

PENERAPAN DIGITALISASI PEMASARAN DAN KEUANGAN PADA KOPERASI DAN UMKM DI DESA JENETALLASA

Hernita¹, Iwan Perwira², Adriani³, Ryan Ardika Akbar⁴, Sitti Musdalifa Aggreni⁵,
Mawar Fitriazahra⁶, Zamrud Ichsan Rafi⁷

^{1,2)}Dosen Manajemen, STIM Lasharan Jaya Makassar

³⁾Dosen ,Akuntansi, STIE LPI Makassar

^{4,5)}Mahasiswa, STIM Lasharan Jaya Makassar

⁶⁾Mahasiswa, Universitas Negeri Makassar

⁷⁾Mahasiswa, Universitas Hasanuddin Makassar

e-mail: hernita@stimlasharanajaya.ac.id¹, iwan@stimlasharanajaya@ac.id², adriani@stie-lpi.ac.id³,
rianardika99@gmail.com⁴, sitti musdalifaaggreni@gmail.com⁵, mawarfitriazahra27@gmail.com⁶,
ichsanrafii04@gmail.com⁷

Abstrak

PMP penerapan digitalisasi pemasaran dan keuangan pada koperasi dan UMKM desa Jenetallasa kabupaten Gowa. Program Pengabdian Masyarakat Pemula (PMP) ini ditujukan untuk mendukung pertumbuhan UMKM dan koperasi melalui peningkatan kemampuan dalam bidang pemasaran dan keuangan. Target pelaksanaan kegiatan ini adalah peningkatan pengetahuan dan pengalaman koperasi dan UMKM dalam digitalisasi pemasaran dan keuangan. Pelaku koperasi dan UMKM dapat memahami serta dapat menerapkan pelatihan yang diperoleh dengan baik dan berkelanjutan. Selain itu tidak hanya menambah pengetahuan dan keterampilan akan tetapi bisa menjadi tambahan income baru sehingga perekonomian koperasi dan UMKM lebih makmur di masa yang akan datang. Program ini terbagi dalam 3 tahapan besar yaitu mulai dari persiapan, dilanjutkan pelaksanaan dan diakhiri dengan evaluasi. Pelaksanaan program ini dapat berlangsung sesuai dengan harapan karena peran serta pelaku koperasi dan UMKM sangat baik, semangat dan antusiasnya dalam menerima materi dan pendampingan serta ketersediaan tempat pelaksanaan kegiatan. Hasil yang diperoleh adanya peningkatan kemampuan dalam digital pemasaran dan keuangan pada koperasi dan UMKM.

Kata Kunci :Penerapan, Digitalisasi Pemasaran dan Keuangan

Abstract

PMP implementing digitalization and finance for cooperatives and MSMEs in Jenetallasa village, Gowa district. This PMP is aimed at supporting the growth of MSMEs and cooperatives through increasing capabilities in the fields of marketing and finance. The target of this implementation is to increase the knowledge and experience of cooperatives and MSMEs in digitalizing marketing and finance. Cooperatives and MSMEs can understand and be able to apply the training received well sustainably. Besides that it not only adds to knowledge and skills but can be a new additional income so that the economy of cooperatives and MSMEs is more prosperous in the future. This program is divided into 3 major stage, namely starting from preparation, continuing with implementation and ending with evaluation. This Implementation of this program can take place as expected because the participation of cooperatives and MSMEs is very good, their enthusiasm and enthusiasm in receiving materials and assistance as well as the availability of places to carry out activities. The results obtained are increased capabilities in digital marketing and finance in cooperatives dan MSMEs

Keywords : Implementing, Digitalization Of Marketing And Finance

PENDAHULUAN

Desa Jenetallasa adalah sebuah desa yang terletak di Kabupaten Gowa, Kecamatan Pallangga, Sulawesi Selatan. Desa ini memiliki potensi yang cukup besar dalam hal Koperasi dan UMKM, terutama dalam sektor pertanian dan perikanan. Namun, masih banyak anggota Koperasi dan pelaku UMKM di desa ini yang mengelola bisnisnya secara tradisional dan belum menerapkan digitalisasi dalam pemasaran dan keuangan. Padahal, penggunaan teknologi digital dalam bisnis dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas, serta memperluas pasar.

Menurut Tjiptono (2019), digitalisasi pemasaran adalah proses penggunaan teknologi digital untuk mempromosikan dan menjual produk atau jasa. Dengan menerapkan digitalisasi pemasaran, anggota Koperasi dan pelaku UMKM dapat memperluas pasar dan meningkatkan keuntungan. Selain itu, digitalisasi keuangan juga dapat membantu anggota Koperasi dan pelaku UMKM dalam pengelolaan keuangan dan pembukuan bisnis. Menurut Putra (2018), digitalisasi keuangan dapat membantu pengusaha dalam mengelola arus kas, mengelola utang piutang, dan memantau laporan keuangan secara real-time. Ditambahkan studi yang dilakukan oleh Wardoyo dan Santoso (2020), bahwa penggunaan teknologi digital dalam bisnis dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas, serta memperluas pasar.

Selain itu, penggunaan teknologi digital juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, karena dapat memberikan kemudahan dalam bertransaksi dan berkomunikasi. Pelatihan digitalisasi yang diterapkan dalam penggunaan aplikasi yang digunakan bidang pemasaran dan keuangan untuk anggota koperasi dan pelaku UMKM di desa Jenetallasa kabupaten Gowa yang memberikan dampak positif. Digitalisasi pemasaran yang dilakukan untuk para anggota koperasi dan UMKM menggunakan media digital dalam memasarkan produk. Pertama yang dilakukan memberikan pemahaman alat bantu berupa HP dan laptop yang digunakan dalam membuat website.



Gambar 1. TIM PMP Rapat Pelaksanaan Program

Oleh itu, penguasaan teknologi digital akan membantu anggota Koperasi dan pelaku UMKM menghadapi persaingan yang semakin ketat di era digitalisasi saat ini. Studi yang dilakukan oleh Mardikanto et al. (2020), menguasai digitalisasi pemasaran dan keuangan dapat meningkatkan daya saing anggota Koperasi dan pelaku UMKM dan membuka peluang untuk memasuki pasar global. Namun disisi lain, implementasi digitalisasi dalam bisnis juga menghadirkan tantangan, terutama bagi anggota Koperasi dan pelaku UMKM yang belum terbiasa dengan teknologi digital.

Salah satu tantangan yang dihadapi adalah biaya investasi yang tinggi untuk mengadopsi teknologi digital. Selain itu, anggota Koperasi dan pelaku UMKM juga membutuhkan keterampilan teknis dan pengetahuan tentang penggunaan teknologi digital dalam bisnis. Karena masih banyak anggota Koperasi dan pelaku UMKM yang belum memahami atau tidak memiliki akses terhadap teknologi digital akan menghambat pertumbuhan bisnis mereka. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada anggota Koperasi dan pelaku UMKM tentang penerapan teknologi digital dalam bisnis mereka. Menurut Indarti dan Yulianto (2020), pelatihan dan pendampingan yang tepat sangat diperlukan untuk membantu anggota Koperasi dan pelaku UMKM dalam menerapkan teknologi digital dalam bisnis mereka.

Pelatihan dan pendampingan yang diberikan harus disesuaikan dengan kebutuhan dan tingkat pemahaman anggota Koperasi dan pelaku UMKM. Dari analisis situasi di atas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan teknologi digital dalam pemasaran dan keuangan akan membantu anggota Koperasi dan pelaku UMKM di Desa Jenetallasa meningkatkan kualitas dan efisiensi bisnis mereka.

Pelatihan yang tepat dan pendampingan sangat diperlukan untuk membantu anggota Koperasi dan pelaku UMKM dalam menerapkan teknologi digital dalam bisnis mereka. Dalam pengabdian masyarakat ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi anggota Koperasi dan pelaku UMKM di Desa Jenetallasa untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi bisnis mereka serta memperluas pasar dan meningkatkan daya saing

METODE

Kegiatan Pengabdian Masyarakat Pemula (PMP) ini berlangsung empat bulan sejak bulan juni hingga oktober 2023 dan diikuti anggota kelompok Koperasi dan UMKM di Desa Jenetallasa. Setiap kelompok koperasi dan UMKM mengirim 2 orang. Jumlah peserta pelatihan sebanyak 20 orang. Tahapan pelaksanaan Program Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilaksanakan oleh tim dilaksanakan dalam tiga tahapan utama yaitu tahapan persiapan, tahapan pelaksanaan dan tahapan evaluasi. Tahapan yang pertama ialah persiapan. Sejumlah kegiatan dilakukan dalam tahap persiapan ini diantaranya ialah diskusi dan penyamaan persepsi mengenai kemampuan dalam digitalisasi pemasaran keuangan.



Gambar 2. Rapat Persiapan TIM PMP

Dalam Digitalisasi pemasaran tampilan website yang ingin disajikan oleh mitra. Tahapan ini memegang peranan penting karena melalui tahapan ini tim pengabdian dapat menampilkan sosok dari mitra dalam website yang nantinya ingin ditampilkan. Selain itu, tim pengabdian dapat memahami tingkat pemahaman mitra atas laporan keuangan hingga penyesuaian atas aplikasi keuangan yang digunakan. Dalam persiapan ini, tim pengabdian juga melakukan pengumpulan bahan yang terkait dengan pembuatan website seperti halnya informasi-informasi detail mengenai profil usaha, varian produk serta foto-foto produk. Tahapan berikutnya ialah tahapan pelaksanaan dimulai dari pembuatan website oleh tim, pelatihan penyusunan laporan keuangan sederhana, pelatihan penggunaan aplikasi keuangan dan pelatihan penggunaan website. Sementara website dibuat,

Pelaku koperasi dan UMKM akan diberikan pelatihan penyusunan laporan keuangan. Sebelum bisa menggunakan aplikasi keuangan, pihak mitra akan didedukasi dahulu mengenai pembuatan laporan keuangan sederhana. Pemahaman yang baik tentang penyusunan laporan keuangan secara manual akan memudahkan bagi mitra ketika menggunakan aplikasinya. Pelatihan ini meliputi pengenalan fitur-fiturnya, cara melakukan pengisian secara berkala dan penyimpanannya. Dalam pelatihan ini disampaikan pula mengenai relasi dari masing-masing komponen. Berikutnya, website yang telah dibuat diperkenalkan kepada para pelaku koperasi dan UMKM. Pemilik diperkenalkan dengan fitur-fitur yang terdapat dalam website tersebut, peran dari masing-masing fitur serta cara pengoperasian websitenya. Tahap paling akhir ialah evaluasi.

Setelah tim pengabdian melakukan pembuatan website, pelatihan laporan keuangan dan pembuatan aplikasi keuangan. Mitra melakukan implementasi dari penggunaan website dan aplikasi keuangan. Tim pengabdian melakukan evaluasi mengenai kemampuan dari mitra selama penggunaan website dan

aplikasi keuangan, evaluasi atas kendala-kendala yang mungkin dihadapi selama penggunaan website dan akun social media dan aplikasi keuangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan persiapan diawali dengan diskusi dan penyamaan persepsi dengan pihak pelaku koperasi dan UMKM pada desa Jenetallasa Kabupaten Gowa. Hal ini menjadi bagian penting untuk dapat mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi dan mencari solusi yang sesuai. Setelah melakukan proses identifikasi, tim pengabdian menawarkan solusi yang dapat digunakan dalam mengatasi permasalahan yang akan dilakukan. Tahapan berikutnya dalam pemasaran adalah pembuatan akun social media, website. Yang mana tahapan ini pelaku koperasi dan UMKM diberikan pemahaman dalam menggunakan digitalisasi pemasaran yang digunakan alat bantu HP dan laptop agar para pelaku koperasi dan UMKM dapat memahami dan menggunakan digitalisasi pemasaran dalam produk yang akan dijual lebih laku dipasaran. Pelatihan ini dipaparkan oleh Isti Afriany, SM



Gambar 3. Pelatihan dalam pembuatan Akun social media

Setelah pelaku koperasi dan UMKM diberikan pelatihan dalam pembuatan akun social media dalam digitalisasi pemasaran agar usaha yang dijalankan semakin berkembang. Sementara dilakukan pembuatan social media, selain itu tim pengabdian membantu pelaku koperasi dan UMKM dalam pembuatan laporan keuangan. Tahapan ini perlu dilakukan sebagai langkah awal untuk menjadi pondasi sebelum penggunaan aplikasi.

Tahap pelatihan ini diawali dengan sosialisasi mengenai pentingnya mengelola keuangan agar dapat membedakan keuangan untuk usaha dan keuangan rumah tangga. Oleh karena itu tim pengabdian memberikan pengenalan mengenai penyusunan laporan keuangan dengan mengacu pada Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil (SAK EMKM). SAK EMKM merupakan standar khusus untuk penyusunan keuangan yang ditujukan untuk UMKM dan koperasi. SAK EMKM memberikan pedoman mengenai laporan keuangan minimum yang dapat disiapkan dan disusun oleh UMKM. Laporan tersebut setidaknya terdiri dari laporan laba rugi, neraca, dan catatan atas laporan keuangan (Ikatan Akuntan Indonesia, 2016).

Edukasi mengenai tahapan penyusunan laporan keuangan dan elemen-elemen dalam laporan keuangan merupakan bagian yang patut dipahami sebelum menggunakan aplikasi keuangan. Pemahaman awal atas elemen dalam laporan keuangan dan pengenalan mengenai tahapan penyusunan akan memudahkan para pelaku koperasi dan UMKM dalam penggunaan aplikasi keuangan. Pelaku koperasi dan UMKM diberikan wawasan mengenai dampak positif atas penyusunan catatan keuangan. Salah satunya dalam upaya pengembangan usaha dan sarana untuk evaluasi atas kegiatan yang sudah dilakukan.



Gambar 4. Pelatihan Penyusunan dan digital Keuangan dan Tanya Jawab dalam pelatihan penyusunan digital keuangan

Tahapan pelatihan dan ujicoba yang dilakukan dalam digitalisasi pemasaran dan keuangan yang berfokus dalam pembuatan akun, website. Pelatihan ini didasarkan pada keinginan yang disampaikan oleh pelaku koperasi dan UMKM yang dilakukan dalam pengembangan dalam proses pemasaran digital melalui website agar konsumen lebih percaya dengan produknya dan dapat menjalin kerjasama dengan konsumen. Pelatihan digital pemasaran ini berfokus dalam memperkenalkan profil usaha, produk, dan dapat menambah kepercayaan konsumen, jalinan kerjasama dengan konsumen dan ajang promosi.

Tahapan berikutnya adalah pengenalan aplikasi keuangan. Aplikasi keuangan yang digunakan dengan menggunakan aplikasi program excel. Dalam aplikasi diperkenalkan dengan pelaku koperasi dan UMKM yang dipaparkan oleh Muhammad Nur Fitra, S.E, M.Ak. Dalam aplikasi keuangan yang disampaikan oleh tim, aplikasi diberikan kepada pelaku koperasi dan UMKM sesuai karakteristik usaha agar bisa dipahami dan dievaluasi usahanya dalam pengelolaan keuangan. Disamping itu pelatihan penyusunan catatan keuangan berfokus ke aplikasi excel sedangkan dalam pembayaran keuangannya dalam digital dapat digunakan dengan menggunakan HP dalam bentuk transferan dan Qris.

Hasil yang disajikan kemudian menjadi bahan evaluasi bagi tim pengabdian. Ketercapaian dari program pengabdian ini adanya pelaku koperasi dan UMKM sebagai mitra yang dapat mengaplikasikan materi pelatihan dalam kegiatan usahanya dan hal ini telah terpenuhi. Kegiatan ini diharapkan bisa memberikan kontribusi dalam keberlangsungan usaha dari pelaku koperasi dan UMKM. Digitalisasi pemasaran dan keuangan yang telah diberikan motivasi untuk biasa mengembangkan pemasaran dan pengelolaan keuangan dengan lebih konsisten. Kesesuaian dan kemudahan akses dari aplikasi memberikan pengalaman baru bagi pelaku koperasi dan UMKM dan memudahkan untuk dapat digunakan dalam keseharian usaha.



Gambar 5. Foto Bersama TIM Pengabdian, Koperasi dan Pelaku UMKM serta Pemateri

SIMPULAN

Pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat Pemula (PMP) ini ditujukan untuk mendukung pertumbuhan UMKM dan koperasi melalui peningkatan kemampuan dalam bidang pemasaran dan keuangan. Target pelaksanaan kegiatan ini adalah peningkatan pengetahuan dan pengalaman koperasi dan UMKM dalam digitalisasi pemasaran dan keuangan. Pelaku koperasi dan UMKM dapat memahami serta dapat menerapkan pelatihan yang diperoleh dengan baik dan berkelanjutan.

Program PMP yang sedang berlangsung ini tetap dalam pantauan dan monitoring TIM Pengabdian dan akan diselingi tambahan pengetahuan yang terkait agar para anggota koperasi dan pelaku UMKM dapat lebih meningkatkan daya jangkauan usaha mereka hingga mencapai seluruh Sulawesi Selatan bahkan sampai keseluruhan daerah Indonesia Timur

Program ini terbagi dalam 3 tahapan besar yaitu mulai dari persiapan, dilanjutkan pelaksanaan dan diakhiri dengan evaluasi. Pelaksanaan program ini dapat berlangsung sesuai dengan harapan karena peran serta pelaku koperasi dan UMKM sangat baik dari semangat dan antusiasnya dalam menerima materi dan pendampingan serta ketersediaan tempat pelaksanaan kegiatan. Hasil yang diperoleh adanya peningkatan kemampuan dalam digital pemasaran dan pengelolaan keuangan.

SARAN

Diharapkan dalam pelatihan digitalisasi pemasaran dan keuangan dapat berkembang di masa mendatang

UCAPAN TERIMA KASIH

Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi cq. Direktorat Pengabdian Kepada Masyarakat Koperasi dan Pelaku UMKM Desa Jenetallasa kabupaten Gowa

DAFTAR PUSTAKA

- Ikatan Akuntan Indonesia, PSAK No 16. Jakarta, 2019.
- Indarti, N., & Yulianto, E. (2020). Digital marketing strategies for micro, small, and medium enterprises (MSMEs) during the COVID-19 pandemic. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 609-617.
- Kuncoro, M. (2017). *Metode riset untuk bisnis dan ekonomi: Panduan praktis mengolah data dengan SPSS (7th ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Mardikanto T, Afianto, D.A., Lestari, D.A., & Wibowo, A. (2020). The effect of digital marketing and social media on consumer purchasing decisions. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 7(6), 405-414.
- Mardikanto, T., Arifianto, D. A., Lestari, D. A., & Wibowo, A. (2020). The effect of digital marketing and social media on consumer purchasing decisions. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 7(6), 405-414.
- Putra R.D. 2018. Digitalisasi dan pemberdayaan ekonomi kreatif di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan*, 19 (2) 113-114.
- Tjiptono, F. 2019. *Strategi Pemasaran : Prinsip dan Penerapan*, Yogyakarta. Penerbit ANDI
- Wardoyo, R., & Santoso, M. B. (2020). Digital marketing strategies for micro, small, and medium enterprises during the COVID-19 pandemic in Indonesia. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 18(3), 221-230.