

**COACHING MARKETING ONLINE DAN PENCATATAN KEUANGAN
TERPADU USAHA MIKRO DAN KECIL MENENGAH (UMKM)
PADA YAYASAN TUGAS IBU TANGERANG SELATAN**

Dewi Pudji Rahayu, Deni Adha Akbari

Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

Email: dewirahayu@uhamka.ac.id

Diterima: 1 Maret 2018, Direvisi: 5 Maret 2018, Disetujui: 15 Maret 2018

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang marketing *online* dan pencatatan akuntansi sehingga mendukung kegiatan usaha ibu-ibu yang tergabung dalam Yayasan Tugas Ibu (YTI) di Tangerang Selatan. Di samping pelatihan juga dilakukan monitoring dan evaluasi untuk memastikan tingkat kemampuan mereka dalam mengaplikasikan pengetahuan yang telah mereka pelajari. Kegiatan ini diikuti oleh 20 peserta para pelaku Usaha Mikro dan Kecil Menengah (UMKM) yang tergabung di YTI maupun partner YTI yang telah memiliki usaha. Peserta sangat antusias dengan materi yang diberikan. Peserta mengaku mendapat banyak manfaat dari kegiatan ini dan ingin agar acara yang sama bisa dilakukan kembali dengan materi lanjutan. Peserta memahami arti pentingnya laporan keuangan yang sistematis dalam menunjang usaha yang mereka lakukan.

Kata kunci: marketing *online*, pencatatan keuangan, Usaha Mikro dan Kecil Menengah (UMKM)

ABSTRACT

This Community devotion activities aim to purpose given understanding about online marketing and accounting recording so to support the business activities to mothers that are joined in Yayasan Tugas Ibu (YTI) in Tangerang South. Besides to training, monitoring and evaluation are also to ensure level their ability to apply the knowledge which they have learned. This activity is followed by twenty Micro business and Small Medium Enterprises (MSMEs) that incorporated of YTI as well YTI partners who already owns the business. Participants are very enthusiastic with the given material. Participants admitted to many benefits of this activity and for the event the same to can be done again with advanced materials. Participants understand its importance that systematic in supporting their business.

Keywords: *online marketing, financial recording, Micro and Small Medium Enterprises (MSMEs)*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi membawa dampak positif bagi para pelaku usaha, termasuk UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Adanya berbagai media sebagai manifestasi dari teknologi seperti website, facebook (FB), instagram, youtube, berbagai toko *online* membuat para pengusaha dapat mempermudah para pengusaha dalam mengembangkan usahanya tanpa batas ruang dan waktu. Selain itu industri logistik saat ini juga menjamur di mana-mana sehingga memudahkan proses pengiriman barang ke berbagai tempat.

Hal inilah kemudian yang menyebabkan pengguna media elektronik kian banyak. Tercatat pengguna media elektronik menyentuh 3,8 milyar dan untuk di Indonesia sendiri sejumlah 83,7 juta. Angka ini, dilihat dari perspektif bisnis, tentunya merupakan potensi pasar yang sangat menjanjikan. Karenanya, merupakan kesalahan besar jika para usaha, termasuk UMKM, tidak memanfaatkan potensi ini. *Marketing online* adalah sarana yang sangat efektif dan efisien untuk digunakan sebagai sarana promosi. *Marketing online* meliputi elemen marketing yang lebih mendalam dibanding tujuan sistem pemasaran tradisional (<https://www.techopedia.com/definition/26363/online-marketing>). Melalui media *online*, para pelaku usaha dapat melakukan transaksi dengan berbagai pihak, kapanpun dan di manapun sehingga semuanya berjalan lebih efektif dan efisien (Amirwansyah, 2012).

Namun demikian, seiring dengan makin mudahnya pengembangan usaha melalui dunia online ini, para pelaku usaha juga dituntut untuk berbenah diri. Banyak pelaku usaha, terutama UMKM yang belum tau cara mengelola usahanya secara profesional sehingga dapat meningkat lebih baik. Salah satu kelemahan utamanya adalah tidak adanya pencatatan yang baik. Pengusaha kecil umumnya tidak memiliki pencatatan yang baik atas kegiatan usaha yang dilakukan, khususnya berkaitan dengan kepentingan pihak eksternal (Sisca Ayu, 2011). Padahal, sistem pencatatan operasional kegiatan ini sangat mendukung manajemen asset untuk meningkatkan lahan usaha dan meminimalisasi resiko usaha. Kendati ada yang membuat pencatatan, semuanya masih sangat sederhana/konservatif (Modigliani dan Miller, 1958).

Berdasarkan hal di atas, maka penting dilakukan pelatihan bagi UMKM untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam mengembangkan usaha. Pengabdian kepada masyarakat ini mengambil lokasi di Tangerang Selatan. Tangerang Selatan sebagai kota penopang Ibukota merupakan pasar barang dan jasa yang amat potensial karena Tangerang Selatan terkhusus daerah Pondok Aren adalah daerah pemukiman masyarakat yang tergusur dari Ibukota. Namun di sisi lain di daerah ini masih banyak pengangguran, terutama adalah para ibu rumah tangga. Kebanyakan dari mereka tidak memiliki ketrampilan dan memiliki pendidikan yang rendah. Atas keprihatinan itulah Yayasan Tugas Ibu memberikan tambahan keterampilan pada para perempuan yang sebagian besar perempuan tersebut, mulai dari keterampilan membuat makanan, kue, makanan ringan sampai *hand made* melalui Sekolah Ibu (SI). SI ini sudah beroperasi sejak tahun 2008 dengan jumlah siswa sekitar 100 orang dan telah meluluskan 12 angkatan. Ibu-ibu yang tergabung dalam YTI ada beberapa yang sudah eksis usahanya dan mulai mencoba memasarkan produk ke pasar yang lebih luas.

PERMASALAHAN MITRA DAN PENENTUAN PRIORITAS MASALAH

Alumni Sekolah Ibu (SI) diantara sudah mulai membuka peluang usaha dengan membuat kue yang mereka jajakan di sekitar rumah mereka dan pesanan dari tetangga dekat ataupun jauh. Akan tetapi mereka memiliki keterbatasan, diantaranya adalah keterbatasan segmen pasar. Mereka tidak mampu menjangkau pasar yang lebih jauh dari sekitar mereka karena berbagai kendala. Padahal produk yang mereka buat cukup bagus dan kompetitif. Hal ini membuat usaha mereka sulit berkembang. Mereka juga punya keterbatasan modal sehingga tidak mampu mendirikan/menyewa toko untuk memamerkan dagangan mereka. Masalah lainnya adalah mereka juga tidak mempunyai kemampuan dalam pengelolaan keuangan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka teretuslah program “*Coaching* Makaroni dan Putu (*Marketing Online* dan Pencatatan Keuangan Terpadu UMKM) Yayasan Tugas Ibu, Pondok Aren, Tangerang Selatan” sebagai bagian dari solusi dari permasalahan yang dihadapi ibu-ibu alumni Sekolah Ibu yang usahanya sudah eksis. Bertolak dari analisis situasi ini, perumusan masalah yang diajukan sebagai berikut: (1)

Bagaimana pemahaman para alumni SI terhadap strategi marketing secara *online*? (2) Bagaimana cara termudah dan terpraktis dalam mengembangkan usaha? (3) Bagaimana pemahaman para alumni SI terhadap konsep pencatatan usaha?

METODE PELAKSANAAN

Metode yang akan digunakan dalam mengatasi permasalahan yang telah dirumuskan adalah dengan metode pendekatan pemberian informasi dalam bentuk *coaching*, pelatihan intensif dan *workshop* yang diselenggarakan yang kemudian dilanjutkan dengan program evaluasi, *coaching*, dan monitoringnya.

Tabel. 1
 Rencana Pelaksanaan dan Monev *Coaching Marketing Online* dan Pencatatan Akuntansi

<i>Coaching marketing online</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat akun di facebook, fanspage dan grup - Membuat banner promosi menggunakan canva - Membuat header facebook, youtube dan blogger - Penugasan: fanspage yang dibuat dikembangkan dan harus mendapatkan <i>like</i> yang banyak. Yang terbanyak akan mendapatkan hadiah
<i>Coaching</i> pencatatan keuangan berbasis android	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat pencatatan keuangan sederhana, menggunakan android menggunakan <i>software</i> Akuntansi UKM - Dapat membuat jurnal transaksi - Dapat mengetahui laba atau rugi usaha - Penugasan: mencatat dalam <i>software</i> seluruh transaksi yang terjadi selama tanggal 20 sampai tanggal 27 Januari 2018
Monitoring dan Evaluasi marketing <i>online</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Pembahasan penugasan dan penentuan pemenang yang mendapatkan <i>like</i> paling banyak. - Materi tentang <i>maintanance</i> fanspage dan membuat fanspage kita dilihat oleh sasaran marketing - Membuat nama usaha yang bagus dan <i>marketable</i> berbasis data internet dan mengurus HKI
Monitoring dan Evaluasi Pencatatan Keuangan dengan android	<ul style="list-style-type: none"> - Pembahasan tugas dan tanya jawab tugas dan memberikan <i>reward</i> untuk yang terkonsisten membuat jurnal setiap hari, - Mengubah dan menambah akun akuntansi pada <i>software</i> - Membaca laporan keuangan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Acara *coaching* ini dilaksanakan dengan sukses dan lancar. Jumlah peserta yang hadir pada hari pertama sebanyak 19 orang, satu orang membatalkan mendadak karena sakit. Sedangkan pada acara kedua jumlah peserta 17 orang. Tapi ada tambahan 2 orang peserta baru sehingga genap menjadi 19 orang. Kegiatan *coaching* dilaksanakan pada Sabtu, 20 Januari 2018 dan kegiatan monitoring dan evaluasi pada tanggal 27 Januari 2018, bertempat di CJ Tomyum. Adapun susunan acaranya sebagai berikut:

Tabel.2
 Susunan Acara

No	Jam	Mata Acara	Rundown Acara
Tanggal 20 Januari 2018			
1	07.30- 08.00	Pembukaan	Perwakilan dari YTI
2	08.30 -09.00	<i>Ice Breaking</i>	Deni A. dan Dewi PR
3	09.00 – 11.00	<i>Coaching marketing online</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat akun di facebook, fanspage dan grup - Membuat banner promosi menggunakan canva - Membuat header facebook, youtube dan blogger - Penugasan: fanspage yang dibuat dikembangkan dan harus mendapatkan like yang banyak. Yang terbanyak akan mendapatkan hadiah
4	11.00 – 13.00	<i>Coaching Pencatatan keuangan berbasis android</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat pencatatan keuangan sederhana, menggunakan android menggunakan <i>software</i> akuntansi UKM - Dapat menjurnal transaksi - Dapat mengetahui laba atau rugi usaha - Penugasan: mencatat dalam <i>software</i> seluruh transaksi

			yang terjadi selama tanggal 20 sampai tanggal 27 Januari 2018
5	Penutupan		Dewi PR
Tanggal 27 Januari 2018			
1	08.00 -08.30	Pembukaan	Dewi PR
2	08.30- 09.00	<i>Review</i> materi sebelumnya	Deni dan Dewi
3	09.00-10.30	Monitoring dan evaluasi marketing <i>online</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Pembahasan penugasan dan penentuan pemenang yang mendapatkan like paling banyak. - Materi tentang <i>maintanance</i> fanpage dan membuat fanspage kita dilihat oleh sasaran marketing - Membuat nama usaha yang bagus dan marketable berbasis data internet dan mengurus HKI
4	09.30 – 12.00	Monitoring dan evaluasi pencatatan keuangan dengan android	<ul style="list-style-type: none"> - Pembahasan tugas dan tanya jawab tugas dan memberikan <i>reward</i> untuk yang terkonsisten membuat jurnal setiap hari, - Mengubah dan menambah akun akuntansi pada <i>software</i> - Membaca laporan keuangan
5	12.00 – 12.10	Penutupan	Ketua YTI

Adapun hasil dari pelaksanaan dan evaluasi didapatkan data sebagai berikut:

Tabel.3
 Hasil Kuisisioner Marketing Online

NO.	PERTANYAAN	PASCA		
		1	2	3
1	Peserta kurang paham untuk menggunakan marketing online dalam berdagang	41,7%	25%	33,3%
2	Peserta mengenalkan produk melalui <i>off line</i> atau melalui orang perorang, bukan <i>online</i>	29,2%	16,7%	54,2%
3	Peserta tidak pernah menyiapkan segala hal untuk mengenalkan usahanya kepada pihak lain atau masyarakat lebih luas	21,7%	43,5%	34,8%
4	Peserta merasa kurang berkembang omzetnya secara signifikan	8,3%	29,2%	62,5%
5	Banyak pelanggan baru yang menanyakan produk saya	4,2%	33,3%	62,5%
6	Saya tidak mampu memenuhi pesanan pelanggan karena banyaknya pesanan	37,5%	29,2%	33,3%
7	Saya selalu berinovasi menarik pembeli dengan produk yang baru	4,2%	29,2%	66,7%
8	Saya selalu berinovasi dengan memberikan informasi (marketing) terhadap produk saya	0	25%	75%
9	Setiap hari jumlah pembeli bertambah	8,3%	50%	41,7%

Sumber: Data Olahan

Keterangan:

1= Selalu 2= kadang-kadang 3= Tidak Pernah

Dari hasil kuisisioner tersebut dapat dijelaskan bahwa setelah dilakukan *coaching* peserta telah:

1. Peserta yang paham terhadap materi marketing *online* yang diberikan sebesar 42%, 25% agak paham dan sisanya kurang paham.
2. Peserta telah meninggalkan marketing *off line* dan telah berpindah ke marketing *online* sebanyak 54%, 29% masih menggunakan *off line*.

3. Peserta sudah mulai menyiapkan segala hal untuk mengenalkan usaha sebesar 35%, 44% terkadang menyiapkan terkadang tidak. Sisanya hanya foto saja, tanpa mengetahui teknik foto yang baik.
4. Peserta merasa omzetnya membaik sebesar 62% setelah seminggu melakukan pelatihan karena telah mengetahui teknik mengenalkan produk, dan 8% tidak ada pengembangan omzet.
5. Sebanyak 62% peserta merasa calon pembeli baru menanyakan produknya
6. Sebanyak 33% peserta merasa selalu bisa memenuhi pesanan pelanggan, 37% sudah tidak mampu memenuhi pesanan pembeli, sisanya kadang-kadang bisa memenuhi terkadang tidak.
7. Peserta yang melakukan inovasi atas produknya hanya sebesar 4,2%, sisanya 67% tidak pernah berinovasi.
8. Sebanyak 75% peserta tidak pernah berinovasi dalam marketing produk.
9. Sebanyak 50% merasa jumlah pembeli setiap hari kadang bertambah, dan 42% merasa belum ada penambahan yang berarti, tapi 8% menyatakan tiap hari jumlah pembeli bertambah.

Akuntansi UMKM yang diajarkan dengan menggunakan software yang berbasis android yang sangat familiar dipakai oleh peserta. Karena semua menggunakan android sebagai alat komunikasi. Sedangkan hasil kuisisioner untuk Akuntansi UMKM adalah sebagai berikut:

Tabel.3
 Hasil Kuisisioner Akuntansi UMKM

No	Pertanyaan	1	2	3
1	Saya selalu belum merasa butuh melakukan pencatatan usaha	62,5%	16,7%	20,8%
2	Saya selalu merasa tidak ada waktu untuk mencatat semua transaksi	20,8%	29,2%	50%
3	Saya selalu mencampur uang usaha dengan uang rumah tangga	20,8%	12,5%	66,7%
4	Saya selalu memiliki catatan pembukuan terkait usaha saya	41,7%	29,2%	29,2%
5	Saya selalu mencatat setiap transaksi yang terjadi	4,3%	56,5%	39,1%

6	Saya selalu bisa menghitung Laba Rugi setiap bulan	41,7%	25%	33,3%
7	Saya selalu bisa mengetahui usaha saya berkembang atau tidak dari catatan keuangan	20,8%	29,2%	50%
8	Saya selalu rutin menunaikan zakat (bagi muslim) atau iuran amal (non muslim)	12,5%	8,3%	79,2%
9	Saya selalu menunaikan kewajiban melaporkan pajak baik tahunan maupun bulanan (bila sudah badan usaha)	54,5%	18,2%	27,3%

Dari hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa:

1. Peserta sangat butuh melakukan pencatatan akuntansi karena nilainya tinggi yaitu 62, %.
2. Peserta sudah mulai memiliki waktu melakukan pencatatan, sebesar 50%, karena peserta butuh pencatatan tersebut.
3. Peserta sudah tidak mencampur uang usaha dan uang belanja keluarga, yaitu sebesar 67%.
4. Sebanyak 42%, telah memiliki catatan usahanya meski sebelumnya rata-rata tidak memiliki catatan.
5. Akan tetapi setelah ditanya selalu mencatat transaksi yang terjadi sebagian besar berpendapat kadang mencatat kadang tidak yaitu sebesar 56,5%, hal ini membuktikan bahwa peserta masih belum ajeg melakukan pencatatannya.
6. Jumlah peserta yang membuat laporan laba rugi cukup tinggi yaitu 41,7%
7. Sebanyak 50% peserta merasa belum bisa melihat usahanya berkembang atau tidak dari catatan laporan keuangan.
8. Sebanyak 80% peserta belum menunaikan zakatnya sesuai dengan yang seharusnya.
9. Sebanyak 54,5% ternyata sudah melaporkan pajaknya kepada negara.

KESIMPULAN

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan beberapa hal penting sebagai berikut:

1. Setelah dilakukan pelatihan peserta faham tentang marketing *online* yang diberikan sebesar 42%. Sebagian besar peserta setelah dilakukan pelatihan mulai meninggalkan marketing *off line* dan telah berpindah ke marketing *online* sebanyak 54%. Sebesar 35% peserta sudah mulai menyiapkan segala hal untuk mengenalkan usaha, dan telah mengetahui teknik foto yang baik. Peserta merasa omzetnya membaik sebesar 62% setelah seminggu melakukan pelatihan karena telah mengetahui teknik mengenalkan produk. Sebanyak 62% peserta merasa setelah pelatihan banyak calon pembeli baru menanyakan produknya. Sebanyak 33% peserta merasa selalu bisa memenuhi pesanan pelanggan. Meski telah dilakukan pelatihan tidak serta merta peserta melakukan inovasi produk sehingga peserta yang melakukan inovasi atas produknya hanya sebesar 4,2%. Sebanyak 25% peserta kadang berinovasi dalam marketing produk. Akan tetapi baru 8% peserta yang menyatakan tiap hari jumlah pembeli bertambah setelah dilakukan pelatihan.
2. Sedangkan terkait dengan Pencatatan Akuntansi adalah sebagai berikut. 62 % peserta sangat butuh melakukan pencatatan akuntansi, karena menganggap pencatatan penting sebesar 50% peserta mulai melakukan pencatatan, meskipun tidak dilakukan setiap hari. Sebagian besar peserta sudah tidak mencampur uang usaha dan uang belanja keluarga sebesar. Sebanyak 42%, telah memiliki catatan usahanya meski sebelumnya rata-rata tidak memiliki catatan. Jumlah peserta yang membuat laporan laba rugi cukup tinggi, sebanyak 50% peserta merasa belum bisa melihat usahanya berkembang atau tidak dari catatan laporan keuangan, sebagian besar peserta belum menunaikan zakatnya sesuai dengan yang seharusnya karena tidak tersedianya pencatatan dengan baik, akan tetapi sebanyak 54,5% ternyata sudah melaporkan pajaknya kepada negara.
3. Acara ini sangat ditunggu kelanjutannya oleh peserta dan sebagian besar menyatakan pelatihan ini sungguh menarik dan berguna.

DAFTAR PUSTAKA

Amirwansyah, dalam annasahmad.wordpress.com, 20 Juni 2012

Modigliani Franco and Miller Merton.1958. *The Cost of Capital*, Corporation Finance and the Theory of Investment, American Economic Review, American Economic Associated,vol 48, no 3.

Sisca Ayu Putri Darsono. 2011, Studi Tentang Penerapan Pencatatan Keuangan Dalam Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM),
http://eprints.upnjatim.ac.id/2448/1/file_1.pdf

_____ <http://tekno.liputan6.com/read/2926217/indonesia-negara-ke-4-dengan-pengguna-facebook-teraktif-di-dunia/20/10/2017>

_____ <https://www.techopedia.com/definition/26363/online-marketing>