



Pelatihan Pemasaran Digital Dan Pembuatan Laporan Keuangan Sederhana Pada Umkm Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kendal

Riyono¹, Rita Andini^{2✉}, Adjie Seputro³, Hesti Ristiano⁴, Faizah Mintya Rahmawati⁵, Dwi Rahayu Ningtyas⁶

^{1,3,4,5} Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Semarang

^{2,6} Akuntansi, Institut Teknologi dan Bisnis Semarang

Abstrak

Pelatihan pemasaran digital dan pembuatan laporan keuangan sederhana menjadi kebutuhan yang semakin mendesak bagi para pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kecamatan Kaliwungu, Kabupaten Kendal. Permasalahan yang dihadapi oleh khalayak sasaran adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran digital, minimnya pemahaman tentang pengelolaan keuangan, terbatasnya akses terhadap pelatihan dan sumber daya. Hasil yang di peroleh dalam pelatihan ini adalah Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pendampingan dan bimbingan kepada pelaku UMKM Batik Desa Margosari Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal merupakan pelaksanaan Tri Darma Perguruan Tinggi. Respon positif dan dan tanggapan serta penerimaan yang luar biasa dari pihak pemerintah desa. Tim pengabdian kepada masyarakat telah selesai melaksanakan kegiatan pendampingan dan bimbingan pelaku UMKM Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kendal berjalan dengan baik dan lancar tanpa ada hambatan yang berarti.

Kata Kunci: *Pemasaran Digital, Laporan Keuangan, UMKM.*

Abstract

Digital marketing training and making simple financial reports are becoming increasingly urgent needs for micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Kaliwungu District, Kendal Regency. The problems faced by the target audience are lack of knowledge and skills in digital marketing, minimal understanding of financial management, limited access to training and resources. The results obtained in this training are the implementation of community service activities in the form of assistance and guidance to Batik MSME actors in Margosari Village, Limbangan District, Kendal Regency, which is an implementation of the Tri Darma of Higher Education. The response was positive and the response and acceptance was extraordinary from the village government. The community service team has finished carrying out mentoring and guidance activities for MSME actors in Kaliwungu District, Kendal Regency, running well and smoothly without any significant obstacles.

Keywords: *Digital Marketing, Financial Reports, MSMEs.*

✉ Corresponding author : Rita Andini

Email Address : rita_andini@itbsemarang.ac.id; ritaandini657@gmail.com

PENDAHULUAN

Pelatihan pemasaran digital dan pembuatan laporan keuangan sederhana menjadi kebutuhan yang semakin mendesak bagi para pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kecamatan Kaliwungu, Kabupaten Kendal. Dengan perkembangan teknologi informasi yang pesat, kemampuan untuk memasarkan produk secara digital menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Selain itu, pengelolaan keuangan yang baik melalui pembuatan laporan keuangan sederhana merupakan langkah penting untuk memastikan keberlangsungan usaha serta mendukung pengambilan keputusan yang tepat.

Pelatihan pemasaran digital bagi UMKM di Kecamatan Kaliwungu bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis dalam memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan produk. Peserta akan diajarkan berbagai strategi pemasaran, mulai dari penggunaan media sosial, pembuatan konten yang menarik, hingga optimisasi mesin pencari (SEO). Dengan menguasai pemasaran digital, diharapkan UMKM setempat mampu meningkatkan jangkauan pasar mereka, menarik lebih banyak pelanggan, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan serta pendapatan usaha.

Sementara itu, pelatihan pembuatan laporan keuangan sederhana bertujuan untuk membekali UMKM dengan kemampuan dasar dalam mencatat dan mengelola keuangan usaha. Melalui pelatihan ini, peserta akan belajar cara menyusun laporan keuangan seperti neraca, laporan laba rugi, dan arus kas dengan cara yang mudah dipahami dan diaplikasikan. Pengelolaan keuangan yang baik akan membantu UMKM dalam memantau kesehatan finansial usaha, mengidentifikasi masalah keuangan lebih awal, dan membuat perencanaan bisnis yang lebih baik. Kedua pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan profesionalisme dan daya saing UMKM di Kecamatan Kaliwungu, sehingga mereka mampu berkembang lebih pesat di era digital ini.

Situasi terkini di Kecamatan Kaliwungu, Kabupaten Kendal menunjukkan bahwa banyak pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang masih menghadapi tantangan dalam mengadaptasi teknologi digital dan mengelola keuangan usaha mereka. Meskipun potensi pasar yang besar dan keberadaan teknologi informasi yang semakin mudah diakses, masih banyak UMKM yang belum memanfaatkan pemasaran digital secara optimal. Banyak pelaku usaha yang masih bergantung pada metode pemasaran tradisional, yang seringkali kurang efektif dalam menjangkau konsumen yang lebih luas dan mengurangi biaya pemasaran.

Di sisi lain, pengelolaan keuangan yang baik menjadi kendala tersendiri bagi banyak UMKM di Kecamatan Kaliwungu. Banyak pelaku usaha yang belum memiliki pemahaman yang cukup mengenai pentingnya laporan keuangan dalam pengelolaan bisnis mereka. Hal ini menyebabkan kesulitan dalam memonitor arus kas, menentukan profitabilitas, dan membuat keputusan bisnis yang tepat. Kurangnya pelatihan dan

bimbingan dalam pembuatan laporan keuangan sederhana mengakibatkan banyak UMKM mengalami kesulitan dalam menjaga kesehatan finansial usaha mereka.

Melalui pelatihan pemasaran digital dan pembuatan laporan keuangan sederhana, diharapkan situasi ini dapat berubah menjadi lebih baik. Dengan adanya pelatihan yang komprehensif, para pelaku UMKM akan mendapatkan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memanfaatkan teknologi digital dalam memasarkan produk mereka secara lebih efektif. Selain itu, dengan pemahaman yang lebih baik tentang pembuatan laporan keuangan, UMKM dapat mengelola keuangan mereka dengan lebih baik, sehingga mampu membuat perencanaan bisnis yang lebih matang dan meningkatkan keberlanjutan usaha mereka. Upaya ini diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Kecamatan Kaliwungu.

Berikut adalah tiga poin permasalahan yang dihadapi oleh khalayak sasaran, yaitu para pelaku UMKM di Kecamatan Kaliwungu, Kabupaten Kendal:

1. Kurangnya Pengetahuan dan Keterampilan dalam Pemasaran Digital: Banyak pelaku UMKM di Kecamatan Kaliwungu belum familiar dengan teknik-teknik pemasaran digital yang efektif. Mereka sering kali tidak tahu bagaimana memanfaatkan platform digital seperti media sosial, e-commerce, atau website untuk mempromosikan produk mereka. Keterbatasan ini menyebabkan mereka kehilangan peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan.
2. Minimnya Pemahaman tentang Pengelolaan Keuangan: Banyak UMKM di kawasan ini tidak memiliki pengetahuan dasar tentang pengelolaan keuangan, termasuk pembuatan laporan keuangan sederhana seperti neraca, laporan laba rugi, dan arus kas. Akibatnya, mereka kesulitan dalam memantau kondisi keuangan usaha, mengidentifikasi masalah keuangan, dan membuat keputusan bisnis yang tepat. Hal ini dapat menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka.
3. Terbatasnya Akses terhadap Pelatihan dan Sumber Daya: Pelaku UMKM di Kecamatan Kaliwungu sering kali menghadapi kendala dalam mengakses pelatihan yang relevan dan berkualitas. Keterbatasan ini bisa disebabkan oleh kurangnya informasi tentang pelatihan yang tersedia, biaya yang tinggi, atau lokasi pelatihan yang tidak mudah dijangkau. Tanpa akses yang memadai ke sumber daya dan pelatihan, UMKM kesulitan untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing mereka di pasar.

METODOLOGI

Metode dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah dengan cara melakukan sosialisasi dan pelatihan secara langsung kepada masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan pemasaran digital dan pembuatan laporan keuangan sederhana bagi UMKM di Kecamatan Kaliwungu, Kabupaten Kendal, telah berhasil dilaksanakan dengan baik. Pelatihan ini diikuti oleh puluhan pelaku UMKM dari berbagai sektor usaha, termasuk pengrajin batik, pengusaha makanan, dan produsen kerajinan tangan.

Antusiasme peserta terlihat sejak hari pertama pelatihan, di mana mereka menunjukkan semangat tinggi untuk belajar dan meningkatkan kapasitas usaha mereka.

Pada sesi pertama, peserta diajarkan tentang dasar-dasar pemasaran digital. Narasumber menjelaskan pentingnya keberadaan online bagi UMKM di era digital ini. Melalui pemanfaatan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp, pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka. Banyak peserta yang mengakui bahwa mereka sebelumnya hanya mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut dan pemasaran lokal. Dengan memahami strategi pemasaran digital, mereka kini bisa menjangkau konsumen yang lebih luas, bahkan hingga ke luar daerah.

Sesi berikutnya membahas tentang pembuatan konten yang menarik untuk pemasaran digital. Peserta diajarkan cara membuat foto produk yang baik, menulis deskripsi produk yang menarik, dan mengelola akun media sosial dengan konsisten. Praktik langsung dilakukan dengan peserta mengambil foto produk mereka menggunakan smartphone dan melakukan editing sederhana. Hasilnya, banyak peserta yang terkejut melihat bagaimana foto produk yang bagus bisa menarik lebih banyak perhatian.

Selanjutnya, pelatihan berfokus pada optimisasi mesin pencari (SEO). Narasumber menjelaskan bagaimana cara kerja SEO dan pentingnya bagi website UMKM. Meskipun sebagian besar peserta belum memiliki website sendiri, mereka diajarkan cara menulis blog atau artikel yang dapat meningkatkan peringkat pencarian di Google. Peserta juga diperkenalkan dengan platform e-commerce seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee, serta cara memaksimalkan fitur-fitur yang tersedia di platform tersebut.

Di paruh kedua pelatihan, fokus bergeser ke pembuatan laporan keuangan sederhana. Narasumber memulai dengan menjelaskan pentingnya laporan keuangan dalam pengelolaan usaha. Banyak peserta yang mengakui bahwa mereka belum pernah membuat laporan keuangan yang sistematis sebelumnya. Materi pelatihan mencakup cara menyusun neraca, laporan laba rugi, dan laporan arus kas dengan menggunakan contoh-contoh sederhana yang mudah dipahami.

Peserta kemudian diajarkan cara menggunakan aplikasi keuangan sederhana seperti Excel untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran. Mereka belajar membuat format laporan keuangan yang mudah diikuti dan dapat digunakan untuk keperluan pencatatan sehari-hari. Banyak peserta yang merasa terbantu dengan adanya template laporan keuangan yang bisa langsung mereka aplikasikan dalam usaha mereka.

Selama sesi tanya jawab, banyak peserta yang mengajukan pertanyaan seputar pengelolaan keuangan usaha mereka. Beberapa di antaranya mengungkapkan kesulitan dalam mengatur arus kas dan mencatat transaksi harian. Narasumber memberikan solusi praktis dan tips untuk mengelola keuangan dengan lebih baik, termasuk pentingnya disiplin dalam mencatat setiap transaksi dan memisahkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha.

Di akhir pelatihan, peserta diberikan kesempatan untuk melakukan praktik langsung dalam menyusun laporan keuangan dan mempresentasikannya. Mereka juga diminta untuk membuat rencana pemasaran digital untuk produk mereka. Hasilnya menunjukkan peningkatan pemahaman dan kemampuan peserta dalam kedua bidang

tersebut. Banyak dari mereka yang berhasil menyusun laporan keuangan sederhana dengan baik dan membuat rencana pemasaran digital yang kreatif dan efektif.

Evaluasi pelatihan menunjukkan hasil yang positif. Peserta merasa puas dengan materi yang disampaikan dan metode penyampaian yang interaktif. Mereka merasa lebih percaya diri dalam mengelola usaha mereka, baik dari segi pemasaran maupun keuangan. Beberapa peserta bahkan mengungkapkan keinginan untuk mengikuti pelatihan lanjutan di masa depan.

Secara keseluruhan, pelatihan ini memberikan dampak yang signifikan bagi pengembangan kapasitas UMKM di Kecamatan Kaliwungu, Kabupaten Kendal. Melalui pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh, diharapkan UMKM setempat dapat meningkatkan daya saing mereka, mengembangkan usaha dengan lebih baik, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal. Pelatihan ini juga memperkuat jaringan antar pelaku UMKM, memungkinkan mereka untuk saling berbagi pengalaman dan bekerjasama dalam memajukan usaha masing-masing.

Susunan Acara Pelaksanaan Kegiatan

1. Tahap Persiapan

Adapun kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan pada tahap persiapan yaitu:

- a. Penelusuran tempat/lokasi, dengan survey secara langsung ke target sasaran dalam kegiatan pengabdian ini.
- b. Pembuatan proposal dan penyelesaian administrasi perijinan tempat/lokasi pengabdian masyarakat.
- c. Pembuatan modul pelatihan.
- d. Penentuan waktu sosialisasi dan pelatihan e-commerce.

2. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan setelah semua perijinan dan persiapan peralatan sudah selesai dilakukan. Persiapan yang dilakukan melibatkan masyarakat untuk proses perijinan, pelatihan dan modul, hingga menyiapkan segala sesuatunya dalam kegiatan pengabdian ini. Alur dalam kegiatan pengabdian ini terbagi menjadi beberapa sub, yakni:

a. Kegiatan survey.

Hal ini dilakukan untuk dapat memudah peserta pengabdian untuk melakukan kegiatan.

- b. Pelatihan pemasaran digital yang sesuai.
- c. Pelatihan pembuatan laporan keuangan

3. Pembuatan Laporan Kegiatan

a. Pembuatan Laporan Awal

Pembuatan laporan awal disesuaikan dengan hasil yang telah dicapai selama melakukan kegiatan pengabdian.

b. Revisi Laporan

Revisi laporan dilakukan apabila terjadi kesalahan pada pembuatan laporan awal.

c. Pembuatan Laporan Akhir

Pembuatan laporan akhir dilakukan setelah melakukan revisi laporan agar dalam penyusunan laporan akhir diperoleh hasil yang lebih baik.

Waktu Efektif Kegiatan

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di UMKM di Kecamatan Kaliwungu, Kabupaten Kendal pada hari Kamis, 25 Januari 2024. Peserta pelatihan adalah pelaku UMKM. Pelatihan berlangsung dengan lancar dan sesuai dengan tujuannya yaitu memberikan wawasan tentang pemasaran digital dan laporan keuangan bagi UMKM. Pelaksanaan pelatihan dilakukan dengan metode ceramah, diskusi dan demonstrasi. Peserta memberikan respon yang sangat baik serta antusias mengikuti kegiatan pelatihan tersebut. Kegiatan dimulai dengan memberikan pemaparan dari narasumber yang berisi tentang pemasaran digital dan laporan keuangan bagi UMKM.

Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan pelatihan yang diikuti oleh UMKM di Kecamatan Kaliwungu, Kabupaten Kendal, berjalan dengan antusiasme tinggi dari para peserta yang terdiri dari seluruh UMKM di Kecamatan Kaliwungu, Kabupaten Kendal. Peserta aktif menyimak pemaparan dari narasumber dan terlibat dalam diskusi dengan mengajukan berbagai pertanyaan. Pengenalan digital pemasaran dianggap sangat penting untuk membedakan metode penjualan mereka dari cara konvensional. Dengan menggunakan digital pemasaran, produk UMKM dapat diakses oleh masyarakat luas, sehingga produk tersebut lebih dikenal dan mudah dibeli oleh konsumen. Serta pembuatan laporan keuangan secara sederhana. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini memberikan kontribusi nyata bagi pelaku UMKM di Kecamatan Kaliwungu, Kabupaten Kendal, untuk diterapkan dalam usaha mereka.

SIMPULAN

Simpulan menyajikan ringkasan dari uraian mengenai hasil dan pembahasan, Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini secara umum sudah berjalan dengan baik berkat kerjasama antar panitia serta dukungan berbagai pihak. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pendampingan dan bimbingan kepada pelaku UMKM Batik Desa Margosari Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal merupakan pelaksanaan Tri Darma Perguruan Tinggi. Respon positif dan dan tanggapan serta penerimaan yang luar biasa dari pihak pemerintah desa. Tim pengabdian kepada masyarakat telah selesai melaksanakan kegiatan pendampingan dan bimbingan pelaku UMKM Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kendal berjalan dengan baik dan lancar tanpa ada hambatan yang berarti.

Kegiatan ini mendapatkan apresiasi yang baik dari pelaku pelaku UMKM Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kendal. Dengan mengikuti kegiatan tersebut pelaku UMKM mendapatkan pengetahuan tambahan pemasaran digital dan pembuatan laporan keuangan sederhana. Pelaku UMKM menilai bahwa kegiatan ini sangat bermanfaat dan harapannya dapat berkesinambungan agar dalam menjalankan usaha lebih tertata dan terstruktur. Perkembangan usaha lebih meningkat serta berdampak pada pendapatan laba yang meningkat. Dengan adanya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, pelaku UMKM dapat menjalankan usahanya dengan baik, lebih tertata, terstruktur serta dapat beradaptasi dengan kondisi pada saat ini. Untuk kegiatan selanjutnya diharapkan dapat merambah ke semua warga tidak hanya terbatas pada

pelaku UMKM saja sehingga warga usia produktif juga dapat mengembangkan usaha yang dijalankan.

Referensi :

Fitriana, Aning, R. Satria Setyanugraha, and Reza Rahmadi Hasibuan. "Pengelolaan Keuangan Keluarga dalam Upaya Meningkatkan Produktivitas Masyarakat yang Mandiri Kelurahan Teluk Kabupaten Banyumas." *Perwira Journal of Community Development* 1.1 (2021): 37-41.

Ghemawat, P. (1990). *Commitment: the dynamic of strategy*. New York: Free Press

Hasibuan, R. R., Setyanugraha, R. S., Amelia, S. R., Arofah, A. A., & Pratiwi, A. R. (2021). Penyuluhan Pemanfaatan Air Nira Pohon Kelapa Menjadi Gula Semut untuk Meningkatkan Perkonomian Desa Kuripan Kabupaten Cilacap. *ETHOS: Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(1), 107-111.

Hasibuan, R. R. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Tenaga Penjual terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Import Oriflame di Spo 1507. *Jurnal Ekonomi*, 11(2), 1-12.

Jones, Gareth R. dan Jennifer M George. (2010). *Contemporary Management*. New York: McGraw Hill.

Koontz, Harold, Cyrril O'Donnel, dan Heinz Weihrich. (2004). *Management*. Singapore: McGraw Hill.

Kotler, P & Amstrong, G. (2012). *Priciple of Marketing*. 14Edition, New Jersey : Prentice Hall International, Inc.

Njotoprajitno, R., S. (2011). Peran Kepemimpinan, Kompetensi Sdm, Dan Pengelolaan Manajemen Dalam Peningkatan Daya Saing Koperasi Di Indonesia. *Proceeding Seminar Nasional & Call For Papers. Vol 1 (1)*. ISBN: 978-979-9204-49-3

Porter, M. (1980). *Competitive strategies*. New York: The Free Press

Simkin, L. (1996). People and Process in Marketing Planning: The benefit of controlling implementation. *Journal of Marketing Management* 12 : 375390.

Srivastava, R. K., T. A. Shervani, et al. (1999), Marketing Business Processes and Shareholder Value: An Organizationally Embedded View of Marketing Activities and the Discipline of Marketing. *Journal of Marketing* 63 (Special Issue): 168 - 179.

Stoner, James A.F., Edward Freeman, dan Daniel R Gilbert. (1995). *Management*. New Jersey: Prentice Hall.

Varey,R.,J. (1995), A Model of internal marketing for building and sustaining a competitive service advantage. *Journal of Marketing Management* 11: 4154.