

MODEL AKUNTANSI SEDERHANA DAN PEMASARAN *ONLINE* BAGI UMKM DESA PURWASARI

¹Trias Arimurti,²Devi Astriani, ³Dhea Imroatul Fatihah

^{1,2,3}Program Studi Akuntansi

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang

Email : [¹trias.arimurti@ubpkarawang.ac.id](mailto:trias.arimurti@ubpkarawang.ac.id), [²devi.astriani@ubpkarawang.ac.id](mailto:devi.astriani@ubpkarawang.ac.id),
[³dheaimroatul@ubpkarawang.ac.id](mailto:dheaimroatul@ubpkarawang.ac.id)

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan adalah untuk memberikan pemahaman dan kompetensi dalam membuat pembukuan sederhana serta media pemasaran *online* kepada para pelaku UMKM yang ada di Desa Purwasari. Diharapkan dengan adanya sosialisasi mengenai pembukuan sederhana kendala-kendala yang dihadapi dalam keuangan usaha dapat dihadapi dengan proses pembukuan yang baik. Selain itu, setelah sosialisasi ini diharapkan pelaku UMKM dapat langsung mempraktikkan membuat pembukuan sederhana. Selanjutnya, diharapkan pula untuk UMKM yang masih menggunakan cara konvensional dengan mengandalkan warung/toko/outlet saja, agar dapat memanfaatkan dan memaksimalkan media bisnis *online*, karena masih banyak tersedia aplikasi bisnis yang gratis seperti yang sudah diterapkan oleh beberapa UMKM yakni Google Bisnisku, Whatsapp, Facebook dan Instagram.

Kata Kunci : akuntansi sederhana, pemasaran *online*, UMKM

PENDAHULUAN

Laporan keuangan yang baik tidak hanya dimiliki oleh bisnis besar dengan sistem keuangan yang kompleks saja, tetapi juga sangat dibutuhkan oleh semua level bisnis bahkan tidak terkecuali bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Membuat laporan keuangan diharapkan agar UMKM dapat mengoperasikan bisnisnya dengan baik sehingga keuntungan dan kerugian dapat dianalisis. Selain itu, jika memiliki laporan keuangan yang baik akan memudahkan penilaian pihak eksternal atas kinerja bisnisnya. Berbeda halnya jika pelaku UMKM yang masih berskala kecil dan menengah, tentunya laporan keuangan dapat dibuatkan ke dalam bentuk yang lebih sederhana.

Bagi sebuah UMKM, pembukuan memiliki sifat yang sangat krusial. Ini dikarenakan dari pembukuan seorang pengusaha dapat memonitor atau memantau sejauh mana UMKM tersebut dalam mendapatkan keuntungan, sebaik apa kinerja UMKM tersebut, hingga pengusaha dapat menilai sebaik apa kendali UMKM tersebut terhadap arus dana yang ada. Tak hanya itu saja, pengusaha akan mudah dalam menilai seberapa baik nilai-nilai aset, nilai likuiditas, serta kemampuan dalam menangani segala bentuk tanggung jawab terhadap

utang-piutang yang ada pada sebuah UMKM. Dalam pembukuan UMKM biasanya akan terasa lengkap apabila berisi laporan keuangan seperti:

1. Neraca.
2. Laporan perubahan ekuitas.
3. Laporan laba rugi yang komprehensif.
4. Laporan posisi keuangan yang terdiri dari laporan arus kas atau laporan arus dana pada UMKM tersebut.
5. Laporan lainnya.

Pembukuan merupakan aspek yang sangat penting demi kemajuan sebuah UMKM tersebut. Karena pembukuan UMKM termasuk dalam pencatatan transaksi keuangan yang ada. Jika ingin membuat pembukuan UMKM, maka tidak perlu melakukan pembukuan UMKM yang kompleks, tetapi dapat dibuat secara sederhana. Namun, beberapa pelaku UMKM ada yang menganggap karena usahanya masih kecil sehingga mereka masih enggan melakukan pembukuan keuangan karena hal ini dianggap cukup merepotkan. Karena di antara mereka ternyata memang masih ada yang kurang mengerti seluk-beluk pencatatan keuangan sehingga kurang tertarik melakukannya. Alasan lain yang sering muncul adalah pemilik usaha tidak memiliki cukup waktu untuk melakukan pembukuan. Padahal cara ini dapat dilakukan dengan dimulai dari mencatat setiap kali melakukan sebuah transaksi, kemudian memulai untuk merapikan setelah selesai jam sibuk dan dimasukkan ke dalam buku besar.

Adanya ketidakpedulian pelaku UMKM dalam melakukan berbagai inovasi dalam masalah manajemen keuangan usaha dibuktikan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat terdahulu yang dilakukan oleh Gunaedi, dkk (2018) menyatakan kendala utama yang dihadapi UKM saat ini selain aspek pemasaran yang sulit juga akses ke lembaga keuangan karena masih banyak pelaku UKM yang belum menyadari pentingnya pencatatan keuangan dan pembukuan yang benar. Hal serupa diungkapkan oleh Murfiah, dkk (2018) bahwa kendala yang paling sering dihadapi oleh para pelaku usaha ini adalah masalah penyusunan laporan keuangan, hal ini bisa dimaklumi karena tidak semua pelaku bisnis usaha mikro memiliki latar belakang akuntansi, sedangkan jika harus memperkerjakan seorang akuntan masih belum memungkinkan secara finansial.

Selain perlu adanya laporan keuangan, pelaku UMKM juga perlu memperhatikan strategi pemasaran. Karena biasanya strategi pemasaran UMKM cenderung dibuat dan dijalankan secara konvensional yakni spontan dan apa adanya. Perencanaan yang terlalu

detail dan berbelit-belit dianggap terlalu menyulitkan. Sehingga kebanyakan para pelaku UMKM menggunakan strategi pemasaran yang lebih bersifat fleksibel. Alasan lainnya, hal ini disebabkan karena terbatasnya jumlah anggaran. Namun, dengan semakin berkembangnya dunia bisnis yang semakin maju para pelaku UMKM diharapkan dan dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif, dimulai dengan menciptakan produk hingga memasarkan produk jualannya karena persaingan di dunia bisnis yang semakin ketat. Oleh karena itu, agar bisnis atau usaha berjalan dengan mudah dan baik diperlukan adanya strategi pemasaran produk yang efektif dan ampuh. Salah satu strategi pemasaran yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan strategi pemasaran secara *online*. Dengan menggunakan pemasaran produk secara *online*, jangkauan promosi yang dilakukan akan semakin luas dan tidak terbatas, bahkan konsumen dapat dengan mudahnya menemukan produk yang dijual melalui internet. Mulai dari memilih produk hingga pembayaran pun tidak perlu repot datang ke toko melainkan dapat dilakukan secara virtual.

Fenomena *e-commerce* membuat jumlah usaha sektor perdagangan, penyedia makan minum, pariwisata, transportasi dan komunikasi mengalami peningkatan. *E-commerce* menjamur karena pengusaha dapat memberikan layanan lebih cepat, tidak memerlukan *workspace* yang luas dan biaya operasional lebih murah. *E-commerce* dipercaya akan terus berkembang seiring gencarnya revolusi digital. Tren *digital marketing* menjadi peluang bagi UMKM untuk menyambut industri 4.0. *Digital marketing* memiliki banyak kelebihan jika dibandingkan dengan strategi pemasaran konvensional (*offline marketing*), diantaranya dalam hal *measurement* atau tolak ukur keberhasilan sebuah strategi (Nursatyo & Dini, 2018).

Salah satu potensi yang ada di Desa Purwasari yakni keberadaan UMKM yang mampu menggerakkan ekonomi masyarakat sekitar dan menghidupkan usaha-usaha lokal pendukung lainnya. Hadirnya sentra-sentra UMKM menjadi salah satu solusi yang mampu menyelesaikan ketimpangan antar desa dan kota serta menggerakkan ekonomi khususnya daerah Purwasari.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan mitra pelaku UMKM, dapat disimpulkan bahwa para pelaku UMKM belum memahami secara mendalam mengenai pembukuan dan strategi pemasaran berbasis digital. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pemahaman pembukuan sederhana dan pemasaran produk secara digital (*online*) untuk menyongsong era industri 4.0 bagi masyarakat.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dalam rangka memberikan wawasan kepada pelaku UMKM mengenai manajemen bisnis khususnya pencatatan transaksi usaha dan pembuatan laporan keuangan sederhana serta media pemasaran *online*. Diharapkan dengan adanya sosialisasi ini mampu meningkatkan kompetensi sehingga mampu meningkatkan kualitas kerja para pelaku usaha agar mencapai target yang diharapkan.

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Purwasari, Kecamatan Purwasari, Kabupaten Karawang. Adapun metode yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini berupa penjelasan secara virtual dengan memberikan video tutorial maupun presentasi mengenai manajemen bisnis meliputi pencatatan transaksi-transaksi yang kemudian dibuatkan menjadi laporan keuangan, pengenalan *platform* bisnis *online* sebagai media pemasaran serta cara memaksimalkan media sosial untuk bisnis *online*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Purwasari yang terletak di Jl. Jendral Ahmad Yani No. 35 Kecamatan Purwasari, Kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat. Desa Purwasari memiliki enam dusun yang berbeda-beda diantaranya Dusun Kalijurang, Dusun Sadang, Dusun Wr. Kebon Barat, Dusun Pagadungan Indah, Dusun Wr. Kebon Timur, dan Dusun Panorama Indah dengan jumlah jiwa sekitar 22.630 jiwa. Adapun gender dan mata pencaharian dari masyarakat Desa Purwasari dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 1
Jumlah Penduduk Berdasarkan Gender

Keterangan	Jumlah
Pria	11.402
Wanita	11.228
Total	22.630

Sumber : <https://www.karawangkab.go.id>

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat dijelaskan bahwa jumlah penduduk berdasarkan gender didapat jumlah penduduk pria lebih besar banyak yaitu 11.402 jiwa sedangkan jumlah penduduk wanita adalah 11.228 jiwa, maka jumlah penduduk Desa Purwasari sebanyak 22.630 jiwa.

Tabel 2
Jenis Mata Pencaharian

Mata Pencaharian	Jumlah
Buruh	8.500
Pedagang	6.500
Petani	2.500
PNS	82

Sumber : <https://www.karawangkab.go.id>

Berdasarkan tabel 2 di atas dapat dijelaskan bahwa jenis mata pencaharian didapatkan jumlah warga yang berprofesi sebagai buruh sebanyak 8.500 orang, Pedagang sebanyak 6.500 orang, Petani sebanyak 2.500 dan PNS dengan jumlah 82 orang. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa jumlah dari warga yang menjadi pedagang di Desa Purwasari cukup banyak yakni 6.500 orang, hal ini menunjukkan bahwa Desa Purwasari memiliki peluang UMKM yang cukup baik.

UMKM binaan yang ada di di Desa Purwasari adalah UMKM milik Bapak Agus yang beralamat di Perum Trully Estate RT 005 RW 002 Desa Purwasari, Kecamatan Purwasari, Kabupaten Karawang. UMKM yang bergerak di bidang produksi makanan yakni telur asin ini sudah dirintisnya sejak tahun 2012.



Gambar 1
Produk UMKM Telur Asin "EGG" Milik Bapak Agus

Sumber : Data Penulis

UMKM kedua adalah milik Ibu Nami yang beralamat di Kampung Pagadungan RT 003 RW 006 Desa Purwasari, Kecamatan Purwasari, Kabupaten Karawang. UMKM milik Ibu Nami ini sudah berdiri sejak tahun 2018 yang bergerak di bidang produksi makanan ringan yakni keripik pisang. Untuk penjualannya dibantu oleh suami Ibu Nami yang menerima kredit barang, jadi keliling untuk menagih sekaligus membawa dan menawarkan keripik pisang ke pelanggan kredit suaminya. Selain itu, keripik pisang dijual keliling oleh tetangga ibu Nami yang ingin menjualkan keripik pisangnya.



Gambar 2
Produk UMKM Keripik Milik Ibu Nami

Sumber : Data Penulis

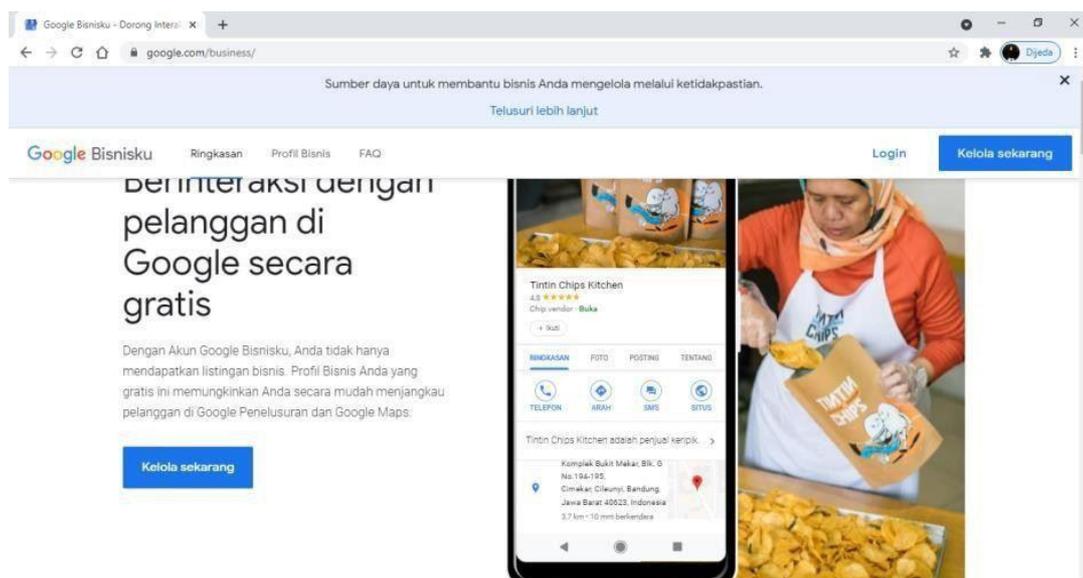
Proses sosialisasi pembukuan sederhana yakni dijelaskan terlebih dahulu mengenai pencatatan setiap transaksi-transaksi mulai dari mencatat uang yang masuk dari hasil penjualan dan uang yang keluar untuk membeli bahan baku berdasarkan bukti-bukti bonbon atau kuitansi yang diterima serta diklasifikasikan berdasarkan jenis bahan baku yang dibeli. Adapun materi yang perlu disiapkan dalam sosialisasi pembukuan keuangan sederhana, yaitu :

1. Pembukuan keuangan sederhana secara umum. Dalam penyampaiannya menjelaskan bahwa pentingnya pembukuan keuangan dalam usaha kecil dan mikro, perlunya memisahkan keuangan pribadi dengan usaha agar pelaku usaha mudah menganalisis hasil usaha.
2. Neraca yang berfungsi menjelaskan nilai aset, kewajiban dan modal perusahaan pada suatu tanggal tertentu
3. Laporan laba rugi yang berfungsi memberikan informasi tentang aktivitas bisnis perusahaan misalnya Penjualan, Beban, dan Laba atau Rugi Bersih;

4. Laporan perubahan modal yang berfungsi untuk menggambarkan peningkatan atau penurunan aktiva bersih atau kekayaan selama periode yang bersangkutan berdasarkan prinsip pengukuran tertentu yang dianut;
5. Laporan arus kas yang berfungsi menjelaskan tentang jumlah penerimaan dan pengeluaran kas perusahaan dalam satu periode beserta sumber-sumbernya,

Diharapkan dengan adanya sosialisasi mengenai pembukuan sederhana kendala-kendala yang dihadapi dalam keuangan usaha dapat dihadapi dengan proses pembukuan yang baik. Selain itu, setelah sosialisasi ini diharapkan pelaku UMKM dapat langsung mempraktikkan membuat pembukuan sederhana. Setelah dilaksanakannya sosialisasi ini, penulis akan memonitoring kemajuan UMKM binaan dalam membuat pembukuan sederhana. Kami pun memberikan kesempatan untuk bertanya melalui *chat WhattsApp* jika mengalami kendala atau kesusahan dalam menerapkan pembukuan sederhana ini.

Selain mengenai pembukuan sederhana, kami memberikan pengenalan *platform* bisnis *online* *Google Bisnisku* yang dapat dilihat pada gambar berikut :





Gambar 3
Aplikasi Google Bisnisku

Sumber : Google

Selain itu, kami pun memberikan pengenalan media sosial seperti *Facebook*, *Instagram* dan *Whatsapp* yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran bagi UMKM binaan. Berikut ini sampel data UMKM Desa Purwasari :

Tabel 3
Data UMKM Desa Purwasari

No.	Nama UMKM	Lama Usaha	Tempat Pemasaran Produk
1	Keripik Ibu Nami	3 Tahun	Penjualan langsung, dan status Whatsapp.
2	Telur Asin EGG	9 Tahun	Penjualan langsung; menitipkan ke warung makan, tukang baso, tukang sayur, dan tempat usaha lain; menjual ke pasar dan grup Whatsapp.
3	Rumah Delicious	2 Tahun	Penjualan langsung, Instagram (@jelita_senja22), Facebook (Ummu Ezhra), grup Facebook, status Whatsapp, dan grup Whatsapp.

4	Family Rental Outdoor	6 Tahun	Membuka toko, Facebook (Family Rental Outdoor/Mang Alan Ramlan), Grup Facebook, Instagram (@ramlan_ramadhan), status Whatsapp, dan Google Bisnisku.
5	Toko Sembako Dua Dara	3 Tahun	Membuka toko.
6	Nay Cell	5 Tahun	Membuka gerai.
7	Steam Motor PGD	4 Tahun	Membuka tempat cuci motor.
8	Yokobana Fried Chicken PGD	1 Tahun	Membuka toko, Facebook (Arip), grup Facebook, status Whatsapp, grup Whatsapp.
9	Rosita Laundry	1 Tahun	Membuka tempat laundry.
10	Widya Laundry	1 Tahun	Membuka tempat laundry, Facebook (Widya Laundry), Whatsapp, dan Google Bisnisku

Sumber : Data Penulis

Berdasarkan tabel 3 di atas, dapat dilihat UMKM yang memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran sudah cukup banyak. UMKM yang menggunakan media sosial *Whatsapp* adalah Keripik Ibu Nami, Telur Asin "EGG" milik Bapak Agus, Rumah Delicious, Family Rental Outdoor, Yokobana Fried Chicken PGD dan Widya Lanudry. Selanjutnya, untuk UMKM yang menggunakan media sosial *Whatsapp* dan *Facebook* adalah Rumah Delicious, Family Rental Outdoor, Yokobana Fried Chicken PGD dan Widya Landury. Kemudian untuk UMKM yang menggunakan media sosial *Whatsapp*, *Facebook* dan *Instagram* adalah Rumah Delicious dan Family Rental Outdoor. Selain itu, ada juga UMKM yang sudah memanfaatkan platform bisnis online *Google Bisnisku* adalah Family Rental Outdoor dan Widya Laundry. Namun dari data tersebut, terdapat UMKM yang masih melakukan pemasaran secara tradisional yakni Toko Sembako Dua Dara, Nay Cell, Steam Motor PGD dan Rosita Laundry.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa pelaku UMKM ada yang menganggap karena usahanya masih kecil

sehingga mereka masih enggan melakukan pembukuan keuangan karena hal ini dianggap cukup merepotkan. Karena di antara mereka ternyata memang masih ada yang kurang mengerti seluk-beluk pencatatan keuangan sehingga kurang tertarik melakukannya. Alasan lain yang sering muncul adalah pemilik usaha tidak memiliki cukup waktu untuk melakukan pembukuan. Selain itu, terdapat UMKM yang media pemasarannya secara konvensional atau hanya mengandalkan warung/toko/outlet yakni Toko Sembako Dua Dara, Nay Cell, Steam Motor PGD dan Rosita Laundry.

Saran

Diharapkan dengan adanya sosialisasi mengenai pembukuan sederhana kendala-kendala yang dihadapi dalam keuangan usaha dapat dihadapi dengan proses pembukuan yang baik. Selain itu, setelah sosialisasi ini diharapkan pelaku UMKM dapat langsung mempraktikkan membuat pembukuan sederhana. Selanjutnya, diharapkan pula untuk UMKM yang masih menggunakan cara konvensional dengan mengandalkan warung/toko/outlet saja, agar dapat memanfaatkan dan memaksimalkan media bisnis *online*, karena masih banyak tersedia aplikasi bisnis yang gratis seperti yang sudah diterapkan oleh beberapa UMKM yakni Google Bisnisku, Whatsapp, Facebook dan Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- Gunaedi, dkk. 2018. UKM Pembukuan Akuntansi Sederhana. Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat ISBN : 978-602-73114-5-9 (online)
- Murfiah, dkk. 2018. Pelatihan Pembukuan Sederhana bagi UKM Kerajinan Anyam Pandandi Kecamatan Rajapolah, Tasikmalaya. Jurnal Solma Vol.7
- Nursatyo & Dini, R. 2018. *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Situs Pemandangan Harga Telunjuk.com*. Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi, 1(2), 46.
- Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/161837/pp-no-7-tahun-2021>)
- <https://www.karawangkab.go.id/Profile/Purwasari-Situs-Resmi>