

## Meningkatkan Pengetahuan dan Keterampilan UMKM Melalui Strategi Pemasaran dan Keuangan

Henny Setyo Lestari<sup>1\*</sup>, Asep Hermawan<sup>2</sup>, Y. Agus Bagus Budi N<sup>3</sup>, Rahmadina Ardelia<sup>4</sup>, Yunita Kusumaningrum<sup>5</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti

Email: [henny\\_setyo\\_lestari@trisakti.ac.id](mailto:henny_setyo_lestari@trisakti.ac.id)

### ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peran penting dalam ekonomi Indonesia sebagai sumber utama mata pencaharian, pencipta lapangan kerja, dan penopang pertumbuhan ekonomi daerah. Namun, tantangan dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran masih menjadi hambatan serius bagi perkembangan UMKM. Oleh karena itu, pendampingan dan pelatihan yang tepat sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kemampuan para pelaku UMKM. Penelitian ini menyoroti pentingnya dukungan dari berbagai pihak seperti pemerintah, sektor swasta, perbankan, dan perguruan tinggi dalam memastikan pertumbuhan berkelanjutan UMKM. Strategi pemasaran yang efektif dapat membantu UMKM dalam mengatasi persaingan pasar, sementara manajemen keuangan yang baik menjadi kunci kesuksesan bagi perkembangan UMKM. Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) yang dilakukan di UMKM Azalea Grand Depok City (GDC), disimpulkan bahwa pendampingan dan pelatihan berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam pemasaran dan keuangan. Terlihat peningkatan dalam pengelolaan usaha, pemasaran produk, dan penyusunan laporan keuangan. Rekomendasi untuk masa depan mencakup terus meningkatkan pendampingan dan pelatihan dengan pembaharuan materi yang disesuaikan dengan perkembangan teknologi, memperluas jaringan pemasaran UMKM, dan memberikan akses yang lebih mudah ke permodalan. Dengan demikian, UMKM dapat tumbuh dan bersaing dengan lebih baik di pasar yang semakin kompetitif.

**Kata Kunci:** UMKM, Pengelolaan Keuangan, Strategi Pemasaran

### ABSTRACT

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in Indonesia's economy as the main source of livelihoods, job creators, and supporters of regional economic growth. However, challenges in financial management and marketing still pose serious obstacles to the development of MSMEs. Therefore, appropriate mentoring and training are greatly needed to enhance the skills of MSME actors. This study highlights the importance of support from various parties such as the government, private sector, banking, and higher education in ensuring the sustainable growth of MSMEs. Effective marketing strategies can help MSMEs overcome market competition, while good financial management is the key to their success. Based on the results of the Community Service Program (CSP) conducted at Azalea Grand Depok City (GDC) MSMEs, it is concluded that mentoring and training have successfully increased the knowledge and skills of MSME actors in marketing and finance. Improvements in business management, product marketing, and financial*

*reporting are evident. Recommendations for the future include continuing to enhance mentoring and training with updated materials tailored to technological advancements, expanding MSME marketing networks, and providing easier access to funding. Thus, MSMEs can grow and compete more effectively in an increasingly competitive market.*

*(kata kunci terdiri atas 3-5 kata disusun dalam frasa pendek; jangan melakukan pengulangan kata yang sama pada judul, carilah sinonim/padanan katanya atau istilah-istilah yang lebih spesifik)*

**Keywords:** MSMEs, Financial Management, Marketing Strategy

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran signifikan dalam perekonomian, menjadi sumber mata pencaharian utama bagi banyak pelaku usaha. UMKM juga berfungsi sebagai usaha mandiri yang dikelola masyarakat, menciptakan lapangan pekerjaan, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah (Nugroho dkk, 2020). Keberhasilan UMKM tidak hanya bergantung pada pelaku usaha itu sendiri, tetapi juga membutuhkan dukungan dari berbagai pihak seperti pemerintah, sektor swasta, perbankan dan non-perbankan, serta perguruan tinggi. Dukungan ini penting untuk memastikan UMKM dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan, namun moasih banyak UMKM yang belum mendapatkan pendampingan yang sesuai dengan masalah yang dihadapi, sehingga program pendampingan UMKM menjadi sangat penting.

UMKM juga merupakan salah satu sektor ekonomi yang krusial di Indonesia karena kontribusinya yang besar terhadap perekonomian. UMKM memainkan peran penting dalam peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB), penambahan nilai ekonomi nasional, dan penyerapan tenaga kerja. Untuk menghadapi persaingan lokal dan global, daya saing UMKM harus terus ditingkatkan sesuai dengan perkembangan permintaan pasar (Lukito et al., 2018).

Persaingan UMKM dapat diatasi salah satunya melalui strategi pemasaran. Pemasaran adalah proses pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk yang bernilai bagi pelanggan. Aktivitas ini memberikan keuntungan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Manajemen pemasaran adalah ilmu dan seni dalam memilih pasar sasaran dan menumbuhkan konsumen melalui komunikasi nilai unggul (Imantoro J. Arlin, 2021). Pemasaran yang efektif memperkenalkan keunggulan produk atau jasa kepada calon konsumen, menarik mereka untuk menggunakan produk atau jasa tersebut. Perusahaan harus mampu menyusun strategi pemasaran yang baik untuk menciptakan loyalitas konsumen. Tujuan pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan nilai superior, menetapkan harga terbaik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif, serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan memberikan kepuasan dan pelayanan prima.

UMKM tidak hanya dapat diatasi melalui strategi pemasaran saja, namun juga harus memfokuskan pada manajemen keuangan. Manajemen keuangan sering menjadi hambatan bagi perkembangan UMKM. Menurut Marketeers.com, beberapa masalah keuangan yang dihadapi UMKM di Indonesia termasuk pencampuran keuangan pribadi dengan keuangan usaha, pencatatan keuangan yang tidak memadai, dan perencanaan anggaran yang belum matang (Adi dkk, 2018). Masalah lain termasuk pemasangan harga yang terlalu rendah tanpa memperhatikan kualitas produk dan kurangnya perhitungan harga pokok penjualan yang dapat mengakibatkan kerugian (Sleekr, 2017). Tidak adanya mentor untuk membimbing pengelolaan UMKM, sering menjadi kendala dalam mengendalikan beberapa aspek penting (Trusvation, 2019).

Manajemen keuangan yang baik salah satunya dapat dilihat dari laporan keuangan. Laporan keuangan memberikan informasi tentang kinerja keuangan perusahaan selama periode tertentu dan posisi kekayaan, hutang, serta modal perusahaan pada waktu tertentu

(Layyinaturrobaniyah & Muizu, 2017). Laporan ini juga berfungsi sebagai dasar untuk proyeksi dan peramalan masa depan (Sutarno, 2012). Tujuan laporan keuangan adalah memberikan informasi yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan dan evaluasi kinerja (Tanan & Duri, 2018).

Permasalahan yang terjadi di UMKM baik dari sisi pemasaran maupun dari sisi manajemen keuangan juga terjadi pada UMKM di Kota Depok, terutama di GDC Sektor Azalea. Masalah pada aspek pemasaran, seperti mencari pelanggan dan mendapatkan pangsa pasar yang luas terjadi pada UMKM ini. Persaingan ketat dari perusahaan besar atau merek mapan membuat UMKM ini sulit bersaing dan mendapatkan tempat di pasar. Selain itu, permasalahan juga terdapat pada aspek keuangan. Masalah yang sering terjadi selain perkembangan perusahaan yang tidak signifikan, juga terdapat kinerja keuangan yang buruk, laba perusahaan yang sulit meningkat, serta ketidakmauan dan ketidakmampuan sumber daya untuk menggunakan akuntansi.

Berdasarkan kondisi tersebut, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti mengadakan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di UMKM Azalea Grand Depok City (GDC). Kegiatan tersebut bertujuan agar para pelaku usaha UMKM Azalea memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam kewirausahaan dan pengelolaan keuangan. Kegiatan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Layyinaturrobaniyah & Muizu (2017) bahwa, pendampingan serta kegiatan dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan sangat diperlukan untuk mencegah kegagalan usaha akibat pengelolaan keuangan yang buruk (Layyinaturrobaniyah & Muizu, 2017). Akuntansi sangat penting untuk mencatat sumber dan penggunaan dana dengan tepat, sehingga kinerja keuangan dapat diatur dengan baik.

## **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan PkM ini telah dimulai sejak bulan September 2022. Survei awal dilakukan secara mengunjungi lokasi UMKM Azalea GDC Depok untuk mengetahui kebutuhan materi pelatihan yang akan diberikan pada bulan Desember 2022. Berdasarkan hasil survey awal yang dilakukan, materi yang akan diberikan pada pelatihan terdiri dari pengelolaan keuangan UMKM dan strategi pemasaran UMKM.

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan PkM ini adalah dalam bentuk penyuluhan. Penyuluhan merupakan bentuk usaha pendidikan non-formal yang diberikan kepada individu atau kelompok masyarakat yang dilakukan secara sistematis, terencana dan terarah dalam usaha perubahan perilaku yang berkelanjutan demi tercapainya peningkatan produksi, pendapatan dan perbaikan kesejahteraan. Dengan adanya pelatihan Meningkatkan Pengetahuan dan Pengelolaan UMKM dilihat dari Aspek Pemasaran dan Keuangan pada GDC Sektor Azalea Kec. Cilodong Kota Depok ini dilakukan secara kombinasi antara penyuluhan atau ceramah, diskusi dan tanya jawab.

Pada akhir sesi, instruktur juga memberikan kesempatan bagi peserta ini untuk mempraktekkan langsung cara menyusun laporan keuangan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan. Pendampingan yang diberikan bertujuan agar para peserta lebih memahami cara menyusun laporan keuangan yang sesuai dengan ketentuan. Setelah pelatihan dan pendampingan selesai dilakukan, Tim PkM melakukan evaluasi kepada para peserta untuk melihat apakah pelatihan dan pendampingan yang diberikan terlaksana dengan baik dan efisien serta dapat dipahami oleh para peserta.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan program kegiatan PkM ini dilaksanakan secara langsung pada Rabu, 14 Desember 2022. Program ini memberikan materi tentang cara meningkatkan pengetahuan dan pengelolaan UMKM melalui konsep pemasaran dan keuangan, termasuk pengelolaan keuangan yang baik bagi UMKM di GDC Sektor Azalea serta meningkatkan pemasaran produk UMKM di daerah tersebut. Hasil yang dicapai oleh peserta, yaitu para pengusaha

UMKM, meliputi peningkatan dalam hal pengelolaan, pemasaran, dan keuangan, serta peningkatan pemasaran produk mereka.

Kegiatan diawali dengan sambutan dari Ketua UMKM Azalea Depok, oleh Bapak Ihsan. Selanjutnya, kegiatan dilanjutkan dengan pemberian materi oleh Tim PkM. Kegiatan ini menunjukkan efektivitasnya, di mana semua pemateri menyampaikan materi dengan jelas dan setiap pertanyaan dijawab dengan baik. Kegiatan PkM ini menggunakan media PowerPoint yang dibuat sederhana namun informatif agar mudah dipahami dalam waktu singkat. Penyuluhan dilakukan dengan presentasi materi tentang peningkatan pengetahuan, pengelolaan, pemasaran, dan keuangan.



Gambar 1. Foto Kegiatan

Kegiatan ini dihadiri oleh 20 orang peserta yang didominasi oleh Ibu Rumah Tangga. Para Pelaku Usaha ini membuka usahanya untuk membantu perekonomian keluarga. Berbagai jenis makanan dan minuman yang dijual pada UMKM ini antara lain, Sambel Ulek Jeng Enno, Nasi Bakar dan Paru Pedes, Kering Kentang Penganten, Pastel, Kue Lumpur, Sosis Solo, Kue Basah, Roti, dan Kopi. Pada kesempatan ini, para pelaku diberikan pendampingan pada strategi pemasaran mulai dari masukan packaging yang baik, label produk yang dapat menarik minat pelanggan, serta cara promosi di *social media* seperti Tiktok, Instagram dan *Youtube*. Selain itu, pendampingan juga diberikan untuk penyusunan laporan keuangan. Laporan keuangan yang diberikan adalah laporan keuangan yang sederhana untuk mempermudah para peserta untuk mencatat seluruh transaksi keuangan usahanya.



Gambar 2. Produk UMKM

Evaluasi dilakukan pada tahap akhir kegiatan PkM ini. Evaluasi yang dilakukan 2 bulan setelah kegiatan ini dilakukan. Berdasarkan hasil evaluasi, para pelaku usaha mengalami perubahan yang cukup baik. Hal ini terlihat dari kemasan produk yang lebih menarik dan lebih higienis dibandingkan dengan sebelum pelaksanaan kegiatan.



Gambar 3. Evaluasi Kegiatan

## SIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat (PkM) yang dilaksanakan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti di UMKM Azalea Grand Depok City (GDC) menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran signifikan dalam perekonomian Indonesia. UMKM tidak hanya menjadi sumber mata pencaharian utama bagi banyak pelaku usaha tetapi juga berkontribusi dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan pertumbuhan ekonomi daerah. Namun, tantangan dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran masih menjadi hambatan utama bagi perkembangan UMKM. Oleh karena itu, pendampingan dan pelatihan yang diberikan dalam program ini terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam bidang pemasaran dan keuangan.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan dalam pengelolaan usaha, pemasaran produk, dan penyusunan laporan keuangan yang lebih baik. Kegiatan pendampingan harus terus dilanjutkan dan ditingkatkan dengan pembaharuan materi dan disesuaikan dengan perkembangan pasar dan teknologi terbaru, terutama dalam pemasaran digital dan manajemen keuangan berbasis teknologi. UMKM harus difasilitasi untuk memperluas jaringan pemasaran baik melalui pameran, bazar, maupun *platform online* agar dapat mencapai pangsa pasar yang lebih luas dan bersaing dengan perusahaan besar.

## DAFTAR RUJUKAN

- Adi, dkk (2018). "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Badung Kota Denpasar: Studi Sebelum dan Sesudah di Relokasi", dalam E-Jurnal EP Unud Volume 7, Nomor 6. (Diakses pada tanggal 27 Oktober 2022).
- D. V. Arlin and J. Imantoro, (2021). "Pengaruh Kewajaran Harga dan Perkembangan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion pada Dealer Lautan Teduh di Purbolinggo,"J. Manaj., vol. 1, no. 1, pp. 1–11.
- Layyinaturrobianyah, & Muizu, W. O. (2017). Pendampingan Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Di Desa Purwadadi Barat Dan Pasirbungur Kabupaten Subang. Pekbis Jurnal, 91-103.
- Lukito et al., (2018). Upaya Peningkatan Kapabilitas Usaha Mikro Kecil Melalui Akses Pemodalan, Pengelolaan Keuangan Dan Strategi Pemasaran. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. Vol. 1 No. 1.
- Nugroho, L., Hidayah, N., Ali, A., & Badawi, A. (2020). E-Commerce to Improve Homemaker Productivity (Women Entrepreneur Empowerment at Meruya Utara, Kembangan District, West Jakarta, Indonesia). Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement, 1(1), 13-24. <https://doi.org/10.37680/amalee.v1i01.166>.
- Sleekr. (2018). Mengenal Lebih Jauh tentang Manajemen dalam Bisnis: Definisi, Fungsi, dan Unsur.
- Sutarno. (2012). Serba-serbi Manajemen Bisnis. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tanan, C., & Duri, J. (2018). Analisis Rasio Untuk Pengukuran Kinerja Keuangan dan Evaluasi Kinerja Keuangan Pemerintah (Studi Kasus Pemerintah Kota Jayapura). FUTURE: Jurnal Manajemen dan Akuntansi UNİYAP, 91-101.
- Trusvation. (2019). 8 Masalah Keuangan UMKM dan Solusinya. [www.Marketters.com](http://www.Marketters.com)

