

# Optimalisasi Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Digital

Abdul Ahmad Hafidh Nurmansyah<sup>1</sup>, Arlan Siddha<sup>2</sup>, Agus Soebagyo<sup>3</sup>, Angga Nurdin Rachmat<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Jenderal Achmad Yani, Cimahi, Indonesia

Email: [abdul.ahmad@lecture.unjani.ac.id](mailto:abdul.ahmad@lecture.unjani.ac.id)

## Abstrak

Pandemi Covid-19 merupakan situasi yang tidak dapat dihindari dewasa ini. Kondisi ini tidak hanya memberikan efek pada kesehatan masyarakat, namun juga pada perekonomian. Salah satu sektor yang terkena dampaknya adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan hal ini dialami oleh UMKM industri pengolahan makanan di Kecamatan Cikalong Wetan Kabupaten Bandung Barat tepatnya di Desa Cisomang. Permasalahan utama yang dihadapi adalah terkait pengelolaan usaha dari berbagai aspek seperti pemasaran, operasional, pengelolaan karyawan dan keuangan. Objek pengabdian kepada masyarakat adalah sentra UMKM yang ada pada industri pengolahan makanan di Desa Cisomang Kecamatan Cikalong Wetan, Kabupaten Bandung Barat yang terdiri atas 10 UMKM. Produk yang diproduksi bermacam-macam makanan ringan salah satunya adalah produk basreng. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan tentang manajemen yang baik diharapkan dapat membantu UMKM untuk tetap dapat mempertahankan eksistensinya dalam kondisi pandemi yang melanda saat ini.

**Kata Kunci:** UMKM, Pengelolaan Usaha, Keuangan.

## Abstract

*The Covid-19 pandemic is an unavoidable situation today. This condition not only affects public health but also the economy. One sector that is affected by it is the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), and this is experienced by the food processing MSMEs in Cisomang Village, Cikalong Wetan Sub-district, West Bandung Regency. The main problem faced is related to business management from various aspects such as marketing, operations, employee management, and finance. The community service object is the MSME center in the food processing industry in Cisomang Village, Cikalong Wetan Sub-district, West Bandung Regency, consisting of 10 MSMEs. The produced products are various types of snacks, one of which is basreng. With the training and mentoring on good management, it is hoped that it can help MSMEs to maintain their existence in the current pandemic situation.*

**Keywords:** MSME, Business Management, Finance.

## A. PENDAHULUAN

Kondisi pandemi covid-19 memberikan dampak menurunnya penjualan pada UMKM industri makanan (Rosita, 2020). *Packaging* yang kurang menarik serta pemahaman terkait promosi yang terbatas menjadi salah satu penyebab menurunnya penjualan. Selain itu, permasalahan internal yang dihadapi pun menjadi kendala yang dapat mempengaruhi eksistensi dan keberlanjutan usaha (Lestari, 2010). Pada aspek operasional UMKM menghadapi kendala aliran produk mulai dari hulu sampai hilir. Selanjutnya, dari aspek keuangan sentra UMKM di Desa Cisomang belum memiliki pembukuan keuangan yang baik

penerimaan dan pengeluarannya sehingga UMKM dapat mengambil keputusan yang tepat untuk bertahan. Lebih lanjut, juga terdapat permasalahan dalam mengelola karyawan sehingga mengganggu kelancaran proses produksi.

Objek pengabdian kepada masyarakat adalah sentra UMKM yang ada pada industri pengolahan makanan di Desa Cisomang Kecamatan Cikalong Wetan, Kabupaten Bandung Barat yang terdiri atas 10 UMKM. Produk yang diproduksi bermacam-macam makanan ringan salah satunya adalah produk basreng. Karyawan yang bekerja pada UMKM lebih banyak memberdayakan masyarakat sekitar. Selanjutnya, distribusi PDRB Kabupaten Bandung Barat atas Dasar Harga Berlaku Menurut Pengeluaran tahun 2016 pada point pengeluaran konsumsi rumah tangga sebesar 65,80 %. Selain itu, status pekerjaan di Kabupaten Bandung Barat, didominasi oleh buruh/ karyawan/ pegawai yakni sebanyak 251.878 orang pada tahun 2020 (BPS, 2020) dalam *Jurnal Abdimas Peradaban* (Nurmansyah et al., 2022). Berdasarkan situasi ini dapat dikatakan bahwa dilihat dari potensi wilayah Kecamatan Cikalong Wetan Kabupaten Bandung Barat secara fisik, sosial dan ekonomi, sentra UMKM yang berada di wilayah ini memiliki potensi yang baik untuk dapat berkembang dimana cakupan pasarnya cukup luas dengan pengeluaran konsumsi rumah tangga sebesar 65,80%.

## **B. TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Manajemen Pemasaran**

Peranan internet dalam dunia bisnis yang sangat signifikan adalah berubahnya konsep pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan mulai memanfaatkan internet sebagai alat promosi ke seluruh dunia dengan membuat sebuah situs resmi perusahaan. Situs perusahaan umumnya menyajikan *company profile*, produk yang dijual dan berita menyangkut aktivitas perusahaan. Perusahaan juga menyediakan informasi email bagi publik yang akan berkomunikasi dengan perusahaan. Bukan saja perusahaan besar namun perusahaan kecilpun memiliki situs karena membuat sebuah situs tidaklah sulit dan biayanya relatif terjangkau. Perbedaannya ada pada pengelolaan situs tersebut, dimana pada perusahaan besar dikelola secara khusus sehingga data dan tampilannya sering diperbaharui. Internet juga dijadikan sebagai media untuk mendapatkan calon konsumen yakni dengan cara mengirim email dan newsletter yang dalam teori pemasaran Philip Kotler merupakan contoh pemasaran langsung melalui internet (Situmorang, 2012).

Salah satu jenis pemasaran yang memanfaatkan berbagai media yang ada di internet adalah viral marketing atau pemasaran viral (Sari, 2019). Pemasaran viral adalah model pemasaran dari mulut ke mulut dengan menggunakan media Internet atau Internet Word of Mouth. Viral berarti virus yang penyebarannya berlangsung dengan cepat. (Datta et al., 2005) menjelaskan apa yang dimaksud dengan viral marketing. Media yang dapat dimanfaatkan dalam viral marketing yaitu email, blog, situs jejaring sosial dan situs berbagi video.

Peran digital marketing menurut (Febriyantoro & Arisandi, 2018), digital marketing adalah kegiatan pemasaran, termasuk branding, yang menggunakan beberapa media berbasis web, misalnya email, adwords dan blog. Penggunaan media sosial juga termasuk dalam media digital marketing.

### **2. Manajemen Keuangan**

Menurut Sartono (2010:1) dalam *Journal of Business Administration Economics & Entrepreneurship* (Aprilani & Karunia, 2022) Manajemen keuangan adalah sebagai manajemen dana baik yang berkaitan dengan pengalokasian dana dalam berbagai bentuk investasi secara efektif maupun usaha pengumpulan dana untuk pembayaran investasi atau pembelanjaan secara efisien. Menurut Agnes Sawir (2009:101) dalam *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* (Nasihin, 2022), manajemen keuangan merupakan aktivitas pemilik dan meminjam

perusahaan untuk memperoleh sumber modal yang semurahmurahnya dan menggunakan seefektif, seefisien, dan seekonomis mungkin untuk menghasilkan laba.

Manajemen keuangan yang efisien membutuhkan tujuan dan sasaran yang digunakan sebagai standar dalam memberikan penilaian efisiensi keputusan keuangan. Selanjutnya, (Astuti, 2017) mengatakan bahwa laporan keuangan dapat disusun sesuai dengan format yang ditentukan dengan data diperoleh dan pencatatan sebelumnya dengan bantuan kertas kerja. Komponen laporan keuangan itu sendiri utamanya adalah Neraca dan Laporan Laba rugi. Menurut (Astuti, 2017), Neraca atau *balance sheet* adalah laporan yang menyajikan sumber-sumber ekonomis dari suatu perusahaan atau aset kewajiban- kewajiban atau utang, dan hak para pemilik perusahaan yang tertanam dalam perusahaan tersebut atau ekuitas pemilik suatu saat tertentu. Komponen berikutnya adalah laporan laba rugi, dimana laporan ini merupakan gambaran kinerja perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (Fernos, 2017). Pada dasarnya laporan ini membandingkan antara jumlah pendapatan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam suatu periode tertentu. Laporan keuangan juga memuat laporan arus kas atau laporan perubahan posisi keuangan yang menyajikan informasi aliran kas masuk atau keluar bersih pada suatu periode, hasil dari tiga kegiatan pokok perusahaan adalah operasi, investasi, dan pendanaan, (Astuti, 2017). Pada umumnya UMKM hanya mengira-ngira dalam hal laba rugi, perilaku pemilik UMKM yang demikian dapat memperlambat perkembangan usaha (Savitri, 2018).

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, sistem pencatatan keuangan menjadi sesuatu yang dinamis mengikuti perkembangan IPTEK tersebut. Pencatatan keuangan kini tidak hanya dapat dilakukan secara manual, namun dapat berbasis digital. Menurut (Aini et al., 2019) *cloud accounting* atau akuntansi *online* merupakan salah satu sarana penunjang pencatatan laporan keuangan yang bisa di akses secara *online* dimana perkembangan layanan ini berguna untuk memudahkan proses pelaksanaan dan meningkatkan efisiensi. Sasaran layanan ini adalah kemudahan pengelolaan keuangan usaha secara terperinci bagi masyarakat awam yang tidak mempunyai ilmu di bidang akuntansi. *Cloud accounting* bisa meminimalisir kesalahan dalam perhitungan dan tidak memakan waktu lama karena tidak perlu melakukan perhitungan secara konvensional, dan *cloud accounting* mempunyai kelebihan, yakni biaya yang murah (*lowered cost*). Hal ini mencerminkan bahwa Sistem informasi dapat lebih mengefektifkan dan mengefisienkan pengguna dalam melaksanakan aktivitasnya (Yulianti et al., 2022).

### **3. Manajemen Operasional**

Manajemen operasional adalah suatu kegiatan yang berhubungan dengan pembuatan barang, jasa dan kombinasinya, melalui proses transformasi dari sumber daya produksi menjadi keluaran yang diinginkan (Wijaya et al., 2016). Manajemen operasional juga mencakup proses manajemen rantai pasok yang melibatkan pengelolaan bahan baku, proses produksi, pengiriman produk, dan manajemen inventaris (Rohaeni & Sutawijaya, 2020). Oleh karena itu, manajemen operasional sangat penting untuk menjaga kelancaran operasi bisnis, meningkatkan efisiensi, dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

### **4. Manajemen Sumber Daya Manusia**

Manajemen SDM merupakan suatu pendekatan yang strategis terhadap keterampilan, motivasi, pengembangan, dan manajemen pengorganisasian sumber daya (Labola, 2019). Menurut (Setiani, 2013) menyatakan bahwa manajemen Sumber Daya Manusia adalah suatu ilmu atau cara bagaimana mengatur hubungan dan peranan sumber daya (tenaga kerja) yang dimiliki oleh individu secara efisien dan efektif serta dapat digunakan secara maksimal sehingga (goal) bersama perusahaan, karyawan dan masyarakat maksimal.

### C. METODE

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah pelatihan dan pendampingan. Sebelumnya, dilakukan kunjungan untuk persiapan pelatihan agar dapat dipahami kebutuhan masyarakat yang akan dilayani. Selanjutnya, dilakukan pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam berbagai bidang, seperti keterampilan teknis atau non-teknis. Pelatihan dan pendampingan dilakukan secara intensif dan terstruktur, dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat yang dilayani. Setelah pelatihan selesai dilaksanakan, dilakukan evaluasi untuk mengevaluasi efektivitas dan dampak dari kegiatan tersebut.

### D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Indikator keberhasilan kegiatan pada penerapan aspek operasional dan aspek sumber daya manusia adalah UMKM telah menerapkan 5R, hygiene dan adanya *job description*.

#### 1. Aspek Keuangan

Adapun indikator keberhasilan kegiatan penerapan sistem keuangan ini adalah UMKM dapat melakukan input transaksi dan membaca laporan keuangan (Yulianti et al., 2022). Selain itu, tolak ukur dalam evaluasi program ini, UMKM telah melakukan secara mandiri, rutin dan teratur. Baik dalam hal input transaksi maupun melakukan pemantauan terhadap laporan keuangannya. Diharapkan juga UMKM dapat secara mandiri mengevaluasi kondisi keuangan bisnisnya. Sehingga UMKM dapat memutuskan langkah bisnis yang tepat pada masa yang akan datang. Dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini, tim pengabdian masyarakat membuat aktivitas kunci bagi UMKM untuk mencapai tujuan program. Adapun tabel yang digunakan dalam penilaian pada UMKM tersebut adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. Penilaian Rata-rata Aktivitas Kunci UMKM Pada Program Pengabdian Kepada Masyarakat**

No	Aktivitas	Rata-rata Jumlah Input Transaksi				Total Input Transaksi	Target Input Transaksi	Skor Akhir (%)	Keterangan
		Mg 1	Mg 2	Mg 3	Mg 4				
1	Menginput transaksi harian	21	27	20	30	98	140	70	Input transaksi pada aplikasi dalam hal kuantitas dan kualitas dinilai sangat baik
2	Evaluasi laporan keuangan	1	2	3	4	11	16	68	Evaluasi laporan keuangan untuk pengambilan keputusan dalam hal kuantitas dan kualitas dinilai baik

Keterangan:

- Mg diartikan minggu
- Skor akhir  $\leq 25$  dinilai kurang

- Skor akhir 26-50 dinilai cukup
- Skor akhir 51-75 dinilai baik
- Skor akhir  $\geq 76$  dinilai sangat baik

Dari penilaian di atas, UMKM dapat merubah sikapnya dalam menggunakan sistem keuangan yang pada awalnya UMKM tidak memiliki keterampilan menginput transaksi keuangan saat ini UMKM menjadi terampil dan hasil penilaian termasuk baik.

## 2. Aspek Pemasaran

Dalam pelaksanaan evaluasi aspek pemasaran, tim pengabdian masyarakat membuat aktivitas kunci bagi UMKM untuk mencapai tujuan program. Adapun tabel yang digunakan dalam penilaian pada UMKM tersebut adalah sebagai berikut:

**Tabel 2. Penilaian Rata-Rata Aktivitas Kunci UMKM Pada Program Pengabdian Kepada Masyarakat**

No	Aktivitas	Rata-rata Jumlah Posting				Total Posting	Target Posting	Skor akhir (%)	Keterangan
		Mg 1	Mg 2	Mg 3	Mg 4				
1	Posting pada WhatsApp	2	9	7	7	25	40	62,5	Posting di media sosial WhastApp dalam hal kuantitas dan kualitas dinilai baik
2	Posting pada Instagram	0	2	4	4	10	20	50	Posting di media sosial Instagram dalam hal kuantitas dan kualitas dinilai baik

Keterangan:

- Mg diartikan minggu
- Skor akhir  $\leq 25$  dinilai kurang
- Skor akhir 26-50 dinilai cukup
- Skor akhir 51-75 dinilai baik
- Skor akhir  $\geq 76$  dinilai sangat baik

Dengan penilaian ini UMKM dapat merubah sikapnya dalam menghadapi penggunaan media sosial yang pada awalnya UMKM merasa enggan untuk melakukan posting pemasaran bisnisnya saat ini menjadi cukup terampil dan mulai terbiasa untuk melakukannya posting guna mendukung perkembangan usahanya. Keunggulan fokus utama kegiatan pengabdian ini adalah adanya potensi UMKM untuk melakukan optimalisasi penggunaan media sosial ditengah perkembangan pengguna media sosial pada segmen pasar yang dituju. Sehingga dalam hal potensi pengembangan pemasaran pada umumnya dan pengembangan penjualan pada khususnya UMKM berpeluang untuk meningkatkan skala usaha UMKM. Kelemahan fokus utama kegiatan pengabdian ini adalah kondisi UMKM yang baru mengetahui teknik dalam pembuatan konten bisnis di media sosial. Tingkat kesulitan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah pengetahuan tentang media sosial yang sangat kurang dari UMKM.

## E. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat difokuskan pada UMKM yang berada di Desa Cisomang. Selain itu, UMKM juga dapat menerapkan konsep 5R, hygiene, job description, pemasaran online, perbaikan kemasan, pemberian merek, dan membuat laporan keuangan untuk meningkatkan

kualitas dan daya saing produk mereka. Dengan menerapkan konsep-konsep tersebut, diharapkan UMKM dapat berkembang dan memberikan dampak positif bagi perekonomian lokal.

Adapun hal yang perlu dikembangkan dalam program ini adalah aspek manajemen bisnis liannya dalam hal operasional SDM, pemasaran dan keuangan. Seperti halnya tata letak barang produksi, motivasi bisnis, distribusi produk, penghitungan HPP dan efektivitas serta efisiensi dalam hal manajemen bisnis. Hal yang memungkinkan untuk dikembangkan oleh UMKM yakni pendampingan yang terus menerus dalam aspek manajerial. Pengembangan pendampingan dalam hal pemasaran digital juga dapat berupa pemberian *handphone* dengan spesifikasi yang cukup bagi UMKM agar UMKM akan lebih dapat memanfaatkan camera untuk memfoto produk dan mudah mengoperasikan media sosial serta *e-commerce*.

### DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Q., Rahardja, U., Arribathi, A. H., & Santoso, N. P. L. (2019). Penerapan Cloud Accounting dalam Menunjang Efektivitas Laporan Neraca pada Perguruan Tinggi. *CESS (Journal of Computer Engineering, System and Science)*, 4(1), 60–64.
- Aprilani, R., & Karunia, R. L. (2022). Pengaruh Belanja Modal Peralatan Laboratorium Terhadap Pendapatan Jasa Pelayanan Teknologi Pada Badan Layanan Umum Lemigas. *Journal of Business Administration Economics & Entrepreneurship*, 94–104.
- Astuti, R. P. (2017). Pengaruh likuiditas, produktivitas, profitabilitas, terhadap peringkat sukuk. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 8(1), 80–94.
- Datta, P. R., Chowdhury, D. N., & Chakaraborty, B. R. (2005). *Viral marketing: new form of word of mouth through internet*.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76.
- Fernos, J. (2017). Analisis Rasio Profitabilitas Untuk Mengukur Kinerja (Studi Kasus Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Provinsi Sumatera Barat). *Jurnal Pundi*, 1(2).
- Labola, Y. A. (2019). Konsep pengembangan sumber daya manusia berbasis kompetensi, bakat dan ketahanan dalam organisasi. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 7(1), 28–35.
- Lestari, E. P. (2010). Penguatan ekonomi industri kecil dan menengah melalui platform kluster industri. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 6(2), 146–157.
- Nasihin, I. (2022). Pelatihan Pembuatan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Umkm Tahu dan Bontot. *Prosiding Konferensi Nasional Penelitian Dan Pengabdian Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 2(1), 2291–2300.
- Nurmansyah, A. A. H., Yulianti, E., Kurniawan, A., Evangelista, L., & Sigarlaki, F. F. (2022). Penerapan Pemasaran Berbasis Digital Pada UKMK di Kecamatan Batujajar, Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 3(1), 48–54.
- Rohaeni, Y., & Sutawijaya, A. H. (2020). Pengembangan Model Konseptual Manajemen Rantai Pasok Halal Studi Kasus Indonesia. *J@ Ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 15(3), 177–188.
- Rosita, R. (2020). Pengaruh pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109–120.
- Sari, R. K. (2019). Viral Marketing: Memanfaatkan Kekuatan Media Sosial Dalam Komunikasi Pemasaran. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 3(2), 81–96.
- Savitri, R. V. (2018). Pencatatan akuntansi pada usaha mikro kecil dan menengah (studi pada umkm mr. pelangi semarang). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 5(2).
- Setiani, B. (2013). Kajian sumber daya manusia dalam proses rekrutmen tenaga kerja di

- perusahaan. *Jurnal Ilmiah Widya*, 1(1), 38–44.
- Situmorang, J. R. (2012). Pemanfaatan internet sebagai new media dalam bidang politik, bisnis, pendidikan dan sosial budaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1).
- Wijaya, D., Mandey, S., & Sumarauw, J. S. B. (2016). Analisis pengendalian persediaan bahan baku ikan pada PT. Celebes minapratama bitung. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(2).
- Yulianti, E., Nurmansyah, A. A. H., Kurniawan, A., Evangelista, L., & Sigarlaki, F. F. (2022). Penerapan Sistem Keuangan Berbasis Digital pada UMKM di Kecamatan Batujajar, Kabupaten Bandung Barat. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 136–146.