ABDI WINA – Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Volume: 5(1), Juni 2025
https://ojs.unkriswina.ac.id/ e-ISSN: 2809-0179

PENDAMPINGAN PEMASARAN DAN KEUANGAN SEDERHANA PADA UMKM KELURAHAN PANGONGANGAN KOTA MADIUN

Dyah Kurniawati[1], Wahyu Prabawati[2], Vivi Ariyani[3], Djoko Sukoco[4], Didik Joko Pitoyo[5]

Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
E-mail: dyah.kurniawati@ukwms.ac.id

(Diajukan: 06 Januari 2025, Direvisi: 02 Februari 2025, Diterima: 24 Juni 2025)

ABSTRAK

Tujuan dari Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pada pelaku UMKM Kelurahan Pangongangan Kota Madiun dalam foto produk, cara penyajian produk, desain kemasan, pembukuan sederhana serta pemasaran *offline* dan *online.* Mitra yang bekerjasama dengan tim adalah pelaku UMKM pada Kelurahan Pangongangan Kota Madiun. Metode yang digunakan adalah memberikan pelatihan serta pendapingan bagaimana membuat foto produk yang menarik jika akan dipasarkan melalui *online.* Pelaku UMKM diberi pelatihan terkait penyajian produk, desain kemasan agar memiliki tampilan yang lebih bagus yang dapat menarik konsumen. Selain itu juga dilakukan pelatihan dan pendampingan dalam memasarkan produk secara secara *online* dengan menggunakan aplikasi *whatsapp business*, sedang pemasaran *offline* dilakukan melalui pelatihan pembuatan katalog menu, serta pelatihan pembukuan secara sederhana agar mengetahui perkembangan keuangan usahanya. Metode pelatihan dilaksanakan dengan praktek langsung, dibantu oleh mahasiswa untuk membuat foto, menampilkan foto-foto produk informasi produk, lokasi dan kontak bisnis UMKM pada brosur UMKM. Selian itu, tim juga memberikan pelatihan dan pendampingan terkait dengan penjualan secara online agar pelaku UMKM mampu menjual secara online selain berjualan di lapak yang telah disediakan oleh Pemkot Madiun, sedang pembukuan sederhana bertujuan agar pelaku UMKM mampu mencatat setiap transaksi serta dapat mengevaluasi kemajuan usahanya. Hasil pelatihan berupa brosur masing-masing UMKM dan masing-masing UMKM memiliki *whatsapp business* yang dapat digunakan untuk berkomunikasi dan menyampaikan informasi kepada konsumen. Selain itu pelaku UMKM dapat mencatat transaksi dan membuat laporan keuangan sederhana untuk mengetahui perkembangan usahanya.

Kata kunci: Pelaku UMKM, Kelurahan Pangongangan, Pemasaran Online, Keuangan Sederhana.

SIMPLE MARKETING AND FINANCE ASSISTANCE FOR UMKM IN PANGONGANGAN VILLAGE, MADIUN CITY

ABSTRACT

The purpose of this Community Service is to improve the knowledge and skills of UMKM actors in Pangongangan Village, Madiun City in product photos, product presentation methods, packaging design, simple bookkeeping and offline and online marketing. Partners who work with the team are UMKM actors in Pangongangan Village, Madiun City. The method used is to provide training and assistance on how to make attractive product photos if they will be marketed online. UMKM actors are given training related to product presentation, packaging design to have a

better appearance that can attract consumers. In addition, training and assistance are also provided in marketing products online using the WhatsApp business application, while offline marketing is carried out through training in making menu catalogs, and simple bookkeeping training to find out the financial development of their business. The training method is carried out through direct practice, assisted by students to take photos, display product photos, product information, locations and UMKM business contacts on UMKM brochures. In addition, the team also provides training and assistance related to online sales so that MSMEs are able to sell online in addition to selling at stalls provided by the Madiun City Government, while simple bookkeeping aims to enable MSMEs to record each transaction and evaluate the progress of their business. The results of the training are in the form of brochures for each MSME and each MSME has a WhatsApp business that can be used to communicate and convey information to consumers. In addition, MSMEs can record transactions and create simple financial reports to find out the development of their business.

***Keywords**: MSMEs, Pangongangan Village, Online Marketing, Simple Finance.*

PENDAHULUAN

UMKM merupakan tulang punggung perekonomian karena berperan dalam menopang perekonomian nasional dan menyediakan lapangan pekerjaan bagi mayoritas tenaga kerja di Indonesia. Menurut Kementerian Keuangan sebagian besar UMKM masih mengalami berbagai tantangan, diantaranya adalah kesulitan naik kelas, minim akses digitalisasi, sulit menembus pasar global. Meskipun begitu, UMKM Indonesia mampu menyerap 97% tenaga kerja, menyumbang 57% terhadap Produksi Domestik Bruto (PDB), serta berkontribusi 15% terhadap produk eksport. (https://databoks.katadata.co.id/datapublish/ 2023/10/13/)

UMKM memiliki peran penting bagi perekonomian Indonesia karena memberikan sumbangan signifikan khususnya dalam pembentukan produk domestik bruto dan penyerapan tenaga kerja. Pertumbuhan ekonomi menjadi kunci sebuah wilayah (Lutfiyah, 2016). UMKM juga dipercaya memiliki ketahanan ekonomi yang tinggi sehingga dapat menjadi penopang bagi stabilitas sistem keuangan dan perekonomian. Menurut Tambunan (2009:51), sektor UMKM meliputi berbagai sektor bisnis, seperti pertanian, pertambangan dan penggalian, industri manufaktur, listrik, gas dan air bersih, bangunan, perdagangan, hotel dan restoran, transportasi dan telekomunikasi, keuangan, penyewaan dan jasa, serta jasa-jasa lainnya.

Kebangkitan UMKM dapat menjadi indikator untuk mengukur keberhasilan ekonomi suatu daerah. Demikian juga Kota Madiun, dalam rangka menaikkan pendapatan per kapita masyarakat, maka mendorong agar UMKM dapat berkembang. Salah satu cara yang dilakukan adalah membangun Pahlawan Street Center (PSC) yang menjadi pusat kuliner dan wisata Kota Madiun. Wisatawan semakin mudah karena difasilitasi Madiun Bus on Tour (Mabour), yaitu bus wisata yang bisa dinaiki wisatawan mulai sore hingga malam. Mabour menjadi sarana transportasi yang disediakan pemkot

kepada wisatawan untuk berkeliling menikmati suasana Kota Madiun. Sebagai pusat destinasi wisata di Kota Madiun diharapkan dapat menarik wisatawan lokal dan luar kota. Dengan banyaknya wisatawan maka akan dapat meningkatnyak pendapatan ekonomi daerah. Di PSC juga disediakan wisata kuliner melalui lapak-lapak UMKM sehingga melalui penyediaan lapak UMKM PSC maka ekonomi terbangun dan adanya penyerapan tenaga kerja.

Keberadaan PSC membuat Kota Madiun menjadi daerah jujukan wisata. Hal ini terbukti tingginya tingkat kunjungan wisatawan yakni pada tahun 2022 sebanyak 45.104 wisatawan datang berkunjung, artinya, rata-rata wisatawan yang berkunjung sekitar 1.500 per hari (https://www.jawapos.com/travelling/01309 7797). Secara geografis PSC terletak di Kelurahan Pangongangan, maka hal ini dapat menjadi peluang bagi masyarakat Pangongangan dalam mengembangkan usahanya. Berkembangnya UMKM dapat menjadi indikator kemajuan suatu daerah, maka pemerintah daerah memberikan dukungan penuh pada UMKM. Demikian juga dengan kota Madiun, khususnya Kelurahan Pangongangan juga memberikan dukungan penuh pada UMKMnya. Usaha yang berada di Kelurahan Pangongangan diantaranya adalah kuliner, membuat oleh-oleh khas Madiun. Hal ini membutuhkan penanganan yang lebih agar usahanya berkembang, yakni pemasaran *offline* dan *online*. Agar produknya lebih menarik konsumen maka dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat, kemasan yang menarik. Jika akan menjual melalui online, maka dibutuhkan penataan produk yang menarik, foto produk yang memiliki kualitas baik. Maka pelaku usaha harus memiliki pengetahuan terkait dengan hal tersebut, kemudian juga cara memasarkan pada media *online*. Hal ini belum sepenuhnya dimiliki oleh pelaku usaha di kelurahan Pangongangan. Metode pemasaran UMKM masih sangat besar yakni 60 persen metode pemasaran masih mengandalkan pasar, sementara yang menggunakan metode pemasaran digital *(e-commerce)* baru sebesar 16persen (Prasetya, 2023). Dengan demikian, maka pembinaan terhadap pelaku UMKM dapat dilakukan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM baik terhadap regulasi-regulasi terkait UMKM maupun mengenalkan media-media pemasaran khususnya pemasaran melalui digital (e-commerce).

Selain pemasaran, maka manajemen keuangan juga menjadi hal yang harus diperhatikan karena pengelolaan keuangan yang baik akan mempermudah dalam mengevaluasi kinerja keuangan. Menurut Sartono (2015:6) manajemen keuangan merupakan pengelolaan dana yang baik yang dapat berupa efektivitas pengalokasian dana dalam berbagai jenis investasi, serta usaha pengumpulan dana untuk pembiayaan investasi atau pembelajaran secara efisien.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka kelompok kami menyelenggarakan pelatihan dan pendampingan dalam foto produk, penataan produk, pemasaran online, serta manajemen keuangan sederhana. Bertambahnya pengetahuan dan skill yang dimiliki pelaku UMKM diharapkan akan dapat meningkatnya omset penjualan,

sehingga pendapatan dapat meningkat, yang pada akhirnya dapat juga meningkatkan ekonomi daerah.

METODE PELAKSANAAN

Metode Pelatihan dan Pendampingan

Pada program pelatihan dan pendampingan ini, dibutuhkan pihak-pihak yang akan terlibat, diantaranya kepakaran dosen dalam memberi pelatihan dan pendampingan yang merupakan dari pemasaran *offline* yang meliputi pengemasan produk, penataan produk/*display,* foto produk, sedangkan yang terkait dengan pemasaran *online* adalah pelatihan dan pendampingan pembuatan *WhatsApp business* untuk kebutuhan komunikasi bisnis, serta pelatihan keuangan sederhana menggunakan aplikasi Excel. Dalam mencapai target serta luaran yang diharapkan dari program PkM ini, maka pendekatan yang digunakan adalah edukasi melalui pendekatan sosialisasi, pelatihan serta pendampingan dengan menstransfer ilmu.

Waktu dan Tempat

Pelatihan diikuti oleh pelaku UMKM Kelurahan Pangongangan Kota Madiun. Pelaksanaan dilakukan antara bulan Mei – Desember 2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persiapan

Pada tahap ini tim PkM berkoordinasi mensosialisasiskan program rencana kerja kepada Kepala Kelurahan Pangongangan sebagai Pembina UMKM dan Koordinator UMKM Kelurahan Pangongangan.

Gambar 1. Koordinasi dengan Kepala Kelurahan Pangongangan

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dalam program pelatihan dan pendapingan meliputi:

a. Pelatihan foto produk

1) Dilaksanakan Minggu, 6 Oktober 2024, Jam 07.00 sampai dengan jam 08.00
2) Tempat pelatihan di Lapak Balikul bantaran kali Kota Madiun
3) Pelatihan Foto Produk dilaksanakan dengan bantuan mahasiswa karena pelaku UMKM merasa tidak memiliki kamera yang cukup baik.
4) Produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM dibawa ke Lapak BALIKUL di Bantaran kali Madiun untuk diambil fotonya
5) Pemilik usaha dijelaskan bagaimana membuat foto yang menarik.

6) Pemilik produk yang kesulitan dengan perangkat kamera dibantu oleh mahasiswa

Gambar 2. Foto produk untuk pembuatan Katalog Produk

b. Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Katalog dan Kemasan Produk

1) Dilaksanakan Minggu, 6 Oktober 2024, Jam 08.00 sampai dengan jam 10.00
2) Tempat pelatihan di Lapak Balikul bantaran kali Madiun
3) Pelatihan penataan foto dalam katalog produk dilaksanakan dengan menggunakan *website canva.com,* selain itu tim memberikan pelatihan desain kemasan produk.
4) Pelaku UMKM dilatih bagaimana mendaftar, menggunakan canva dan dilanjutkan dengan memasukkan foto produk serta menambahkan teks keterangan produk.
5) Foto produk yang dihasilkan dari proses sebelumnya dijadikan contoh untuk dimasukkan dalam brosur.
6) Banyak kendala yang ditemukan pada pelaksanaan penataan foto produk dalam brosur, diantaranya adalah
   a) Usia Pelaku UMKM yang rata-rata di atas 40 tahun merasa kesulitan untuk menggunakan *smartphone* mengakses canva.
   b) Tidak memiliki email
   c) Kesulitan memasukkan foto dalam desain brosur karena masih baru pertama kali menggunakan canva.
7) Kendala yang ditemukan diatasi dengan bantuan mahasiswa yang mendampingi untuk menata foto dalam desain brosur menggunakan akun mahasiswa.

c. Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran *online* dan Pencatatan Keuangan Sederhana

Kegiatan Dilaksanakan Selasa, 17 Desember 2024, Jam 08.00 sampai dengan jam 12.00. Tempat pelatihan di Lapak Balikul bantaran kali Madiun. Pelatihan pemasaran dipandu oleh tim PkM dan Pemilik usaha dijelaskan bagaimana menggunakan aplikasi *whatsapp business* untuk meningkatkan promosi dengan menampilkan foto dan brosur produk di profil *whatsapp business.*Beberapa pemilik UMKM merasa keberatan jika harus mengganti *whatsapp* pribadi Beberapa pemilik

Gambar 3. Pelatihan dan Pendampingan pemasaran *online*

Gambar 4. Pelatihan dan Pendampingan Pencatatan Keuangan Sederhana

d. Pelatihan Pencatatan Keuangan Sederhana

kegiatan dilaksanakan hari Rabu tanggal 18 Desember 2024 jam 08.00 – 11.00. Tempat pelatihan di lapak Balikul bantaran kali Madiun. Pemilik usaha diberi penjelasan manfaat mencatat transaksi dengan tertib dan benar, menggunakan metode pencatatan manual dan pengenalan dengan menggunakan program excel. Keterlibatan mitra nampak dalam kehadiran pada kegiatan-kegiatan pelatihan, serta kesediaan untuk membawa contoh produk

.

KESIMPULAN

Pelaksanaan PKM mampu memberikan manfaat berdasarkan permasalahan, solusi yang dapat ditawarkan dari beberapa aspek:

a. Aspek pemasaran
   Luaran berupa brosur UMKM dan pemanfaatan *whatsapp business* meningkatkan cara pelaku UMKM berbisnis secara digital.
b. Aspek sumber daya manusia
   Pelatihan dan pendampingan pemasaran meningkatkan pemahaman bahwa pemasaran dapat ditingkatkan dengan memanfaatkan saluran digital.
c. Aspek keuangan
   Mengetahui perkembangan usahanya melalui laporan keuangan yang disusun.

Pelaksanaan PKM tidak lepas dari kendala-kendala yang dihadapi seperti, jadwal pelaksanaan yang tertunda karena bersamaan dengan pelaksanaan PILKADA 2024, sehingga pelatihan laporan keuangan sederhana tidak terlaksana. Selain hal tersebut, faktor usia pelaku UMKM juga menjadi kendala karena rata-rata merasa kesulitan untuk memanfaatkan *smartphone,* sehingga tim mengantisipasi dengan melibatkan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

Lutfiyah (2016). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Dan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Pad) Di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 4,2.

Prasetya, A. (2023). Mengenal Program Pembinaan UMKM Kemenkeu Satu Tahun 2023. Kementerian Keuangan RI. https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15879/Mengenal-Program-Pembinaan-UMKM-Kemenkeu-Satu-Tahun-2023.html

Sartono, A. (2015). Manajemen Keuangan. BPFE. Yogyakarta

Tambunan, Tulus. (2019), UMKM di Indonesia. Bogor: Ghalia Indonesia.