



## Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat

Journal Homepage: <http://www.itbsemarang.ac.id/sijies/index.php/abdimas>

e-Mail: [lppm@itbsemarang.ac.id](mailto:lppm@itbsemarang.ac.id)



### Pelatihan *Digital Marketing* dan Manajemen Keuangan pada UMKM Gardenia Art Indonesia

Yusuf Hendrawanto <sup>1\*</sup>

Aditya Rizqi Senoaji <sup>2</sup>

Andriyan Eka Sapta <sup>3</sup>

Bagas Putra Pradana <sup>4</sup>

<sup>1, 2, 3, 4</sup> Politeknik Negeri Semarang

#### INFO ARTIKEL

##### *Histori artikel:*

Diterima : 31 Juli 2023  
 Revisi : 4 Agustus 2023  
 Disetujui : 9 Agustus 2023  
 Publikasi : 10 Agustus 2023

##### *Kata kunci:*

UMKM  
 Manajemen Keuangan  
*Digital Marketing*

#### ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam pertumbuhan pembangunan dan ekonomi. Salah satu UMKM yang sedang berkembang adalah Gardenia Art Indonesia yang bergerak di bidang kerajinan, yaitu pot hias. Permasalahan yang ditemukan pada UMKM Gardenia Art Indonesia adalah minimnya pengetahuan dan pemahaman pemilik dan pengelola UMKM tentang akuntansi, khususnya pencatatan dan pembukuan hingga penyusunan laporan keuangan serta belum maksimalnya pemasaran produk yang dilakukan oleh Gardenia Art Indonesia. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat terdiri dari lima tahap, yaitu (1) analisis kebutuhan; (2) penyusunan materi pelatihan; (3) sosialisasi; (4) pelatihan manajemen keuangan; (5) pelatihan *digital marketing*; dan (6) evaluasi. Kegiatan pelatihan *digital marketing* dan manajemen keuangan pada UMKM Gardenia Art Indonesia menghasilkan Ms. *Excel* yang sudah di-*customize* yang bisa digunakan oleh pemilik dan pengelola UMKM Gardenia Art Indonesia untuk mencatat keuangan, membuat pembukuan, laporan keuangan sederhana dan akun *YouTube* yang bisa digunakan untuk mempromosikan produk pot hias UMKM Gardenia Art Indonesia serta juga akun Tokopedia dan *Shopee* untuk menambah jangkauan konsumen. Selama dua bulan setelah dilaksanakannya pelatihan, pemilik dan pengelola UMKM Gardenia Art Indonesia berhasil membuat pencatatan keuangan, pembukuan, dan laporan keuangan yang baik. Selain itu, terjadi peningkatan pembelian produk pot hias, khususnya melalui Tokopedia dan *Shopee*.

#### PENDAHULUAN

Pertumbuhan dan perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia selama dua tahun terakhir ini cukup berkembang pesat. Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, UMKM diartikan sebagai suatu usaha yang dimiliki atau didirikan sendiri oleh para pelaku usaha dengan jumlah pendapatan dan kekayaan tertentu. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat

\* Korespondensi penulis: [yusuf.hendrawanto@polines.ac.id](mailto:yusuf.hendrawanto@polines.ac.id)

membantu pergerakan roda ekonomi di Indonesia. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Hidayat (2016), yaitu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam pertumbuhan pembangunan dan ekonomi, juga berkontribusi penting dalam mengatasi masalah pengangguran.

Undari dan Lubis (2021) juga sependapat bahwa UMKM dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, karena keberadaan UMKM mampu memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga, mampu mengurangi pengangguran dan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat. Peranan UMKM dalam perekonomian Indonesia bukan hanya sebagai penyerap tenaga kerja karena persentasenya yang mencapai 90% jika dibandingkan dengan usaha besar, tetapi juga mampu memperkenalkan berbagai produk lokal ke dunia internasional (Suyadi, dkk, 2018).

Pada masa pascapandemi ini, minat masyarakat untuk memulai bisnis UMKM tergolong meningkat karena ada banyak konsumen yang membeli barang melalui UMKM, khususnya UMKM yang juga menjalankan usahanya secara *online*. Pengembangan UMKM yang baik dapat memberikan kontribusi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja. Lantu, dkk (2016) menyatakan bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah berpotensi dalam menyerap tenaga kerja baru serta meningkatkan pendapatan bagi pelaku usahanya. UMKM juga memiliki kontribusi penting dalam pembangunan nasional. Peran penting UMKM dalam kehidupan masyarakat adalah sebagai tempat penyedia lapangan pekerjaan dan tempat untuk mengembangkan potensi atau keterampilan yang masyarakat miliki.

Salah satu UMKM yang sedang berkembang adalah *Gardenia Art Indonesia* yang bergerak di bidang kerajinan, yaitu pot hias. Berdiri sejak sebelum masa pandemi, *Gardenia Art Indonesia* mampu bertahan menghadapi dinamika ekonomi selama masa pandemi hingga memasuki masa pascapandemi. Usahanya yang dijalankan secara *online* memudahkan konsumen dari berbagai daerah untuk memesan pot hias yang dipasarkan melalui media sosial.

Permasalahan yang kemudian ditemukan pada *Gardenia Art Indonesia* adalah minimnya pengetahuan dan pemahaman pemilik dan pengelola UMKM tentang akuntansi, khususnya pencatatan dan pembukuan hingga penyusunan laporan keuangan. Pemahaman mereka sebelumnya bahwa pencatatan dan pembukuan itu sulit, merepotkan, dan menyita waktu menjadi penghambat untuk mempelajari akuntansi. Untuk itu, pencatatan akuntansi berbasis teknologi menjadi penting terutama pada UMKM. Permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM adalah belum adanya pelatihan pengelolaan keuangan usaha menggunakan aplikasi secara langsung. Solusi yang dibutuhkan adalah penyuluhan dan pendampingan bagi pelaku UMKM dalam mengelola keuangan (Muljanto, 2020).

Selain itu, permasalahan lain yang muncul adalah belum maksimalnya pemasaran produk yang dilakukan oleh *Gardenia Art Indonesia*. Solusi yang dapat diterapkan adalah melakukan pelatihan *digital marketing*. Strategi *digital marketing* memiliki peranan yang sangat penting untuk mengembangkan bisnis. Secara sederhana, *digital marketing* merupakan metode pemasaran yang dilakukan dengan cara memanfaatkan berbagai media. Dengan menerapkan strategi maka akan bisa menjangkau pasar secara luas. Hal ini dibuktikan dalam sebuah studi bahwa *digital marketing* dapat memudahkan pelaku UMKM untuk memberikan informasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen, memperluas pangsa pasar, meningkatkan *awareness* dan meningkatkan penjualan bagi pelaku UMKM (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Oleh karena itu, perlu diadakan

pelatihan *digital marketing* dan manajemen keuangan pada UMKM *Gardenia Art* Indonesia. Kegiatan ini bertujuan untuk membekali keterampilan kepada pemilik dan pengelola UMKM *Gardenia Art* Indonesia dalam membuat pencatatan keuangan, pembukuan, dan laporan keuangan sederhana, dan memaksimalkan promosi dan pemasaran produk pot hias melalui *digital marketing*.

## **IDENTIFIKASI MASALAH**

Permasalahan yang ditemukan pada UMKM *Gardenia Art* Indonesia adalah minimnya pengetahuan dan pemahaman pemilik dan pengelola UMKM tentang akuntansi, khususnya pencatatan dan pembukuan hingga penyusunan laporan keuangan serta belum maksimalnya pemasaran produk yang dilakukan oleh *Gardenia Art* Indonesia. Oleh karena itu perlu diadakan pelatihan *digital marketing* dan manajemen keuangan pada UMKM *Gardenia Art* Indonesia.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan pelatihan *digital marketing* dan manajemen keuangan pada UMKM *Gardenia Art* Indonesia dilakukan sebagai berikut:

1. Analisis kebutuhan dilakukan dengan mengadakan observasi dan wawancara dengan pemilik dan pengelola UMKM *Gardenia Art* Indonesia untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh UMKM *Gardenia Art* Indonesia.
2. Penyusunan materi pelatihan dilakukan oleh tim abdimas sesuai dengan permasalahan dan kebutuhan UMKM *Gardenia Art* Indonesia.
3. Sosialisasi dilakukan dengan menyampaikan materi tentang konsep, proses, prosedur, dan materi perencanaan keuangan dan *digital branding* kepada pemilik dan pengelola UMKM *Gardenia Art* Indonesia.
4. Pelatihan manajemen keuangan dilakukan dalam bentuk perencanaan keuangan sederhana sehingga mudah untuk diimplementasikan oleh pemilik dan pengelola UMKM *Gardenia Art* Indonesia.
5. Pelatihan *digital marketing* untuk membantu pemasaran produk pot hias yang dihasilkan oleh UMKM *Gardenia Art* Indonesia sehingga dapat dikenal oleh masyarakat secara luas.
6. Evaluasi dilakukan selama dua bulan setelah pelatihan dilaksanakan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Tahap pertama kegiatan yang dilakukan adalah analisis kebutuhan. Analisis kebutuhan dilakukan dengan cara observasi dan wawancara dengan pemilik dan pengelola UMKM *Gardenia Art* Indonesia untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh UMKM *Gardenia Art* Indonesia. Observasi dilakukan dengan cara mengamati cara pemilik dan pengelola UMKM *Gardenia Art* Indonesia dalam mengelola keuangan, khususnya kegiatan pencatatan akuntansi yang dilakukan selama ini dan cara pemilik dan pengelola UMKM *Gardenia Art* Indonesia memasarkan produk pot hiasnya melalui media sosial. Temuan yang didapatkan yaitu pemilik dan pengelola UMKM *Gardenia Art* Indonesia hanya melakukan pencatatan keuangan sederhana tanpa membuat pembukuan ataupun laporan keuangan. Temuan lain didapatkan pada kegiatan pemasaran produk melalui media

sosial yang masih belum bisa maksimal karena *follower* media sosial UMKM Gardenia Art Indonesia yang masih tergolong sedikit dan tidak banyak bertambah setiap harinya.

Selanjutnya pada tahap kedua kegiatan yang dilakukan adalah menyusun materi pelatihan manajemen keuangan sesuai kebutuhan UMKM Gardenia Art Indonesia dan menyusun materi pelatihan *digital marketing* untuk meningkatkan pemasaran produk UMKM Gardenia Art Indonesia. Materi yang disusun tidak berisi materi-materi yang terlalu kompleks, melainkan materi sederhana tentang manajemen keuangan yang mencakup juga cara pencatatan keuangan yang benar, membuat pembukuan, hingga laporan keuangan. Selain materi juga disiapkan Ms. *Excel* yang sudah di-*customize* sesuai dengan kebutuhan UMKM Gardenia Art Indonesia yang bertujuan untuk memudahkan pemilik dan pengelola UMKM Gardenia Art Indonesia dalam melakukan pencatatan keuangan, membuat pembukuan, dan laporan keuangan sederhana. Pada penyusunan materi *digital marketing* berisi materi berupa strategi yang dapat diterapkan untuk memaksimalkan promosi yang dilakukan melalui media digital. Selain itu, disiapkan juga akun *marketplace* Tokopedia dan *Shopee* untuk menambah jangkauan konsumen serta pembuatan akun *YouTube* untuk mempromosikan produk pot hias UMKM Gardenia Art Indonesia.

Tahap ketiga kegiatan adalah melakukan sosialisasi yang dilakukan dengan menyampaikan materi tentang konsep, proses, prosedur, dan materi manajemen keuangan dan *digital marketing* kepada pemilik dan pengelola UMKM Gardenia Art Indonesia. Narasumber yang menyampaikan materi tentang manajemen keuangan dan *digital marketing* adalah anggota tim abdimas Polines. Kegiatan sosialisasi disajikan pada gambar 1 berikut.



Gambar 1. Sosialisasi Tim Abdimas Polines

Berikutnya, pada tahap keempat, tim abdimas melakukan pelatihan manajemen keuangan yang dilakukan dalam bentuk praktik perencanaan keuangan sederhana sehingga mudah untuk diimplementasikan oleh pemilik dan pengelola UMKM Gardenia Art Indonesia. Kegiatan dilakukan dengan cara ceramah dan tanya

jawab, serta praktik penyusunan rencana keuangan UMKM *Gardenia Art* Indonesia menggunakan Ms. *Excel* yang sudah disiapkan oleh tim abdimas Polines.

Tahap kelima adalah melakukan pelatihan *digital marketing* untuk membantu pemasaran produk pot hias yang dihasilkan oleh UMKM *Gardenia Art* Indonesia sehingga dapat dikenal oleh masyarakat secara luas. Kegiatan dilakukan dengan cara ceramah dan tanya jawab, serta praktik penerapan *digital marketing* dengan cara membuat konten video untuk *YouTube* UMKM *Gardenia Art* Indonesia dan mengunggah berbagai produk pot hias dalam laman Tokopedia dan *Shopee* UMKM *Gardenia Art* Indonesia.

Pada tahap keenam, yaitu evaluasi yang dilakukan selama dua bulan setelah dilaksanakannya pelatihan, pemilik dan pengelola UMKM *Gardenia Art* Indonesia berhasil membuat pencatatan keuangan, pembukuan, dan laporan keuangan yang baik. Selain itu, terjadi peningkatan pembelian produk pot hias, khususnya melalui Tokopedia dan *Shopee*. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan manajemen keuangan dan *digital marketing* pada UMKM *Gardenia Art* Indonesia sudah tergolong berhasil.

## SIMPULAN

Kegiatan pelatihan *digital marketing* dan manajemen keuangan pada UMKM *Gardenia Art* Indonesia menghasilkan Ms. *Excel* yang sudah di-*customize* yang bisa digunakan oleh pemilik dan pengelola UMKM *Gardenia Art* Indonesia untuk mencatat keuangan, membuat pembukuan, laporan keuangan sederhana, dan akun *YouTube* yang bisa digunakan untuk mempromosikan produk pot hias UMKM *Gardenia Art* Indonesia serta juga akun *marketplace* Tokopedia dan *Shopee* untuk menambah jangkauan konsumen.

Selama dua bulan setelah dilaksanakannya pelatihan, pemilik dan pengelola UMKM *Gardenia Art* Indonesia berhasil membuat pencatatan keuangan, pembukuan, dan laporan keuangan yang baik. Selain itu, terjadi peningkatan pembelian produk pot hias, khususnya melalui Tokopedia dan *Shopee*. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan manajemen keuangan dan *digital marketing* pada UMKM *Gardenia Art* Indonesia sudah tergolong berhasil.

## DAFTAR PUSTAKA

- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). *Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada Era Masyarakat Ekonomi Asean*. JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>.
- Hidayat, E. (November 21, 2016). *Kontribusi Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20161121122525-92-174080/kontribusi-umkm-terhadap-pdb-tembus-lebih-dari-60-persen>
- Lantu, D. C., Triady, M. S., Utami, A. F., & Ghazali, A. (2016). *Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM di Indonesia: Validasi Kuantitatif Model*. The Asian Journal of Technology Management, 15(1), 77. <http://dx.doi.org/10.12695/jmt.2016.15.1.6>.
- Muljanto, M. A. (2020). *Pencatatan dan Pembukuan via Aplikasi Akuntansi UMKM di Sidoarjo*. Jurnal Ilmiah Pangabdhi, 6(1), 40–43. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i1.6926>.
- Suyadi, Syahdanur, & Suryani, S. (2018). *Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Bengkalis Riau*. Jurnal Ekonomi, 29(1), 1–10.
- Undari, W., & Lubis, A.S. (2021). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat*. Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora, 6(1), 32–38. <https://doi.org/10.32696/jp2sh.v6i1.702>.

UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).  
[https://kukm.babelprov.go.id/sites/default/files/dokumen/produk\\_hukum/UU%20Nomor%2020%20Tahun%202008%20%28UU%20Nomor%2020%20Tahun%202008%29.pdf](https://kukm.babelprov.go.id/sites/default/files/dokumen/produk_hukum/UU%20Nomor%2020%20Tahun%202008%20%28UU%20Nomor%2020%20Tahun%202008%29.pdf).