

## PELATIHAN PEMASARAN DAN KEUANGAN BERBASIS TEKNOLOGI SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM DI MALANG RAYA

Wuryan Andayani<sup>1</sup>, Sutrisno T<sup>2</sup>, Maharani Wuryantoro<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Departemen Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya  
email: andayani@ub.ac.id<sup>1</sup>, sutrisno@ub.ac.id<sup>2</sup>, maharaniwu@student.ub.ac.id<sup>3</sup>

### Abstrak

Penggunaan internet di Indonesia semakin meningkat dan menunjukkan tren positif, dengan jumlah pengguna internet mencapai sekitar 196 juta jiwa atau sekitar 72,8% dari total populasi Indonesia pada tahun 2022. Pertumbuhan *e-commerce* juga meningkat, dengan total nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia mencapai USD 40 miliar pada tahun 2020, meningkat sebesar 37,46% dari tahun sebelumnya. Namun, masih ada beberapa tantangan yang perlu diatasi untuk meningkatkan penggunaan internet di Indonesia, seperti tingkat literasi digital yang rendah di kalangan masyarakat Indonesia, terutama di wilayah pedesaan. UMKM merupakan sektor usaha yang cukup vital bagi perekonomian Indonesia, namun banyak yang kesulitan dalam mengakses pasar yang lebih luas dan dalam hal manajemen dan sumber daya manusia. Pandemi COVID-19 juga memberikan dampak yang signifikan pada sektor UMKM di Indonesia, namun pemerintah telah memberikan berbagai kebijakan dan program dukungan bagi UMKM untuk membantu bertahan dan berkembang di masa pandemi. Program pelatihan ini dikemas dengan penyampaian materi, pelatihan pengembangan strategi UMKM di Malang Raya akan dilakukan dengan metode ceramah, *Focus Group Discussion* (FGD) dan langsung praktek dalam melakukan pembukuan. Pemateri akan menyediakan handout sebagai bahan bacaan peserta dan menyampaikan atau menjelaskan dalam tayangan *power point*. Peserta lebih mudah memahami materi yang disampaikan oleh pemateri atau instruktur dengan metode pemberian materi melalui *handout* dan *power point*. Pelatihan berjalan lancar. Peserta memahami materi yang diberikan oleh Tim Pengabdian kepada Masyarakat. Peserta memahami pentingnya digital marketing dan manfaat yang dapat diperoleh UMKM dari komputerisasi akuntan. Manfaat komputerisasi akuntansi adalah dapat memudahkan proses pengelolaan keuangan, seperti pencatatan transaksi, pembuatan laporan keuangan dan pengelolaan arus kas. Komputerisasi akuntansi juga dapat meningkatkan akurasi dan keamanan data, dapat mempercepat proses akuntansi, dapat mempercepat proses akuntansi dan menghemat waktu, sehingga pemilik UMKM dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas.

**Kata kunci:** Pengguna Internet, Umkm, E-Commerce

### Abstract

Internet use in Indonesia is increasing and showing a positive trend, with the number of internet users reaching around 196 million people or around 72.8% of Indonesia's total population in 2022. The growth of e-commerce is also increasing, with the total value of e-commerce transactions in Indonesia reached USD 40 billion in 2020, an increase of 37.46% from the previous year. However, there are still several challenges that need to be overcome to increase internet use in Indonesia, such as the low level of digital literacy among Indonesian people, especially in rural areas. MSMEs are a vital business sector for the Indonesian economy, but many have difficulty accessing wider markets and in terms of management and human resources. The COVID-19 pandemic has also had a significant impact on the MSME sector in Indonesia, however the government has provided various policies and support programs for MSMEs to help them survive and develop during the pandemic. This training program is packaged with the delivery of material, training on developing MSME strategies in Malang Raya will be carried out using lecture methods, Focus Group Discussions (FGD) and direct practice in carrying out bookkeeping. The speaker will provide handouts as reading material for participants and present or explain in a power point presentation. It is easier for participants to understand the material presented by the presenter or instructor by providing the material via handouts and power points. Training went smoothly. Participants understand the material provided by the Community Service Team. Participants understand the importance of digital marketing and the benefits that MSMEs can obtain from computerized accounting. The benefit of computerized accounting is that it can facilitate the financial management process, such as recording transactions, preparing financial reports and

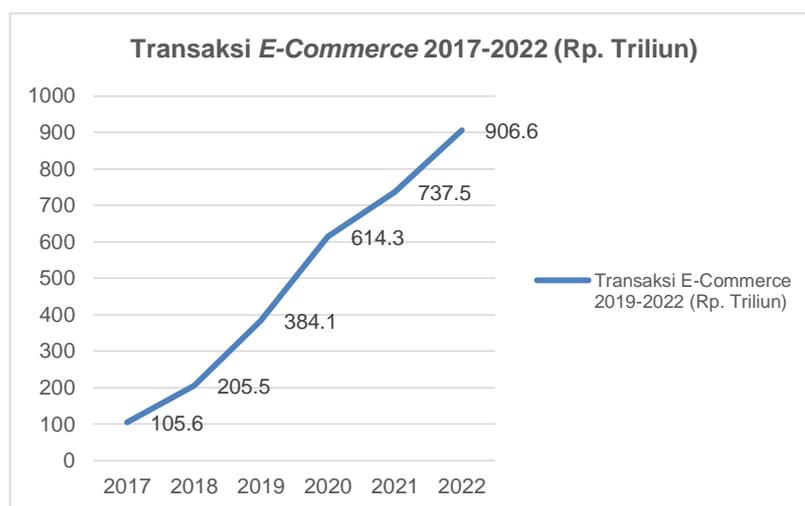
managing cash flow. Computerized accounting can also increase data accuracy and security, can speed up the accounting process, can speed up the accounting process and save time, so that MSME owners can increase efficiency and productivity.

**Keywords:** Internet Users, Umkm, E-Commerce

## PENDAHULUAN

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2022 menyatakan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai sekitar 196 juta jiwa atau sekitar 72,8% dari total populasi Indonesia yang mencapai 270 juta jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan internet di Indonesia semakin meningkat dan menunjukkan tren yang positif (APJII, 2022). Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia telah sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Laporan dari Asosiasi *E-commerce* Indonesia, pada tahun 2020, total nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia mencapai USD 40 miliar atau sekitar Rp 614,3 triliun. Angka ini menunjukkan peningkatan sebesar 37,46% dari tahun sebelumnya.

Selain itu, penggunaan internet di Indonesia juga didorong oleh adopsi teknologi digital, seperti pembayaran digital dan *e-commerce* yang semakin berkembang. Sebagai contoh, pada tahun 2022, nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia mencapai 59 miliar dolar AS atau setara dengan 906.6 triliun rupiah, setara 76.62% dari total nilai ekonomi digital Indonesia (CNBC Indonesia, 2022). Peningkatan ini didukung oleh adopsi teknologi yang semakin pesat dan meningkatnya penetrasi *smartphone* di Indonesia. Kondisi ini semakin memudahkan masyarakat untuk berbelanja secara online.



Gambar 1. Nilai Transaksi *E-Commerce* Indonesia, 2017-2022

Terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi untuk meningkatkan penggunaan internet di Indonesia. Salah satu tantangan tersebut adalah rendahnya tingkat literasi digital di kalangan masyarakat Indonesia, terutama di wilayah pedesaan. Hal ini menjadi hambatan bagi mereka untuk memanfaatkan teknologi digital dan internet dengan maksimal (VoAIndonesia, 2022). Tingkat literasi digital di Indonesia masih rendah jika dibandingkan dengan negara-negara maju. Hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2019 menunjukkan bahwa tingkat literasi digital di Indonesia hanya sebesar 56%. Hal ini berarti bahwa hanya sekitar 3 (tiga) dari 5 (lima) orang yang memiliki pengetahuan yang cukup mengenai teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Survei yang sama juga menunjukkan bahwa literasi digital di Indonesia mengalami peningkatan jika dibandingkan dengan survei sebelumnya pada tahun 2016 yang hanya mencapai 12,5%. Peningkatan ini terutama didorong oleh peningkatan penetrasi internet dan *smartphone* di Indonesia (Kompas, 2019).

UMKM merupakan sektor usaha yang cukup vital bagi perekonomian Indonesia. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2019 menunjukkan bahwa kontribusi UMKM terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) mencapai 61,1%, dan memberikan lapangan kerja bagi sekitar 97,2 juta orang. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2020 menunjukkan bahwa terdapat sekitar 64,2 juta UMKM di Indonesia, yang terdiri dari 63,5 juta usaha mikro, 617 ribu usaha kecil, dan 82 ribu usaha menengah. Pandemi COVID-19 telah memberikan dampak yang cukup signifikan

pada sektor UMKM di Indonesia. Survei dari Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2020 menunjukkan bahwa terdapat penurunan omset sebesar 37,5% dan penurunan produksi sebesar 47,4% pada UMKM di Indonesia akibat pandemi COVID-19. UMKM tetap dianggap sebagai sektor yang vital dalam upaya pemulihan ekonomi Indonesia pasca pandemi. Pemerintah telah memberikan berbagai kebijakan dan program dukungan bagi UMKM, seperti subsidi bunga, bantuan modal kerja, dan pelatihan digital untuk membantu UMKM bertahan dan berkembang di masa pandemi (KEMENKOPUKM, 2020).

**METODE**

Tabel 1. Jadwal Kegiatan Rencana Kegiatan DPP Pengabdian ini akan dilaksanakan pada:

Hari/Tanggal	: 15 dan 16 Juli 2023
Tempat	: Ruang Sidang Utama FEB Universitas Brawijaya
Waktu	: 09.30 – 16.00

Tabel 2. Susunan jadwal pelaksanaan kegiatan sebagai berikut:

No	Kegiatan	Penanggungjawab
1.	Persiapan	Tim DPP Pengabdian
2.	Koordinasi peserta	Tim DPP Pengabdian
3.	Identifikasi masalah	Tim DPP Pengabdian
4.	Penyusunan materi	Tim DPP Pengabdian
5.	Pelaksanaan DPP Pengabdian	Tim DPP Pengabdian
6.	Laporan	Tim DPP Pengabdian

**Peserta**

Kegiatan ini akan diikuti oleh para pelaku Usaha Menengah, Kecil, dan Mikro di Malang Raya.



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan Pemasaran Dan Keuangan Berbasis Teknologi Sebagai Strategi Pengembangan UMKM di Malang Raya

Tabel 3. Rundown

No	Waktu	Kegiatan	Penanggung Jawab
1	08.30	Persiapan & Registrasi	Panitia
2	09.00	Pembukaan	Mc & Moderator
3	09.10 - 10.00	Penyampaian materi I	Prof.Dr. Sutrisno T, SE., M.Si., Ak
4	10.00 – 10.50	Penyampaian materi II	Dr. Wuryan Andayani, SE., M.Si., Ak
5	11.00 – 11.40	Penyampaian materi III	Maharani W, SAK
6	12.00	Ishoma	Peserta & Panitia
7	12.30	Penutupan	Mc

### Bentuk Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat Workshop Pelatihan Pemasaran dan Keuangan Berbasis Teknologi sebagai Strategi Pengembangan UMKM di Malang Raya ini terbagi dalam beberapa fase, antara lain:

#### 1. Sosialisasi

Tahap pertama adalah Sosialisasi dilakukan pertama kali untuk memperoleh informasi mengenai pemahaman dasar agar mengetahui kondisi peserta. Tahap ini dilaksanakan melalui kegiatan yang khusus dirancang pada permulaan Pengabdian. Selanjutnya, Sosialisasi dimaksudkan untuk mendapatkan masukan dan saran serta persamaan persepsi dengan peserta.

#### 2. Pelatihan

Tahap kedua adalah memberikan pelatihan yang mengenai Pemasaran dan Keuangan Berbasis Teknologi sebagai Strategi Pengembangan UMKM di Malang Raya.

#### 3. Diskusi

Tahap ketiga adalah melakukan diskusi dengan peserta. Diskusi dilakukan untuk mengetahui kemampuan dari para peserta sebelum dan sesudah pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan.

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah:

1. Melakukan sosialisasi mengenai materi pelatihan yaitu pentingnya Pemasaran dan Keuangan Berbasis Teknologi sebagai Strategi Pengembangan UMKM di Malang Raya.
2. Menyampaikan materi pelatihan dan upaya-upaya yang dilakukan dalam peningkatan Pemasaran dan Keuangan Berbasis Teknologi sebagai Strategi Pengembangan UMKM di Malang Raya.
3. Membuka diskusi interaktif antara pemateri dan peserta mengenai topik pelatihan.
4. Memberikan pelatihan mengenai pemanfaatan alat bantu untuk dimanfaatkan dalam proses pelaksanaan topik pelatihan.

Tabel 4. Target dan Luaran

No	Indikator Keberhasilan	Deskripsi
1.	Publikasi di Jurnal Ilmiah Cetak atau Elektronik	Artikel ilmiah tersubmit dengan standar terindeks SINTA
2.	Kekayaan Intelektual (KI) Hak Cipta	1 HKI Cipta terbit pada tahun pelaksanaan DPP Pengabdian
3.	Artikel di media masa cetak atau elektronik	1 Artikel pada media masa local
4.	Presentasi Seminar Nasional	Presentansi nasional
5.	Terbitnya modul dan KI	Modul dan KI

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Peserta UMKM diberi Pelatihan Laporan Keuangan dengan Aplikasi Qasir

Peserta Pelatihan Pemasaran dan Laporan Keuangan berbasis Teknologi sebagai Strategi Pengembangan UMKM di Malang Raya terdiri dari UMKM usaha kuliner, usaha roti dan kue, usaha snack, kuliner olahan blimbing wuluh, minuman rempah instan, kue kering dan kue basah, catering dan usaha makanan minuman.

Peserta diberi materi mengenai Pelatihan Pemasaran sebagai berikut: Peserta diberi penjelasan mengenai apa itu pemasaran digital. Pemasaran digital merupakan praktik dari memasarkan produk dengan menggunakan digital melalui computer, telepon genggam, smart phone dan media digital lainnya. Internet telah mengubah dunia dalam cara menjual produk dan membuat paradigma baru yaitu cara konsumen terhubung dengan merk satu sama lain. Ruang lingkup pemasaran yang kompleks merupakan keterlibatan antara kebutuhan internet-produk-jasa untuk mempromosikan, menjual, mendistribusikan dan melayani.

Selanjutnya, peserta diberi pengetahuan mengenai pemasaran berbasis teknologi yaitu 1). Digitalisasi UMKM tidak terbatas pada pengenalan dan penggunaan teknologi digital saja, UMKM juga perlu dibekali pengetahuan mengenai strategi pemanfaatan teknologi yang tepat; 2). Dalam forum ekonomi digital kominfo IV disebutkan bahwa sudah ada setidaknya 17,59 juta UMKM yang hadir dalam platform lokapasar digital atau e-commerce; 3). Kekuatan dari sebuah web menyediakan konsumen dengan banyak pilihan, pengaruh dan kekuatan baru, sehingga merek mempunyai cara baru

dalam menjualkan produk baru dan layanan untuk dijual dan juga pasar baru di mana hal tersebut bisa dijual.

Peserta juga diberi pengetahuan mengenai strategi pemasaran UMKM berbasis teknologi. Peserta diberi penjelasan mengenai strategi pemasaran harus selalu mengikuti tren, sehingga bisa mengikuti arus kebutuhan dan keinginan konsumen dalam periode waktu tertentu. Tidak terkecuali di era digital seperti saat ini. Salah satu tren strategi pemasaran yang sudah mulai banyak digunakan saat ini adalah strategi pemasaran yang dilakukan dengan perangkat digital atau disebut digital marketing.

Peserta diajarkan untuk meningkatkan performa pemasaran online. Strategi UMKM di era digital tentunya tidak akan efektif jika tidak ada strategi pemasaran yang optimal, terutama pemasaran secara online atau online marketing. Selanjutnya peserta diajarkan untuk mempermudah proses pembayaran. Berbagai produk yang dapat meningkatkan performa pembayaran bisnis dan mendukung strategi UMKM di era digital. Peserta diajarkan untuk menerima pembayaran dari pelanggan secara mudah dan efisien.

Pentingnya digital marketing bagi pengembangan bisnis UMKM. Pemanfaatan platform digital memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan pelanggan lebih banyak, karena platform digital menjadi opsi yang dapat membantu pengembangan bisnis UMKM di era digital.

Keuangan berbasis teknologi bagi UMKM menjelaskan mengenai pertumbuhan teknologi yang sangat cepat, maka para pemilik usaha harus bisa berinovasi serta menjajaki pertumbuhan jaman. Inovasi yang dilakukan perlu diimbangi dengan kemampuan aspek teknologi yang mencukupi untuk meningkatkan daya guna serta efisiensi proses bisnis, salah satunya merupakan pengelolaan keuangan. Pengelolaan keuangan adalah perihal yang kerap diabaikan oleh pelaku usaha mikro kecil menengah, tetapi pada dasarnya pengelolaan keuangan sangat memengaruhi usaha yang dijalankan. Saat ini sudah banyak aplikasi keuangan online yang berbasis desktop, android ataupun berbasis web.

Teknologi digital membantu UMKM dalam memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional dan menciptakan nilai tambah melalui inovasi produk dan layanan. Digitalisasi juga dapat membantu UMKM untuk meningkatkan akses ke sumber daya, seperti pembiayaan dan pelatihan.

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh UMKM dari komputersasi akuntansi adalah memudahkan proses pengelolaan keuangan. Dengan menggunakan perangkat lunak akuntansi, UMKM dapat memudahkan proses pengelolaan keuangan, seperti pencatatan transaksi, pembuatan laporan keuangan, dan pengelolaan arus kas. Selain itu, dapat meningkatkan akurasi dan keamanan data. Penggunaan perangkat lunak akuntansi dapat membantu UMKM untuk menghindari kesalahan manusia dalam pencatatan data dan mengurangi risiko kecurangan. Selanjutnya, dapat mempercepat proses akuntansi. Dalam pengelolaan keuangan, waktu sangat penting. Dengan menggunakan perangkat lunak akuntansi, UMKM dapat mempercepat proses akuntansi dan menghemat waktu, sehingga mereka dapat focus pada aktivitas bisnis lainnya yang lebih penting. Manfaat berikutnya adalah dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Dengan menggunakan perangkat lunak akuntansi, UMKM dapat menghemat waktu dan tenaga dalam mengelola keuangan, sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas bisnis secara keseluruhan.



Gambar 3. Pemberian Materi Pelatihan



Gambar 4. Foto Bersama

## SIMPULAN

Pelatihan berjalan lancar. Peserta memahami materi yang diberikan oleh Tim Pengabdian kepada Masyarakat. Peserta memahami pentingnya digital marketing dan manfaat yang dapat diperoleh UMKM dari komputerisasi akuntan. Manfaat komputerisasi akuntansi adalah dapat memudahkan proses pengelolaan keuangan, seperti pencatatan transaksi, pembuatan laporan keuangan dan pengelolaan arus kas. Komputerisasi akuntansi juga dapat meningkatkan akurasi dan keamanan data, dapat mempercepat proses akuntansi, dapat mempercepat proses akuntansi dan menghemat waktu, sehingga pemilik UMKM dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Apjii. (2022). Penetrasi Internet Di Kalangan Remaja Tertinggi Di Indonesia. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (Apjii). <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/06/10/Penetrasi-Internet-Di-Kalangan-Remaja-Tertinggi-Di-Indonesia>
- Bank Indonesia. (2020). Kegiatan Penguatan Ekosistem Umkm Di Indonesia. Bi.Co.Id. <https://Www.Bi.Go.Id/Id/Fungsi-Utama/Stabilitas-Sistem-Kuangan/Pengembangan-Umkm/Default.aspx>
- Cnbc Indonesia. (2022). Transaksi E-Commerce Indonesia Diproyeksikan Capai Rp 403 Triliun Pada 2021. Cnbcindonesia.Com. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2021/11/25/Transaksi-E-Commerce-Indonesia-Diproyeksikan-Capai-Rp-403-Triliun-Pada-2021>
- EkuiN. (2022). Mudahkan Perizinan Berusaha Umkm, Pemerintah Dorong Penguatan Ekosistem Umkm Melalui Uu Cipta Kerja - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. Ekon.Go.Id. <https://Www.Ekon.Go.Id/Publikasi/Detail/4736/Mudahkan-Perizinan-Berusaha-Umkm-Pemerintah-Dorong-Penguatan-Ekosistem-Umkm-Melalui-Uu-Cipta-Kerja>
- Kemenkopukm. (2020). Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah. Kemenkopukm.Go.Id. <https://Kemenkopukm.Go.Id/>
- Kompas. (2019). Penetrasi Internet Indonesia Naik Jadi 56 Persen. Kompas.Com. <https://Tekno.Kompas.Com/Read/2019/02/04/11420097/Riset-Penetrasi-Internet-Indonesia-Naik-Jadi-56-Persen?Page=All>
- Voaindonesia. (2022). Pertumbuhan Ekonomi Digital Meningkat, Dirjen Aptika: Digital Trust Jadi Hal Fundamental Bangun Kepercayaan Pengguna – Ditjen Aptika. Voaindonesia.Com. <https://Aptika.Kominfo.Go.Id/2022/02/Pertumbuhan-Ekonomi-Digital-Meningkat-Dirjen-Aptika-Digital-Trust-Jadi-Hal-Fundamental-Bangun-Kepercayaan-Pengguna/>