

Pembinaan Pengelolaan Keuangan Dan Pengembangan Brand Pada Produk UMKM Di Kelurahan Manyaran

Sari Rahmadhani¹, Irawan Yuswono*², Dwi Yanto³, Dina Dwi Ningrum⁴

^{1,2,3,4}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Totalwin

¹Program Studi Akuntansi, ^{2,3,4}Program Studi Manajemen

e-mail: sari@stietolawin.ac.id¹, irawanyuswono@stietotalwin.ac.id², dwiyanto250400@gmail.com³, dinanrm.2210@gmail.com⁴

Abstrak

Pandemi virus Covid-19 berdampak pada pelaku UMKM di Indonesia, terutama UMKM yang berada pada Kelurahan Manyaran, Kecamatan Semarang Barat. Tim PkM STIE Totalwin yang berada di Semarang, Jawa Tengah menjadi penanggung jawab pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Kegiatan ini memberikan dampak yang signifikan bagi masyarakat, khususnya para pelaku UMKM di Kelurahan Manyaran dengan adanya sambutan yang hangat dan antusias dari kegiatan ini. Peserta sosialisasi yang aktif memperoleh informasi dan pengetahuan tentang pengelolaan keuangan yang baik sehingga dapat memperkuat permodalan UMKM. Pengembangan brand pada produk menjadi puncak keseriusan UMKM dalam perbaikan kondisi persaingan yang semakin ketat. Hasil evaluasi dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat berdampak positif dan dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan strategi bisnis UMKM. Masyarakat menyadari pentingnya pengelolaan keuangan UMKM penguatan brand pada produk dapat meningkatkan penjualan sehingga dapat meningkatkan kinerja pendapatan masyarakat.

Kata kunci: Strategi bisnis, pengabdian masyarakat, manajemen keuangan, brand produk, sosialisasi

Abstract

The Covid-19 virus pandemic has had an impact on MSMEs in Indonesia, especially MSMEs in the West Semarang sub-district. The STIE Totalwin PkM team in Semarang, Central Java is in charge of implementing this community service activity. This activity had a significant impact on the community, especially MSME actors in the West Semarang District with a warm and enthusiastic welcome from this activity. Active socialization participants obtain information and knowledge about good financial management so that they can strengthen MSME capital. The development of product brands is the culmination of MSME's seriousness in improving conditions of increasingly fierce competition. The results of the evaluation of Community Service activities can have a positive impact and can be used to improve MSME business strategies. The community realizes the importance of MSME financial management, strengthening product brands can increase sales so that they can increase community income performance.

Keywords: Business strategies, community service, financial management, product brands, socialization

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebuah unit usaha yang berada di masyarakat bergerak dalam berbagai bidang usaha jasa dan produksi. UMKM Indonesia sangat terpengaruh dan terpukul dengan adanya pandemi Covid-19 yang melanda dalam waktu yang cukup panjang. Operasional UMKM yang sebelumnya dapat berlangsung setiap hari dan sangat bergantung pada interaksi langsung berubah pada kondisi dengan berbagai pembatasan karena adanya menjaga jarak baik dalam kegiatan perdagangan maupun sosial. Hal ini tentu saja sangat terasa dampaknya pada UMKM terlihat adanya penurunan pendapatan yang signifikan. Saat ini UMKM merupakan kelompok usaha dengan jumlah terbanyak berdasarkan data statistik, sehingga pada saat ini perlu kembali mengupayakan bersama pemberdayaan UMKM sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi pasca krisis pandemi Covid-19 [1].

Pemerintah dengan berbagai upaya telah melakukan bantuan dalam menanggulangi masalah penurunan ekonomi UMKM karena adanya pandemi Covid 19. STIE Totalwin sebagai bagian dari masyarakat yang berada di Kelurahan Manyaran, Kota Semarang juga merasakan ingin turut serta dalam mengembalikan UMKM untuk dapat kembali bangkit memperbaiki kondisi

dengan strategi keuangan dan pemasaran yang lebih baik. Strategi menjadi alternatif yang dapat dikembangkan bersama dengan tujuan dapat membangkitkan kembali ekonomi warga yang memiliki usaha mikro kecil dan menengah dalam pengembangan bisnisnya. UMKM sebagai unit bisnis harus berupaya menerapkan strategi baru yang lebih sesuai dan memungkinkan mereka untuk terus beroperasi yang harus menghadapi perubahan kondisi keuangan dan metode penjualan. Strategi bisnis tersebut diperkirakan mampu mengatasi turunnya omset penjualan sehingga bisa kembali meningkat [2].

Masyarakat yang berada di Kelurahan Manyaran, Kota Semarang saat ini mulai menyadari adanya kebutuhan pengetahuan yang lebih baik dalam mengembangkan bisnis UMKM. Kendala yang sering dihadapi dalam permodalan dalam usaha dan juga dalam pengenalan produk di masyarakat. Kedua hal ini menjadi penting untuk merubah kondisi yang sebelumnya dianggap kurang menguntungkan bagi pelaku UMKM di Kel. Manyaran. Dosen dan Mahasiswa STIE Totalwin bekerja sama dengan Kel. Manyaran melakukan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan dua tujuan yaitu pertama memberi pemahaman yang lebih baik dalam mengelola keuangan dengan baik sehingga dapat memperkuat permodalan UMKM. Dan tujuan yang kedua kegiatan PkM ini diharapkan dapat memperbaiki *brand* pada produk dari pelaku UMKM sehingga produk mampu mempunyai keunggulan diantara produk kompetitor sehingga dapat meningkatkan laba UMKM sehingga peningkatan usaha dapat tercapai [3].

II. METODE PELAKSANAAN

Pada Tahapan dan langkah-langkah pelaksanaan kegiatan PkM adalah sebagai berikut:

Metode dan tahapan dalam sosialisasi pengelola keuangan UMKM dan pengembangan *brand* pada produk pelaku UMKM. Kegiatan ini diharapkan dapat memberi solusi atas masalah sosial dan ekonomi bagi pelaku UMKM yang berada di Kel. Manyaran.

Pada tahap pertama, pembentukan panitia Tim kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan fokus kegiatan pada masyarakat melakukan pembinaan pengelolaan keuangan dan pengembangan *brand* pada produk UMKM yang berada pada Kel. Manyaran. Tim PkM terdiri dari dosen dan mahasiswa STIE Totalwin yang melakukan koordinasi dan pembagian tugas dalam kegiatan PkM tersebut.

Pada tahap kedua, Tim PkM STIE Totalwin mengenali kendala yang dihadapi UMKM yang berada di Kel. Manyaran. Selanjutnya mendapat rekomendasi untuk melakukan kegiatan berdasarkan UMKM terpilih yang berada di kelurahan Manyaran. Selanjutnya melakukan sosialisasi kegiatan pada UMKM yang mempunyai kendala dalam bidang pengelolaan keuangan dan pemasaran. Evaluasi untuk menentukan peserta kegiatan pembinaan dilakukan dengan pertimbangan perangkat RW dan RT dimana UMKM berada di Kel. Manyaran. Sehingga dapat teridentifikasi profil UMKM selama menjalankan usaha apakah menghadapi kendala dalam pengelola keuangan atau menghadapi kesulitan dalam pengembangan *brand* pada produk karena ada produk yang serupa. Pada UMKM yang sudah teridentifikasi dilakukan pendataan untuk dapat mengikuti kegiatan penyuluhan yang dilaksanakan di kampus STIE Totalwin.

Pada tahap ketiga, Tim PkM melakukan diskusi dan menentukan materi yang perlu difokuskan dalam memperbaiki, membantu dan meminimalkan kendala yang dihadapi UMKM di kelurahan Manyaran. Selanjutnya Tim PkM menentukan tanggal, waktu dan tempat kegiatan PkM. Dan pada tahap keempat melakukan evaluasi umpan balik dari kegiatan yang telah dilakukan apakah sesuai dengan tujuan yang diharapkan bersama dari pelaksanaan PkM STIE Totalwin. UMKM yang berada pada kelurahan Manyaran mampu memahami dan menjalankan pengelolaan keuangan dan metode cara yang Tim PkM berikan, sehingga pada UMKM mampu melaksanakan sendiri serta hasil yang diperoleh mulai dirasakan. Sehingga pendapatan UMKM diharapkan dapat semakin meningkat. Partisipasi Mitra dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat STIE Totalwin adalah:

1. Tim perguruan tinggi yaitu dosen dan mahasiswa STIE Totalwin
2. UMKM yang berada pada kelurahan Manyaran.

Gambaran singkat metode pelaksanaan terlihat dalam tabel 1. berikut, yang memperlihatkan jenis kegiatan, aktivitas dan luaran kegiatan sebagai berikut :

Tabel 1. Jenis Kegiatan, Aktivitas, luaran kegiatan

No	Jenis Kegiatan	Aktivitas	Luaran kegiatan
1	Identifikasi masalah yang dihadapi UMKM pada masa pasca pandemi	Melakukan observasi beberapa UMKM di wilayah Kel. Manyaran	Memetakan wilayah keberadaan UMKM
2	Melakukan observasi UMKM	Tim PkM mendapatkan data UMKM	Pemetaan keberadaan UMKM, tempat usaha dan kendala
3	Menentukan masalah yang penting untuk UMKM	Memberi kuisisioner pada UMKM	Masalah permodalan dan pemasaran
4	Menentukan tema pembinaan	Diskusi Tim PkM	Materi Pembinaan pengelolaan keuangan dan pengembangan <i>brand</i> pada produk UMKM
5	Pelaksanaan kegiatan	Mengundang UMKM terpilih di Kel. Manyaran untuk hadir di STIE Totalwin mengikuti Seminar Pelaksanaan Pembinaan pengelolaan keuangan dan pengembangan <i>brand</i> produk UMKM dalam sharing pengalaman	Pelaksanaan Pembinaan pengelolaan keuangan dan pengembangan <i>brand</i> pada produk UMKM dalam seminar
6	Monitoring dan evaluasi	Tanya jawab dan sharing di akhir kegiatan seminar	Peserta memahami dan mempraktikkan hasil pembinaan

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun kegiatan yang dilakukan serta hasil dari kegiatan Pengabdian Masyarakat (PkM) tersebut adalah dengan kerangka pemecahan masalah yang ada pada UMKM yang berada di kelurahan Manyaran, dengan skedul kegiatan pada tabel 2. sebagai berikut :

Tabel 2. Kegiatan Pengabdian Masyarakat dalam Seminar

Kegiatan Pengabdian	: Seminar pembinaan pengelolaan keuangan dan pengembangan <i>brand</i> pada produk UMKM
Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kegiatan	: Hall Kampus STIE Totalwin, Persiapan dilaksanakan 1- 11 September 2022 Pelaksanaan Seminar 12 September 2022 Waktu kegiatan : 8.00 – 12.00 WIB
Ketua Tim Pelaksana Koordinator Acara	: Dwi Yanto : Dina Dwi Ningrum
Narasumber	: Pengelolaan Keuangan UMKM Sari Rahmadhani, S.E., M.Si., Ak., CA : Pengembangan <i>Brand</i> Pada Produk UMKM Irawan Yuswono, S.M., M.M
Peserta kegiatan	: Ibu Yanti - Produk Kerupuk Bawang Ibu Tin - Produk Sambal Kacang Ibu Mia - Produk Kue Pia Ibu Prihati - Produk kedai sayur dan catering Ibu Ngaini - Produk Madu Ibu Eka – Produk Pizza Bp. Agus – Produk Tas Bp. Tri Hardani – Produk Kerupuk Gandum Ibu Panty - Toko Sembako Bp. Harry – Produk Madu Ibu Rumpina – Produk Rempeyek
Luaran	: Masing- masing UMKM mempunyai pembukuan yang baik Masing masing UMKM mempunyai brand produk yang dapat langsung diterapkan



Gambar 1. Penyampaian Materi Pembinaan UMKM Kel.Manyaran

Pengelolaan keuangan UMKM

Pengaturan Keuangan yang baik dalam mengelola UMKM menjadi komponen penting keberhasilan UMKM. Bagi pelaku UMKM, pengelolaan keuangan masih sering menjadi kendala yang krusial. Pengelolaan keuangan yang baik belum banyak diterapkan oleh pelaku UKM. Pelaku UMKM perlu diberi pemahaman yang baik mengenai manfaat melakukan pencatatan dari semua pengeluaran kas dari aktivitas yang dilakukan di samping mencatat penerimaan keuangan kas yang diterima sebagai hasil dari pendapatan penjualan produk. Catatan tersebut harus selalu konsisten dilakukan agar membantu UMKM sebagai sumber informasi penting. Informasi dari pencatatan yang rapi dan konsisten dapat digunakan sebagai data dalam berbagai kebutuhan pengambilan keputusan bisnis.

UMKM membutuhkan pencatatan keuangan untuk berbagai kepentingan sebagai berikut :

1. Sebagai pengendali keuangan UMKM. Pengendalian merupakan aspek penting dalam kegiatan ekonomi, khususnya dalam dunia bisnis, yang akan menentukan keberhasilan suatu perusahaan [4]. Perusahaan akan dapat menentukan bagaimana dananya dikelola, berapa keuntungan yang diperoleh, dan apakah menderita kerugian akibat kegiatan usaha UMKM.
2. Pencatatan keuangan memiliki potensi untuk dijadikan sebagai media evaluasi UMKM. Hasil usaha untuk periode waktu tertentu dapat disusun laporan keuangan. Informasi penting yang dapat digunakan untuk menggambarkan kondisi keuangan UMKM dalam laporan [5]. Hasilnya, UMKM dapat mengevaluasi operasi bisnis serta mengidentifikasi masalah keuangan yang sedang dihadapi, yang sangat penting untuk perencanaan bisnis ke depan.
3. Sebagai informasi penting yang digunakan untuk membuat keputusan yang berkaitan dengan kebutuhan UMKM [6].

Bagi UMKM, pengelolaan keuangan yang baik sangat penting, pengelolaan keuangan mencakup pengelolaan aset yang dimiliki selain pengelolaan kas yang digunakan meningkatkan laba. UMKM juga harus memisahkan dana pribadi dan usaha. Pengelolaan arus kas bisnis merupakan langkah-langkah yang harus dilakukan pelaku UMKM untuk menghadapi

risiko keuangan dalam bisnis UMKM yang dijalankannya. Evaluasi hasil pencatatan dapat dilanjutkan bersama Tim PkM STIE Totalwin untuk dapat menyusun pencatatan sampai dengan pelaporan keuangan sesuai dengan transaksi yang dialami UMKM, Sehingga dapat UMKM dapat mengendalikan penggunaan hasil pendapat untuk pengembangan UMKM.



Gambar 2. Layout Materi Pengelolaan Keuangan UMKM

PENGEMBANGAN *BRAND* PADA PRODUK UMKM

Para pelaku usaha UMKM berupaya mampu bersaing dalam dunia bisnis. UMKM mempunyai berbagai produk baik berupa layanan maupun produk yang mempunyai brand berbeda antar usaha yang juga berbeda. Sehingga UMKM membutuhkan kemampuan untuk dapat mem-branding merk produknya [7]. Namun, mayoritas UMKM mulai berjualan tanpa merek. Padahal keberadaan merek membuat pemasaran produk menjadi lebih sederhana. UMKM harus menyadari pentingnya branding yaitu :

1. Orang akan lebih mudah mengingat produk yang dijual oleh UMKM jika diberi *brand*/merek. Hal ini akan membantu memasarkan produk atau jasa yang ditawarkan. Karena branding ini, orang dengan mudah mengingat nama produk dan nama perusahaan. Dengan nama produk yang mudah diingat, UMKM mampu menunjukkan kualitas produk sehingga meningkatkan penjualan UMKM sepertinya tidak akan sulit. Masyarakat lebih mudah mengenal dan mengingat produk UMKM dengan adanya brand pada produk yang dipasarkan [8].
2. Strategi branding UMKM terbaik merupakan cara mencegah anjloknya omzet penjualan di masa pandemi. Oleh karena itu masyarakat akan mengutamakan kualitas yang dapat tercermin dari *brand* produknya.
3. Praktis tidak perlu beriklan di masa paska pandemi karena pelanggan akan datang sendiri karena sudah percaya produk dan layanan UMKM yang telah mempunyai *brand* produknya mudah diingat dan mudah dalam menyebut *brand* produk tersebut.
4. Menstabilkan dan mendongkrak penjualan UMKM. Besarnya kepercayaan masyarakat yang telah diperoleh dapat memantapkan atau bahkan mendongkrak penjualan. Terlebih pada kondisi pasca pandemi, karena konsumen sudah memiliki opini positif terhadap barang dan jasa yang mempunyai brand pada produk yang mendukung.
5. Berkontribusi pada penghematan biaya untuk bisnis meskipun terdapat ketidakpastian seperti kondisi pasca pandemi ini. karena situasi yang baik dapat berubah dengan cepat. Akibatnya, UMKM pasti akan enggan melakukan pemasaran atau promosi karena biayanya yang tinggi. Meskipun faktanya belum diketahui apakah strategi pemasaran dengan *brand* akan menghasilkan keuntungan finansial, Namun dengan menerapkan strategi branding UMKM yang tepat, maka pada saat ini akan lebih mudah untuk mendapatkan simpati dan perhatian masyarakat, sehingga nantinya UMKM tidak perlu beriklan lagi. karena UMKM mampu meyakinkan masyarakat bahwa *brand* produknya lebih unggul dan harus dipilih.

Bagi UMKM dengan menggunakan branding lebih mudah untuk menarik pelanggan atau konsumen setia. UMKM perlu mengapresiasi *brand* pada produknya dengan tema sederhana, oleh karena itu dibutuhkan komunikasi yang baik dengan pelanggan agar dapat menerima *brand* produk yang telah dimiliki UMKM. Komunikasi dengan Tim PkM STIE Totalwin juga dapat dilanjutkan untuk dapat mewujudkan berbagai ide kreatif dalam membangun *brand* pada produk sehingga dapat meningkatkan omzet penjualan UMKM.



Gambar 3. Layout Materi Membangun Brand pada Produk UMKM

EVALUASI HASIL KEGIATAN PKM

Pada akhir kegiatan Tim PkM melakukan evaluasi pemahaman dari kedua materi yang telah diberikan dengan melihat interaksi dari peserta seminar saat materi seminar selesai diberikan. Pada akhir kegiatan masing-masing peserta diberi kesempatan untuk dapat menyampaikan kendala dalam menjalankan bisnisnya serta solusi yang dapat diberikan. Antusias dari peserta cukup baik dan berharap adanya kelanjutan dari kegiatan seminar pada masa yang akan datang dengan tujuan dapat bersama-sama mendiskusikan hasil kemajuan seminar ini pada materi lainnya yang sesuai dengan kondisi tren terbaru yang berkembang saat ini. Peserta merasakan manfaat dan meminta pada Tim PkM STIE Totalwin untuk dapat melanjutkan pada materi seminar yang bersifat keuangan seperti penentuan harga produk UMKM dan penyusunan laporan keuangan UMKM. Begitu pula dalam materi strategi pemasaran yang lain terutama saat menghadapi kendala tempat, proses, promosi dan kemampuan sumber daya.

Tim PkM STIE Totalwin akan selalu melakukan koordinasi bersama pemerintah terutama pihak kelurahan Manyaran untuk dapat bersama-sama melakukan pemberdayaan UMKM. Pemberdayaan ini menjadikan wilayah Kelurahan Manyaran sebagai kelurahan binaan STIE Totalwin dalam melakukan berbagai kegiatan Pengabdian sebagai bagian dari pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi.



Gambar 4. Kegiatan akhir Seminar

IV. KESIMPULAN

Pemulihan kondisi bisnis UMKM paska pandemi Covid 19 menjadi aktivitas yang perlu dilakukan terus menerus. Kerjasama yang baik antara pelaku usaha UMKM, Pemerintah dan Perguruan Tinggi menjadi kunci keberhasilan peningkatan kondisi usaha sehingga mampu meningkatkan pendapatan masyarakat di Kelurahan Manyaran. Kegiatan PkM STIE Totalwin dosen dan mahasiswa dalam bidang keuangan dan pemasaran menjadi media penting dalam sharing pengetahuan terbaru yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha UMKM. Sehingga kegiatan ini diharapkan dapat terskedul dengan baik dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- H. Susanto, Rosita, H. Mutmainah, N. Kholis and I. A. K. R. Kusasaih, "Pengembangan Kawasan Digital UMKM," Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat (PAKEM), vol. 1, no. 2, pp. 101 - 111, 2021.
- G. Indrasmitha, I. Yuswono and S.Rahmadhani, "Pengaruh Metode Marketing Online Dan Offline Terhadap Peningkatan Omset UMKM Pada Situasi Pandemi Covid-19," Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT), pp. 95 - 104, 2022.
- L. Ahluwalia, D. A. Nani and T. D. R. Sari, "Peningkatan Produktivitas UMKM Melalui Pelatihan Merk Produk Dan Penyusunan Laporan Keuangan Di Pekon Panggungrejo, Kabupaten Pringsewu," Journal of Technology and Social for Community Service (JTSCS), vol. 3, no. 1, pp. 38 - 42, 2022.
- J. Wardi, G. E. Putri and Liviawati, "Pentingnya Penerapan Pengelolaan Keuangan," Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, vol. 17, no. 1, pp. 56 - 62, 2020.
- R. A. Wilis, J. Suhariyanto, W. P. Santoso, S. Nurhasanah and H. M. Hanif, "Pemanfaatan Media Sosial dan Pencatatan Keuangan Sederhana bagi Usaha Mikro Kecil Menengah di Kelurahan Pasir Gunung Selatan, Cimanggis, Depok," JMS: Jurnal Masyarakat Siber, vol. 1, no. 1, pp. 6 - 10, 2022.
- U. H. Chaerunisak, T. Erawati, E. Septyarini and D. A. N. Anisa, "Persepsi Penerapan SAK EMKM Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Dalam Masa Pandemi Covid 19," LITERA: Jurnal Literasi Akuntansi, vol. 1, no. 1, pp. 97 - 103, 2021.
- M. Saifulloh, "Branding Product Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Kuningan Barat, Jakarta Selatan," Jurnal Pustaka Dianmas, vol. 1, no. 1, pp. 28 - 33, 2021.
- D. S. P. Koesoemasari, W. Wijayanto and R. Pujiastuti, "Pentingnya Merek Dan Kualitas Produk Bagi UMKM di Desa Ciberem," WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, vol. 1, no. 1, pp. 20 - 24, 2022.