

Peran Manajemen Keuangan Dan Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Memajukan Desa Rangdumulya Kecamatan Pedes

Azka Agita Dewi , Sutan Faisal

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Buana Perjuangan Karawang

Email: Mn19.azkadewi@mhs.ubpkarawang.ac.id
[, sutan.faisal@ubpkarawang.ac.id](mailto:sutan.faisal@ubpkarawang.ac.id)

Abstrak

Dan permasalahan yang berada pada UMKM yang ada di Desa Rangdumulya Kecamatan Pedes ini yaitu ada pada keterbatasan modal dan kurangnya pemahaman tentang manajemen keuangan, kurang dalam pencatatan dalam pemasukan dan pengeluaran serta ketidak pastian dalam perhitungan omset yang di dapat setiap bulannya. Karena manajemen keuangan merupakan hal yang mutlak untuk di lakukan oleh pengusaha untuk mengetahui keuntungan dan kerugian yang ada pada perusahaan tersebut serta dapat meminimalisir kerugian itu sendiri. Tujuan dari diadakannya program ini yaitu untuk membantu serta membuka jalan bagi para pelaku UMKM untuk meraih kesuksesan di masa yang akan datang. Secara umum para pelaku UMKM masih belum paham bagaimana penerapan manajemen secara keseluruhan, pelaku UMKM hanya menyediakan persediaan sesuai dengan kemampuan modal yang dimiliki, jika memiliki modal lebih banyak maka mereka menyediakan persediaan dengan banyak begiyupula sebaliknya, hal tersebut akan berdampak pada biaya persediaan yang akan ditimbulkan dan tentunya tanpa disadari oleh pelaku UMKM tersebut.

Kata Kunci: Manajemen Keuangan, UMKM, Digital Marketing.

Pendahuluan

Negara Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang sangat bergantung pada UMKM (Usaha mikro, kecil dan menengah) dalam pembangunan serta perkembangan perekonomian negara. Hal tersebut dikarenakan UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja dan berdampak pada berkurangnya jumlah pengangguran dan mengatasi masalah kemiskinan serta dapat meningkatkan pendapatan per kapita suatu negara. Sektor UMKM (usaha mikro, kecil dan menengah) juga dapat berkontribusi dalam hal meningkatkan jumlah produk domestic bruto (

Di Indonesia, definisi UMKM tercantum serta diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia N0.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut yaitu, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Sedangkan usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Dalam Undang-Undang tersebut Tercantum, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum di dalam pasal 6 yaitu nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil dari penjualan tahunan, dan kriteria tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp.50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta.
- b. Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp.50 juta sampai dengan paling banyak Rp. 500 juga tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300 juta hingga maksimum Rp.2.5.000.000,
- c. Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta hingga paling banyak Rp.100 milyar hasil penjualan tahunan di atas Rp.2,5 milyar sampai paling tinggi Rp.50 milyar.

Selain itu, lembaga Departemen Perindustrian dan Badan Pusat Statistik (BPS), menggunakan jumlah pekerja sebagai alat ukur untuk membedakan skala sebuah usaha yang dapat membedakan antara usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), usaha mikro adlah unit usaha dengan jumlah pekerja

tetap hingga 4 orang, usaha kecil antara 5-19 pekerja, dan usaha menengah dari 20 sampai dengan 99 pekerja. Sedangkan perusahaan dengan jumlah pekerja lebih dari 99 pekerja termasuk ke dalam kategori usaha besar.

Desa Rangdumulya Kecamatan Pedes Kabupaten Karawang yang memiliki Balai Desa yang beralamat di Jalan. Gulampok No. 20, Rangdumulya, Karawang. Jumlah penduduk Desa Rangdumulya kurang lebih sebanyak 5.767 jiwa dengan jumlah 2.924 jiwa laki – laki dan 2.843 jiwa perempuan. Kondisi geografis Desa Rangdumulya berjarak 10, 6 km dari Kecamatan Pedes, Desa Rangdumulya memiliki visi dan misi “Desa Maju, Inovasi, dan Transparasi”. Dengan itu selama kegiatan yang dia adakan selama kurang lebih satu bulan di mulai dari tanggal 1 Juli-30 juli 2022 diantaranya yaitu melakukan sosialisasi pada UMKM serta perangkat Desa Rangdumulya dengan tema “Inovasi dan Digitalisasi UMKM Menuju Masyarakat Mandiri”. Tujuan dari diadakannya program ini yaitu untuk membantu serta membuka jalan bagi para pelaku UMKM untuk meraih kesuksesan di masa yang akan datang.

Menurut Kurniawan pada jurnal (Ni Wayan Duti Ariani:103, 2013). Menyatakan ada beberapa permasalahan dalam usaha mikro yang dapat menghambat perkembangan UMKM khususnya dalam memaksimalkan peluang yang sudah ada, dan beberpa permasalahan lainnya seperti kurangnya modal, kesulitan dlam pemasaran, persaingan yang sulit, dan keterampilan dalam manajerial terutama manajemen keuangan. Dalam menjalankan UMKM keterampilan manajemen sangat diperlukan, khususnya dalam manajemen keuangan. manajemen keuangan adalah salah satu bagian penting dan paling utama dalam ilmu manajemen. Di dalam perusahaan manajemen keuangan berhubungan erat dengan pengambilan keputusan pada keuangan (Mohamad muslich:1, 2003). Dan permasalahan yang berada pada UMKM yang ada di Desa Rangdumulya Kecamatan Pedes ini yaitu ada pada keterbatasan modal dan kurangnya pemahaman tentang manajemen keuangan, kurang dalam pencatatan dalam pemasukan dan pengeluaran serta ketidak pastian dalam perhitungan omset yang di dapat setiap bulannya. Oleh sebab itu masih banyak hal yang harus di prhatikan oleh pengusaha kecil dalam menjalankan bisnisnya terutama pemahaman tentang ilmu manajemen.

Krafft (2015) menyatakan bahwa “saluran pemasaran merupakan salah satu elemen yang paling penting dalam rantai penyaluran nilai karena hamper seluruh hasil produksi akan melaluinya dan setiap pelantara dalam aliran pemasaran diantara lain yaitu distributor, wholesaler, retailer. Memiliki fungsi distribusi yang berbeda beda seperti transportasi, penyimpanan, penjualan, keuangan, serta membangun hubungan”.

Digital marketing merupakan kata lain dari pemasaran suatu barang atau jasa yang ditergetkan, terukur, serta interaktif dengan menggunakan teknologi digital sebagai mediana, yang bertujuan untuk mempromosikan merek atau produk serta untuk meningkatkan penjualan melalui pemasaran secara online (Andy Prasetyo, Jefry Aulia, Aniek Indrawati; Digital Marketing 2019:11)

Metode

Metode yang dijalankan dalam kegiatan KKN ini yaitu:

1. Pengumpulan informasi atau data untuk materi yang akan di sampaikan pada saat sosialisasi.
2. Pelaksanaan sosialisasi yang bertemakan tema “Inovasi dan Digitalisasi UMKM Menuju Masyarakat Mandiri” yang bertempat di balai desa Rangdumulya.
3. Evaluasi penerapan kegiatan selama melakukan sosialisasi “Inovasi dan Digitalisasi UMKM Menuju Masyarakat Mandiri”

Hasil dan Pembahasan

Manajemen keuang tidak hanya dibutuhkan oleh jenis usaha besar tetapi juga pada usaha kecil seperti UMKM kenapa? Karena manajemen keuangan merupakan hal yang mutlak untuk di lakukan oleh pengusaha untuk mengetahui keuntungan dan kerugian yang ada pada perusahaan tersebut serta dapat meminimalisir kerugian itu sendiri. Dan hal tersebut merupakan langkah awal dalam menentukan kesuksesan sebuah bisnis. Manajemen merupakan pondasi penting dalam mengatur hal-hal yang menyangkut praturan yang ditetapkan yang sesuai dengan kode etik yang berlaku, usaha yang baik tentunya memiliki pondasi manajemen yang baik pula.

Digital marketing juga sangat diperlukan oleh para pelaku usaha karena dapat meningkatkan pemasaran secara lebih luas lagi, tetapi hal tersebut tidak banyak disadari oleh para pelaku bisnis tersebut, terutama UMKM. Apalagi saat ini perkembangan dari digital marketing sangat pesat dengan munculnya berbagai Market Place seperti Shopee, Lazada, Toko Pedia dan masih banyak lagi. Tentunya hal tersebut dapat memudahkan para pelaku usaha.



Gambar 1. Sosialisasi UMKM

Kegiatan dilaksanakan selama Satu Hari dengan deskripsi atau roundownd pelaksanaan sebagai berikut.

No	Waktu	Durasi	Kegiatan	PIC	Keterangan
1	10.30-10.40	10	Pembukaan	Lianah (Moderator)	Pembukaan
2	10.40-10.55	15	Pemaparan Materi Kewirausahaan di Era Digital	Lala	Penyampaian Materi
3	10.55-11.10	15	Pemaparan Materi UMKM di Era Digital	Azka Agita Dewi	Pemaparan Materi
4	11.10-11.25	15	Pemaparan Materi Entrepreneur di Revolusi Industri 4.0	Valeria Beku	Pemaparan Materi
5	11.25-11.40	15	Sesi Tanya Jawab	Lianah, Lala, Valeria Beku & Azka Agita Dewi	Menjawab pertanyaan warga
6	11.40-11.45	5	Penutup	Lianah (Moderator)	Penutupan

Dengan itu selama kegiatan yang dia adakan selama kurang lebih satu bulan di mulai dari tanggal 1 Juli-30 Juli 2022 diantaranya yaitu melakukan sosialisasi pada UMKM serta perangkat Desa Rangdumulya dengan tema “Inovasi dan Digitalisasi UMKM Menuju Masyarakat Mandiri”. Yang diadakan di Balai Desa Rangdumulya dan di adakan pada 27 Juli 2022. Tentunya sosialisasi tersebut bertujuan untuk mengenalkan bagaimana menjalankan bisnis dengan baik sesuai dengan ilmu manajemen yang tentunya hal-hal yang dapat memenuhi kode etik yang telah berlaku, serta mengenalkan kepada mereka pentingnya sebuah promosi produk mereka, dan membuka jalan bagi UMKM di Desa Randumulya dengan membuat akun Instagram untuk mempromosikan produk yang mereka buat yaitu Samping.

Kesimpulan dan Rekomendasi

Kegiatan selama pengabdian kepada masyarakat di Desa Randumulya selama sebulan penuh di mulai dari 1 Juli-30 Juli 2022 tersebut berjalan dengan lancar. Dengan mengadakan beberapa kegiatan salah satunya yaitu sosialisasi UMKM, kita sebagai mahasiswa tidak bisa membantu banyak khususnya membantu dalam masalah yang ada pada UMKM tersebut yang berkaitan dengan modal usaha, kita hanya dapat membantu memberikan pengetahuan untuk penerapan ilmu manajemen yang dapat membimbing para UMKM di desa Rangdumulya serta membuka jalan dalam melakukan pemasaran dengan metode digital marketing dengan membuat akun media sosial khusus untuk memasarkan produk yang mereka buat.

Secara umum para pelaku UMKM masih belum paham bagaimana penerapan manajemen secara keseluruhan, pelaku UMKM hanya menyediakan persediaan sesuai dengan kemampuan modal yang dimiliki, jika memiliki modal lebih banyak maka mereka menyediakan persediaan dengan banyak begiyupula sebaliknya, hal tersebut akan berdampak pada biaya persediaan yang akan ditimbulkan dan tentunya tanpa disadari oleh pelaku UMKM tersebut. Untuk kedepannya dengan apa yang telah kami berikan dapat di terapkan oleh pelaku UMKM di Desa Rangdumulya tersebut tentunya dengan dukungan dari pemerintah untuk dapat membantu jalannya kesuksesan sebuah bisnis. Dengan adanya program yang di berikan pemerintah kepada UMKM. Dan tentunya kesuksesan itu berawal dari dalam diri kita sendiri.

Daftar Pustaka

Tlis T.H. Tambunan, *UMKM di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia, (2009), hal 16

Undang-Undang Nomor 20. tahun 2008 tentang UMKM, bab IV pasal 6

Nardi Sunardi, Rosa Lesmana, Kartono, Rudy, Wiwik Hasbiyah.(2020). *Peran Manajemen*

Keuangan Dan Digital Marketing Dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan Bagi UMKM Pasar Modern Intermodal Bsd City Kota Tangerang Selatan Di Tengah Pandemic Covid-19. Jurnal Abdi Masyarakat Vol.2. No.1 Oktober 2020.

Nallariza Umami.(2019). *Perang Manajemen Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil Dan*

Menengah (UMKM) Batik Dalam Memajukan Sektor Kewirausahaan. Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan Vol.3, No.1, Juni 2019, hal 1-11

Andy Prasetyo Wati, Jefry Aulia Martha, Aniek Indrawati.(2019). *DIGITAL MARKETING*.

Malang: Edulitera. Hal 10-11