



This is an open article under the
CC-BY-SA license

PENDAMPINGAN PENCATATAN KEUANGAN DAN PEMASARAN PRODUK MELALUI “*MARKET PLACE*” BAGI UMKM PAKEM HAPPY

Muftyatul Azizah¹, Lailatul Amanah², Nur Handayani³, Susanti⁴

^{1,2,3,4}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

muftyatulazizah@stiesia.ac.id¹, lailatulamanah@stiesia.ac.id², nurhandayani@stiesia.ac.id³,
susanti@stiesia.ac.id⁴

Submitted : 20 Februari 2023

Accepted : 27 Juli 2023

Published : 20 Agustus 2023

Abstrak Pembukuan atau pencatatan keuangan merupakan hal penting yang harus dilakukan sebuah usaha atau bisnis apabila ingin bertahan lama. Tujuan dilakukan pembukuan adalah agar setiap transaksi dapat diketahui secara jelas. Mengatur keuangan melalui pencatatan harus dilakukan bagi pelaku usaha walaupun masih berskala kecil, termasuk UMKM. UMKM sebagai usaha mandiri yang dikelola oleh masyarakat diharapkan juga melakukan pembukuan dalam usahanya. Adanya keterbatasan sumber daya manusia yang ada pada UMKM sehingga masih banyak UMKM yang belum melakukan pencatatan keuangan usaha dan belum memanfaatkan pemasaran menggunakan platform digital. Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Pakem Happy adalah pengelolaan keuangan usaha yang masih tercampur menjadi satu dengan keuangan keluarga. Pengelolaan administrasi keuangan selama ini belum dapat dijalankan secara optimal sehingga berapa pendapatan yang diterima dan pengeluaran usaha belum dapat diidentifikasi dengan jelas. Permasalahan yang lain yakni UMKM masih menggunakan pemasaran tradisional dan belum secara optimal menggunakan platform digital dalam melakukan penjualan. Berdasarkan permasalahan yang ada maka perlu memberikan pendampingan kepada UMKM terkait pencatatan keuangan, melakukan pemasaran produk menggunakan platform Tokopedia. Oleh karena itu dengan adanya pendampingan ini diharapkan UMKM memahami pencatatan keuangan usaha dan mampu memasarkan produknya melalui marketplace Tokopedia.

Kata Kunci: *market place*, pencatatan keuangan, platform digital

1. PENDAHULUAN

Pembukuan atau pencatatan keuangan merupakan hal penting yang harus dilakukan sebuah usaha atau bisnis apabila ingin bertahan lama. Tujuan dilakukan pembukuan adalah agar setiap

transaksi dapat diketahui secara jelas. Mengatur keuangan melalui pencatatan harus dilakukan bagi pelaku usaha walaupun masih berskala kecil, termasuk UMKM (Andarsari dan Dura, 2018;

Nilasari *et al.*, 2021; Susanti dan Khabibah, 2021).

UMKM sebagai usaha mandiri yang dikelola oleh masyarakat diharapkan juga melakukan pembukuan dalam usahanya (Manoppo dan Pelleng, 2018; Tanan dan Dhamayanti, 2020). Namun, permasalahan yang paling mendasar pada UMKM adalah pada pengelolaan keuangan. Masih banyak pelaku UMKM melakukan pencatatan dan penyusunan laporan keuangan yang kurang memadai dan sangat sederhana, mereka belum sadar akan pentingnya laporan keuangan (Farwitawati, 2018; Silvia dan Azmi, 2019). Hal ini disebabkan karena banyak UMKM yang mengalami kesulitan dalam pembuatannya, berbagai faktor di antaranya adalah keterbatasan informasi dan pengetahuan tentang akuntansi, serta kurangnya ketrampilan mengenai pencatatan keuangan (Mutiah, 2019; Mukoffi dan Sulistiyowati, 2019).

Menurut Gunaedi *et al.*, (2018) kendala utama yang dihadapi UMKM salah satunya adalah aspek pemasaran. Pada kondisi pandemi saat ini banyak UMKM yang tidak bisa bertahan karena menurunnya penjualan. UMKM yang mampu bertahan adalah mereka yang bisa mengadopsi ekosistem digital,

termasuk menggunakan platform *ecommerce*. Menurut riset terbaru yang dilakukan oleh Tempo Data Science (TDS) Tokopedia merupakan platform yang mampu memberikan omzet penjualan terbesar.

Berdasarkan observasi di lapangan, UMKM Pakem Happy merupakan salah satu UMKM yang memiliki potensi untuk dikembangkan. UMKM ini bergerak di bidang produk makanan dan minuman yang berada di Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya. UMKM ini terdiri dari sekelompok ibu-ibu rumah tangga yang memproduksi beraneka ragam jenis makanan dan minuman antara lain minuman tradisional, sirup, kue, camilan, dan cathering.

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Pakem Happy selama ini adalah pengelolaan keuangan usaha yang masih tercampur menjadi satu dengan keuangan keluarga. Pengelolaan administrasi keuangan selama ini belum dapat dijalankan secara optimal sehingga berapa pendapatan yang diterima dan pengeluaran usaha belum dapat diidentifikasi dengan jelas.

Permasalahan kedua berkaitan dengan pemasaran, UMKM masih menggunakan pemasaran tradisional dan

belum secara optimal menggunakan platform digital dalam melakukan penjualan. Pembinaan dan pendampingan yang berkesinambungan perlu dilakukan pada UMKM ini agar UMKM ini dapat bertahan selanjutnya berkembang dengan baik. Dengan demikian maka para pelaku UMKM ini dapat membantu ekonomi keluarga khususnya dan ekonomi masyarakat pada umumnya. Pengabdian kepada masyarakat ini berbeda dengan sebelumnya. Pengabdian kepada masyarakat sebelumnya adalah pendampingan UMKM dalam pemasaran produk secara *online* dengan pembuatan *flyer* agar UMKM bisa lebih luas memasarkan produk saat pandemi covid. Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan pendampingan terkait pencatatan/pembukuan transaksi dan pemasaran produk melalui *marketplace*. Pengenalan *market place* kepada UMKM ini merupakan *novelty* dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Dengan mengenal, mengetahui, memahami dan akhirnya dapat menggunakan *marketplace* untuk memasarkan produknya diharapkan para pelaku UMKM dapat mengikuti perkembangan teknologi dengan baik.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pencatatan Keuangan

Pencatatan adalah setiap transaksi dari suatu kegiatan usaha merupakan suatu informasi awal yang harus dicatat dan diolah sehingga terbentuk sebuah laporan keuangan. Pencatatan keuangan adalah data yang menunjukkan aktivitas dan posisi keuangan dalam suatu organisasi atau bisnis dalam periode tertentu. Informasi yang dihasilkan dari pencatatan keuangan memakai aplikasi pencatatan penjualan dapat digunakan oleh para pemangku kepentingan dan pemegang saham untuk menilai kemajuan bisnis dan menentukan langkah-langkah yang harus diambil untuk meningkatkan keuntungan bisnis (Munandar *et al.*, 2018).

2.2 Pemasaran

Pemasaran adalah sekumpulan kegiatan dimana perusahaan dan organisasi lainnya mentransfer nilai-nilai antara mereka dengan pelanggannya. Kegiatan pemasaran banyak melibatkan aktivitas komunikasi. Pemasaran mencakup periklanan, penjualan dan pengiriman produk kepada konsumen atau bisnis lain. Tujuan dari pemasaran adalah tentunya untuk memaksimalkan keuntungan dengan membuat strategi

penjualan. Pemasaran tidak hanya tentang aktivitas beriklan namun juga mencakup berbagai aspek bahkan penentuan desain kemasan juga termasuk dalam strategi pemasaran (Mardiana, 2013).

2.3 Market Place

Marketplace adalah sebuah pasar elektronik yang melakukan kegiatan menjual dan membeli suatu barang ataupun jasa. *Marketplace* merupakan puncak dari *e-commerce*. *Marketplace* biasanya mempunyai sistem tersendiri yang dapat mengatur ratusan bahkan jutaan produk yang ingin dijual maupun di beli. Di dalam *marketplace* terdapat toko online yang didalamnya terdapat program *e-commerce* yaitu *cart* dimana pembeli tidak harus menghubungi pemilik toko tersebut terlebih dahulu. Contoh dari *marketplace* mulai dari yang paling sederhana adalah FJB Kaskus, Craigslist & OLX. *Marketplace* dapat dedinisikan sebagai website atau aplikasi online yang memfasilitasi proses jual beli dari berbagai toko. *Marketplace* memiliki konsep yang kurang lebih sama dengan pasar tradisional. Pada dasarnya, pemilik *marketplace* tidak bertanggung jawab atas barang-barang yang dijual karena tugas mereka adalah

menyediakan tempat bagi para penjual yang ingin berjualan dan membantu mereka untuk bertemu pelanggan dan melakukan transaksi dengan lebih simpel dan mudah. Kemudian setelah menerima pembayaran, penjual akan mengirim barang ke pembeli. Salah satu alasan mengapa *marketplace* terkenal adalah karena kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan. Banyak yang menggambarkan online *marketplace* seperti *department store* (Yustiani dan Yunanto, 2017).

3. METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari beberapa tahapan, yaitu: (1) Melakukan Identifikasi masalah yang dihadapi oleh UMKM terkait pembukuan dan pemasaran. Pada tahapan ini dimulai dari pembentukan WA Grup, melalui grup ini dilakukan tanya jawab sekitar pemahaman UMKM terkait pembukuan dan pemasaran. Pembukuan dalam hal ini adalah pencatatan keuangan usaha yang benar, dan pemasaran dalam hal ini adalah pemasaran melalui platform digital yaitu Tokopedia. (2) Memberikan pendampingan terkait pencatatan keuangan usaha melalui daring (zoom

meeting). Pemberian materi ini terdiri dari pembukuan sederhana, perhitungan hpp sampai dengan penyusunan laporan keuangan. (3) Memberikan pelatihan pemasaran melalui *marketplace*. Dalam kegiatan ini para UMKM diberi pelatihan cara melakukan penjualan menggunakan platform Tokopedia. (4) Melakukan monitoring berkaitan dengan hasil pendampingan yang telah dilakukan. Pada tahapan ini dilakukan wawancara dan diskusi tentang permasalahan yang dihadapi UMKM yang selanjutnya akan menjadi data awal yang dapat digunakan untuk kegiatan selanjutnya. (5) Melakukan evaluasi kegiatan dan keberlanjutan program agar UMKM yang masih kurang paham dan menghadapi masalah dalam terkait pencatatan keuangan usaha dan penjualan produk dengan menggunakan *marketplace* menjadi lebih memahami dan mendapatkan solusi permasalahan yang dihadapi.

Indikator keberhasilan kegiatan pengabdian ini dilihat adanya pemahaman tentang pencatatan keuangan usaha dan UMKM telah melakukan pemasaran atau penjualan produk menggunakan *marketplace* di Tokopedia.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Kegiatan

Kegiatan pendampingan yang dilakukan pada UMKM Pakem Happy dilakukan dalam beberapa tahap berikut:

1. Tahap I : Identifikasi Masalah

Kegiatan ini dilakukan pada bulan November 2021. Dalam tahap ini dilakukan identifikasi permasalahan yang dihadapi UMKM berkaitan dengan pencatatan keuangan dan penjualan bagi pelaku UMKM. Hasil dari identifikasi masalah ini adalah masih banyak UMKM yang belum sepenuhnya melakukan pencatatan keuangan dan belum ada pemisahan dengan keuangan pribadi. Permasalahan lain adalah mereka dalam melakukan penjualan belum memanfaatkan platform digital. Gambar 1 berikut merupakan dokumentasi identifikasi permasalahan UMKM.



Gambar 1. Identifikasi masalah

2. Tahap II: Memberikan materi terkait pendampingan terkait pencatatan keuangan usaha. Dan memberikan materi terkait penjualan produk dengan menggunakan market place Tokopedia.
3. Tahap III: Melakukan monitoring berkaitan dengan hasil pendampingan pada pencatatan keuangan usaha dan penjualan produk dengan menggunakan market place yang telah dilakukan oleh UMKM. Pada tahap ini dapat diketahui bahwa UMKM di paguyuban Pakem Happy pada umumnya telah melakukan pencatatan keuangan secara sederhana yang menunjukkan adanya kas masuk dan kas keluar. Namun demikian, catatan itu sebatas catatan secara harian atau temporer saja tetapi tidak direkap. Kondisi tersebut menggambarkan bentuk pencatatan keuangan yang masih sangat sederhana. Untuk penjualan produk menggunakan market place Ada beberapa UMKM yang telah membuka toko di tokopedia tetapi hasilnya belum optimal. Untuk penjualan produk menggunakan market place sudah ada beberapa UMKM yang telah membuka toko

di tokopedia tetapi hasilnya belum optimal.

4. Tahap IV: Melakukan evaluasi kegiatan dan keberlanjutan program. Berdasarkan hasil dan pembahasan pengabdian masyarakat dapat diketahui bahwa pengabdian yang dilakukan telah berhasil. Kriteria yang digunakan untuk mengukur keberhasilan pengabdian menggunakan kriteria ketrampilan dimana para pelaku UMKM di paguyuban Pakem Happy telah mampu membuat pencatatan keuangan usaha dan mampu melakukan penjualan produk melalui *marketplace* di Tokopedia.

Kegiatan ini dilakukan pada bulan Februari 2022. Pemberian materi dalam kegiatan ini dilakukan secara virtual melalui zoom yang diikuti oleh 12 UMKM. Peserta diberi kesempatan untuk melakukan tanya jawab dan diskusi dengan dosen pendamping. Gambar 2 merupakan dokumentasi pelaksanaan pemberian materi.



Gambar 2. Pelaksanaan pendampingan pencatatan keuangan

4.2 Luaran yang Dicapai

Setelah dilakukan pelatihan dengan memberikan materi pencatatan keuangan usaha dan pemasaran dengan menggunakan market place Tokopedia, sehingga UMKM memiliki pemahaman dan kemampuan untuk:

1. Melakukan pencatatan keuangan usaha
2. Menyusun laporan keuangan
3. Melakukan penjualan produk dengan menggunakan market place Tokopedia

4.3 Rencana Tahapan Berikutnya

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan pada tahap ini, maka rencana tahapan berikutnya terkait dengan pencatatan keuangan dan pemasaran pada UMKM Pakem Happy adalah:

1. Memberikan pendampingan untuk menyusun pencatatan keuangan usaha dan pelaporan keuangan.
2. Melakukan pendampingan pada UMKM untuk menggunakan aplikasi Tokopedia dalam menjual produk. Deskripsikan hasil penelitian dalam bentuk table atau gambar jika ada dan secara naratif. Pembahasan berisi tentang intepretasi dari hasil penelitan bukan merupakan repetisi dari penelitian sebelumnya.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dalam pelatihan pencatatan keuangan adalah sebagai berikut: (1) Para pelaku UMKM di paguyuban Happy pada umumnya telah melakukan pencatatan keuangan secara sederhana yang menunjukkan adanya kas masuk dan kas keluar. Namun demikian, catatan itu sebatas catatan secara harian atau temporer saja tetapi tidak direkap. Kondisi tersebut menggambarkan bentuk pencatatan keuangan yang masih sangat sederhana. (2) Salah satu UMKM yang telah menjadi percontohan ditingkat pemkot dan aktif dalam setiap kegiatan pameran dan pelatihan yang difasilitasi oleh Pemerintah Kota Surabaya. UMKM tersebut adalah UMKM “Rumah Aqisa Rosella”. Pelaku UMKM tersebut juga menjadi koordinator pada paguyuban UMKM Happy. UMKM ini telah mencatat secara lengkap transaksi-transaksi keuangannya sehingga mempunyai laporan keuangan dan telah memiliki hak paten dan telah terdaftar sebagai wajib pajak. (3) Dengan adanya pelatihan dan pendampingan dalam pencatatan keuangan UMKM,

diharapkan para pelaku UMKM semakin mudah untuk mengembangkan usahanya sehingga dapat digunakan sebagai sumber mata pencahariannya.

Kesimpulan untuk pelaksanaan penjualan produk melalui *marketplace* dengan platform digital tokopedia adalah: (1) Ada beberapa UMKM yang telah membuka toko di tokopedia tetapi hasilnya belum optimal. Kondisi tersebut dikarenakan, menurut mereka mengoperasikan platform digital ini ruwet dan ribet. Mereka belum terbiasa sehingga mereka mengalami kesulitan. Selain itu juga ada yang mau mengganti nama tokonya karena produknya sudah berkembang tetapi belum bias dilakukan. Ada beberapa UMKM yang belum punya toko di tokopedia tetapi tertarik untuk membuka toko di tokopedia. (2) Penjualan produk melalui market place dengan platform digital di tokopedia kedepannya memang sangat diperlukan oleh para pelaku UMKM. Ketertarikan UMKM terhadap platform tersebut juga tinggi, akan tetapi kemampuan sumberdaya manusianya masih sangat terbatas. Oleh karena itu, bentuk pendampingan secara kontinyu sangat dibutuhkan oleh para pelaku UMKM. Tokopedia juga menawarkan adanya pendampingan pada awal pembukaan

toko. Tetapi pendampingan itu hanya bersifat temporer saja. Jadi, ibu-ibu pelaku UMKM harus terus membiasakan dirinya untuk menjual barang secara online. (3) Pelatihan dan pendampingan UMKM untuk menjual produknya melalui *marketplace* platform digital di tokopedia masih sangat diperlukan oleh para pelaku UMKM. Selain itu, UMKM juga harus terus berupaya dan tidak pantang menyerah untuk mengupgrade kemampuan sumber daya manusianya dalam mengoperasikan tokonya di platform digital.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kami ucapkan kepada (1) Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya, yang memfasilitasi pengabdian masyarakat sebagai pemenuhan salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi. (2) Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) STIESIA yang telah mengkoordinasikan pelaksanaan kegiatan pengabdian dengan mitra paguyuban UMKM Happy. (3) Mitra usaha paguyuban UMKM Happy yang telah meluangkan waktu dan memberikan kesempatan menjadi mitra UMKM dalam pengabdian masyarakat.

DAFTAR PUSTKA

- Andarsari, P. R., dan Dura, J. (2018). Implementasi Pencatatan Keuangan pada Usaha Kecil dan Menengah (Studi pada Sentra Industri Kripik Tempe Senan di Kota Malang). *Jurnal JIBEKA*, 12(1): 59-64. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v12i1.16>.
- Fatwitawati, R. (2018). Pengelolaan Keuangan bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kelurahan Airputih Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *Prosiding Sembadha*. 1(1): 225-229.
- Gunaedi, J., Nastiti, H., dan Wijaya, S. Y. (2018). UKM Pembukuan Akuntansi Sederhana. *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat ISBN: 978-602-73114-5-9* <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/pkm/article/view/57>
- Mardiana, S. (2013). Peranan Komunikasi Pemasaran dalam Membentuk Perilaku Konsumen. *Lontar: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 40-46. <https://doi.org/10.30656/lontar.v2i2.347>
- Manoppo, W. S., dan Pelleng, F. A. O. (2018). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan dengan Teknik Pembukuan Sederhana bagi Pelaku Usaha UMKM di Kecamatan Malayang Kota Manado Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 7(2): 6-9. <https://doi.org/10.35797/jab.v7.i2.6-9>.
- Mukoffi, A., dan Sulistiyowati, Y. (2019). The Role of Financial Accounting Standards for Small And Medium Micro Economic Sectors: Case Studies In Lowokwaru District, Malang. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478)*, 8(3): 17-23. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v8i3.202>
- Munandar, A., Meita, I., dan Putritanti, L. R. (2018). Pelatihan Pembukuan dan Pencatatan Keuangan Sederhana kepada Siswa/i Yayasan Prima Unggul. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 24(1), 527-532. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v24i1.8944>.

- Mutiah, R. A. (2019, Agustus 26). Penerapan Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM Berbasis SAK EMKM. *International Journal of Social Science and Business*. 224, 225.
- Nilasari, B. M., Anggraini, S. I., Alisa, I. A., dan Risqiani, R. (2021). Pelatihan Pembukuan bagi Pelaku UMKM yang Tergabung dalam Forum UMKM IKM Kecamatan Tajur Halang-Bogor. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMIN)*, 3(1): 96-102. <https://doi.org/10.25105/jamin.v3i1.8776>.
- Silvia, B., dan Azmi, F. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Pengusaha UMKM terhadap Laporan Keuangan Berbasis SAK EMKM. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*. 17(1): 57-73. <https://doi.org/10.31603/bisnisekonomi.v17i1.2745>.
- Susanti, R. N., dan Khabibah, N. A. (2021). Implementasi Pencatatan Laporan Keuangan pada Usaha Kecil dan Menengah (Studi pada Sentra UKM Kopitas di Kabupaten Temanggung). *Jurnal Syntax Transformation*. 2(4): 524-531. <https://doi.org/10.46799/jst.v2i4.254>.
- Tanan, C. I., dan Dhamayanti, D. (2020). Pendampingan UMKM dalam Pengelolaan Keuangan Usaha Guna Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Distrik Abepura Jayapura. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*. 1(2): 173-184. <https://doi.org/10.37680/amalee.v1i2.408>.
- Yustiani, R. dan Yunanto, R. (2017). Peran *Market Place* sebagai Alternatif Bisnis di Era Teknologi Informasi. *Jurnal Ilmiah dan Informastika (KOMPUTA)*, 6(2): 43-48.