



PELATIHAN PENGELOLAAN MANAJEMEN PEMASARAN DAN KEUANGAN UMKM DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN HASIL PRODUKSI UMKM MELALUI MEDIA IKLAN SEPANDUK, KEMASAN DAN MEREK PRODUK UMKM KELURAHAN SUNGAI SELAN KECAMATAN SUNGAI SELAN KABUPATEN BANGKA TENGAH**Oleh****Siti Napisah¹, Nana Adriana², Nur Hidayati dan Afrizal³****^{1,2,3}Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pertiba Pangkalpinang****E-mail: ¹sitinapisah@stiepertiba.ac.id**

Article History:*Received: 04-12-2022**Revised: 13-12-2022**Accepted: 23-12-2022***Keywords:***Media Iklan, Alat Informasi, EOQ, SAK ETAP dan SAK EMKM*

Abstract: *Sebagai salah satu kelurahan yang berada dipinggiran sungai yang bermuara ke laut, tentunya kehidupan ekonomi masyarakat Sungai Selan, Kecamatan Sungai Selan Kabupaten Bangka Tengah tidak terlepas dari hasil tangkapan laut yaitu ikan, udang dan cumi-cumi, serta aktifitas lainnya yang menunjang perekonomian daerah tersebut. Kegiatan ekonomi masyarakat yang beragam terbentuk dalam Usaha Mikro Kecil Menengah. Untuk memperkuat dan meningkatkan kualitas produk para pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah membutuhkan strategi pengelolaan manajemen UMKM yang menyangkut tentang strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan.*

PENDAHULUAN

Kelurahan Sungai Selan salah satu kelurahan yang berada di Kecamatan Sungai Selan Kabupaten Bangka Tengah yang berada dipinggir Sungai Selan yang bermuara ke Laut Selat Bangka. Kegiatan ekonomi masyarakat sangat beragam, hal ini dapat di lihat dari potensi pemanfaatan sumber daya alam menjadikan sebagai penunjang sumber pendapatan ekonomi masyarakat yang ada di daerah tersebut diantaranya seperti UMKM Terasi, Sambal Ku (Cumi-Cumi), Madu Kelulut, Kerajinan Pesawat Terbang, Kerajinan Tas Wanita yang berasal dari limbah plastik, Kemplang (Kerupuk) Ikan dengan jenis Panggang dan Goreng, dan Kerupuk Angka 8 yang menjadi ciri khas makanan cemilan asli Kecamatan Sungai Selan. Sebagai salah satu usaha untuk memperkuat dan meningkatkan kualitas produk para pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah membutuhkan strategi pengelolaan manajemen UMKM yang menyangkut tentang strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan.

Pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan dalam menentukan sasaran pasar dan mempertahankan konsumen, serta menumbuhkan pelanggan baru dengan melalui tahapan menciptakan, menyampaikan, dan mengkomunikasikan nilai produk unggul kepada konsumen (Wibowo dan Priansa, 2017. Kotler dan Keller, 2012). Strategi pemasaran yang meninformasikan suatu produk ke konsumen adalah melalui periklanan. Periklanan menurut Jefkin, (1997) "adalah pesan-pesan penjualan yang paling persuasif yang diarahkan kepada calon pembeli yang paling potensial atas produk barang atau jasa tertentu dengan biaya yang semurah-murahnya". Iklan pemasaran yang dapat menginformasikan langsung tentang produk ke masyarakat atau konsumen akhir maupun penyalur dengan cara melalui



pembuatan spanduk, kemasan dan pelabelan (merek), hal ini merupakan suatu usaha memberikan symbol keseriusan pelaku usaha atas produk yang dihasilkan dan dapat menarik perhatian konsumen. Karena adanya spanduk, merek, dan kemasan maka konsumen dapat mengetahui bahwa ada usaha yang dijalankan di Kelurahan Sungai Selan. Selain menarik perhatian konsumen, spanduk dan merek juga melambangkan identitas produk dan pemilik produk, tempat atau rumah produksi usaha UMKM terutama bagi pelaku usaha lainnya yang bisa melakukan kerjasama dalam bisnis mereka.

Pengelolaan keuangan akan memberi dampak bagi para produsen agar dapat meminimalkan biaya produksi dan laba yang tinggi dengan sistem EOQ (*Economic Order Quantity*). Bagaimana mengelola keuangan memisahkan antara modal usaha dengan biaya hidup pribadi, mengelola sumber dana yang berasal dari investasi baik investasi modal sendiri, pinjaman atau yang diterima dari hibah akan menjadi modal kerja, yang merupakan keseluruhan dana yang digunakan untuk membiayai kegiatan operasional sehari-hari, dan mempunyai manfaat hanya sekali. Kemudian menentukan titik impas, dimana posisi keuntungan tidak mengalami kerugian maupun keuntungan, sehingga dari sanalah produsen dapat menentukan berapa harga jual produk dengan menambahkan besaran laba yang diinginkan. Sistem pelaporan keuangan standar SAK ETAP dan SAK EMKM. Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM). Penerapan SAK EMKM tersebut berlaku efektif per Tanggal 1 Januari 2018. SAK EMKM ditujukan untuk entitas yang tidak atau belum mampu memenuhi persyaratan akuntansi yang diatur dalam SAK ETAP dan tidak memberikan kriteria golongan entitas mikro, kecil, dan menengah (DSAK 2016).

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan ketika melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata mahasiswa STIE Pertiba Pangkajene, yang dilaksanakan oleh tim Pengabdian Pada Masyarakat STIE Pertiba selama 30 hari yang berlokasi di Kelurahan Sungai Selan Kecamatan Sungai Selan Kabupaten Bangka Tengah.

Pelatihan dilakukan pada tanggal 5 Agustus 2022 selama 3 jam sedangkan untuk pembuatan spanduk, kemasan dan merek produk-produk UMKM dilaksanakan bersama mahasiswa pada dua minggu terakhir pelaksanaan KKN.

Materi pelatihan diberikan dalam 2 sesi.

Sesi pertama, pemaparan tentang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan pentingnya media iklan seperti, spanduk, kemasan dan merek (label) sebagai alat informasi tentang produk-produk UMKM, sehingga produk mereka dikenal oleh konsumen dengan tujuan agar dapat meningkatkan penjualan. Bagaimana penempatan spanduk yang strategis, membuat kemasan yang menarik, merek yang akan selalu diingat oleh konsumen.

Sesi kedua, paparan tentang pengelolaan keuangan UMKM bagaimana mengelola keuangan dengan memisahkan modal usaha dengan dana milik pribadi, menggunakan metode perhitungan biaya yang dapat menekan biaya produksi, pentingnya pengendalian persediaan dengan sistem pesanan, memahami membuat laporan keuangan sederhana sesuai dengan SAK ETAP dan SAK EMKM yang sangat bermanfaat pada saat ingin mengajukan pinjaman ke lembaga keuangan yang ada. Mengenalkan aplikasi untuk dapat memudahkan dalam pemesanan secara online yang dapat diakses melalui media sosial.

Sosialisasi ini sangat berkaitan dengan informasi yang di sebarakan melalui penyuluhan



kepada masyarakat di Indonesia terutama pelaku usaha mikro kecil dan menengah terhadap standar yang diberlakukan yakni SAK EMKM, sebagai penyederhanaan dari SAK ETAP yang memudahkan penyusunan laporan keuangan dan akses bank. Indikator penggunaan SAK EMKM, dapat diukur dengan:

1. Pemahaman mengenai akuntansi.
2. Menerapkan akuntansi.
3. Pemrosesan data.
4. Pencatatan.
5. Pencatatan secara manual.
6. Pencatatan secara komputerisasi.
7. Latar belakang pendidikan.
8. Pencatatan sesuai SAK EMKM.
9. Berpengalaman kurang dari 5 tahun.
10. Berpengalaman lebih 5 tahun.

Tujuan laporan keuangan menurut SAK EMKM, 2016 adalah untuk menyediakan informasi posisi keuangan dan kinerja suatu entitas yang bermanfaat bagi sejumlah besar pengguna dalam pengambilan keputusan ekonomik oleh siapapun yang tidak dalam posisi dapat meminta laporan keuangan khusus untuk memenuhi kebutuhan informasi tersebut. Pengguna tersebut meliputi sumber daya bagi entitas, seperti kreditor maupun investor. Dalam memenuhi tujuannya, laporan keuangan juga menunjukkan pertanggungjawaban manajemen atas sumber daya yang dipercayakan kepadanya.

1. Tujuan laporan keuangan yang disajikan oleh suatu entitas dapat diperinci sebagai berikut: 1. Untuk memberikan informasi keuangan yang dapat dipercaya mengenai sumber-sumber ekonomi dan kewajiban serta modal perusahaan.
2. Untuk memberikan informasi yang dapat dipercaya mengenai perubahan sumber-sumber ekonomi perusahaan yang timbul dalam aktivitas usaha demi memperoleh laba.
3. Untuk memberikan informasi keuangan yang membantu para pemakai laporan untuk mengestimasi potensi perusahaan dalam menghasilkan laba masa depan.
4. Untuk memberikan informasi keuangan yang membantu para pemakai laporan ketika mengestimasi potensi perusahaan dalam menghasilkan laba.
5. Untuk mengungkapkan sejauh mungkin informasi lain yang berhubungan dengan laporan keuangan yang relevan untuk kebutuhan pemakai laporan, seperti informasi mengenai kebijakan akuntansi yang dianut perusahaan.
6. Untuk memberikan informasi penting lainnya mengenai sumber-sumber ekonomi dan kewajiban, seperti informasi tentang aktivitas pembiayaan dan investasi.



Gambar: Paparan Materi Manajemen Pemasaran



Gambar: Paparan Materi Manajemen Keuangan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pembahasan ini penulis hanya membahas 3 (tiga) UMKM. Setelah kegiatan KKN berjalan selama 2 (dua) pekan mahasiswa menyerahkan sepanduk yang bisa digunakan oleh UMKM yang ada guna mempromosikan produk mereka, serta bentuk kemasan yang masih sederhana bisa diganti dengan kemasan yang mudah dibawa kemana-mana oleh konsumen, dengan merek sesuai kebutuhan UMKM yang menggambarkan tentang komposisi dan volume produk, tanggal kadaluarsa, serta nama dari produk UKMK itu sendiri.

1. UMKM Terasi merek Samudra Jaya.

Terasi terbuat dari udang rebon yang diolah dengan campuran garam ditumbuk halus dan dikeringkan dengan menggunakan sinar matahari. Dengan adanya pengemasan maka terasi yang ada akan mempunyai nilai jual yang lebih bila dikemas secara apik dan mudah di bawa. Terasi merek Samudra Jaya di kemas dalam dua bentuk, bentuk bubuk di kemas dalam botol dan untuk bentuk padat di kemas dalam plastic hampa udara agar lebih tahan lama.



Gambar: UMKM Terasi

2. UMKM Madu Kelulut

Madu kelulut berasal dari madu yang dihasilkan dari lebah berjenis *trigona sp.* *Trigona sp* adalah jenis lebah tidak bersengat (*stingless bees*) yang belum banyak di budidayakan.



Gambar: UMKM Madu Kelulut

3. UMKM Sambal Ku

Sambal Ku berbahan dasar cumi-cumi segar, cumi-cumi (*loligo vulgaris*) merupakan salah satu komoditi hasil perikanan yang memiliki nilai ekonomis tinggi. Sambal Ku cumi-cumi segar yang di olah dengan sambal gongso dan memiliki rasa yang pedas, di awal pembuatannya sambal ku hanya dibuat berdasarkan keinginan konsumen dihidang atau



dibungkus dengan daun pisang atau menggunakan cobek.



Gambar: UMKM Sambal Ku (sambal yang siap dikonsumsi)

PENUTUP

Kesimpulan Dan Saran

Dari kegiatan pelatihan yang dilakukan oleh Tim dosen pembimbing lapangan mahasiswa peserta KKN di Kelurahan Sungai Selan, "Dalam Mengelola Manajemen UMKM, dibutuhkan menunjukkan bahwa pentingnya sebanduk dan kemasan serta label bagi produk-produk UMKM di sana agar mempunyai nilai lebih, karena selama ini produk mereka hanya dikemas secara sederhana berupa plastic biasa dan tujuan akhirnya adalah dapat dikenal oleh konsumen baik secara lokal maupun nasional.

Saran agar UMKM dapat lebih meningkatkan penjualannya, selain menggunakan merek dan kemasan hendaknya menggunakan media sosial, misalnya Facebook, Instagram, WA, Forum/Marketplace. Ini salah satu strategi pemasaran media social jaringan, informasi, berbasis online. agar dapat menjangkau konsumen yang berada diluar jangkauan pemasaran saat ini.

Ucapan Terimakasih

Dengan telah berlangsungnya kegiatan ini, ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya diberikan kepada Gumala Erlena Dewi, S.IP selaku Lurah Kelurahan Sungai Selan, Bapak dan Ibu pengusaha UMKM dan semua pihak yang telah membantu terlaksananya kegiatan ini.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Amani, Tatik. "Penerapan SAK-EMKM Sebagai Dasar Penyusunan Laporan Keuangan UMKM: (Studi Kasus di UD Dua Putri Solehah Probolinggo)." *ASSETS: Jurnal Ilmiah Ilmu Akuntansi, Keuangan dan Pajak* 2.2 (2018): 12-30.



- [2] Bailey, Simon dan Andy milligan, 2021. *On Branding: Dampak Digital Terhadap Merek*, Alih bahasa Adrian Henny Ratna Sari, Bhuana Ilmu Populer, Kelompok Gramedia. Jakarta.
- [3] Daryanto, 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, Bandung.
- [4] Febriani, L., & Saputra, P. P. (2018). *Modal Sosial Dalam Pengembangan Madu Kelulut Sebagai Komoditas Ekonomi Dan Pariwisata Di Kecamatan Lubuk Kabupaten Bangka Tengah*. Society, 6(2), 83-91.
- [5] Ridoni, R., Radam, R., & Fatriani, F. (2020). *Analisis Kualitas Madu Kelulut (Trigona sp) dari Desa Mangkauk Kecamatan Pengaron Kabupaten Banjar*. Jurnal Sylva Scienteeae, 3(2), 346-355.
- [6] Kotler P dan Keller K.L, 2012 *Manajemen Pemasaran* Jilid 1, Edisi ke 12. Erlangga. Jakarta.
- [7] Ria, Anita. "Analisis Penerapan Aplikasi Keuangan Berbasis Android pada Laporan Keuangan UMKM Mekarsari Depok." *Sosio e-kons* 10.3 (2018): 207-2019.
- [8] Rudiantoro, Rizki; Siregar, Sylvia Veronica. Kualitas laporan keuangan umkm serta prospek implementasi SAK ETAP. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 2012, 9.1: 1.
- [9] Sadat Andi. M, 2009. *Brand Belief, Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*, Salemba Empat. Jakarta.
- [10] Triwibowo, D. (2021). *Pengembangan Madu Kelulut Paringin, Kab. Balangan: Integrasi Program Pascatambang Batubara dan Pemberdayaan Masyarakat*. PRIMA: Journal of Community Empowering and Services, 5(1), 91-101.
- [11] Wibowo L.A dan Priansa D.J, 2017. *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*, Alfabeta. Bandung
- [12] RUDIANTORO, Rizki; SIREGAR, Sylvia Veronica. Kualitas laporan keuangan umkm serta prospek implementasi SAK ETAP. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 2012, 9.1: 1.
- [13] Amani, Tatik. "Penerapan SAK-EMKM Sebagai Dasar Penyusunan Laporan Keuangan UMKM:(Studi Kasus di UD Dua Putri Solehah Probolinggo)." *ASSETS: Jurnal Ilmiah Ilmu Akuntansi, Keuangan dan Pajak* 2.2 (2018): 12-30.
- [14] Ria, Anita. "Analisis Penerapan Aplikasi Keuangan Berbasis Android pada Laporan Keuangan UMKM Mekarsari Depok." *Sosio e-kons* 10.3 (2018): 207-2019.
- [15] Rahmawati, Teti, and Oktaviani Rita Puspasari. "Implementasi SAK ETAP dan Kualitas laporan keuangan UMKM terkait akses modal Perbankan." *Jurnal Kajian Akuntansi* 1.1 (2017).
- [16] Purba, M. A. (2019). Analisis penerapan SAK EMKM pada penyusunan laporan keuangan umkm di KOTA BATAM. *Jurnal Akuntansi Bareleng*, 3(2), 55-63.
- [17] Rayyani, Wa Ode, et al. "Peningkatan daya saing umkm melalui optimalisasi penyusunan laporan keuangan." *Jurnal Dedikasi Masyarakat* 3.2 (2020): 97-105.
- [18] Hariani, Pipit Putri, and Ijah Mulyani Sihotang. "Excel Mempermudah Penyusunan Laporan Keuangan." *JURNAL PRODIKMAS Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat* 5.1 (2021): 50-57.
- [19] Pakpahan, Yunita Eriyanti. "Pengaruh kualitas laporan keuangan terhadap kinerja usaha UMKM." *Akuntabel* 17.2 (2020): 261-269.



- [20] Setiyawati, Yuli, and Sigit Hermawan. "Persepsi pemilik dan pengetahuan akuntansi pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) atas penyusunan laporan keuangan." *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia* 3.2 (2018): 161-204.
- [21] Mutiah, Rizky Aminatul. "Penerapan Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM Berbasis SAK EMKM." *International Journal of Social Science and Business* 3.3 (2019): 223-229.
- [22] Agustina, Yumniati, Sri Setia Ningsih, and Henny Mulyati. "Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Dengan Menggunakan Aplikasi SI APIK Pada UMKM." *Intervensi Komunitas* 2.2 (2021): 134-145.
- [23] Oktaviani, Ayu, and Vinola Herawaty. "Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Terhadap Wirausaha UMKM di Tegal Alur, Jakarta Barat." *Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 3.1 (2022): 13-21.
- [24] Mutiah, Rizky Aminatul. "Penerapan Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM Berbasis SAK EMKM." *International Journal of Social Science and Business* 3.3 (2019): 223-229.