

PELATIHAN PEMBUKUAN KEUANGAN DAN PEMASARAN *ONLINE* BAGI USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH

Santi Riana Dewi^{1*}, Andari², Martina Rahmawati Masitoh³, Santi Oktaviani⁴

¹Jurusan Manajemen, Universitas Serang Raya

²Jurusan Manajemen, Universitas Serang Raya

³Jurusan Manajemen, Universitas Serang Raya

⁴Jurusan Akuntansi, Universitas Serang Raya

Email: ¹santirianadewi@yahoo.co.id, ²andaridharmawan@gmail.com, ³martina.r.masitoh@gmail.com,
⁴antieoct@gmail.com

Abstrak

Pada saat ini pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah diharapkan mampu untuk mengikuti perkembangan zaman. Memasuki era industri 4.0 penguasaan terhadap teknologi yang berdampak terjadinya pergeseran di dalam pemberian pelayanan dan juga di dalam pengembangan UMKM di masyarakat. Sehingga sangat diperlukan penambahan dan peningkatan potensi SDM pada penguasaan teknologi digital dalam imlementasinya di kehidupan sehari-hari dan usaha. Permasalahan pada saat ini di lokasi adalah belum adanya pelaku usaha yang menguasai manajemen keuangan dan manajemen pemasaran. Sehingga kegiatan difokuskan pada pemberian pelatihan pembukuan keuangan dan pemasaran secara *online*. Tujuan dari pengabdian adalah untuk meningkatkan kualitas pelaku usaha dalam hal pembukuan keuangan, dengan memiliki pembukuan keuangan yang baik, maka dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk pengajuan pendanaan pada lembaga keuangan. Selain itu untuk memenuhi perluasan pasar maka diberikan pelatihan pemasaran secara digital dengan melakukan pemasaran melalui media sosial, seperti *WhatsApp*, *Instagram*, dan *Facebook*. Hal tersebut merupakan peran aktif dari perguruan tinggi melalui pengabdian kepada masyarakat untuk turut serta membantu pemerintah dalam mengurangi angka kemiskinan, mencegah gagap teknologi, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat secara mandiri demi mewujudkan cita-cita atau hal-hal yang menjadi keinginan masyarakat. Pelaksanaan pengabdian diawali dengan melakukan pembuatan draf pengabdian masyarakat pada proposal, permohonan ijin, observasi, sosialisasi, pelatihan, belajar manajemen keuangan sederhana, belajar tentang manajemen pemasaran, dan evaluasi. Adapun hasil dari pelaksanaan pengabdian tersebut masyarakat mampu untuk membuat laporan keuangan dan memasarkan produk melalui media *online*.

Kata kunci: pelatihan, keuangan, pemasaran, *online*.

Abstract

At this time, micro, small and medium enterprises are expected to be able to keep up with the times. Entering the industrial era 4.0, mastery of technology has an impact on shifts in service delivery and in the development of MSMEs in society. So that it is necessary to add and increase the potential of human resources in mastery of digital technology in the implementation of daily life and business. The problem in the location where we serve is that there are no business actors who master financial management and marketing management. So that our activities are focused on providing training in financial accounting and online marketing. By having good financial books, it can be used as consideration for submitting funding to financial institutions. In addition, to meet market expansion, digital marketing training is provided by marketing through social media, such as WhatsApp, Instagram, and Facebook. This is an active role of higher education through community service to participate in helping the government in reducing poverty, preventing technological failures, and improving community welfare independently in order to realize ideals or things that are the desire of the community in general. The implementation of the service begins with making a draft proposal, requesting permission, observation, socialization, training, learning simple financial management,

learning about marketing management, and evaluation. As for the results of the implementation of this service, the community is able to make financial report and market products through online media.

Keywords: *training, finance, marketing, online.*

PENDAHULUAN

Pada saat ini telah terdapat begitu banyak sumber modal yang diberikan pemerintah untuk memberikan bantuan yaitu bantuan dana desa, dan saat ini bantuan bagi pelaku UMKM semakin besar. Selain bantuan dari pemerintah para pelaku usaha UMKM juga dapat mendapat pinjaman dari bank pemerintah ataupun swasta, dengan syarat yang ringan. Misalnya memiliki laporan arus KAS yang baik, setidaknya selama satu tahun. Dengan adanya kemudahan pinjaman, maka pelaku UMKM tidak akan kesulitan untuk menjalankan dan mengembangkan usahanya. Sehingga tinggal pelaku usaha menghasilkan produk-produk yang kreatif dan inovatif. Pada saat ini telah terdapat beberapa pelaku UMKM di kelurahan Lopang. Usaha mereka antara lain memiliki toko kelontong, distributor *diapers*, pernik-pernik keperluan ulang tahun atau wisuda, produksi tahu, makanan ringan, distributor buah-buahan, penyalur kopi, dan aneka kue. Pada saat ini sedang dirintis untuk persiapan usaha baru yaitu memproduksi kerajinan tangan dari manik-manik dan bebatuan berupa tasbih dan perhiasan wanita. Tasbih dan perhiasan merupakan produk yang sering digunakan setiap hari untuk menunjang kegiatan ibadah dan hiasan yang diminati oleh semua kalangan, mudah ditemui di pasaran, dan proses pembuatan dapat dikategorikan mudah. Dari segi kebutuhan dana untuk produksi juga dapat dikelompokkan pada kategori tidak terlalu mahal. Selain itu di Banten, khususnya kota Serang banyak terdapat tempat-tempat wisata rohani, dan tempat wisata yang lainnya seperti pantai dan warisan bangunan bersejarah. Sehingga dengan pertimbangan tersebut di atas terlihat masih adanya peluang usaha untuk keperluan lokal, dan untuk memasuki pasar nasional bahkan

internasional pada era pemasaran digital hal ini masih memungkinkan besarnya peluang pasar.

Permasalahannya adalah bagaimana memperbaiki pembukuan, memperluas pasar, meningkatkan kompetensi terhadap penguasaan teknologi, dan terus berkelanjutan melakukan inovasi serta memperkuat motivasi. Pemasaran produk dari hasil ketrampilan ini nantinya tidak hanya menjangkau di toko-toko, tetapi juga mampu diminati untuk di jual pada tempat wisata atau di mall-mall, bahkan untuk skala nasional.. Dengan adanya berbagai kreasi dan kreativitas maka akan mendorong para pelaku usaha untuk memproduksi produk sesuai yang diinginkan oleh konsumen atau pasar yang lebih luas.

Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan merupakan pendampingan dalam kewirausahaan meningkatkan produk UMKM dalam bentuk memberikan pelatihan manajemen keuangan, khususnya masalah pembukuan sederhana, dan pelatihan pemasaran yang meliputi pemasaran tradisional dan pemasaran digital menyongsong era industri 4.0 bagi masyarakat. Pelatihan yang mampu meningkatkan kompetensi warga merupakan bagian dari investasi sumber daya manusia untuk meningkatkan kemampuan dan ketrampilan dalam bekerja, sehingga mampu meningkatkan kualitas kinerja para pelaku usaha untuk mencapai target-target yang diharapkan.

Konsep UMKM Nasional menurut Badan Pusat Statistik, jika dilihat dari banyaknya pekerja, maka usaha kecil terdiri dari 5 hingga 19 pekerja. Sedangkan usaha menengah terdiri dari 20 hingga 99 pekerja di dalam unit usahanya (Kementerian Keuangan, 2012). Adapun pelatihan merupakan kegiatan pendidikan yang dilakukan dalam waktu pendek dengan menggunakan cara-cara yang sistematis dan tersruktur, pekerja diluar manajerial mempelajari tentang pengetahuan dan dan berbagai ketrampilan dengan tujuan tertentu (Mangkunegara, 2009). Pengertian lain dar

pelatihan adalah kegiatan yang dilaksanakan oleh pekerja untuk meningkatkan ketrampilan dan proses pelaksanaan tertentu, dan dilakukan secara rutin untuk menyelesaikan tugas yang dilaksanakan pada saat ini (Buchari Zainun, 2001). Selain itu pendidikan dan pelatihan dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan tentang pekerjaan dan meningkatkan kinerja pekerja. Kinerja dapat dilihat dari input, proses, output, dan outcome yang dihasilkan dari pekerja untuk mencapai target usaha (James W. Walker, 2009). Dapat disimpulkan secara keseluruhan bahwa pelatihan merupakan bagian dari investasi sumber daya manusia dalam hal ini adalah mitra usaha pelaku UMKM untuk meningkatkan kemampuan dan ketrampilan kerja sehingga nantinya akan mampu meningkatkan ketrampilan untuk menghasilkan produk-produk inovatif. Dalam usaha tersebut merupakan bagian dari peningkatan kualitas dan kuantitas, serta profit yang merupakan target usaha meningkatkan kesejahteraan masyarakat pelaku UMKM.

Manajemen keuangan merupakan hal penting bagi semua jenis usaha, termasuk di dalamnya UMKM. Bagi pelaku UMKM menguasai dan mampu melakukan pembukuan dan pengaturan keuangan merupakan hal yang harus dapat dilakukan secara mandiri. Oleh karenanya, jika ingin berhasil di arena bisnis, anda harus memiliki kompetensi yang tinggi di bidang anda sendiri, pemasaran misalnya, di samping pemahaman akan disiplin bisnis yang lain, termasuk keuangan (Brigham & Houston, 2006).

Pada sebuah laporan keuangan yang akan disampaikan oleh pengusaha untuk diri sendiri ataupun untuk mitra usaha. Laporan harus menampilkan laporan keuangan dasar dan juga analisis manajemen ataupun operasi pada bulan atau tahun lalu dan mengenai pendapatan mengenai peluang-peluang bagi usaha di waktu yang akan datang. Sehingga laporan keuangan dasar berupa neraca, laporan laba rugi, laporan laba ditahan dan laporan arus kas. Berdasarkan hal tersebut maka diberikan pelatihan keuangan

berupa pembukuan keuangan yang baik bagi pelaku UMKM.

Laporan arus kas merupakan laporan yang berisikan tentang pengaruh dari kegiatan operasi, investasi, pemberian dana dari pelaku usaha pada arus kas dalam satu periode akuntansi. Dalam laporan dipisahkan menjadi aktivitas operasi yang terdiri dari laba bersih, depresiasi, perubahan aktiva lancar dan kewajiban lancar di luar kas dan utang jangka pendek. Bagian kedua terdiri dari aktivitas investasi, yang meliputi investasi atau penjualan aktiva tetap. Ketiga berupa aktivitas pendanaan, yang meliputi kas yang dihimpun selama tahun berjalan dengan menerbitkan utang jangka pendek, utang jangka panjang, atau saham (Brigham & Houston, 2006).

Pendapat lain menyatakan pencatatan laporan keuangan yang sistematis memiliki manfaat-manfaat, yaitu dapat memberikan informasi kas yang dapat dipercaya mengenai posisi keuangan usaha pada suatu saat tertentu, dapat memberikan informasi keuangan mengenai hasil usaha pada satu periode akuntansi, dan informasi lainnya yang dapat membantu berbagai pihak yang berkepentingan untuk menilai kondisi dan potensi suatu usaha serta dapat memberikan informasi penting lainnya (Terra Saptiana Maulani, 2016). Berdasarkan konsep tersebut maka dilakukanlah pelatihan manajemen keuangan bagi pelaku UMKM di kelurahan Lopang, diharapkan setelah mendapatkan pelatihan keuangan maka pelaku usaha dapat mengetahui kondisi keuangan usaha mereka.

Pada pengabdian terdahulu menyimpulkan bahwa pelajaran yang dapat diambil dari pelaksanaan pengabdian adalah pengelolaan perusahaan, membutuhkan sistem yang terintegrasi dan saling terkait satu dan lainnya. Artinya dalam menjalankan usaha dibutuhkan komitmen yang tinggi dari pemilik usaha agar perusahaan untuk menjalankan sistem tersebut. Pembukuan keuangan sederhana tidak akan berjalan secara optimal tanpa adanya komitmen dari pelaku usaha untuk menjalankan sistem keuangan tersebut (Terra Saptiana Maulani, 2016).

Selain itu penelitian selanjutnya menyampaikan bahwa dengan adanya penyuluhan tentang cara penyusunan pembukuan sesuai dengan standar akuntansi keuangan maka pelaku UMKM di Kelurahan Panggung Lor akan ada peningkatan pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM dalam menyusun pembukuan laporan kas dan laporan ekuitas. Dengan adanya pendampingan dalam menyusun pembukuan juga mampu meningkatkan ketrampilan dan ketepatan dalam menyusun laporan (Aprih Santoso, 2019).

Berdasarkan uraian tersebut maka selain memberikan penyuluhan dan pelatihan manajemen keuangan dalam hal ini adalah memberikan pelatihan pembukuan keuangan sederhana, diperlukan juga pendampingan pada pembuatan pelaporan arus kas.

Adapun pelaksanaan pelatihan pemasaran digital *online* didasarkan pada konsep sebagai berikut. Pentingnya manajemen pemasaran *online* atau digital bagi UMKM bertujuan salah satunya adalah untuk melakukan perluasan pangsa pasar, dan efektivitas cara pemasaran. Pendekatan pemasaran 4.0 adalah menggabungkan interaksi *online* dan *offline* antara pelaku usaha dan pelanggan, memadukan gaya dengan substansi dalam membangun merek, dan akhirnya melengkapi konektivitas mesin-mesin dengan sentuhan manusia ke manusia untuk memperkuat keterlibatan pelanggan. Marketing 4.0 membantu pemasar beralih ke ekonomi digital, yang mendefinisikan ulang konsep kunci dari pemasaran. Pemasaran tradisional dan pemasaran digital dimaksudkan untuk dipadukan dengan tujuan mendapatkan pembelaan pelanggan (Philip Kotler, 2019). Pada usaha UMKM terdapat beberapa kendala internal untuk terjun pasar global diantaranya masalah sumber daya manusia, produk, teknologi, informasi, networking dan pemasaran. Adapun kendala eksternalnya adalah bahasa, budaya, daya saing, penipuan, perubahan zaman, resiko keuangan, dan kondisi ekonomi (Wawan Dhewanto, 2018). Berdasarkan hal yang telah diterangkan tersebut maka penelitian pada pengabdian ini melakukan pelatihan pemasaran

online dan offline bagi pelaku UMKM agar dapat melakukan pemasaran lebih luas bahkan siap untuk go global dengan penggunaan teknologi dan sistem informasi yang telah tersedia.

Berikut ini adalah hasil dari penelitian terdahulu pada pengabdian masyarakat yang berhubungan dengan pemasaran *online* dapat disampaikan sebagai berikut. Menjelaskan bahwa kegiatan pengabdian ini merupakan salah satu bentuk untuk meningkatkan pemasaran sehingga meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan *website E-commerce*. Adapun beberapa saran untuk mencapai tujuan dari kegiatan adalah *E-commerce* adalah salah satu strategi untuk meningkatkan pemasaran mitra, selain itu masih terdapat beberapa cara lain. Diharapkan dengan strategi pemasaran yang berbeda pihak mitra dapat memasarkan produknya dengan baik secara online dan offline (Taufik Rizaldi, 2017). Adapun kesimpulan pada hasil pengabdian yang lain menyatakan bahwa para peserta sasaran PKM memiliki antusiasme yang tinggi untuk mengikuti kegiatan yang diselenggarakan. Namun demikian, pada awalnya mereka belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai *entrepreneurship* dan prinsip pemasaran online. Setelah mendapatkan pelatihan, para peserta mengalami peningkatan yang signifikan. Walaupun kemampuan mereka masih pada taraf elementer, setelah pelatihan para peserta membuat rancangan fasilitas pemasaran *online* (O Hasbiansyah, Istiqomah, 2015)

Berdasarkan uraian tersebut pemasaran secara *online* merupakan pada saat ini merupakan sebuah keharusan bagi pelaku usaha tak terkecuali pelaku usaha mikro, kecil dan menengah. Dengan melakukan pemasaran *online* diharapkan dapat memperluas pasar, sehingga akan meningkatkan laba usaha bagi peningkatan kesejahteraan mitra. Dengan adanya peningkatan kesejahteraan bagi pelaku UMKM maka akan mampu meningkatkan mutu sumber daya manusia sebagai pelaku usaha. Hasil usaha dapat maksimal dengan melakukan kombinasi pemasaran secara *online* dan *offline*.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di kelurahan Lopang kecamatan Serang. Sasarannya adalah meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui pelaksanaan pelatihan bagi pelaku UMKM, agar mampu membuat pembukuan sederhana dan meningkatkan pasar produk melalui pemasaran *online* atau digital. Adapun sasaran berikutnya adalah meningkatkan kerja sama dengan perguruan tinggi melalui pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh para dosen, dalam rangka pengembangan desa/kelurahan meningkatkan kesejahteraan warga.

Pada pelaksanaannya metode yang digunakan dari kegiatan pelatihan pembuatan pembukuan keuangan dan pemasaran *online* adalah sebagai berikut. Kegiatan diawali dengan melakukan wawancara dengan kepala desa serta masyarakat membahas tentang rencana pelaksanaan kegiatan pengabdian. Selanjutnya bersama dengan aparat desa dan warga masyarakat untuk membantu sebagai penggerak pelaksanaan kegiatan pengabdian. Setelah itu para dosen bersma aparat desa dan warga masyarakat turut serta menyiapkan sarana, prasarana untuk kegiatan pengabdian. Selanjutnya secara bersama menyediakan kebutuhan penunjang pelaksanaan.

Model yang digunakan pada pelaksanaan pengabdian adalah model partisipatif. Dimana semua kegiatan dilakukan bersma antara pelaku perguruan tinggi yaitu para dosen, mitra usaha, dan masyarakat. Keegiatannya berupa mengidentifikasi masalah, merumuskan masalah yang ada di lokasi, melakukan pelatihan, pendampingan, monitoring dan dilakukannya evaluasi diakhir kegiatan menurut (Adisasmita Raharjo, 2018).

Pelaksanaan program dilakukan dengan memberikan pelatihan langsung yaitu pembuatan pembukuan keuangan sederhana, yaitu dengan melakukan pencatatan debit, kredit, hutang, piutang, saldo, dan keuntungan yang diperoleh. Selanjutnya diberikan pelatihan pemasaran online dan digital dengan melakukan tutorial akses internet dan cara promosi produk warga

menggunakan media sosial *WhatsApp, Instagram, Facebook*.

Dengan pelaksanaan pelatihan serta pendampingan secara langsung maka mitra usaha langsung dapat langsung mempraktekan pembuatan pembukuan keuangan, penggunaan internet, dan media sosial untuk promosi dan penjualan produk UMKM yang telah dilakukan.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat Melalui Program Pelatihan Manajemen Keuangan Sederhana dan Manajemen Pemasaran *online*/ digital.

N o	Kegiatan	Perguruan Tinggi	Masyarakat
1	Persiapan	Permohonan ijin ke lokasi.	Menerima pelaksanaan program.
	Identifikasi masalah.	Dosen mengidentifikasi masalah yang terjadi di lokasi.	Warga berperan aktif membantu pengidentifikasian masalah.
	Identifikasi pelaku usaha	Dosen memenuhi kebutuhan untuk mengidentifikasi pelaku usaha sebagai peserta.	Warga memberikan data calon peserta dan melakukan kegiatan sosialisasi.
2	Penyiapan barang dan peralatan.	Dosen memfasilitasi keperluan barang dan peralatan.	Warga membantu penyiapan penunjang kegiatan.
	Pelatihan pembukuan keuangan	Dosen memberikan pelatihan dan pendampingan pembuatan arus kas.	Warga berperan aktif pada saat mengikuti pelatihan dengan menggunakan buku kas.
3	Pelatihan pemasaran <i>online</i>	Dosen memberikan pelatihan dan pendampingan cara	Warga dengan aktif mengikuti pelatihan pemasaran <i>online</i> dengan

pelaksanaan menggunakan
 melakukan *handphone*
 pemasaran masing-masing.
online dengan
 menggunakan
 media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan manajemen keuangan sederhana meliputi pembukuan keuangan sederhana, dan manajemen pemasaran, dengan melakukan pemasaran *online* atau digital. Setelah selesai melakukan persiapan, selanjutnya dilakukan koordinasi pelaksanaan yang dilakukan bersama dosen, ibu koordinator pengembangan kelurah Lopang, penggerak UMKM, mitra usaha dan masyarakat setempat. Persiapan yang dilakukan adalah menyiapkan sarana, prasarana dan alat keperluan pelatihan seperti peralatan tulis, buku kas dan presentasi tentang pembukuan, dan pemasaran *online* dengan menggunakan media sosial. Mitra usaha terdiri dari para pelaku usaha dan warga yaitu ibu-ibu dan wanita dewasa berjumlah 10 orang. Sebagian dari peserta telah memiliki usaha, dan sebagian sedang dipersiapkan untuk membuka usaha baru.

Ketika pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat telah terlaksana sampai dengan tahap kemampuan pembuatan laporan keuangan dan pelaksanaan pemasaran *online* dan digital telah selesai. Pada tahap selanjutnya dilakukan pemantauan dan pendampingan, serta implementasi pelatihan pada usaha yang mereka lakukan.

Hasil pelaksanaan pengabdian secara keseluruhan sesuai dengan target, yaitu mitra usaha yang telah mengikuti pelatihan mampu melakukan pembukuan keuangan sederhana dan mampu melakukan pemasaran produk secara *online*.

Tabel 2. Keberhasilan Program Pelatihan Manajemen Keuangan dan Pemasaran melalui Pemasaran *Online*/ Digital.

No.	Indikator	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan
-----	-----------	-------------------	-------------------

1	Pengetahuan, dan ketrampilan mengenai pembuatan pembukuan keuangan.	Belum memperoleh pengetahuan dan ketrampilan mengenai pembuatan pembukuan keuangan.	Bertambah pengetahuan dan ketrampilan mengenai pembuatan pembukuan keuangan.
2	Pengetahuan, dan ketrampilan mengenai pelaksanaan pemasaran <i>online</i> .	Belum memperoleh pengetahuan dan ketrampilan mengenai pelaksanaan pemasaran <i>online</i> .	Bertambah pengetahuan, dan ketrampilan mengenai pelaksanaan pemasaran <i>online</i> .
3	Pengetahuan, dan ketrampilan mengenai manajemen keuangan sederhana, desain promosi dan segmentasi pasar produk.	Pengetahuan, dan ketrampilan mengenai manajemen keuangan sederhana, desain promosi dan segmentasi pasar produk.	Pengetahuan, dan ketrampilan mengenai manajemen keuangan sederhana, desain promosi dan segmentasi pasar produk.

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa pelaksanaan pelatihan dasar pembukuan keuangan dan pemasaran *online* dapat disimpulkan sesuai dengan target dan tujuan. Mitra pelaku usaha UMKM mampu membuat laporan keuangan, sehingga dapat mengetahui seberapa besar keuntungan usaha, mengatur arus kas dan dapat memprediksi bagaimana peningkatan usaha di waktu yang akan datang. Selain itu mitra usaha juga mampu menggunakan teknologi informasi dan media sosial untuk mendesain cara promosi, meningkatkan pasar produk, memperluas pangsa pasar. Dengan kemampuan membuat produk yang inovatif, mendesain kemasan, promosi produk, cara pemasaran secara *online*/ digital, selain itu pemasaran sebagian tetap menggunakan cara-cara tradisional atau tatap muka langsung. Jadi pelaku

usaha dapat melakukan pemasaran dan penjualan kombinasi antara cara tradisional dan *digital/online*.

Setelah mengikuti pelatihan mitra mampu memiliki ketrampilan dan informasi mengenai pembuatan pembukuan sederhana tentang kredit dan debit. Selain itu mitra dapat mengetahui kegunaan dari ketertiban tentang pembukuan keuangan dalam usaha, mengetahui segmentasi pasar yang tepat akan produk usaha yang dihasilkan selama ini, mengetahui kegunaan teknologi secara maksimal terutama *handphone* dan aplikasi yang ada untuk perluasan pasar usaha. Sesuai dengan tuntutan pada saat ini maka mitra mampu menggunakan secara maksimal internet untuk melakukan promosi dan perluasan produk usaha dengan menggunakan media sosial seperti *Whatsapp, Facebook, dan Instagram*. Adapaun untuk perguruan tinggi masih perlu meningkatkan kerja sama dengan pemerintah dan industri untuk menunjang pelaksanaan pengabdian terutama memasuki era digital untuk meningkatkan hasil UMKM.

Dengan adanya pelatihan pembukuan keuangan sederhana dan pemasaran secara *online/digital* maka dapat mencapai tujuan dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat sebagai berikut.

1. Pertimbangan kebijakan oleh aparatur, pemerintah desa dan pelaku usaha untuk meningkatkan kemampuan membuat laporan keuangan usaha.
2. Pertimbangan keputusan oleh aparatur, pemerintah desa dan pelaku usaha untuk perluasan pasar dengan menggunakan pemasaran dengan sitem *online* dan *digital*.
3. Pedoman bagi perguruan tinggi dalam membuat perencanaan program pengabdian kepada masyarakat di tahun akademik tahun depan.
4. Meningkatkan kerja sama perguruan tinggi dan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan dan pengembangan potensi yang ada di desa.

5. Acuan dan analisa atau gambaran bagi warga dan masyarakat desa dalam membangun dan mengembangkan potensi di wilayahnya.

Berikut di bawah ini adalah dokumentasi proses pelaksanaan pelatihan pembuatan laporan dasar keuangan dan pemasaran *online* di kelurahan Lopang kota Serang.



Gambar 1. Pemberian Materi Pelatihan Pemasaran *Online*.



Gambar 2. Praktek Pembuatan Pembukuan Keuangan.



Gambar 3. Diskusi Mengenai Implementasi Penggunaan Media Sosial Sebagai Pemasaran Produk Secara *Online*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Masyarakat pelaku UMKM yang telah mengikuti pelatihan dasar pembukuan keuangan dan pemasaran *online* dapat disimpulkan sebagai berikut. Masyarakat memberikan dukungan dan bersemangat untuk bekerja sama meningkatkan kualitas pembukuan keuangan hasil UMKM. Masyarakat memberikan dukungan dan bersemangat untuk bekerja sama meningkatkan kualitas serta perluasan pasar dengan menggunakan pemasaran *online* dan pemasaran digital untuk penjualan hasil UMKM. Masyarakat mampu membuat pembukuan keuangan sederhana. Masyarakat mampu melakukan pemasaran produk secara *online* melalui media sosial. Adapun saran untuk pengabdian selanjutnya, sebaiknya dilakukan *coaching* atau pendampingan lebih lanjut untuk melihat implementasi pemakaian laporan keuangan untuk mempermudah mendapatkan dana bantuan dari pemerintah ataupun dari swasta. Selain itu juga dilakukan monitoring terhadap peningkatan jumlah penjualan dengan menggunakan media *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Dhewanto, Wawan. (2018). *Internasionalisasi UMKM Usaha Kecil Mikro Menuju Pasar Global*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Hasbiansyah O, Istiqomah. (2015). Pelatihan Pemasaran *Online* di kalangan Pengusaha Kecil Menengah. Depok. *Prosiding Sosial, Ekonomi dan Humaniora*. 693-698.
- Houston, Brigham. (2006). *Fundamentals of Financial Management Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kuangan, Kementrian. (2012). *Kebijakan antisipasi Krisis Tahun 2012 Melalui Program Kredit Usaha Rakyat*. Kementrian Keuangan.
- Kotler, Philip . (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia.
- Mangkunegara. (2009). *Perilaku Dan Budaya Organisasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Maulani, Septina Terra. (2016). Pelatihan Pembukuan Keuangan Sederhana dan Motivasi

- Kewirausahaan pada Kelompok Usaha Makanan RW 02 Kelurahan Neglasari Kecamatan Cibeuying Kaler Bandung. Bandung. *Jurnal Dharma Bhakti STIE Ekuitas*, Vol.,01, No.1, September 2016. 32-38.
- Raharjo, Adisasmita. (2018). *Pembangunan Pedesaan dan Perkotaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rizaldi, Taufik. (2017). Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Strategi Peningkatan pemasaran UMKM. *Prosiding Semina Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*. Jember. 97-100.
- Santosa, Aprih. (2019). Penyuluhan Pembukuan Keuangan Dalam Menunjang Usaha UMKM. *Logista Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*. Semarang. Vol 3. No.2 tahun 2019. 125-129.
- Walker, James W. (2009). *Human Resources Strategy*. New York, USA: McGraw Hill.Inc.
- Zainun, Buchari. (2001). *Manajemen Sumber Daya Manusia Dan Manajemen Personalia*. Tangerang: CV Sekar Jaya.