

PELATIHAN MANAJEMEN KEUANGAN DAN STRATEGI PEMASARAN DI ERA NEW NORMAL

**Lailatul Amanah
Nur Handayani
Siti Rokhmi Fuadati
Susanti**

nurhandayani@stiesia.ac.id
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya

ABSTRACT

SMEs have potential that can still be developed, both in terms of productivity and competitiveness. In the process, there are several SMEs that can develop and then become successful, but not a few who experience failure and even do not operate. The success of SMEs is influenced by many factors including the ability in financial management, marketing, technology and capital. One of the strategies in marketing products in this pandemic era is through social media. This strategy will make it easier for SMEs to market their products appropriately in order to maintain the continuity of their current and future businesses. The Covid-19 pandemic that occurred in Indonesia had an impact on the economic sector causing consumers to decline, which resulted in a decline in sales transactions. This has a huge impact on SMEs. Therefore, SMEs must be able to manage their finances and look for marketing strategies that are appropriate to the existing situation and conditions. Good SME financial management will help SMEs in managing their finances so that operational activities can run smoothly. With the ability to manage finances and conduct online marketing, it is hoped that SME players can survive the COVID-19 pandemic.

Keywords: financing management, online marketing, the covid-19 pandemic

ABSTRAK

UKM berpotensi untuk terus berkembang, dalam hal produktivitas maupun daya saing. Dalam prosesnya, ada beberapa UKM yang dapat berkembang dan kemudian menjadi sukses, namun tak sedikit yang mengalami kegagalan bahkan tak mampu untuk beroperasi lagi. Kesuksesan UKM dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya kemampuan dalam manajemen keuangan, pemasaran, teknologi serta modal. Salah satu strategi dalam memasarkan produk dalam era pandemi ini melalui media sosial. Strategi tersebut memudahkan UKM dalam memasarkan produknya secara tepat guna mempertahankan kelangsungan usaha yang dijalankannya pada saat ini dan masa mendatang. Pandemi Covid-19 sangat berdampak pada sektor ekonomi menyebabkan konsumen menurun, yang berakibat pada menurunnya transaksi penjualan. Hal ini sangat berdampak pada UKM. Oleh karena itu UKM harus mampu mengatur keuangannya serta mencari strategi pemasaran yang sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada. Manajemen keuangan UKM yang baik dapat membantu pelaku UKM dalam mengatur keuangannya sehingga kegiatan operasional dapat berjalan lancar. Dengan kemampuan mengatur keuangan dan melakukan pemasaran *online* diharapkan pelaku UKM dapat bertahan dalam masa Pandemi Covid-19.

Kata kunci: manajemen keuangan, pemasaran *online*, Pandemi Covid-19

PENDAHULUAN

Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah bentuk usaha perdagangan yang dikelola oleh individu atau badan usaha yang termasuk kriteria usaha dalam lingkup kecil atau mikro. Aktivitas UKM sebagai usaha kecil dapat membantu perekonomian Indonesia, karena melalui UKM dapat menciptakan lapangan kerja baru, memberi kontribusi terhadap pertumbuhan dan peningkatan kesejahteraan serta meningkatkan devisa

negara dengan melalui pajak badan usaha. UKM mempunyai potensi yang masih dapat dikembangkan, baik dalam produktivitas maupun daya saing. UMKM sebagai usaha mandiri yang dikelola oleh masyarakat dengan menciptakan lapangan pekerjaan diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi di suatu daerah (Nugroho *et al.*, 2020).

Keberadaan UKM dapat berfungsi untuk menciptakan teknologi, produk, dan jasa baru

yang dapat menciptakan perubahan serta kompetisi pada pasar. Selain itu UKM juga sangat bermanfaat bagi pelakunya sendiri. Hal tersebut dikarenakan dapat meningkatkan kemakmuran hidupnya. Fenomena yang ada, beberapa UKM dapat berkembang dan kemudian menjadi sukses, namun tak sedikit yang mengalami kegagalan bahkan tak beroperasi lagi. Kesuksesan UKM dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya kemampuan dalam manajemen keuangan, pemasaran, teknologi serta modal.

Gunaedi *et al.*, (2018) menyatakan bahwa hambatan utama yang dihadapi UMKM adalah aspek pemasaran dan sulitnya akses ke lembaga keuangan karena masih banyak pelaku UMKM yang belum menyadari pentingnya pencatatan keuangan dan pembukuan yang benar. Sementara itu Dahlan *et al.*, (2018) juga menghadapi kendala yang paling sering dialami oleh para pelaku UMKM. Hambatan tersebut adalah masalah penyusunan laporan keuangan, karena tidak semua pelaku bisnis usaha mikro memiliki latar belakang pendidikan akuntansi, dan apabila memperkerjakan seorang akuntan masih belum memungkinkan secara finansial. Disamping tidak melakukan pencatatan pembukuan para pelaku UMKM sebagian besar masih mengalami kesulitan dalam menetapkan harga jual yang tepat (Widhiasturi *et al.*, 2019). Untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM terutama dalam menghadapi persaingan yang semakin meningkat dibutuhkan pendampingan bagi UMKM (Ardiana, 2010).

Adanya pandemi Covid-19 sangat berdampak pada sektor ekonomi menyebabkan konsumen menurun, yang berakibat pada menurunnya transaksi penjualan. Hal ini sangat berdampak pada UKM. Seiring dengan diberlakukannya *new normal* diharapkan para pelaku usaha khususnya UKM dapat bangkit dan dapat tetap bertahan melakukan usahanya. UMKM dituntut mempunyai strategi yang baru di masa *new normal* ini agar mereka mampu bertahan dan terus berkembang.

UKM Makanan dan Minuman "Mangarsari" merupakan paguyuban UKM yang memiliki potensi untuk berkembang. UKM-UKM tersebut bergerak di bidang produk makanan dan minuman yang berada di Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya. UKM ini terdiri dari sekelompok ibu-ibu rumah tangga yang memproduksi beraneka ragam jenis makanan dan minuman antara lain minuman tradisional, sirup, kue, camilan, dan cathering. Pembinaan dan pendampingan yang berkesinambungan perlu dilakukan pada

UKM yang ada dibawah paguyuban "Mangarsari" agar UKM tersebut dapat berkembang dengan baik dan dapat membantu ekonomi keluarga khususnya dan ekonomi masyarakat pada umumnya terutama di masa *new normal* ini.

Permasalahan yang dihadapi selama ini adalah para pelaku UKM yang ada di bawah paguyuban "Mangarsari" belum terbiasa mengelola keuangannya dengan baik, padahal kedisiplinan dalam mengelola keuangan merupakan kunci dasar agar usaha dapat berkembang. Oleh karena itu maka pendampingan terkait manajemen keuangan perlu dilakukan.

Permasalahan lain yang dihadapi adalah para pelaku UKM di paguyuban "Mangarsari" masih melakukan penjualan secara konvensional yang sulit untuk bisa bertahan dimasa *new normal* ini. Mereka belum memahamai bagaimana mendigitalisasikan produk mereka sehingga mengalami kesulitan untuk memasarkan produk. Salah satu strategi dalam memasarkan produk dalam era pandemi ini melalui media sosial. Strategi tersebut dapat memudahkan UKM dalam memasarkan produknya secara tepat guna mempertahankan kelangsungan usaha yang sekarang dijalankannya dan di masa depan.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan ini adalah metode pelatihan dan pendampingan. Pelatihan dilakukan dengan menyampaikan materi mengenai: (1) Manajemen keuangan usahanya, (2) Pemasaran produk yang menarik dengan sarana media social di masa *new normal*.

Tabel 1
Nama UKM dan Jenis Produk UKM

No	Nama	UKM	Kegiatan/Produk
1	Ross	Kios Jeremy	Catering mamin
2	Efi	Efi'scake	Aneka Cake
3	Santy	SW <i>Collection</i>	Gantungan kunci
4	Sri	Barokah Kusuma Jaya	Thiwul dan Maknan tradisional
5	May	Kacbawjaya	Kacang bawang
6	Aisyah	Ais <i>Food</i>	Kebab, dll
7	Icha	Aqisa	Mamin
8	Dotty	Kangen	Bumbu Pecel
9	Luluk	Nike Zaira	Mamin

Sumber: Internal data diolah

Pendampingan dilakukan pada proses: (1) Pengelolaan keuangan yaitu mengalokasikan pendapatan untuk kegiatan operasional dan pe-

entukan target laba per produk serta kemungkinan untuk mengajukan tambahan modal ke institusi keuangan atau pemerintah daerah. (2) Membuat akun dan mengelola akun toko online yang ada di Instagram atau facebook dan mengupload brosur yang telah dimiliki oleh para pelaku UKM.

Adapun identitas UKM yang mengikuti pendampingan manajemen keuangan dan pemasaran online terdapat pada tabel 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil UKM Manggarsari

UKM Manggarsari adalah UKM yang bergerak di bidang makanan minuman dan kerajinan, mereka semua merupakan UKM yang aktif dan selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas baik produksi, pemasaran dan juga pembukuan transaksi keuangan, beberapa UKM ini bahkan telah mendapat penghargaan dari Pemerintah Kota Surabaya dan juga diundang untuk mengikuti pameran produksi ke berbagai wilayah.

Lokasi UKM Manggarsari

UKM Manggarsari berada di wilayah Kelurahan Pacar Keling, Kecamatan Tambak Sari Surabaya yang tertera pada gambar 1.



Sumber: Dokumen Peneliti

Gambar 1
Lokasi Pengabdian

Kegiatan Pendampingan

Wawancara dengan topik manajemen keuangan, yang dilakukan pada hari Sabtu, tanggal 9 Januari 2021, Pukul: 9.00 WIB – 10.00 WIB adalah sebagai berikut:

Bu Dothy

“Omset menurun sangat terasa karena yang lang-ganan bumbu pecelnya adalah warung yg pem-belinya mahasiswa. Mahasiswanya sekarang li-bur. UKM masih berjalan walaupun berkurang banyak penjualannya. 2

hari sekali produksinya. Untuk memisahkan uang pribadi dengan uang usaha masih kesulitan. Karena kebutuhan lebih banyak daripada pemasukan”.

Kios Jeremi

“Penjualan tidak mesti, tetapi untuk produk ba-ceman 2 kali sehari masih produksi. Belum bisa memilah dan memisahkan uang pribadi dengan uang usaha karena penerimaan masih sedikit”.

Bu Sri Thiwul

“Alhamdulillah produk yang laku selang-seling. Kacang bawangnya seminggu sekali dikirim ke Jakarta antara 3-5 kg. Untuk thiwulnya sudah banyak pesanan. Tetapi belum bisa memisahkan uang usaha dan uang pribadi. Karena pemasukan hanya dari usaha ini. Jadi uangnya ya campur. Tetapi UKM masih bisa jalan”.

Ais Cake

“Untuk usaha alhamdulillah jalan bu, tapi untuk memisahkan uang usaha dan uang sendiri ini sering khilaf kalo lihat barang-barang yang di jual online. Pokoknya yang penting masih ada persediaan sudah tenang”.

UKM Zahira

“Merupakan UKM baru yang sedang dirintis. Karena pelaku usaha di PHK. Jadi masih menja-lankan usahanya dengan uang pribadinya atau tambal sulam”.

SW Collection

“Terus berusaha dengan memitipkan produk ke sentra UKM yang ada di jl. Ir. Soekarno/MERR, sentra UKM yang ada di Mayjen Sungkono, di Siola, di kebun binatang dan ditoko-toko sekitar rumah. Untuk penjualan berkurang tapi masih ja-lan. Penerimaan dan kebutuhan banyak kebutu-hannya bu, jadi belum bisa memisahkan uang usahanya. masih nyampur”.

Bu May

“Belum bisa memisahkan uang usaha dan uang pribadi. Untuk mencatatnya kadang-kadang gak sempat atau lupa. Jadi uang usaha juga menjadi uang pribadi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup”.

Effis Cake

“Tidak bisa memisahkan uang usaha bu, tapin dengan melakukan usaha bisa saya gunakan un-tuk kredit sepeda motor untuk kulakan bahan-bahan persediaan. Produk utama saya pyah jum-bo, tapi roti basah apapun pesanan konsumen saya terima kalo sekarang ini. Kalo dulu nolak-nolak. Tidak

melakukan pencatatan tapi semua nota penjualan selalu saya simpan. Saya ga sempat nyatet dan ga sempat ngitung labanya bu. Pokoknya usaha ini bisa buat menutupi kebutuhan rumah tangga bu”.

Mbak Ica

“Pemisahan uang gimana misahinnya bu, wong sumbernya juga Cuma 1 ini dari ukm ini. Jadi ya uang usaha menjadi uang pribadi juga bu, usaha ini saya lakukan dengan anak dan suami. Jadi anggap sajalah hasil usaha merupakan gaji kami setelah memproduksi barang-barang yang terjual”.

Wawancara dengan topik Pemasaran Online, yang dilakukan pada hari Sabtu, tanggal 9 Januari 2021, Pukul: 10.00 WIB – 11.00 WIB adalah sebagai berikut:

Bu Dothy

“Menggunakan media whatsapp (WA) sebagai sarana pemasaran karena belum punya akun facebook. Masih ada bisa bertahan meskipun omsetnya menurun”.

Kios Jeremi

“Pemasaran melalui instagram dan facebook tidak ada yang menanggapi. Kalau lewat grup sering tidak dibaca biasanya langsung dihapus”.

Bu Sri Thiwul

“Masih ada pesanan, menggunakan media WA grup. Kemasan terkendala di percetakan yang tutup karena pandemik jadi hanya menggunakan kotak putih polos”.

Ais Food

“Masih menggunakan WA grup sebagai media pemasaran. Untuk penjualan masih bisa bertahan. Untuk pemasaran menggunakan media fa-cekbook susah mulai dilakukan meskipun akun yang dipakai akun anaknya. Sedang mengem-bangkan usaha sinom packing kecil (gelasan)”.

UKM Zahira

“Masih terkendala dengan desain kemasan. Selama ini packing masih menggunakan plastik biasa tanpa label. Sudah menggunakan WA sebagai media pemasaran”.

SW Collection

“Masih berproduksi dengan dititipkan ke beberapa sentra ukm binaan pemkot. Jadi menggunakan pemasaran konvensional. Untuk pemesanan dalam jumlah besar berkurang karena jarang ada event atau acara nikahan”.

Bu May

“Belum bisa memisahkan uang usaha dan uang pribadi. Untuk mencatatnya kadang-kadang ga sempat atau lupa. Jadi uang usaha juga menjadi uang pribadi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup”.

Effis Cake

“Pemasaran menggunakan media grup. Pesanan masih lumayan dan masih bisa bertahan. Sudah melakukan pengembangan usaha baik di dalam maupun diluar rumah (desertifikasi produk). Selama ini masih kesulitan dalam labelling”.

Mbak Ica

“Sudah menggunakan media instagram, tetapi kesulitan dalam menentukan konten yang menarik dengan bahasa gaul yang lagi trend dikalangan anak muda. Sedang mempersiapkan pengurusan BPOM”.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan yang dapat diambil dalam pelatihan ini, setelah melakukan wawancara dalam pelatihan manajemen keuangan dan pemasaran online dapat disimpulkan bahwa: (1) Para pelaku UKM belum bisa memisahkan uang pribadi dengan uang usaha. Kondisi tersebut berdampak terhadap kelangsungan dan kestabilan usahanya. Kondisi tersebut dikarenakan omset penjualan UKM yang sebagian besar belum stabil dan tingkat penjualan yang masih sedikit. (2) Pelaku UKM sudah mulai melakukan pemasaran secara online walaupun terbatas pada lingkungan sekitar (komunitas arisan, teman atau tetangga). Dimasa pandemi ini pemasaran online sangat bermanfaat sehingga para pelaku UKM mulai bersemangat untuk memperluas jaringan usahanya walaupun dengan sarana dan prasarana serta kemampuan yang terbatas.

Saran untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan melalui pendampingan pada UKM Manggarsari Kelurahan Pacar Keling, Kecamatan Tambak Sari sebaiknya para pelaku UKM: (1) Melakukan pemasaran secara online dengan intensitas lebih sering posting produk sereka sehingga dikenal oleh masyarakat luas, dengan demikian meningkatkan omzet penjualan mereka. (2) Mengelola keuangan secara profesional agar stabilitas keuangan usaha lebih baik, yaitu dengan memisahkan dana untuk kegiatan usaha dengan dana pribadi, kecermatan dalam penggunaan anggaran, dan ketertiban dalam pencatatan sehingga usaha bisa berjalan lancar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pendampingan pengelolaan keuangan telah berjalan lancar, hal ini tidak terlepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini kami menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Nur Fadjrih Asyik, M.Si., Ak., CA selaku Ketua STIESIA Surabaya yang telah memberikan kesempatan, petunjuk, dan motivasi kepada kami sehingga kami bisa melaksanakan kegiatan ini dengan baik.
2. Dr. Nur Laily, M.Si selaku ketua LP2M STIESIA Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk melakukan kegiatan pengabdian masyarakat.
3. Seluruh pengurus anggota UKM Manggarsari Kelurahan Pacar Keling, Kecamatan Tambak Sari yang telah dengan baik dan semangat dalam mengikuti kegiatan pendampingan ini sehingga bisa berjalan dengan baik.

Semoga kegiatan ini banyak memberikan manfaat, baik bagi diri kami, bagi institusi (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STIESIA Surabaya), dan juga bagi UKM Manggarsari Kelurahan Pacar Keling Kecamatan Tambaksari Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiana. (2010). Kompetensi SDM UKM dan Pengaruhnya terhadap Kinerja UKM di Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*.
- Dahlan, T., Murfiah, U., dan Indriani, R. (2018). Pelatihan Pembukuan Sederhana bagi UKM Kerajinan Anyam Pandan di Kecamatan Rajapolah, Tasikmalaya. *Jurnal SOLMA*, 7(2): 153-160.
- Gunaedi, J., Nastiti, H., dan Wijaya, S. Y. (2018). UKMK Pembukuan Akuntansi Sederhana. *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat ISBN: 978-602-73114-5-9* (online)
- Nugroho, L., Hidayah, N., Ali, A., dan Badawi, A. (2020). E-Commerce to Improve Homemaker Productivity (Women Entrepreneur Empowerment at Meruya Utara, Kembangan District, West Jakarta, Indonesia). *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 1(1): 13-24. <https://doi.org/10.37680/amalee.v1i01.166>
- Widhiasturi, R., Kardiyem. dan Farliana, N. (2019). Model Akuntansi Sederhana bagi UMKM Makanan Kota Semarang. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*. 3(1)