

Sosialisasi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kelurahan Mijen Semarang

Nurchayati¹, Parju², Suroto³, Muchayatin⁴, Camilus Isidorus Iktu⁵,
RR Suprantinegrum⁶, Amsar⁷, Caecilia Sri Haryanti⁸, Joko Riyanto⁹, Setyobudi¹⁰

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang, Indonesia

Email: *¹nurchayati-sumarno@untagsmg.ac.id, ²parju@untagsmg.ac.id, ³srt.smpg@yahoo.co.id, ⁴chayailmu@gmail.com, ⁵camilusisidorus@gmail.com, ⁶hmentri@gmail.com, ⁷asepamsar65@gmail.com, ⁸caeciliaharyanti@gmail.com, ⁹jokoriyanto3997@gmail.com, ¹⁰setyobudipati@gmail.com

Email Coressponding Author: nurchayati-sumarno@untagsmg.ac.id

Abstrak-UMKM di Kelurahan Mijen, Semarang sebagian besar belum memiliki catatan keuangan yang teratur, belum memahami penggunaan media sosial dan digital yang benar dan santun, masih kurang dalam pemanfaatan platform digital dalam memasarkan produknya dan kurangnya penguatan karakteristik dalam diri pengusaha UMKM. Sehingga diperlukan suatu solusi dalam penyelesaian dalam permasalahan ini. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan mengadakan kegiatan sosialisasi maka diharapkan pengusaha UMKM ini dapat menerapkan akuntansi sederhana dalam pengelolaan keuangan, beretika dalam penggunaan media sosial dan digital, membuka wawasan untuk memasarkan usahanya melalui online dan melakukan penguatan diri sebagai wirausaha sehingga UMKM tumbuh dan berkembang. Dan manfaat PKM ini usaha yang dijalani oleh pengusaha UMKM mengenai pencatatan transaksi ekonomi yang baik, dalam menggunakan media sosial dan digital yang santun, orientasi pasar berbasis digital dan penguatan karakteristik wirausaha. Hasil dari PKM ini bahwa meningkatnya pengetahuan, pemahaman dan keterampilan bagi pengusaha UMKM tentang platform pemasaran, tentang pentingnya penguatan karakteristik wirausaha.

Kata Kunci: Pengelolaan keuangan, platform digital, produk, UMKM, Wirausaha

Abstract- UMKM in Mijen Village, Semarang do not have regular financial records, do not understand the correct and polite use of social and digital media, still lack the use of digital platforms in marketing their products and lack strengthening of the characteristics of UMKM entrepreneurs. So a solution is needed to resolve this problem. This community service activity aims to hold socialization activities, it is hoped that these MSME entrepreneurs can apply simple accounting in financial management, be ethical in the use of social and digital media, open up insight to market their business online and strengthen themselves as entrepreneurs so that UMKM grow and develop. And the benefits of PKM are the efforts carried out by MSME entrepreneurs regarding good recording of economic transactions, polite use of social and digital media, digital-based market orientation and strengthening entrepreneurial characteristics. The results of this PKM are increased knowledge, understanding and skills for MSME entrepreneurs regarding marketing platforms, regarding the importance of strengthening entrepreneurial characteristics.

Keywords: Financial management, digital platforms, products, UMKM, Entrepreneurship

1. PENDAHULUAN

UMKM harus mampu mengatasi keterbatasan dan menyesuaikan diri didalam perkembangan usaha yang ada akibat dari pandemic covid-19 karena pengusaha UMKM yang mampu bertahan adalah pengusaha yang responsive terhadap perkembangan jaman (Hardilawati, 2020) sehingga mampu bersaing dalam mempertahankan eksistensinya, oleh karena itu pengusaha UMKM perlu mengikuti berbagai sosialisasi maupun pelatihan yang berkaitan dengan pengelolaan usaha baik bidang manajemen, keuangan, produksi maupun pemasaran.

Salah satu keterbatasan pengusaha UMKM adalah sebagian besar pengusaha UMKM belum melakukan pencatatan transaksi ekonomi yang rapi dan benar. Pada dasarnya, setiap kegiatan yang dilakukan terdapat transaksi keuangan sehingga pengusaha UMKM perlu menerapkan pembukuan akuntansi. Pembukuan akuntansi akan membuat pengusaha UMKM, mengetahui arus kas dan kondisi keuangan usahanya, namun banyak pengusaha UMKM yang tidak memahami permasalahan tersebut. Pengusaha UMKM menganggap bahwa pembukuan akuntansi memakan waktu dan biaya, terlebih lagi, dianggap bahwa kegiatan usaha yang dijalani adalah usaha keluarga dan tidak terlalu rumit untuk di jalankan. Padahal banyak manfaat yang didapat jika pengusaha UMKM menerapkan pembukuan (akuntansi) antara lain: sebagai tolok ukur kemajuan usaha, sebagai system informasi yang menghasilkan laporan keuangan yang berguna bagi pihak yang berkepentingan dan sebagai alat untuk mendeteksi dan mencegah tindak korupsi atau penyalahgunaan dana.

UMKM tentunya menginginkan usaha yang dijalankan berkembang sehingga dapat meningkatkan penjualan dan pangsa pasarnya. Pemasaran merupakan salah satu ujung tombak dalam menarik konsumen. Pemasaran yang baik adalah pemasaran yang tidak hanya meningkatkan konsumen dari segi jumlah tetapi harus mempertahankan konsumennya. Salah satu factor keuntungan yang diperoleh adanya perkembangan teknologi yaitu dengan pemasaran online baik menggunakan media social maupun internet. Pemasaran online sangat membantu UMKM dan diharapkan penjualan tidak hanya terbatas di satu wilayah saja akan tetapi dapat memasarkan di seluruh Indonesia (Chaerani et al., 2020).

UMKM di Kelurahan Mijen, Semarang sebagian besar belum memiliki catatan keuangan yang teratur, belum memahami penggunaan media sosial dan digital yang benar dan santun, masih kurang dalam pemanfaatan platform digital dalam memasarkan produknya dan kurangnya penguatan karakteristik dalam diri pengusaha UMKM. Sehingga diperlukan solusi dalam permasalahan ini dengan mengadakan kegiatan sosialisasi yang diharapkan pengusaha UMKM ini dapat menerapkan akuntansi sederhana dalam pengelolaan keuangan, beretika dalam penggunaan media social dan digital, membuka wawasan untuk memasarkan usahanya melalui online dan melakukan penguatan diri sebagai wirausaha sehingga UMKM tumbuh dan berkembang. Kegiatan sosialisasi pengembangan UMKM penting bagi pengusaha UMKM, hal ini karena sosialisasi pengembangan UMKM memberikan manfaat usaha yang dijalani oleh pengusaha UMKM mengenai pencatatan transaksi ekonomi yang baik, dalam menggunakan media sosial dan digital yang santun, orientasi pasar berbasis digital dan penguatan karakteristik wirausaha.

2. KERANGKA TEORI

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peran penting dalam pembangunan dan perekonomian Indonesia. Peran penting tersebut dinilai dari penciptaan lapangan kerja dan potensi keterlibatannya dalam memberikan kontribusi pada perekonomian Indonesia dimana memiliki jumlah lebih dari 64,2 juta unit usaha, menyumbang 61,9 persen pada Produk Dometik Bruto dan menyerap 97 persen tenaga kerja (<https://www.ekon.go.id/>). UMKM meskipun memiliki peran penting, namun UMKM memiliki keterbatasan sumber daya dan skala usaha yang kecil mendorong pengusaha UMKM untuk mencari solusi yang inovatif dan kreatif dalam memenuhi kebutuhan pasar, dan mengembangkan produk inovatif dan kreatif yang tidak ditawarkan oleh pesaing agar memberikan nilai tambah dan keunggulan kompetitif bagi UMKM (Suprani, 2017).

Keterbatasan yang dihadapi oleh UMKM antara lain (1) di bidang manajemen yaitu sebagian besar pengusaha UMKM yang tidak memiliki manajemen yang baik, tidak dapat membuat pembukuan keuangan yang teratur serta kemampuan mengorganisasi diri dan karyawan yang masih lemah, (2) di bidang pemasaran yaitu pengusaha UMKM sebagian besar kurang memiliki daya saing jika berhadapan dengan usaha besar, adanya persaingan tidak sehat diantara jenis usaha dan kurangnya informasi pemasaran produk (Hendrawan, 2000).

UMKM disamping memiliki keterbatasan dalam manajemen dan pemasaran, juga adanya dampak dari pandemi covid-19 memberikan ancaman bagi UMKM yaitu tidak sedikit UMKM yang mengalami kesulitan dalam menjalankan usahanya dengan adanya penurunan omset penjualan sehingga pengusaha UMKM tidak memperoleh penghasilan dan terpaksa banyak yang gulung tikar akibat adanya kebijakan PSBB (Chaerani et al., 2020). UMKM merupakan salah satu tulang punggung perekonomian nasional terpengaruh secara serius dengan adanya pandemi Covid-19 tidak hanya pada aspek produksi dan penghasilan pengusaha UMKM, namun juga jumlah tenaga kerja harus dikurangi akibat pandemic covid-19 (Pakpahan, 2020). UMKM kurang memiliki ketahanan dan fleksibilitas dalam menghadapi pandemic covid-19 disebabkan tingkat digitalisasi yang masih rendah, kesulitan mengakses teknologi dan kurangnya pemahaman mengenai strategi bertahan dalam bisnis (<https://www.oecd.org>).

UMKM tentunya menginginkan usaha yang dijalankan berkembang sehingga dapat meningkatkan penjualan dan pangsa pasarnya. Pemasaran merupakan salah satu ujung tombak dalam menarik konsumen. Pemasaran yang baik adalah pemasaran yang tidak hanya meningkatkan konsumen dari segi jumlah tetapi harus mempertahankan konsumennya. Salah satu factor keuntungan yang diperoleh adanya perkembangan teknologi yaitu dengan pemasaran online baik menggunakan media social maupun internet. Pemasaran online sangat membantu UMKM dan diharapkan penjualan tidak hanya terbatas di satu wilayah saja akan tetapi dapat memasarkan di seluruh Indonesia (Chaerani et al., 2020).

3. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan penyajian materi, praktek dan pendampingan selama kegiatan pelatihan. Narasumber dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini yaitu Dosen dari Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang yang berjumlah 10 orang sesuai dengan bidang keahliannya. Peserta yang ikut dalam kegiatan ini ada berjumlah 45 orang dari Tim UMKM di Kelurahan Mijen, Kecamatan Mijen, Kota Semarang. Bentuk kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah sosialisai akuntansi dasar, etika media sosial dan digitalisasi, pemasaran berbasis *website* dan penguatan karakteristik wirausaha dengan narasumber sebagai berikut pada tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Kegiatan Pelatihan Pengelolaan Data Informasi

No	Materi	Pembicara
1	Akuntansi sederhana bagi UMKM	Dr. Dra. Nurchayati, SE, MSi, Ak Drs. Parju, SE, MSi Drs. Suroto, SE, MM
2	Pemasaran berbasis digital	Drs. Muchayatin, SE, MM Drs. Camilus Isidorus Iktu, MSi Dra. Rr. Supratiningrum, SE, MSi
3	Etika media sosial dan digitalisasi	Amsar, SH, MM Dra. C. Sri Haryanti, SE, MSi, Akt, CA
4	Penguatan karakteristik wirausaha	Drs. Joko Riyanto, SE, MM Drs. Setyobudi, SE, MM, Ak

Pada tabel 1 yaitu kegiatan pelatihan dengan melaksanakan materi yang sudah dirancang. Kegiatan pelatihan diadakan selama 1 hari dimulai dari jam 09.00 sampai dengan selesai. Pelatihan dilaksanakan di Agro Farm, RT05 RW 04 Kelurahan Mijen, Kecamatan Mijen, Kota Semarang dengan jumlah pesertanya 45 orang.

Tabel 2. Jadwal Sosialisasi

Hari	Tanggal	Jam	Lokasi/Tempat
Rabu	09 Agustus 2023	09.00 Wib	Agro Farm, RT05 RW 04 Kelurahan Mijen, Kecamatan Mijen, Kota Semarang

Tahapan-tahapan yang dilaksanakan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini yaitu :

1. Persiapan

Pada tahap ini melakukan koordinasi dengan tim internal untuk merencanakan pelaksanaan kegiatan yang dilakukan secara konseptual, operasional, pembagian tugas dari tim PKM. Setiap tim Pengabdian Kepada Masyarakat bertugas dalam penyediaan instrumen kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, seperti daftar hadir peserta, formulir *pretest* dan *posttest*, konsumsi, publikasi, lokasi, dokumentasi, dan sebagainya.

2. Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

Pada pelaksanaan kegiatan pelatihan yang hadir adalah para UMKM di Kelurahan Mijen, Kecamatan Mijen, Kota Semarang. Pelaksanaan kegiatan pelatihan ini dilakukan dengan berupa kegiatan yaitu :

a. Penyajian Materi

Penyampaian materi kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di Agro Farm, RT05 RW 04 Kelurahan Mijen, Kecamatan Mijen, Kota Semarang akan di sampaikan oleh narasumber (pemerati).

b. Peserta Kegiatan

Peserta kegiatan sosialisasi pengembangan UMKM adalah para pengusaha UMKM di Kelurahan Mijen, Kecamatan Mijen, Kota Semarang sebanyak empat puluh lima orang peserta.

c. Kegiatan Pendampingan

Bentuk kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah sosialisasi akuntansi dasar, etika media sosial dan digitalisasi, pemasaran berbasis *website* dan penguatan karakteristik wirausaha dengan narasumber. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) melakukan pendampingan terhadap para peserta dengan membimbing selama kegiatan berlangsung.

d. Evaluasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Pelaksanaan kegiatan pelatihan ini diwajibkan para peserta untuk menandatangani absensi pada setiap hari pelatihan. Dengan adanya kehadiran peserta akan memberikan keberhasilan dalam pelaksanaan kegiatan ini. Penilaian dalam pelatihan ini menggunakan penilaian secara *pretest* dan *posttest* kepada seluruh peserta. Alat ini dapat membantu mengukur pemahaman peserta tentang materi pelatihan baik secara teori maupun praktek.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah penentuan solusi, pengusul memaparkan program-program yang akan dilakukan sebagai realisasi dari solusi permasalahan tersebut. Program yang akan dilaksanakan berupa pelatihan dan pendampingan selama kurun waktu pelaksanaan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat. Selain itu pengusul dan mitra juga menyepakati waktu dan tempat pelaksanaan pelatihan dan pendampingan tersebut.

Hasil yang telah dicapai melalui kegiatan sosialisasi pengembangan UMKM menjadikan pengusaha UMKM di wilayah Kelurahan Mijen dapat memiliki pengetahuan mengenai akuntansi secara sederhana, etika dalam menggunakan media sosial, platform pemasaran dan penguatan karakteristik wirausaha sehingga UMKM dalam menjalankan bisnis dapat maju dan berkembang. Pengetahuan yang dimiliki pengusaha UMKM diharapkan pengusaha menjadi trampil dan mampu dalam bertransaksi dipasar, pemasaran meningkat sehingga dapat meningkatkan pendapatan. Tingginya kesadaran dan antusiasme pengusaha UMKM di Kelurahan Mijen, Kota Semarang terhadap pentingnya sosialisasi pengembangan UMKM, menjadikan pelaksanaan sosialisasi ini tanpa kendala, berjalan lancar dan tertib, serta dapat diselesaikan sesuai jadwal.

Pelatihan sosialisasi pengembangan UMKM ini diselenggarakan atas inisiatif mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Untag Semarang dan tim pengabdian kepada masyarakat Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang dalam rangka pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu dharma Pengabdian Kepada Masyarakat, kegiatan ini mendapat dukungan penuh dari para pimpinan Fakultas, hal ini diwujudkan dalam bentuk disediakannya biaya pengadaan sosialisasi.

Pendampingan dilakukan sebagai upaya untuk memastikan materi-materi pada pelatihan diterapkan dalam rangka peningkatan keterampilan para peserta. Dalam pendampingan tersebut tim melibatkan beberapa dosen untuk mendampingi peserta pelatihan saat menerima materi sosialisasi akuntansi dasar, etika media sosial dan digitalisasi, pemasaran berbasis *website* dan penguatan karakteristik wirausaha. Pendampingan ini bertujuan untuk memastikan materi yang diterima dipahami dengan baik dan benar, sehingga tidak terjadi kesalahpahaman.

Dari hasil penilaian bahwa peserta pelatihan mampu memahami materi yang disampaikan oleh narasumber, besar peningkatan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh mitra dengan sangat baik.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan pada UMKM di Kelurahan Mijen, Kecamatan Mijen, Kota Semarang dapat disimpulkan bahwa, meningkatnya pengetahuan, pemahaman dan keterampilan bagi pengusaha UMKM tentang pentingnya pencatatan transaksi ekonomi secara sederhana. Meningkatnya pengetahuan, pemahaman dan keterampilan bagi pengusaha UMKM dalam menggunakan media sosial dengan santun. Meningkatnya pengetahuan, pemahaman dan keterampilan bagi pengusaha UMKM tentang *platform* pemasaran. Meningkatnya pengetahuan, pemahaman dan keterampilan bagi pengusaha UMKM tentang pentingnya penguatan karakteristik wirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

Chaerani, D. *et al.* (2020) 'Pemetaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada masa pandemi Covid-19 menggunakan analisis media sosial dalam Upaya peningkatan pendapatan', *Dharmakarya*, 9(4), p. 275. Available at: <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v9i4.30941>.

Hardilawati (2020) 'Strategi bertahan UMKM di tengah pandemi Covid-19', *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, 10(1), pp. 89–98. Available at: <https://doi.org/10.47431/governabilitas.v2i2.117>.

Hendrawan (2000) 'Masalah - Masalah Yang Dihadapi Usaha Kecil'.

Pakpahan, A.K. (2020) 'Covid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah', *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 20(April), pp. 59–64.

Suprani, Y. (2017) 'Pengaruh kreativitas, modal, dan kesetaraan gender terhadap kinerja pengusaha wanita UKM di Palembang', *Motivasi*, pp. 230–240.