



Optimalisasi E-Commerce dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Prabu Jaya Almunium

Retno Cahyaningati^{1*}, Ninik Lukiana², M. Wimbo Wiyono³, Kasno⁴, Muhammad Rizalus Sholihin⁵, Deni Juliasari⁶

Published online: 10 Januari 2022

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has dealt a severe blow to Indonesian MSMEs. The existence of Covid 19 has paralyzed the world economy, including many MSME businesses that have gone out of business. However, there are some MSMEs who benefit. Community Service Activities at MSME Prabu Jaya Almunium try to overcome some of the problems faced due to the impact of the covid 19 pandemic, this requires MSMEs to step more creatively and innovatively so that the sustainability of their business remains stable. Efforts to uncover sales are carried out by increasing the optimization of e-commerce, and financial management assistance so that financial stability is always maintained. The existence of this community service activity has proven to be able to increase sales at Prabu Jaya Aluminum SMEs, and can understand how to do good financial management, they can compile financial reports and apply accounting records on a regular basis, so that company performance can also be measured properly.

Keywords: Covid 19; E-commerce; Financial Reports; MSMEs

ABSTRAK: Pandemi Covid – 19 telah memberikan pukulan telak terhadap UMKM Indonesia. Adanya Covid 19 telah melumpuhkan perekonomian dunia termasuk bisnis UMKM banyak yang gulung tikar. Namun ada beberapa UMKM yang diuntungkan. Kegiatan Pengabdian Masyarakat pada UMKM Prabu Jaya Almunium mencoba untuk mengatasi beberapa permasalahan yang dihadapi karena terdampak pandemi covid 19, hal ini menuntut UMKM untuk melangkah lebih kreatif dan inovatif agar keberlanjutan usahanya tetap berjalan stabil. Upaya peningkatan penjualan yang dilakukan adalah dengan meningkatkan optimalisasi *e-commerce*, dan pendampingan pengelolaan keuangan agar kestabilan keuangan selalu terjaga. Adanya Kegiatan Pengabdian masyarakat ini terbukti dapat meningkatkan penjualan pada UMKM Prabu Jaya Almunium, serta dapat memahami bagaimana cara melakukan pengelolaan keuangan yang baik, mereka dapat menyusun laporan keuangan dan menerapkan pencatatan akuntansi secara berkala, sehingga kinerja perusahaan juga dapat diukur dengan baik.

Kata Kunci: Covid 19; E-commerce; Laporan Keuangan; UMKM

PENDAHULUAN

Usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan bagian penting dari ekonomi Global (Berger & Frame, 2007). Di Cina, UKM sebagai fondasi pertumbuhan ekonomi yang menjadi pendorong penting kemajuan sosial (Yuan et al., 2019). Sementara itu, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia telah berpengaruh signifikan terhadap Perekonomian Indonesia. UMKM memiliki peranan dan kontribusi yang cukup besar seperti perluasan kesempatan penyerapan tenaga kerja, pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB), serta penyediaan jaringan bagi masyarakat berpendapatan rendah untuk

^{1*)2,3,4,5,6} Accounting Study Program, Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang

**) corresponding author*

Retno Cahyaningati
Jl. Gatot Subroto No. 4 Lumajang East Java – Indonesia

Email: retnocahyaningati95@gmail.com

menjalankan ekonomi produktif. Pada tahun 2019 UMKM mampu menyumbang 60% terhadap Produk Domestik Bruto.

Kriteria dalam kelompok UMKM telah diatur dalam payung hukum berdasarkan undang-undang. Meskipun skala bisnis UMKM masih relative kecil tidak sebesar perusahaan yang sudah berskala besar dan *go public*, namun mayoritas masyarakat masih nyaman menjalankan bisnis dengan skala mikro ini karena beberapa kemudahan dan keunggulan bisnis UMKM yang tidak ada pada perusahaan berskala besar, seperti kemudahan dalam mengadopsi dan mengimplementasikan inovasi dan teknologi baru dalam bisnis. Adopsi teknologi terbaru menjadi lebih mudah dilakukan untuk meningkatkan pertumbuhan dan daya saing bisnis UMKM karena tidak memiliki birokrasi yang rumit dan struktur organisasi masih relatif ramping sehingga koordinasi dan komunikasi antar managerial level cenderung mudah untuk dilakukan. Selain kemudahan aplikasi teknologi, keunggulan lainnya yang dimiliki sektor UMKM adalah dalam hal menjaga hubungan baik antar karyawan, hal ini dikarenakan jumlah karyawan masih lebih kecil, dan yang terakhir adalah dalam hal fleksibilitas bisnis yang dapat lebih mudah untuk menyesuaikan bisnis dengan kondisi pasar yang dinamis.

Wabah koronavirus 2019 yang selanjutnya disebut sebagai Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) pertama kali terdeteksi di Kota Wuhan, Hubai Tiongkok pada tanggal 1 Desember 2019. Wabah ini telah menyebar hingga ke Indonesia pertama kali pada bulan Maret 2020 tepatnya di kota Depok. Virus corona telah memberikan pukulan telak ke dunia bisnis. Covid 19 telah melumpuhkan perekonomian dunia termasuk bisnis UMKM banyak yang gulung tikar. Seperti yang disampaikan oleh Ketua Umum Asosiasi UMKM di Indonesia (Akumindo) Ikhsan Ingratubun mengungkapkan “karena adanya Pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia, Pada tahun 2020 sebanyak 30 juta pelaku UMKM bangkrut. Dari 64,7 Juta UMKM di Indonesia hanya 34,7 juta yang berhasil bertahan, sehingga terjadi penurunan 50% jumlah pelaku UMKM dibandingkan tahun 2019. Selain itu, kebangkrutan UMKM telah berdampak kepada lebih dari 7 juta tenaga kerja telah kehilangan pekerjaannya.”

Beberapa upaya telah dilakukan oleh pemerintah untuk mendorong UMKM bangkit dimasa pandemi. Adapun program pemerintah yang digelontorkan kepada UMKM berupa pembayaran listrik 450 kwh gratis, Pembayaran 50% listrik 900 kwh, peraturan OJK 11/2020 tentang Relaksasi atau Restrukturisasi Pembayaran Utang, Bantuan Presiden (Banpres) produktif sebesar Rp 2,4 juta untuk 12 juta pelaku usaha mikro, dan penyaluran program pemulihan ekonomi nasional. Sebagian pelaku UMKM dapat bertahan dan bertransformasi untuk bangkit melalui penyaluran kredit usaha rakyat. Untuk tetap bertahan, kita sebagai pelaku UMKM harus banting setir memfikirkan bagaimana kondisi keuangan agar tetap stabil sehingga mampu bertahan dalam kondisi apapun. Goncangan lingkungan seperti pandemi covid 19 ini memang tidak mudah untuk mempertahankan bisnis, apalagi ketika asset yang kita miliki terlalu kecil, pelaku UMKM akan kesulitan dalam mempertahankan bisnis. Oleh karena itu, untuk mempertahankan bisnis tersebut maka kita sebagai pelaku UMKM harus mampu memprediksi sejak dini kemampuan keberlanjutan bisnis agar tidak sampai terjadi kebangkrutan.

Hasil survei dari beberapa lembaga seperti BPS, Bappenas dan World Bank menjelaskan bahwa pandemi ini menyebabkan banyak UMKM mengalami kendala, seperti kesulitan dalam melunasi hutang, tagihan listrik, gaji karyawan bahkan beberapa UMKM melakukan PHK karena sulitnya bahan baku, permodalan, menurunnya permintaan pasar, bahkan sampai tidak ada proses produksi. Disisi lain, UMKM juga menghadapi banyak sekali permasalahan, seperti terbatasnya modal kerja, Sumber Daya Manusia yang rendah, dan minimnya penguasaan ilmu pengetahuan tentang teknologi harus lebih (Sudaryanto dan Hanim, 2002).

Sementara itu hasil survey Kata data Insight Center (KIC) yang dilakukan terhadap 206 pelaku UMKM di Jabodetabek, 82,9% mayoritas UMKM merasakan dampak negative dari pandemi ini, namun ada beberapa dari yang lainnya sekitar 3,8% UMKM yang mengalami peningkatan Omzet. Survey KIC tersebut juga menunjukkan para UMKM telah melakukan sejumlah upaya dalam mempertahankan keberlanjutan usahanya. Mereka melakukan langkah kreatif seperti memberikan

layanan *free delivery*, meningkatkan dan menambah saluran pemasaran online sebagai bagian dari strategi untuk tetap bertahan (Katadata.co.id 2020).

Kegiatan Pengabdian Masyarakat pada UMKM Prabu Jaya Almunium mencoba untuk mengatasi beberapa permasalahan yang dihadapi, karena dengan adanya pandemi covid 19 menuntut UMKM untuk melangkah lebih kreatif dan inovatif agar keberlanjutan usahanya tetap berjalan stabil. Produk Prabu Jaya Almunium berupa lemari pakaian, *kitchenset*, etalase, kusen, pagar besi, kanopi dan lain sebagainya. Sebenarnya produk yang dihasilkan cukup bagus dan berkualitas, namun strategi promosi dari UMKM tersebut masih lemah, hanya mengandalkan orang yang datang ketoko untuk membeli barang, sehingga penjualan menurun sekitar 50% dari pada sebelumnya. Adanya program ini menjadi solusi bagi mitra, tim pengusul akan mendampingi mitra dari sisi promosi dan pemasaran serta pengelolaan keuangan, dengan harapan bahwa adanya kegiatan ini bisa meningkatkan omzet dan menjadikan Prabu Jaya Almunium lebih berkembang dikemudian hari.

Permasalahan yang sangat urgent bagi mitra adalah permasalahan pemasaran. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh mitra hanya menggunakan metode *mouth to mouth*. Di zaman globalisasi seperti sekarang metode ini sangat tidak efisien. Terbatasnya pengetahuan sumber daya manusia dari mitra menjadi kendala untuk melakukan kegiatan permasalahan online, sementara itu strategi pemasaran secara online hanya menggunakan media sosial WhatsApp. Sehingga produk yang dihasilkan belum dikenal secara luas, segmen pasar masih tergolong sempit, dan yang menjadi target hanya masyarakat sekitar yaitu kecamatan lumajang, tempeh, sukodono dan sekitarnya.

Selanjutnya, Manajemen usaha dijalankan dengan pola manajemen rumah tangga, sehingga tidak memisahkan antara pemasukan dan pengeluaran rumah tangga dengan usaha, hal ini akan berimbas pada kemajuan usaha. Dalam hal pemasukan maupun pengeluaran tidak pernah dicatat dengan baik, baik itu pemasukan maupun pengeluaran harian, mingguan, bulanan bahkan tahunan sehingga kesulitan dalam menganalisis laba yang diperoleh, padahal dengan adanya laporan rugi-laba, pemilik usaha akan memperoleh informasi mengenai keuntungan maupun kerugian yang diperoleh, sehingga memudahkan pemilik dalam mengambil keputusan karena sudah ada bukti kongkrit laporan keuangan. Selain itu manajemen sumber daya manusia belum tertata, sehingga setiap pekerja memiliki peran yang sama dalam usaha.

BAHAN DAN METODE

Metode pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan mitra terdiri dari langkah-langkah sebagai berikut:

1. Survey
Kegiatan survey akan dilaksanakan guna melihat kondisi usaha mitra.
2. Wawancara
Pelaksanaan wawancara bertujuan untuk menggali informasi terkait permasalahan-permasalahan mitra dan sekaligus menemukan solusinya.
3. Pendampingan optimalisasi e-commerce di media sosial
Melakukan promosi produk melalui media online WA, Facebook dan tiktok
4. Monitoring dan evaluasi
Kegiatan monitoring dan evaluasi akan dilaksanakan secara periodik sampai mitra dapat mengoptimalkan e-commerce melalui media sosial sehingga target dan luaran program ini bisa tercapai.

Dari beberapa permasalahan diatas, maka solusi terbaik yang diberikan pada kegiatan Pengabdian Masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Solusi permasalahan pada bidang pemasaran adalah Optimalisasi *E-Commers* dalam meningkatkan Penjualan

Permasalahan pokok yang dihadapi oleh mitra adalah belum memahami dan membedakan antara pemasaran dan penjualan. Mitra juga belum begitu familiar dengan akun media social yang dapat digunakan untuk media promosi produk yang dihasilkan sehingga bias mendapatkan keuntungan yang lebih maksimal. Kemudian, mitra belum memahami bagaimana cara untuk membangun sebuah “Brand” yang lebih dikenal oleh masyarakat sehingga terciptanya penjualan. Brand merupakan strategi pemasaran yang dapat dibangun melalui pemasaran, adanya pemasaran bertujuan untuk mengenalkan brand dari produk tersebut kepada masyarakat sehingga menghasilkan pelanggan yang pada akhirnya tercipta penjualan secara berkelanjutan. Dalam membangun brand, strategi yang dapat kita lakukan adalah melakukan public relation, periklanan, personal selling dan direct marketing (Kotler, P. T., & Lee, 2009) Beberapa dari studi empiris menunjukkan bahwa internet adalah media yang sangat efektif sebagai media pemasaran. Salah satu pemasaran melalui media internet adalah Viral Marketing atau pemasaran viral yaitu model pemasaran dari mulut ke mulut menggunakan media internet (Internet Word of Mouth). Viral artinya menyebar luas dengan cepat, istilah didunia maya viral menggambarkan cepatnya penyebaran suatu informasi atau berita. Viral juga dikatakan seperti virus, yang sangat cepat penyebarannya (Indonesia, 2011). Reimer, T., & Benkenstein, (2016) menjelaskan bahwa pemasaran melalui email marketing dapat memberikan manfaat dan kemudahan bagi para customer yang menggunakan system belanja online, hal ini secara signifikan dapat mempengaruhi minat beli kepada produk yang ditawarkan.

Dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat ini difokuskan pada bagaimana mitra dapat menjalankan manajemen dan teknik pemasaran menggunakan teknologi internet atau secara online. Penggunaan strategi pemasaran online ini lebih efektif dan mudah dijalankan, mengingat masyarakat yang semakin modern dan mayoritas menggunakan gadget. Sistem pemasaran yang digunakan adalah Social Media Marketing merupakan proses pemasaran yang dilakukan melalui social media seperti WhatsApp, Facebook, Tik Tok, dan lain sebagainya (Zarrella, 2009).

2. Solusi permasalahan pada bidang pengelolaan keuangan adalah mengadakan kegiatan pelatihan dan pendampingan tentang penerapan praktik akuntansi SAK UMKM.

Implementasi pengelolaan keuangan pada UMKM mayoritas masih rendah, mitra “Prabu Jaya Almunium” tidak mencatat penjualan, tidak menyusun anggaran, pencatatan, pelaporan dan pengendalian. Pencatatan keuangan secara benar dapat membantu efektivitas pengelolaan keuangan, hal ini juga dapat menjadi acuan untuk menilai perusahaan, apakah perusahaan sudah berjalan dengan baik atau masih banyak yang harus diperbaiki. Apakah omzet yang telah ditentukan sudah tercapai dan menentukan apa saja yang harus dilakukan dimasa mendatang (Wardi & Putri, 2020).

Kendala yang ada pada mitra yang dapat menghambat penerapan pengelolaan keuangan yaitu rendahnya pengetahuan tentang cara pengelolaan keuangan dengan benar, belum pernah mengikuti pelatihan akuntansi, selanjutnya kurangnya pemahaman penggunaan teknologi informasi yang dapat membantu menyusun laporan keuangan. Catatan keuangan yang disusun oleh mitra masih sangat sederhana, sehingga sulit untuk mengetahui berapa besaran biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi yang dapat menentukan laba (Savitri, 2018).

Adapun solusi yang diberikan kepada mitra dalam mengatasi permasalahan pada bidang pengelolaan keuangan adalah sebagai berikut:

- a. Pemberian Nota Penjualan
- b. Pendampingan penyusunan Laporan Keuangan dan pemberian Aplikasi Laporan Keuangan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persiapan awal yang dilakukan oleh tim peneliti adalah survey. Kegiatan survey ini dilakukan dalam rangka melihat kondisi awal kegiatan usaha yang dijalankan oleh UMKM Prabu Jaya Almunium Jannah yang beroperasi di Jl. Semeru No. 99. Kegiatan survey ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi awal dalam mempersiapkan kegiatan Pengabdian Masyarakat.

Kegiatan survey di lakukan pada tanggal 5 Juli 2021, dari kegiatan survey ini peneliti dapat menemukan beberapa temuan yakni kegiatan usaha yang dijalankan kurang berkembang karena terkendala modal usaha, terjadi penurunan penjualan akibat adanya pandemi covid 19, dan pemilik tidak pernah tahu berapa keuntungan yang didapat setiap bulannya. Dari kegiatan survey tim peneliti mendapatkan gambaran kegiatan apa saja yang akan dilakukan dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat ini.

Berikut merupakan hasil dokumentasi kegiatan survey pada Bengkel Las dan Almunium “Prabu Jaya Almunium”.



Gambar 1 Kegiatan Survey di Bengkel las dan Almunium Prabu Jaya Almunium

Langkah kedua setelah melakukan survey adalah melakukan wawancara mendalam kepada pemilik UMKM Prabu Jaya Almunium. Wawancara dilakukan bertujuan untuk menggali informasi terkait usaha yang dijalankan oleh mitra. Informasi yang digali adalah informasi tentang identitas usaha, besaran modal yang digunakan untuk menjalankan usaha, omset yang didapatkan setiap bulan, jumlah tenaga kerja, harga jual, produk yang dihasilkan dan daerah pemasaran.

Kegiatan wawancara dilaksanakan pada tanggal 10 Juli 2021. Kegiatan ini memberikan informasi bahwa usaha memiliki banyak permasalahan, dari segi permodalan, strategi pemasaran, dan pengelolaan keuangan yang masih belum terpisah antara keuangan pribadi dengan keuangan usaha. Produk yang dihasilkan sudah bervariasi namun, omset yang didapat masih sangat minim karena promosi yang dilakukan masih menggunakan system tradisional yaitu dari mulut kemulut, dan mengandalkan orang yang datang ke tempat usaha.

Dari kegiatan wawancara yang telah dilakukan memberikan informasi terkait UMKM Prabu Jaya Almunium sebagai berikut :

1. Identitas Usaha

Mitra dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat ini adalah UMKM Prabu Jaya Almunium yang bergerak dibidang *bengkel* las dan mebel almunium, adapun produk yang dihasilkan dari besi seperti teralis, kanopi, ranjang besi, kursi besi dan lainnya yang merupakan barang dari besi, sedangkan produk almunium yang dihasilkan seperti lemari pakaian, lemari pojok, khitchenset, rolling door, etalase, kusen dan lainnya yang tergolong barang rumah tangga yang berbahan almunium.

Prabu Jaya Almunium berdiri sejak 16 Februari 2016. Pemilik sengaja mendirikan usahan bengkel las dan *aluminium* karena ingin memenuhi kebutuhan pasar terkait barang rumah tangga, Sementara karyawannya berjumlah 3 orang.

Pemilihan lokasi sangat penting dalam dunia usaha. Prabu Jaya Almunium berlokasi di Jalan Semeru No. 99 Lumajang atau timur pasar serangin. Pilihan lokasi yang dipilih sangat strategis dan

terjangkau, *karena* lokasinya dipinggir jalan nasional yaitu arah menuju ke wisata B29, Ranu Pani dan tempat beribadah umat hindu yaitu Pure Mandhara Giri Semeru Agung.



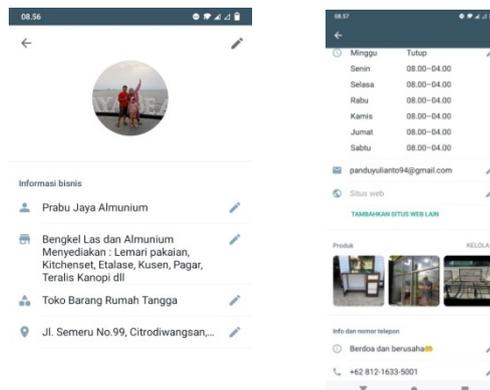
Gambar 2 Produk yang dihasilkan oleh Prabu Jaya Almunium

Kegiatan selanjutnya yang dilakukan untuk melaksanakan solusi yang diberikan adalah Optimalisasi *E-Commerce*. Promosi adalah aktivitas didalam menawarkan suatu produk melalui berbagai media, seperti media online dan media offline. Setelah melakukan pendampingan promosi dan pemasaran secara *online* melalui media social *whatsapp*, facebook dan *tiktok* maka terdapat peningkatan skala penjualan, yang awalnya hanya 2 s/d 3 unit yang dipesan, semenjak pemasaran online yang secara *continue* dilakukan menghasilkan buah manis yaitu peningkatan penjualan menjadi 5-10 unit barang yang dipesan. Berikut merupakan media yang digunakan untuk pendampingan promosi secara online:

1. *WhatsApp*

Sebelum adanya kegiatan Pengabdian Masyarakat ini, mitra Prabu Jaya Almunium sudah menggunakan *WhatsApp* untuk berkomunikasi dengan pelanggan, namun aplikasi *WhatsApp* yang digunakan hanya *WhatsApp* biasa bukan *WhatsApp Business*. Sementara itu dalam meningkatkan *e-commerce* tim pengusul membuat akun *WhatsApp Business* untuk mitra Prabu Jaya Almunium. *WhatsApp Business* diciptakan untuk para pelaku UMKM agar memudahkan pelaku UMKM untuk terhubung secara pribadi dengan para pelanggan. Pada aplikasi *WhatsApp Business* terdapat Profil bisnis untuk mencantumkan informasi penting mengenai bisnis seperti alamat, email, situs web, dan operasional jam kerja serta disediakan juga fitur katalog, Prabu Jaya Almunium bisa membuat suatu katalog di dalam akun profil *Whatsapp Business*. Adanya fitur katalog ini mampu menampilkan foto produk sampai dengan 500 foto. Sehingga, Prabu Jaya Almunium bisa menunjukkan dan membagikan produk dalam katalog agar bisa lebih memudahkan pelanggan dalam melihat produk yang dijual.

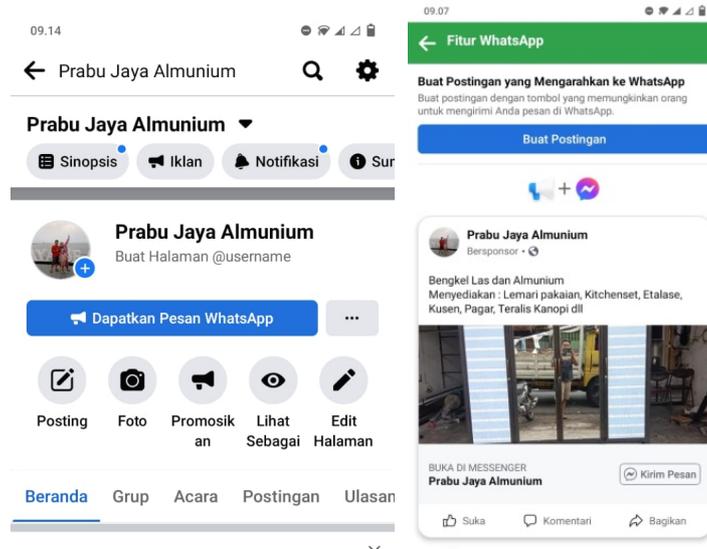
Berikut adalah *Whatsapp Business* yang terinstal pada *handphone* mitra yang dibuatkan oleh tim pengusul.



Gambar 3 Pemasaran Melalui Media Sosial *Whatsapp Business*

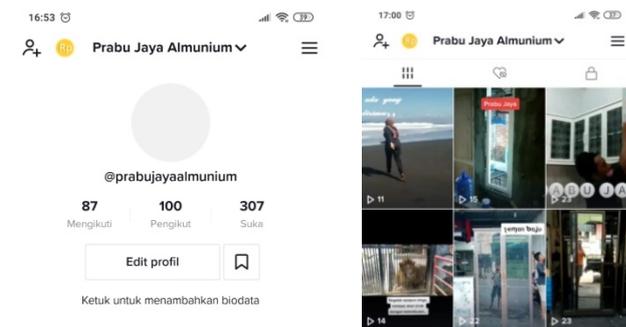
Selain *Whatsapp Business* tim pengusul juga membuat akun facebook yang dapat terhubung secara otomatis dengan *Whatsapp Business*. Dari sini mitra juga dapat mempromosikan produk melalui iklan yang ada di facebook. Adanya facebook membantu mitra untuk mendapatkan pelanggan baru yang sebelumnya tidak mempunyai hubungan relasi dengan mitra. Cara yang digunakan oleh tim pengusul adalah dengan memberikan informasi terkait pentingnya penjualan melalui group facebook seperti group jual beli dan group komunitas yang lainnya. Dari menyebar promosi lewat group facebook, sedikit banyak akan mengenalkan produk kesemua penjuru pengguna facebook. Apabila barang sudah dikenal dengan *brand* tersendiri maka masyarakat akan antusias membeli produk.

Berikut adalah akun facebook yang dibuatkan oleh tim pengusul untuk mitra Prabu Jaya Almunium



Gambar 4 Pemasaran Melalui Media Sosial *Facebook*

Tik Tok menjadi akun media social yang terakhir yang diberikan oleh tim pengusul kepada mitra. Tim pengusul memilih akun tik tok sebagai media *e-commerce* dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat ini karena tik tok adalah media social nomor 1 yang paling sering di akses oleh pengguna media social. Konten yang telah dibuat baik foto maupun video produk mitra Prabu Jaya Almunium secara rutin diupload di Tik Tok. Hal ini bertujuan agar masyarakat lebih mengenal Prabu Jaya Almunium di media social, baik di *Whatsapp Business*, facebook dan Tik Tok. Berkat akun tik tok yang dibuat oleh tim pengusul, pengikut Prabu Jaya Almunium sudah mencapai 100 pengikut. Dengan adanya iklan produk di beberapa media social diharapkan dapat meningkatkan penjualan walaupun masih terjadi pandemic covid 19. Berikut adalah akun Tik Tok mitra Prabu Jaya Almunium yang dibuatkan oleh tim pengusul.



Gambar 5 Pemasaran Melalui Media Sosial *Tik Tok*

Penyusunan Laporan keuangan merupakan langkah awal untuk mengetahui kinerja perusahaan. Dengan adanya laporan keuangan yang dibuat maka mitra Prabu Jaya Almunium dapat mengetahui keuntungan, jumlah harta yang dimiliki, jumlah modal dan jumlah hutang yang dipinjam dari pihak ketiga. Adapun kegiatan pendampingan dan pelatihan penyusunan laporan keuangan dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Pemberian Nota Penjualan

Sebelum melakukan pendampingan dan pelatihan penyusunan laporan keuangan, tim pengusul memberikan arahan terkait bukti transaksi harus dikumpulkan dan disimpan sebagai bukti yang dapat dipertanggungjawabkan dalam laporan keuangan. Dalam mendukung hal ini tim pengusul memberikan nota penjualan kepada Prabu Jaya Almunium sebagai bukti penjualan ketika terjadi penjualan produk yang dihasilkan. Harapan dari kegiatan ini adalah mitra Prabu Jaya Almunium secara continue mencatat dan mengumpulkan bukti transaksi baik itu nota penjualan, nota pembelian, pembayaran gaji maupun pembayaran apapun agar penyusunan laporan keuangan dapat sesuai standar yang berlaku.



Gambar 6 Serah Terima Nota Penjualan

2. Pemberian Template Laporan Keuangan menggunakan Excel

Berikut adalah dokumentasi pendampingan dan pelatihan penyusunan laporan keuangan yang dilaksanakan oleh tim pengusul kepada mitra Prabu Jaya Almunium.



Gambar 7 Pendampingan dan Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan

Pendampingan dan pelatihan penyusunan laporan keuangan di ikuti dengan pemberian template laporan keuangan menggunakan excel. Mitra Prabu Jaya Almunium diberikan pembekalan pengetahuan tentang siklus akuntansi yang dimulai dari pengumpulan bukti transaksi, mencatat

buku jurnal, posting ke buku besar, hingga menyusun laporan keuangan. Sebelum itu pemisahan uang pribadi dengan modal usaha juga dilakukan oleh mitra Prabu Jaya Almunium, sehingga pengaplikasian laporan keuangan bisa dengan mudah diterapkan. Sedikit demi sedikit tim pengusul menjelaskan cara penyusunan laporan keuangan dengan menyesuaikan kemampuan dari mitra. Hal ini bertujuan agar mitra lebih memahami bagaimana menyusun laporan keuangan dengan baik sesuai dengan standar yang berlaku. Ketika laporan keuangan sudah berhasil disusun, mitra dapat dengan mudah mengetahui kinerja bisnis yang dijalankan, serta dapat mengevaluasi kinerja untuk kemajuan bisnis dimasa yang akan datang.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat dapat berjalan dengan lancar. Mitra sudah bisa mempromosikan penjualan *e-commerce* melalui media social *WhatsApp*, Facebook dan Tik Tok. Dari evaluasi yang telah dilakukan, omzet mitra semakin meningkat. Dalam hal ini memberikan informasi kepada kita sebagai pelaku UMKM untuk tetap optimis dalam menghadapi ketidakpastian lingkungan seperti yang terjadi saat ini. Pelaku UMKM harus selalu berinovasi dan memberikan produk kreatif agar kegiatan usaha tetap berkelanjutan. Kemudian, pengetahuan tentang pengelolaan keuangan memang sangat perlu diperhatikan, dengan adanya kegiatan Pengabdian Masyarakat ini Prabu Jaya Almunium dapat memahami bagaimana cara melakukan pengelolaan keuangan yang baik, mereka dapat menyusun laporan keuangan dan menerapkan pencatatan akuntansi secara berkala, sehingga kinerja perusahaan juga dapat diukur dengan baik.

SARAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Adanya kegiatan sejenis hendaknya selalu diselenggarakan secara periodik sehingga dapat meningkatkan keterampilan dan kemandirian UMKM.
2. Minimnya biaya operasional kegiatan menjadikan promosi dan pemasaran terbatas.
3. Selain promosi masih banyak kegiatan pengabdian masyarakat lain yang perlu dikembangkan seperti pelatihan manajemen, pelatihan pencatatan akuntansi yang baik dan benar, dan sebagainya.

REFERENCES

- “Digitalisasi UMKM di Tengah Pandemi Covid-19.” (n.d.). <https://katadata.co.id/umkm>.
- Harto, B., Komalasari, R., & Mustofa, R. (2016). *Peningkatan Kapasitas Dan Kapabilitas Pengelolaan Keuangan Berbasis Aplikasi Excel dan Sesuai Sak EMKM Pada UMKM Moochi Lembang*. 4(1), 47–54.
- Indonesia, K. B. B. (2011). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Republik Indonesia.
- Kotler, P. T., & Lee, N. R. (2009). *Up and out of poverty: The social marketing solution*. Pearson Prentice Hall.
- Reimer, T., & Benkenstein, M. (2016). When good WOM hurts and bad WOM gains: The effect of untrustworthy online reviews. *Journal of Business Research*, 69(12), 59.
- Savitri, R. V. (2018). *PENCATATAN AKUNTANSI PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (STUDI PADA UMKM MR . PELANGI SEMARANG)* Keywords : *accounting records , UMKM Kata Kunci : Pencatatan Akuntansi , UMKM Corresponding author :5(2), 117–125.*

- Sudaryanto dan Hanim, A. (2002). Evaluasi kesiapan UKM Menyongsong Pasar Bebas Asean (AFTA): Analisis Perspektif dan Tinjauan Teoritis. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 1(2).
- Wardi, J., & Putri, G. E. (2020). *PENTINGNYA PENERAPAN PENGELOLAAN KEUANGAN BAGI UMKM*. 17(1), 56–62.
- Zarella, D. (2009). *The social media marketing book*. O'Reilly Media, Inc.