

## PENDAMPINGAN KEUANGAN, PEMASARAN DAN PERIZINAN PRODUK UMKM SERUNI KECAMATAN KEPAHANG KABUPATEN KEPAHANG PROVINSI BENGKULU

Rivaldhy N Muhammad<sup>1</sup>, M Jeffri Arlinandes Chandra<sup>2</sup>, **Mimi Kurnia Nengsih<sup>3\*</sup>**,  
Eska Prima Monique Damarsiwi<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Terbuka UPBJJ Jayapura

<sup>2</sup>Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Terbuka UPBJJ Bengkulu

<sup>3,4</sup>Program Studi Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi  
Universitas Dehasen Bengkulu

\*Korespondensi : [mimikurnianengsih@gmail.com](mailto:mimikurnianengsih@gmail.com)

### ABSTRACT

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are one of the government's efforts to improve the welfare and economy of the community based on the 1945 Constitution. Every year the number of MSMEs is increasing, but the increasing number of MSMEs is not accompanied by the understanding and knowledge of MSME actors themselves. MSME Seruni is located in Bogor Baru Village, Kepahiang District, Kepahiang Regency. Lack of knowledge about law and management is an obstacle to the development of MSMEs in adapting to the current technological era. This community service aims to provide training and assistance on licensing, marketing, and financial management to MSME administrators and members. The method used is Learning by doing with a lecture system, discussion and QnA, as well as bookkeeping and digital marketing practices, packaging, and product innovation with added value. Service activities begin with the initial survey stage, namely by visiting the location directly. The next activity is training and mentoring which is divided into 3 stages, namely PIRT management, Digital Marketing, and Bookkeeping. The last activity is monitoring, as for the results seen after the activity, namely, marketing which was only word of mouth marketing now has utilize social media as a promotional platform, packaging that still uses ordinary plastic has used good plastic packaging, as well as bookkeeping that was not done correctly previously, now they have their own bookkeeping process. This community service activity helps MSME members and administrators adapt to the development of bookkeeping systems, digital marketing and expedite the processing of PIRT licensing.*

**Keywords:** Finance; Digital Marketing; PIRT Management

### ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu upaya pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian masyarakat berdasarkan Undang-Undang Dasar 1945. Setiap tahun jumlah UMKM semakin meningkat, namun bertambahnya jumlah UMKM tidak diiringi dengan pemahaman dan pengetahuan pelaku UMKM itu sendiri salah satunya UMKM Seruni yang berada di Desa Bogor Baru Kecamatan Kepahiang Kabupaten Kepahiang. Kurangnya pengetahuan mengenai hukum dan manajemen menjadi kendala perkembangan UMKM dalam beradaptasi dengan zaman teknologi seperti saat ini. Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu untuk memberikan pelatihan dan pendampingan tentang keuangan, pemasaran dan perizinan kepada pengurus dan anggota UMKM. Metode yang digunakan yaitu *learning by doing* dengan sistem ceramah, diskusi dan tanya jawab, serta praktik pembukuan dan pemasaran digital, pembuatan kemasan dan inovasi produk dengan nilai tambah. Kegiatan pengabdian diawali dengan tahap survei awal yaitu

dengan melakukan kunjungan dan melihat secara langsung. Kegiatan selanjutnya yaitu pelatihan dan pendampingan yang dibagi menjadi 3 tahap yaitu pengurusan perizinan Produk Industri Rumah Tangga (PIRT), Pemasaran Digital, dan Pembukuan. Kegiatan terakhir adalah *monitoring*, adapun hasil yang terlihat pasca kegiatan yaitu pemasaran yang tadinya hanya *word to mouth marketing*, saat ini sudah memberdayakan media sosial sebagai wadah promosi, pengemasan yang masih menggunakan plastik biasa sudah menggunakan plastik kemasan yang baik, begitu juga pembukuan yang sebelumnya belum tercatat dengan baik, saat ini sudah memiliki pembukuan sendiri. Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini membantu para anggota dan pengurus UMKM beradaptasi dengan perkembangan sistem pembukuan, pemasaran digital dan menyegerakan pengurusan perizinan PIRT.

**Kata kunci:** Keuangan; Pemasaran Digital; Perizinan PIRT

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu upaya Pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian masyarakat berdasarkan Undang-Undang Dasar 1945 (Arliman S, 2017). UMKM yang ada saat ini cenderung pada kriteria *micro enterprise* yang mempunyai sifat pengrajin namun belum memiliki jiwa kewirausahaan, belum memahami dan belum memiliki pengetahuan mengenai manajemen, hukum dan pemasaran produk yang dihasilkan (Rahmana dalam Ade Raselawati, 2011).

Pengetahuan mengenai perizinan, pemasaran dan pembukuan bagi UMKM sangatlah penting untuk menunjang keberlangsungan hidup UMKM itu sendiri. Pemasaran merupakan aspek penting dalam menjalankan usaha terutama strategi pemasaran (Jayanti Mandasari et al., 2019). Oleh karena diperlukan pengelolaan yang baik sehingga usaha dapat berkembang dan mampu bersaing dengan para kompetitornya. Perkembangan teknologi juga mendorong para pelaku usaha untuk dapat beradaptasi terhadap perubahan tersebut, teknologi yang sering dimanfaatkan salah satunya adalah media sosial (Kautsar et al., 2019). Adanya banyak platform *digital marketing* saat ini merupakan sebuah peluang dalam strategi pemasaran bagi pelaku usaha (Susanti, Gunawan, & Sukaesih, 2019). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Febriyantoro & Arisandi (2018) yang menyatakan bahwa para pelaku dapat dengan mudah memberikan dan berinteraksi dengan konsumen menggunakan *digital marketing*, dapat memperluas pangsa pasar, serta meningkatkan kesadaran dan penjualan.

Faktor kemampuan mengelola keuangan usaha menjadi faktor dominan

penyebab kegagalan UMKM mengembangkan usahanya (Wardi, Putri, & Liviawati, 2020). Oleh karena itu, selain aspek pemasaran, aspek keuangan juga dianggap penting bagi pengelolaan usaha kecil. Ini sejalan dengan hasil pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan Istanti et al. (2020) dan Kusumawardhani et al. (2020) yang menyatakan bahwa diperlukan kegiatan pelatihan dan pendampingan penyusunan laporan keuangan bagi para pelaku usaha kecil. Hal ini disebabkan karena aspek keuangan berperan penting bukan hanya bagi pihak internal pelaku usaha, namun juga pihak eksternal yang membutuhkan informasi dari laporan keuangan tersebut (Arista, Satyanovi, Rahmawati, & Hapsari, 2021).

Desa Bogor Baru Kecamatan Kepahiang Kabupaten Kepahiang merupakan desa yang memiliki potensi pertanian diantaranya singkong, pisang, kentang. Desa Bogor Baru juga berlokasi dekat dengan pasar yang menjadikan kekuatan bagi para pelaku usaha kecil dalam menjalankan usahanya. Mata pencaharian penduduk umumnya industri rumah tangga dengan produk olahan makanan ringan yang berbahan baku dari sumber daya alam yang ada.

UMKM Seruni merupakan salah satu bentuk *home industry* di Desa Bogor Baru yang memproduksi makanan ringan seperti keripik kulit singkong, keripik kentang, renginang. Anggota UMKM Seruni terdiri dari ibu-ibu rumah tangga yang bekerjasama membentuk kelompok usaha makan ringan untuk membantu perekonomian keluarga.

Berdasarkan hasil survei dan wawancara diketahui bahwa kegiatan produksi masih menggunakan peralatan yang sangat sederhana, misalnya pembuatan keripik singkong di mana proses pemotongan masih

manual belum menggunakan alat potong khusus sehingga produk yang dihasilkan masih dalam skala kecil atau diproduksi sesuai dengan pesanan. Pemasaran masih menggunakan sistem *word to mouth*, penitipan produk ke warung-warung terdekat. Sistem pencatatan pembukuan yang dilakukan masih sangat sederhana yaitu pencatatan pengeluaran diakumulasi langsung tanpa membedakan *item* biaya tetap dan biaya variabel yang berpengaruh pada perhitungan harga produk dan perhitungan laba rugi serta masih minimnya pengetahuan tentang pengurusan izin PIRT yang mengakibatkan mitra belum berani memasarkan produk ke toko-toko dan swalayan yang lebih besar seperti Indomaret dan Alfamart. Sesuai dengan permasalahan yang ada maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan tentang perizinan, pemasaran dan keuangan, pemasaran dan perizinan kepada pengurus dan anggota UMKM guna meningkatkan pendapatan.

## METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode *learning by doing* dengan tahapan kegiatan yaitu a) metode ceramah yang dilaksanakan dalam waktu 30-45 menit dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti serta memberikan contoh-contoh yang familier di masyarakat yang dibagi menjadi 3 tahapan sesuai dengan materi pelatihan yang mencakup: a) pengurusan perizinan PIRT, pemasaran digital, pengelolaan keuangan dan modal usaha, b) diskusi yang dilakukan untuk memberikan komunikasi dua arah dan ditemukan solusi dari permasalahan yang dihadapi dengan durasi 30-60 menit, c) praktik yang mencakup pembuatan pembukuan sederhana dengan pemisahan *item* biaya tetap dan biaya variabel sesuai dengan standar dasar akuntansi dan perhitungan HPP serta harga jual produk yang diharapkan dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan dan bagaimana pencatatan pendapatan dan pengeluaran dalam memproduksi produk UMKM dengan durasi 45-90 menit. Selain praktik pembukuan juga dilakukan praktik pemasaran digital untuk

pemasaran produk secara *online* menggunakan media sosial Facebook, Shopee dan Tokopedia.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat terdiri dari 3 (tiga) tahapan umum yaitu survei awal, pelatihan dan pendampingan, dan *monitoring* dengan tujuan memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada peserta mengenai pengurusan perizinan PIRT, pemasaran digital dan pengelolaan keuangan.

Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan dilaksanakan dengan tiga tahap, di mana setiap tahap dilakukan pada waktu yang berbeda. Tahap pertama dilaksanakan pada tanggal 18 Juli 2021 dengan materi yang disampaikan pada kegiatan ini meliputi tujuan dan manfaat perkumpulan, definisi, arti penting dan manfaat, serta tahapan dan cara memperoleh nomor PIRT, tahap kedua pada tanggal 25 Juli dan tahap ketiga pada tanggal 01 Agustus 2021.

Pada tahap kedua dan ketiga dilakukan praktik pemasaran digital dan pengelolaan serta pencatatan dalam pembukuan sesuai dengan standar dasar akuntansi. Sebelum dilakukan praktik, peserta dibekali terlebih dahulu pemahaman tentang pemasaran digital dan pengelolaan keuangan melalui pemaparan materi yang disampaikan narasumber serta memberikan contoh-contoh yang berkaitan dengan kegiatan pemasaran digital dan pengelolaan keuangan dengan durasi waktu  $\pm 45$  menit. Kemudian dilakukan praktik yaitu pemasaran digital melalui media sosial Facebook, proses pendaftaran pada platform digital seperti Shopee dan Tokopedia, pencatatan *item-item* biaya yang dikeluarkan pada proses produksi, perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dan menentukan harga jual produk serta cara menghitung laba rugi.

Kegiatan ini diikuti oleh 35 orang yang terdiri dari pengurus dan anggota UMKM Seruni serta masyarakat setempat yang rata-rata adalah ibu-ibu dengan rentang usia 35-45 tahun. Saat pelatihan dan pendampingan berlangsung para peserta sangat antusias yang

terlihat dari aktifnya peserta mengikuti dan mengajukan pertanyaan-pertanyaan serta memaparkan kendala-kendala yang mereka hadapi selama ini. Para peserta mendapatkan pengetahuan yang baru mengenai bagaimana memanfaatkan media sosial untuk media promosi dan bagaimana membuat kemasan produk agar lebih menarik konsumen untuk membeli yang ditunjukkan dengan ide-ide yang disampaikan secara spontan setelah pemaparan materi dan praktik yang dilakukan misalnya dalam hal pemasaran ada beberapa peserta yang langsung memberikan gambaran bagaimana produknya akan dikemas dan akan mengajak anak-anak mereka untuk mempromosikan produk melalui media sosial yang mereka punya. Begitu juga dengan pembukuan di mana terdapat beberapa biaya yang seharusnya dicatat sebagai pengeluaran proses produksi tidak dibukukan seperti bahan bakar untuk proses produksi yang dikira tidak perlu dihitung harus dihitung dan dicatat sebagai pengeluaran.



**Gambar 1. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat**

(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2021)

Setelah dua pekan dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, tim melakukan kegiatan monitoring yang bertujuan untuk melihat perkembangan dan kemajuan yang

dilakukan UMKM Seruni dalam hal pemasaran dan pembukuan. Hasil *monitoring* diketahui bahwa pemasaran yang tadinya hanya *word to mouth marketing* saat ini sudah memberdayakan media sosial sebagai wadah promosi, pengemasan yang masih menggunakan plastik biasa sudah menggunakan plastik kemasan yang baik, pembukuan yang sebelumnya belum tercatat dengan baik saat ini sudah memiliki pembukuan sendiri.



**Gambar 2. Perubahan Kemasan, Pembukuan dan Pemasaran**

(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2021)

Perubahan yang terjadi menunjukkan bahwa pelatihan sangat diperlukan bagi pelaku UMKM terutama untuk memberikan pengetahuan mengenai perizinan, pemasaran dan keuangan. Hasil pengabdian ini mendukung hasil pengabdian yang dilakukan Kusumawardhani et al. (2020) bahwa UMKM masih membutuhkan banyak arahan dan pengetahuan tentang PIRT, inovasi produk, pengemasan dan pemasaran, serta pengelolaan modal usaha dan hasil kegiatan ini juga sejalan dengan penelitian Jayanti Mandasari et al. (2019) yang menyatakan bahwa perkembangan dalam usaha yang di jalankan oleh UMKM



ditentukan oleh strategi pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat dan promosi.

## SIMPULAN

Kegiatan pendampingan yang dilakukan merupakan salah satu upaya untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman yang berhubungan dengan perizinan dan pembuatan PIRT, meningkatkan omset penjualan melalui pemasaran digital, dan pencatatan serta pembukuan yang sesuai dengan kaidah akuntansi, sehingga dapat membantu UMKM untuk memperkirakan jumlah produksi dan penjualan setiap bulannya untuk memenuhi pangsa pasar yang sudah ada. Hasil menunjukkan bahwa pengurus dan anggota UMKM Seruni belum memiliki pengetahuan yang baik mengenai pengelolaan keuangan, pemasaran, dan perizinan. Hal ini diketahui dari hasil yang diperoleh dengan membandingkan hasil survei awal sebelum adanya pendampingan dengan hasil *monitoring* setelah dilakukan pendampingan yaitu terdapat beberapa kemajuan yang dilakukan oleh UMKM Seruni dalam hal pemasaran yang tadinya masih menggunakan sistem *word to mouth* setelah pendampingan pemasaran produk dilakukan melalui media sosial, begitupun pencatatan keuangan yang tadinya masih sangat sederhana telah dilakukan dengan pencatatan yang sesuai dengan standar dasar akuntansi dan dapat menghitung harga jual produk. Pengurus dan anggota UMKM mulai mengetahui betapa pentingnya izin pengurusan perizinan PIRT bagi usaha ke depan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik atas bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada mitra, dalam hal ini UMKM Seruni dan Pemerintahan Desa Bogor Baru, Kecamatan Kepahiang, Kabupaten Kepahiang yang telah memberikan izin dan berkerja sama dengan baik dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ade Raselawati. (2011). *Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Pada Sektor Ukm Di Indonesia*.
- Arista, D., Satyanovi, V. A., Rahmawati, L. D. A., & Hapsari, A. A. (2021). PENDAMPINGAN Penyusunan Laporan Keuangan Pada Bumdes Banyuanyar Berkarya Desa Banyuanyar Kecamatan Ampel Kabupaten Boyolali. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 550–556.
- Arliman S, L. (2017). Perlindungan Hukum Umkm Dari Eksploitasi Ekonomi Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 6(3), 387.  
<https://doi.org/10.33331/rechtsvinding.v6i3.194>
- Febriyantor, 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>
- Haikal Kautsar, M., Munasyaroh, N., Alyani Fadhilah, P., & Yoga Utama, I. (2019). Analisis Swot Inovasi Lini Bisnis Pt. Pindad (Persero): Pelayanan Keamanan Siber. *Ejournal.Lembagakeris.Net*, 4(1), 1–10.
- Istanti, L. N., Agustina, Y., Wijijayanti, T., & Dharma, B. A. (2020). Pentingnya Penyusunan Laporan Keuangan Umkm Bagi Para Pengusaha Bakery, Cake and Pastry (Bcp) Di Kota Blitar. *Jurnal Graha Pengabdian*, 2(2), 163–171.
- Jayanti Mandasari, D., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 123.  
<https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10432>
- Kusumawardhani, R., Kurniawan, I. S.,

- Maulida, A., & Cahya, A. D. (2020). Pelatihan UKM Rumahan Industri Pangan sebagai Upaya Meminimalkan Kendala Berwirausaha. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, 6(1), 23. <https://doi.org/10.22146/jpkm.46438>
- Susanti, S., Gunawan, W., & Sukaesih, S. (2019). Pengembangan Pemasaran Bordir dan Kelom Geulis Tasikmalaya Melalui Media Sosial. *Jurnal Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 248–261. <https://doi.org/http://10.24198/kumawula.vli3.25256>
- Wardi, J., Putri, G. E., & Liviawati. (2020). Pentingnya Penerapan Pengelolaan Keuangan Bagi UMKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 62.