

## Workshop Peningkatan UMKM Melalui Pengelolaan Keuangan Dan Pemasaran di Desa Balongsari

Ajat Sudrajat<sup>1</sup>, Liya Megawati<sup>2</sup>, Daud Munasto<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Singaperbangsa Karawang

e-mail: \*<sup>1</sup>ajat.sudrajat@fe.unsika.ac.id, <sup>2</sup>liya.mega@fe.unsika.ac.id, <sup>3</sup>daud.munasto@fb.unsika.ac.id

### Abstrak

Pengembangan UMKM perlu terobosan dalam meningkatkan usaha melalui pembahasan pengelolaan keuangan dan pemasaran yang harus dilakukan para pelaku UMKM melalui pelaksanaan workshop dengan tujuan untuk memberikan pemahaman dan pelatihan kepada para pemilik UMKM dalam hal pengelolaan keuangan dan pemasaran. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Kamis Tanggal 28 Oktober 2021 melalui kegiatan yang dilakukan secara tatap muka dengan peserta para UMKM yang ada di Desa Balongsari Kecamatan Rawamerta kabupaten Karawang. Peserta dari kegiatan ini berjumlah 50 orang dari jumlah keseluruhan para pelaku UMKM sebanyak 190 orang. Hasil dari kegiatan ini adalah meningkatnya pemahaman Para pelaku UMKM tentang konsep pengelolaan keuangan dan pemasaran dalam pengembangan UMKM.

**Kata kunci :UMKM, Pengelolaan Keuangan, Pemasaran**

### *Abstract*

*MSME development needs a breakthrough in increasing business through discussion of financial management and marketing that must be carried out by MSME executors through the implementation of workshops to provide understanding and training to MSME owners in terms of financial management and marketing. This activity was held on Thursday, October 28th, 2021 through face-to-face activities with MSME participants in Balongsari Village, Rawamerta District, Karawang Regency. Participants in this activity amounted to 50 people from the total number of MSME executors of 190 people. The result of this activity is an increase in understanding of MSME executors about the concept of financial management and marketing in MSME development.*

**Keyword: MSME, Financial Management, Marketing**

---

## 1. PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) adalah salah satu bagian yang penting dalam perekonomian suatu negara. Usaha mikro memiliki peranan penting dalam memajukan perekonomian di Indonesia. Pentingnya usaha mikro membuat negara terus berupaya untuk mengembangkan usaha mikro. (Safitri dan Setiaji, 2018). Sebuah usaha memerlukan pengembangan untuk memperluas dan mempertahankan usaha tersebut agar dapat bertahan dan berjalan dengan baik. (Arniati Iasoma, 2021). Oleh karena itu, pemerintah terus berupaya dalam mengembangkan UMKM agar perekonomian nasional tetap stabil. Pemerintah memberikan perhatian yang sangat besar kepada UMKM yaitu dengan program-program yang dapat membantu para pelaku UMKM agar dapat menumbuh kembangkan UMKM yang ada di Indonesia. Meskipun dukungan pemerintah sangat besar kepada UMKM untuk menjadi berhasil dan berkembang akan tetapi masih banyak kendala yang dihadapi.

Persaingan usaha dewasa ini semakin ketat dalam meraih pangsa pasar yang ditentukan guna mengembangkan usaha yang dijalankan. Faktor – faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha, terdapat salah satu diantara adalah modal usaha dan strategi pemasaran. Artinya modal usaha dan strategi pemasaran adalah hal yang penting untuk diperhatikan dalam mengembangkan suatu usaha. (Widjadja,dkk,2018). Upaya menarik simpati konsumen selalu dilakukan para pengusaha mulai dari proses pembuatan produk sampai ke arah pemasaran yang akan dilakukan serta tidak lepas dari perhatian akan kualitas produk yang ditawarkan dan pelayanan yang diberikan. Para pelaku usaha memberikan pelayanan kepada para pelanggannya untuk terus memberikan kepuasan melalui inovasi dan pengembangan produk yang lebih berkualitas. (Arjuna, 2020). Hal tersebut merupakan salah satu upaya yang dilakukan guna pengembangan usaha dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan serta guna memenangkan persaingan usaha, ini tentunya dilakukan oleh semua unit usaha termasuk unit mikro kecil dan menengah (UMKM) yang berada di wilayah pedesaan khususnya di desa Balongsari. Pertumbuhan para pelaku usaha di Desa Balongsari begitu pesat dengan jumlah pelaku usaha sebanyak 190 orang (Desa Balongsari, 2021) dengan berbagai produk yang dijual baik yang bersifat penajakan makanan, kerajinan maupun jasa yang ditawarkan. Animo masyarakat yang tinggi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah selalu menemui kendala dalam menjalankan usahanya seperti kendala permodalan, masalah dalam hal pemasaran produk dan lain sebagainya. Masalah ini bila tidak mendapatkan penanganan yang cepat akan berdampak besar bagi pengembangan UMKM, oleh karna itu diperlukan solusi yang tepat dalam mengatasi masalah tersebut.

Demikian juga dengan UMKM yang ada di Desa Balongsari menghadapi kendala dalam menjalankan usahanya, diantaranya kurangnya modal usaha, kurangnya pemahaman mengenai pengelolaan keuangan, dan kurangnya pengetahuan mengenai pemasaran produknya. Dari aspek pengelolaan keuangan kebanyakan pelaku UMKM belum bisa memisahkan antara uang milik pribadi dan uang milik usahanya. kemudian tidak dilakukannya pencatatan keuangan karena kurang pahamiannya akan pengetahuan tersebut, dan banyak juga yang menganggap rumit. Sehingga hal ini mengakibatkan tidak diketahuinya secara pasti pendapatan dan pengeluarannya. Pengelolaan keuangan penting dilakukan pada UMKM agar terus meningkat. Banyak kegiatan mikro mengalami kegagalan atau bangkrut dikarenakan tidak mampu mengelola keuangan dengan baik. (Layyinaturrobaniyah dan Muizu,2017). Bisnis UMKM yang keuangannya dikelola dan diinformasikan secara transparan dan akurat akan memberikan dampak positif terhadap bisnis UMKM itu sendiri. Dampak positif keuangan inilah yang menjadi suatu faktor kunci keberhasilan UMKM dan dapat digunakan untuk mempertahankan keberlanjutan usahanya (LD Gadi Djou, 2019).

---

Selain dalam pengelolaan keuangan hal yang harus diperhatikan adalah mengenai strategi pemasaran bagi para pelaku usaha dalam memperkenalkan produk kepada konsumen terutama yang terkait dengan penggunaan teknologi dalam memasarkan produk guna meningkatkan pendapatan dan menjaga keberlangsungan usaha yang dijalankan. Dalam mengembangkan strategi pemasaran melalui bauran pemasaran terdiri dari 7p yaitu *product, price, place, promotion, prople, psyhycal evidence, dan process*. (Zeithaml dan Bitner dalam Ratih Hurriyatih, 2019). Selain itu, menurut yang mengatakan bahwa perkembangan teknologi dapat mempermudah kegiatan pemasaran melalui *e-commerce*. (Syuhada, 2013). Tujuan pemasaran adalah menghasilkan barang dan jasa yang bernilai tinggi sehingga dibutuhkan oleh konsumen agar mereka menyukai dan membelinya (Nuraisiah, 2021).

Selama ini UMKM yang ada di Desa Balongsari kurang memperhatikan strategi pemasaran pada usahanya. Pangsa pasar hanya masyarakat desa Balongsari, kemasan yang dipakai pun kurang menarik. Sehingga penjualan produk yang dihasilkan oleh UMKM masyarakat desa Balongsari belum maksimal. Hal ini kemungkinan diakibatkan oleh kurangnya pengetahuan para pelaku UMKM di Desa Balongsari. Dengan meningkatnya pemahaman para pelaku UMKM dalam hal pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran diharapkan dapat memaksimalkan keuntungan bagi usaha UMKM yang ada di Desa Balongsari.

## 2. METODE

Ada beberapa tahap yang dilakukan sebelum kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Tahap-tahap yang perlu dilakukan antara lain tahap persiapan, tahap pelaksanaan pelatihan dan metode pelatihan. Tahap-tahap tersebut akan dijelaskan sebagai berikut.

### 2.1 Tahap Persiapan yang dilakukan meliputi:

1. Penyusunan Tim Pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat. Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat terdiri atas 3 dosen yakni, Ajat Sudrajat, SE., MM, Liya Megawati, SE., MM, dan Dr. Drs. Daud Munasto, SH., MM.
2. Penentuan lokasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Pada tahap penentuan lokasi kegiatan, tim pelaksana melaksanakan survey keberap alokasi UMKM yang ada dan memungkinkan bias dilakukan kegiatan pengabdian.
3. Tahap pemantapan dan penentuan lokasi serta sasaran kegiatan. Setelah melaksanakan survey akhirnya diputuskan bahwa kegiatan pengabdian dilaksanakan di wilayah kota Karawang dengan sasaran para UMKM yang ada di Desa Balongsari Kecamatan Rawamerta kabupaten Karawang.
4. Penentuan waktu dan tempat kegiatan. Pada tahap ini disepakati bahwa waktu kegiatan dilaksanakan pada Hari Kamis, tanggal 28 Oktober 2021, dan dilaksanakan melalui tatap muka.
5. Penyusunan bahan/materi pelatihan. Pada tahap ini materi disusun dalam bentuk ppt yang akan diberikan kepada para peserta.
6. Pemberitahuan kegiatan kepada peserta. Pada tahap ini peserta yang direncanakan akan diberi undangan dan pemberitahuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

### 2.2 Tahap Pelaksanaan Workshop

Adapun tahapan dalam pelaksanaan workshop sebagai berikut :

1. Sesi pertama: Pada sesi ini pembicara pertama memberikan penjelasan terkait beberapa konsep mengenai pengelolaan keuangan.
2. Sesi kedua: Pada sesi ini pembicara kedua memberikan penjelasan mengenai hal terkait pemasaran.
3. Sesi ketiga memberikan simulasi pelatihan selain proses tanya jawab yang diberikan

### 2.3 Sasaran Kegiatan

Sasaran kegiatan pengabdian masyarakat ini ditujukan kepada para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang ada di Desa Balongsari guna memberikan pemahaman dalam hal pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran yang harus dilakukan dalam meningkatkan omzet penjualan.



Gambar 2.1



Gambar 2.2



Gambar 2.3



Gambar 2.4

---

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Realisasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat sebagai berikut :

#### 3.2 Persiapan Kegiatan

Ada beberapa persiapan yang dilakukan sebelum pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Beberapa persiapan yang dilakukan antara lain sebagai berikut:

- 1 Mendata seluruh pelaku UMKM yang berada di Desa Balongsari Kecamatan Rawamerta kabupaten Karawang yang akan dijadikan sasaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berbentuk Workshoppeningkatan UMKM melalui pengelolaan keuangan dan pemasaran.
- 2 Melakukan penyebaran undangan kepada para pelaku UMKM untuk menjadi peserta workshop.
- 3 Melakukan koordinasi dengan panitia kecil kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk persiapan kegiatan telah ditetapkan waktu dan tempat pelaksanaan yakni tanggal 28 oktober 2021 dan dilaksanakan secara tatap muka. Tempat kegiatan dilaksanakan Aula Kantor Desa Balongsari Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang.

#### 3.2 Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dideskripsikan sebagai berikut:

1. Pada tanggal 28 Oktober 2021 pukul 09.00 semua peserta memasuki ruangan yang telah disediakan tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat.
2. Acara seremonial di antaranya pembukaan, menyanyikan lagu Indonesia Raya, sambutan ketua panitia dan Kepala Desa.
3. Pemateri menyampaikan materi tentang teori yang berkaitan dengan konsep pengelolaan keuangan dan pemasaran.
4. Masing-masing pemateri diberi waktu kurang lebih 45 menit untuk menyampaikan materi.
5. Setelah materi selesai disajikan, para peserta diberi kesempatan untuk bertanya dan kemudian dilanjutkan kepada para pemateri untuk menanggapi pertanyaan tersebut.
6. Setelah semua pertanyaan mendapat tanggapan dari para pemateri dan sudah tidak ada lagi yang ingin disampaikan oleh peserta maka tepat pukul. 12.00 kegiatan pengabdian kepada masyarakat diakhiri dan ditutup.

Dari seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari penyampaian materi dan tanya jawab dapat dikatakan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk workshop peningkatan UMKM melalui pengelolaan keuangan dan pemasaran dapat terlaksana dengan baik. Hal ini dibuktikan dengan adanya respon positif dari seluruh peserta kegiatan mulai dari persiapan kegiatan dan pelaksanaan. Adapun beberapa hasil yang didapatkan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat di antaranya sebagai berikut:

1. Para pelaku UMKM mendapatkan pemahaman tentang konsep pengelolaan keuangan dan pemasaran.
2. Materi dan pengalaman yang didapatkan pesertaworkshop dapat dimanfaatkan dan dijadikan acuan untuk melakukan pengembangan pada UMKM yang ada di Desa Balongsari Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang.
3. Dengan adanya workshop peningkatan UMKM melalui pengelolaan keuangan dan pemasaran yang pesertanya merupakan para pelaku UMKM ada di Desa Balongsari Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang dapat meningkatkan jalinan kerjasama antara civitas

---

akademika Singaperbangsa karawang dengan aparat Desa Balongsari dalam pengembangan UMKM di desa tersebut.

4. Adanya keinginan dan dorongan dari pihak Kepala Desa untuk menindaklanjuti hasil kegiatan ini dalam rangka meningkatkan UMKM seperti mendapatkan izin produksi, label halal produk dan lain - lain.

#### 4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengamatan selama kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk workshop peningkatan UMKM melalui pengelolaan keuangan dan pemasaran dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut.

1. Kegiatan workshop berjalan dengan lancar sesuai dengan perencanaan.
2. Kegiatan pelatihan memberikan banyak manfaat untuk para Pelaku UMKM yang di antaranya adalah menambah pengetahuan tentang konsep pengelolaan keuangan dan pemasaran.
3. Hasil dari kegiatan pelatihan dapat diaplikasikan oleh para pelaku UMKM untuk melakukan pengembangan pada UMKM yang ada di Desa Balongsari Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang melalui pemanfaatan secara optimal aplikasi pembukuan kas secara online, optimalisasi media internet seperti facebook, instagram, what app sebagai alat untuk melakukan promosi penjualan produk UMKM

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih ini kami berikan kepada :

1. Kepala desa dan aparat desa Balongsari kecamatan rawamerta yang telah memfasilitasi terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat mengenai usaha mikro, kecil, dan menengah.
2. Para pelaku usaha UMKM yang berkenan hadir dengan antusias dalam mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat ini.
3. Perwakilan mahasiswa yang sudah membantu kelancaran terkait kegiatan pengabdian masyarakat ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Safitri & Setiaji. 2018. Pengaruh Modal Usaha dan Karakteristik Wirausaha terhadap Perkembangan Usaha Mikro dan Kecil di Desa Kedungleper Kecamatan Bangsai Kabupaten Jepara. *Economic Education analysis Journal*, 7(2), 792-800
- [2] Arniati Iasoma. 2021. Pengaruh Modal Usaha dan Strategi Pemasaran terhadap Pengembangan Usaha Mikro di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango. *Finansha-Journal of Sharia Financial Management Volume 2 Nomor 2* hal 45-60.
- [3] Widjadja, Y.R, Alamsyah D.P, dkk. 2018. Peranan Kompetensi SDM UMKM dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Desa Cilayung Kecamatan Jatinangor, Sumedang. *Jurnal Abdimas BSI, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3).
- [4] Arjuna, L.H. 2020. The Effect Marketing Mix To Word Decision of Muslim Consumers In Travelug. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. 6(2), 246-250.
- [5] Data Desa Balongsari Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang. 2021

- 
- [6] Layinginaturrobaniyah dan Muizu, W.O.2017. Pendampingan Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Di Desa Purwadadi Barat dan Pasirbungur Kabupaten Subang. *Pekbis Jurnal*, 91-103
- [7] Gadi Djou, LD. 2019. Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan, dan Kepribadian Terhadap Perilaku Pengelolaan keuangan UMKM Di Kabupaten Ende. *Jurnal Magisma*, 7(2).
- [8] Hurriyati, R. (2019). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (cetakan 2). ALFABETA, CV.
- [9] Syuhada, Ahmad Ashori muslim dan Windi Gambetta. 2013. Online marketplace for Indonesian Micro Small and Medium Enterprises Based on Social Media. *ProcediaTeknologi* 11, 446- 454.
- [10] Nuraisiah, R. 2021. Pengaruh Penerapan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Home Industri Di Kota Cilegon Provinsi Banten. *Jurnal Management dan Bisnis*, 3(01),65-81.