

# Bimbingan Pelaporan Keuangan UMKM Desa Paluhmanan

<sup>1)</sup> Arie Pratania Putri <sup>2)</sup> Tetty Tiurma Uli Sipahutar <sup>3)</sup> Benny Rojeston Marnaek Nainggolan

<sup>1),2),3)</sup> Akuntansi,Fakultas Ekonomi,Universitas Prima Indonesia,Medan,Indonesia  
Email: <sup>1</sup>arieprataniaputri@unprimdn.ac.id

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
<b>Kata Kunci:</b> Laporan Keuangan UMKM Desa Paluhmanan Digital Marketing	Paluh Manan merupakan salah satu desa yang ada di kecamatan Hampan Perak, Kabupaten Deli Serdang, provinsi Sumatra Utara, Indonesia. Mayoritas mata pencarian masyarakat di desa ini adalah sebagai nelayan, budi daya ikan tambak dan juga perkebunan kelapa sawit. Selain itu banyak di jumpai pengrajin atap yang dibuat dari daun nipah. Untuk itu disini kami lihat banyak potensi untuk beberapa aktivitas mereka yang menghasilkan sebuah produk sehingga mereka akan menjadi pelaku UMKM. Maka dari itu tujuan pengabdian ini adalah membantu meningkatkan kemampuan para pelaku UMKM untuk memasarkan produk dengan berbasis digital marketing dan melakukan pembukuan yang sederhana dan mudah dimengerti. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian pada masyarakat di Desa Paluhmanan ini yaitu metode pendekatan dengan melakukan sosialisasi serta pendampingan dengan pendampingan penggunaan social media serta membuat pembukuan laporan keuangan sederhana k. Hasil dari kegiatan yang dilakukan adalah pelaku usaha menyatakan bahwa mengimplementasikan pembukuan pada usaha memberikan efek positif dan sangat penting untuk digunakan bagi usaha agar dapat mengetahui cara menghitung laba atau rugi usaha dan mengukur kemampuan bisnis usaha
<b>Keywords:</b> Financial statements MSMEs Palumanan Village Digital Marketing	<i>Paul Mananis one of the villages in the district Silver Expanse, Deli Serdang Regency, North Sumatra province, Indonesia. The majority of people's livelihoods in this village are as a fisherman, pond fish farming and also coconut plantations palm. In addition, many roof craftsmen are found made of leaves palm. For that here we see a lot of potential for several their activities that produce a product so they will become MSME actors. Therefore the purpose of this service is to help improve the ability of MSME actors to market products based on digital marketing and Keep bookkeeping simple and easy to understand. Method which is used in the implementation of community service in Paluhmanan Village is an approach method by doing socialization and assistance with usage assistance social media as well as keeping simple financial reports k. The results of the activities carried out are business actors stating that implementing bookkeeping on business gives effect positive and very important to use for businesses to be able to know how to calculate the profit or loss of a business and measure business business capabilities</i>
	This is an open access article under the <a href="#">CC-BY-SA</a> license.
	

## I. PENDAHULUAN

Paluh Manan merupakan salah satu desa yang ada di kecamatan Hampan Perak, Kabupaten Deli Serdang, provinsi Sumatra Utara, Indonesia. Mayoritas mata pencarian masyarakat di desa ini adalah sebagai nelayan, budi daya ikan tambak dan juga perkebunan kelapa sawit. Selain itu banyak di jumpai pengrajin atap yang dibuat dari daun nipah. Untuk itu disini kami lihat banyak potensi untuk beberapa aktivitas mereka yang menghasilkan sebuah produk sehingga mereka akan menjadi pelaku UMKM. Pada era industri 4.0, para pelaku UMKM masih banyak menghadapi banyak permasalahan. Pelaku UMKM ini masih mengharapkan produk lokal sebagai salah satu sumber penghasilan mereka (Ahmad dkk, 2022). Era globalisasi menuntut peningkatan inovasi produk dan jasa, pengembangan skill dari sumber daya manusia, pengembangan teknologi dan perluasan area pemasaran (Gunartin, 2017). UMKM menjadi wadah yang

baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif. UMKM merupakan usaha yang bersifat padat karya, tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan, keahlian (keterampilan) pekerja (Dewi dkk, 2022). Penggunaan modal usaha relatif sedikit serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana (Syarifuddin dkk, 2022).

Pemerintah mendorong berdirinya UMKM agar masyarakat mampu memenuhi kebutuhan ekonominya dan berdaya saing. Usaha produktif yang hampir Sebagian besar masih dilakukan menggunakan cara yang sangat sederhana seringkali menyebabkan omzet penjualan UMKM tersebut kurang maksimal (Zusnita dkk,2022). Apalagi semenjak Pandemi virus Corona melanda,tidak hanya sekedar bencana kesehatan, namun juga menimbulkan kekacauan diberbagai sector yang ada, salah satunya pada sektor ekonomi (Utami, 2021).Keterangan dari Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) mengatakan bahwa pandemi ini menjadikannya bahaya terjadinya krisis ekonomi yang cukup besar bagi seluruh bagian kehidupan yang ditunjukkan dengan terganggunya aktivitas produksi di berbagai negara, turunnya tingkat konsumsi masyarakat, menurunnya kepercayaan konsumen, merosotnya bursa saham yang pada akhirnya mengarah pada ketidakjelasan (Nalini, 2021). Adanya pandemic ini sangat berefek pada sektor UMKM sehingga berdampak buruk pada perekonomian Indonesia. Di saat keadaan ekonomi sedang terpuruk yang di akibatkan oleh virus ini ,pebisnis harus berhati-hati dalam membuat keputusan, dikarenakan hal tersebut memerlukan strategi yang tepat demi UMKM (Alfrian & Pitaloka, 2020).

Munculnya era industri4.0 ditandai dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Pada era ini masyarakat dihadapkan untuk hidup serba canggih dan harus memanfaatkan internet semaksimal mungkin sebagai alat yang memberikan kemudahan untuk segalanya (Wastutiningsih & Dewi, 2019). Menurut Hendriadi (2019) internet sudah diketahui dengan baik oleh semua kalangan masyarakat, tidak terkecuali para pelaku UMKM di daerah -daerah, tetapi sangat disayangkan mereka kurang maksimal dalam penggunaan internet dalam membantu manajemen pada usahanya. Menurut Jacky Musry selaku Executive Vice President International Council for Small Business (ICSB) mengenai UMKM 4.0 Indonesia adalah UMKM harus berubah menjadi lebih kompeten, inovatif, kreatif ,dan be entrepreneurial (Amri, 2020).

Pertumbuhan teknologi digital dapat memfasilitasi para pengusaha UMKM untuk mempromosikan produknya secara online. Menurut Wardhana (2015) pertumbuhan teknologi digital dapat memperbaiki pemasaran UMKM menjadi lebih baik, yang awalnya mereka melakukan secara sederhana menjadi secara modern atau digital, dimana mereka memanfaatkan penggunaan media social dan website untuk mempromosikan produk mereka. Pertumbuhan teknologi digital memungkinkan para pengusaha UMKM untuk mempromosikan produknya secara online atau daring dan melakukan pembayaran melalui sistem perbankan online juga ataupun e-money (Sopahan et al., 2021). Adanya era 4.0 menyebabkan hadirnya bentuk promosi baru yaitu dengan digital marketing.Trendigital marketing dapat dijadikan kesempatan bagi UMKM untuk menyambut adanya era industry 4.0 (Irfani et al., 2020). Saat ini masyarakat banyak mininati digital marketing untuk mendukung berbagai kegiatan salah satunya untuk media pemasaran (Susanto et al., 2020). Digital marketing adalah suatu alat untuk mempromosikan produk mereka yang memanfaatkan media internet. Menurut Pradiani (2018) digital marketing mampu menaikkan volume penjualan secara signifikan dari pendapatan perbulan, karena hal tersebut maka digital marketing dipandang sebagai alat yang paling baik, efektif,dan efisien untuk dimanfaatkan sebagai media promosi. Menurut Fadhilah & Pratiwi (2021) Digital marketing juga sebagai salah satu pendekatan yang efektif dalam memasarkan suatu produk agar bisa sampai kepada pelanggan secara cepat dan tepat waktu. Semakin hari pelaku usaha mulai berubah untuk memanfaatkan teknologi informasi dan telekomunikasi untuk menjalankan maupun menunjang kegiatan usaha mereka (Idah & Pinilih,2019).

Indonesia adalah salah satu negara yang banyak mengandalkan UMKM untuk membantu meningkatkan perkembangan ekonomi, di Era digital yaitu Revolusi 4.0 tidak hanya dari sisi mesin tetapi juga terus berkembangnya ke teknologi informasi seperti internet dan aplikasi. Revolusi industri 4.0 merupakan tantangan yang tidak bisa dihindari oleh para pelaku usaha terutama para pelaku UMKM (Siregar, 2021). Selain mengembangkan tehnik pemasaran UMKM masalah krusial yang di hadapi pada UMKM adalah Masalah Keuangan. Hal ini di sebabkan kurangnya para pemilik usaha dalam Menyusun laporan keuangan sehingga pencatatan keuangan tidak tersusun rapi oleh karena itu kami disini sebagai narasumber mensosialisaikan bagaimana cara Menyusun keuangan sesuai Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil dan Menengah (SAK-ETAP) yang pada umumnya banyak di pergunakan para pelaku UMKM. kemudian peraturan yang mewajibkan usaha kecil melakukan pencatatan akuntansi yang baik yaitu Peraturan Republik Pemerintah Indonesia Nomor 17 Tahun 2013 tentang pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Mesti telah jelas adanya tentang peraturan, pada kenyataannya pembutan laporan keuangan yang sesuai dengan standar masih banyak pelaku UMKM yang tidak melakukannya. Melihat sangat pentingnya penerapan standar akuntansi untuk UMKM maka dari itu IAI selaku organisasi profesi sekaligus sebagai badan penyusun Standar Akuntansi Keuangan (SAK) melalui Dewan Standar Akuntansi Indonesia (DSAK) menyusun standar akuntansi sesuai dengan karakteristik UMKM. Di Indonesia Standar Akuntansi yang berlaku adalah SAK yang berbasis IFRS, SAK-ETAP (Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik), SAK-EMKM (Standar Akuntansi

Keuangan Entitas Mikro Kecil dan Menengah), SAK Syariah dan SAP (Standar Akuntansi Pemerintah) (Liasari, 2021).

Dalam membuat laporan keuangan pelaku UMKM sudah ada standar Akuntansi keuangan Entitas Mikro Kecil dan Menengah (SAK EMKM) yang efektif digunakan 1 Januari 2018 yang kegunaannya sebagai acuan dalam pembuatan laporan keuangan (Siregar, 2021). Berdasarkan SAK EMKM pelaku UMKM wajib membuat laporan yang sangat layak yaitu membuat pencatatan keuangan harian, mingguan, bulanan, dan tahunan karena laporan keuangan sangat penting untuk masa depan usahanya. SAK EMKM yang merupakan bentuk sederhana dari Standar Akuntansi Keuangan untuk Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP). SAK EMKM antara lain mengatur bahwa (Kirowati & Amir, 2019): (1) komponen laporan keuangan hanya terdiri atas neraca, laporan laba rugi, dan catatan atas laporan keuangan; (2) pengukuran menggunakan dasar biaya historis, (3) tidak ada pengakuan penurunan nilai, kecuali atas entitas bidang jasa keuangan (4) aset tetap didepresiasi menggunakan metode garis lurus atau saldo menurun tanpa memperhitungkan nilai residu, (5) laporan komparatif hanya dibandingkan dengan satu periode sebelumnya. Serta (6) dampak koreksi kesalahan dan perubahan kebijakan akuntansi tidak disajikan pada periode terjadinya perubahan. Maka dari itu tujuan dari pengabdian ini adalah membantu meningkatkan kemampuan para pelaku UMKM untuk melakukan pembukuan yang sederhana dan mudah di mengerti. Adapun sasaran yang ingin dicapai pada pengabdian ini adalah timbulnya keinginan dan kesadaran para pelaku usaha tentang pentingnya melakukan pembukuan sederhana bagi usaha bisnis mereka sendiri agar pelaku usaha dapat mengukur kemampuan bisnis serta menghitung laba atau rugi usaha.

## II. MASALAH

Kurangnya pengetahuan warga desa paluhmanan yang akan menjadi pelaku UMKM dalam Menyusun laporan keuangan merupakan masalah yang sangat penting untuk di selesaikan dengan cara melakukan pendampingan serta turut membantu membimbing dalam Menyusun laporan keuangan agar dikemudian hari mereka tidak terjadi kekeliruan dalam masalah keuangan sehingga mereka dapat mengambil keputusan.



Gambar 1. Akademisi dari Universitas Prima Indonesia dalam menyampaikan materi

## III. METODE

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 17 November 2022 di Desa Paluhmanan kecamatan Hamparan Perak, Kabupaten Deli Serdang, provinsi Sumatra Utara, Indonesia. Kegiatan ini dilakukan untuk memberikan pengetahuan tentang pentingnya penerapan laporan keuangan di UMKM dan cara membuat laporan keuangan di UMKM secara sederhana.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan dengan tahapan berikut :

1. Dimulai dengan melakukan observasi awal yang bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh warga yang akan menjadi pelaku UMKM. Pada kegiatan observasi awal ini juga dilakukan sinkronisasi kebutuhan materi pelatihan terkait dengan penjelasan tehnik pemasaran UMKM serta penyusunan laporan keuangan yang dilaksanakan melalui diskusi dengan melibatkan warga binaan.
2. Kegiatan sosialisasi pencatatan dan penyusunan laporan keuangan UMKM pada toko sembako di Desa Alai Selatan. Pelaksanaan sosialisasi ini akan menjelaskan pentingnya Laporan Keuangan, pencatatan keuangan secara sederhana dan penyusunan laporan keuangan yaitu Laporan Laba Rugi dan Neraca.
3. Setelah penyampaian materi sosialisasi, kemudian dilanjutkan dengan kegiatan pendampingan pencatatan dan penyusunan laporan keuangan secara sederhana dan mandiri selama kurang lebih 30-45 menit kepada warga yang akan menjadi pelaku UMKM.
4. Lalu yang terakhir dilakukan dengan proses evaluasi untuk mengetahui sejauh mana para warga yang akan menjadi pelaku UMKM memahami materi yang disampaikan narasumber/akademisi.



Gambar 2. Penjelasan tentang tehnik pemasaran

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai yang akan menjadi pelaku UMKM setidaknya harus mampu Menyusun laporan keuangan sesuai SAK ETAP agar dana yang dipergunakan diketahui kemana pastinya dan bisa melihat kondisi keuangan baik pemasukan maupun pengeluaran. Bisa juga menyusun strategi sesuai dengan anggaran yang dimiliki. Dengan membuat laporan keuangan atau pun pembukuan keuangan sederhana dapat meminimalisir dari resiko kerugian usaha (Ramadhanti, 2022). Pada pelaksanaan sosialisasi tentang tehnik pemasaran UMKM dan pengelolaan keuangan para peserta antusias mengikuti dan melakukan tanya-jawab terkait proses pencatatan dan pengelompokkan serta pembuatan laporan keuangan, dimana dari sesi tanya jawab ini diketahui

mayoritas peserta belum melakukan pembukuan dan pengelolaan keuangan dengan baik, sehingga para peserta menjadi termotivasi untuk melakukan pengelolaan keuangan dengan benar.

## V. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik oleh tim pengabdian pada pengabdian ini adalah sosialisasi Bimbingan teknik pemasaran dan pelaporan keuangan yang dilaksanakan pada tanggal 17 November 2022 di Desa Paluhmanan sudah berhasil terlaksana dan saat ini sudah mulai mampu memasarkan produknya melalui social media dan membuat laporan keuangannya berdasarkan pelatihan yang sudah tim pengabdian berikan, sehingga saat ini dan kedepannya peserta akan mengetahui keuntungan atau kerugian setiap bulan, akan mengetahui perubahan modal dan akan mendapatkan informasi posisi keuangan mereka setiap bulan. Saran yang bisa tim pengabdian berikan untuk peserta tentunya masih berkaitan dengan laporan keuangan sederhana, agar kedepannya bisa konsisten dalam mencatat dan membuat laporan keuangannya, karena berkembangnya suatu usaha juga berdasarkan hasil pencatatan laporan keuangan yang dimiliki oleh bisnis tersebut dan juga agar mempermudah untuk membaca naik turun nya sebuah usaha juga bisa dilihat dari laporan keuangannya. Dengan adanya pelatihan ini tim pengabdian berharap semoga peserta bisa lebih maju dan berkembang sesuai dengan kemajuan zaman saat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A., Herison, R., Mane, A., Syamsuddin, I., & Karim, A. (2022). Wisata Desa Sapana dalam Peningkatan Ekonomi di Desa Bonto Salama Kabupaten Sinjai. *Celebes Journal of Community Services*, 1(1), 14-21.
- Alamanda, A. R., & Zusnita, W. O. (2022). Pelatihan Dan Pendampingan Penggunaan Instagram Ads Pada Umkm Fashion Kota Bandung. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 5(2), 149-152.
- Amri, A. (2020). Pengaruh periklanan melalui media sosial terhadap UMKM di Indonesia di masa pandemi. *Jurnal Brand*, 2(1), 123–130. <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand>
- Alfrian, G. R., & Pitaloka, E. (2020, November). Strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bertahan pada kondisi pandemik covid 19 di Indonesia. In *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)* (Vol. 6, No. 2, pp. 139-146).
- Dewi, R., Azis, M., Rauf, A., Sahabuddin, R., & Karim, A. (2022). Empowering Communities on the Feasibility of Local Chicken Livestock Business in South Sulawesi Province, Indonesia. *Specialusis Ugdymas*, 1(43), 11034-11045.
- Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing Studi Kasus Usaha Kremes Desa Cibunar Kecamatan Rancakalong. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 17–22. <https://doi.org/https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i1.279>
- GUNARTIN, G. (2017). Penguatan Umkm Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Eduka: Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis*, 2(2).
- Hendriadi, A. A., Sari, B. N., & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 120–125. <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v4i2.1133>
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2019). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Papers “Pengembangan Sumber Daya Pedesaan Dan Kearifan Lokal Berkelanjutan IX,”*9(1), 195–204. <http://jurnal.lppm.unsoed.ac.id/ojs/index.php/Prosiding/article/view/121>
- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Ukm Dalam Menghadapi Era Industri 4.0. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 3(3), 651–659.
- Kirowati, D., & Amir, V. (2019). Implementasi Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah (SAK EMKM) pada laporan keuangan di era revolusi industri 4.0 (Studi kasus pada UMKM di Kota Madiun). *Jurnal AKSI (Akuntansi Dan Sistem Informasi)*, 4(1).
- Liasari, P. A. (2021). Analisis penerapan sak emkm pada laporan keuangan umkm di kota bata
- Nalini, S. N. L. (2021). Dampak Dampak covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 662–669. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.278>
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>

- 
- Ramadhanti, G. M. (2022). Pembukuan: Pengertian, Fungsi dan Cara Membuatnya. Hashmicro.Com. <https://www.hashmicro.com/id/blog/pembukuan-definisi-cara-membuat/>
- Siregar, D. M. (2021). Penerapan SAK EMKM para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menuju pengembangan revolusi industri 4.0 (studi pada UMKM di Kabupaten Sidoarjo). *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16(4), 669–678. <https://doi.org/10.22437/jpe.v16i4.1451>
- Syarifuddin, S., Sating, W., Setiawan, L., Menne, F., Muchlis, A., & Idrus, M. (2022). Pengaruh Tatalaksana Penjualan Ayam Potong Halal Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Peternakan Terpadu*, 2(1), 70-78.
- Sopanah, Anam, C., & Paramita, N. (2021). Peran Penting Pelatihan Digital Marketing dan Manajerial bagi UMKM Olahan Makanan Kecamatan Lowokwaru Malang. *The 4th Conference on Innovation and Application of Science and Technology (CIASTECH 2021)*, 1(1), 939–944.
- Susanto, B., Hadiano, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syaikani, M. M., & Daniswara, A. A. (2020). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42–47. <https://doi.org/10.31603/ce.4244>
- Utami, B. S. A. (2021). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Sektor UMKM di Indonesia. *Journal Universitas Wijaya Kusuma Surabaya*, 03(1), 1–7
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia. In *Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV*, April 2015, 327–337
- Wastutiningsih, S. P., & Dewi, T. P. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Era Revolusi Industri 4.0. *Suluh Pembangunan: Journal of Extension and Development*, 1(2), 90–96. <https://doi.org/10.23960/jsp.v1i2.20>