., & Peng, C. (2019). The Impact of Adding Online-to-Offline Service Platform Channels on Firms' Offline and Total Sales and Profits. *Journal of Interactive Marketing*, 47, 115–128.