



## *Implementation of financial management and digital marketing to increase the business competitiveness of the SMEs of Skin Cracker 'Tiga Berlian'*

Maimunah✉, Heru Yusmanto, Devara Avila Sebastian, Daffa Syahnakri Mikola Rusadi, Henni Lestari, Salsabila Putri Abhiseka  
Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang, Indonesia

✉ [maimunah@unimma.ac.id](mailto:maimunah@unimma.ac.id)

 <https://doi.org/10.31603/ce.5581>

### **Abstract**

*The rapid development of technology in the digital world and the internet has an impact on the world of marketing. One of the problems with the low competitiveness of SMEs is the limited ability of businessman in doing marketing. This community service was carried out to introduce skin cracker 'Tiga Berlian' products to a wider market and increase business competitiveness through the digital marketing. The method used is to provide training and assistance to SME entrepreneurs. This activity is carried out over a period of approximately 1 month. The outputs of the activities that have been carried out are the skin cracker 'Tiga Berlian' website, financial reports and account creation in the marketplace. The community service can provide increased partner skills regarding the concept of digital marketing and financial report management, so that they can support increased sales and increase the competitiveness of SMEs.*

**Keywords:** *Financial management; Digital marketing; Competitiveness of SMEs*

## **Penerapan manajemen keuangan dan *digital marketing* untuk meningkatkan daya saing usaha UKM Rambak Kulit 'Tiga Berlian'**

### **Abstrak**

Pesatnya perkembangan teknologi dunia digital dan internet tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. Salah satu permasalahan rendahnya daya saing UMKM adalah terbatasnya kemampuan para pelaku usaha dalam melakukan pemasaran. Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan untuk mengenalkan produk UKM kerupuk kulit 'Tiga Berlian' ke pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing usaha melalui pemanfaatan *digital marketing*. Dalam pengabdian ini, metode yang digunakan adalah dengan memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pengusaha UMKM yang menjadi mitra. Kegiatan tersebut dilaksanakan secara bertahap selama kurang lebih 1 bulan. Luaran dari kegiatan ini berupa *website* UKM kerupuk kulit 'Tiga Berlian', laporan keuangan dan akun di *marketplace*. Kegiatan pengabdian masyarakat ini juga memberikan peningkatan keterampilan mitra tentang konsep *digital marketing* dan pengelolaan laporan keuangan sehingga dapat mendukung peningkatan penjualan serta meningkatkan daya saing UKM.

**Kata Kunci:** Manajemen keuangan; Digital marketing; Daya saing UKM

# 1. Pendahuluan

---

Covid-19 telah memberikan dampak yang luar biasa di berbagai bidang. Semua aktivitas mayoritas dilaksanakan secara daring. Hal ini semakin menambah pentingnya peran dunia digital yang diprediksi akan menjadi hal yang vital bagi semua aktivitas manusia, termasuk dalam aktivitas bisnis (Purwana, Rahmi, & Aditya, 2017). Pengguna internet di Indonesia saat ini kurang lebih mencapai 73,7% dari total populasi penduduk. Dampak positif pemakaian internet yang terus meningkat diantaranya adalah meningkatnya produktivitas pekerjaan. Di sisi lain, internet juga memberikan dampak negatif yaitu penggunaan internet yang berlebihan sehingga muncul kecanduan internet (Gunawan et al., 2021). Penggunaan internet yang berlebihan ini akan menjadi lebih memberikan manfaat jika digunakan untuk aktivitas produktif seperti kegiatan bisnis yang dapat dijalankan dari secara daring dari rumah atau yang disebut dengan bisnis *online*. Kegiatan bisnis *online* ini sangat membantu para pengusaha Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) khususnya di masa pandemi Covid-19 sehingga dapat menopang keberlangsungan hidup. Kehadiran UMKM memiliki peran yang signifikan bagi perkembangan pembangunan nasional sehingga diperlukan strategi dan perhatian khusus agar UMKM dapat terus berlangsung (Sasongko et al., 2020).

*Digital marketing* merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan melalui media internet dan teknologi informasi dengan tujuan untuk meningkatkan omset penjualan (Susanto et al., 2020). Peluang pengusaha UMKM saat ini yang telah masuk era *digital marketing 4.0* sangat terbuka lebar untuk meningkatkan dan mengembangkan usahanya (Sukmasetya et al., 2020). Salah satu metode dalam *digital marketing* yang dapat dilakukan para pengusaha UMKM adalah dengan menggunakan jejaring atau media sosial seperti Facebook, Instagram, Line dan Tiktok yang digunakan untuk mengembangkan jejaring pemasaran sehingga dapat diperoleh pangsa pasar yang lebih luas (Sulaksono, 2020). Selain menggunakan media sosial, untuk meningkatkan pemasaran juga dapat dilakukan melalui *marketplace* seperti Tokopedia dan Shopee. Perlu keterampilan dalam menggunakan beberapa media sosial dan *marketplace* tersebut khususnya para pelaku UMKM sehingga dapat menunjang peningkatan pemasaran bisnisnya.

Kehadiran pelaku usaha UMKM menjadi salah satu kekuatan ekonomi yang selama ini menunjang perekonomian negara dan daerah. Meskipun demikian, para pelaku di sektor ini tampaknya masih memiliki permasalahan yang mengakibatkan daya saing UMKM masih rendah. Salah satu masalah yang dihadapi adalah masih terbatasnya kemampuan dalam melakukan pemasaran. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian pada masyarakat ini berfokus kepada pelaku UMKM dan pemecahan dari masalah yang dihadapinya.

Dusun Dekoro merupakan salah satu dusun di Desa Banyuwangi, Kecamatan Bandongan, Kabupaten Magelang Jawa Tengah dengan masyarakat yang bergerak di usaha produksi kerupuk kulit sapi yang cukup dikenal. Usaha produksi kerupuk kulit yang diberi label Tiga Berlian ini merupakan salah satu usaha di Dusun Dekoro yang cukup potensial. Dalam operasionalnya, usaha ini sering kali melibatkan masyarakat setempat. Kehadiran UMKM di Dusun Dekoro dapat menunjang perekonomian masyarakat, terutama bagi masyarakat yang terlibat langsung dalam kegiatan UMKM.

Permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha produksi kerupuk kulit Tiga Berlian adalah pasar yang masih cukup terbatas. Produk Tiga Berlian selama ini masih sebatas

dipasarkan di beberapa pasar tradisional. Dampak dari hal ini sangat lebih dirasakan ketika terjadi pandemi Covid-19 seperti saat ini. Dengan pasar yang terbatas, produsen Tiga Berlian sempat mengalami kesulitan dalam menjual produk akibat menurunnya permintaan pasar dan bahkan sampai sama sekali tidak ada permintaan pesanan. Pada akhirnya, produksi pun hanya dijalankan ketika terdapat permintaan dalam jumlah yang besar dengan produk sebagaimana yang ditunjukkan pada [Gambar 1](#). Selain itu, dalam pencatatan produksi serta penjualan kerupuk kulit sapi dilakukan masih manual sehingga akan mengakibatkan kesulitan untuk mengevaluasi dan memonitor kegiatan produksi dan penjualan. Berdasarkan hal tersebut, maka dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada pengelolaan produksi dan penjualan.



[Gambar 1](#). Produk kerupuk kulit Tiga Berlian

Perkembangan teknologi informasi memberikan kesempatan pada pelaku UMKM untuk meraih pasar yang lebih luas melalui penerapan pemasaran digital. Peluang ini tampaknya belum dimanfaatkan oleh pelaku usaha produksi kerupuk kulit Tiga Berlian yang merupakan mitra dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini. Oleh karena itu, perlu dilaksanakan pelatihan dan pendampingan terkait penerapan *digital marketing* dalam kegiatan usahanya sehingga mitra dapat lebih memahami tentang konsep *digital marketing* serta mampu menerapkannya dalam kegiatan usahanya.

## 2. Metode

---

Setelah mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi mitra, maka selanjutnya dilaksanakan diskusi untuk menentukan metode pemecahan masalah yang akan diterapkan. Dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini, metode yang digunakan yaitu pemberian pelatihan serta pelaksanaan pendampingan. Kegiatan di dalamnya meliputi sosialisasi, pelatihan penggunaan dan pendampingan dalam proses penerapan *digital marketing*. Pengabdian di Dusun Dekoro dilaksanakan selama 1 bulan efektif (Juni - Juli 2021). Kegiatan dalam pengabdian ini dimulai dari sosialisasi, pelatihan dan pendampingan. Setelah seluruh tahapan pelaksanaan kegiatan dilalui, kemudian dilaksanakan evaluasi. Sasaran dari kegiatan adalah membuat mitra memahami konsep digital dalam pengelolaan UKM yang meliputi pembuatan laporan keuangan dan *digital marketing* serta mampu menerapkannya dalam usaha yang dijalankan. Dengan demikian mitra diharapkan mampu memanfaatkan teknologi dalam pengelolaan usahanya sehingga meningkatkan penjualan dan daya saing.

## 3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian ini menghasilkan dua luaran meliputi:

### 3.1. Pembuatan laporan keuangan

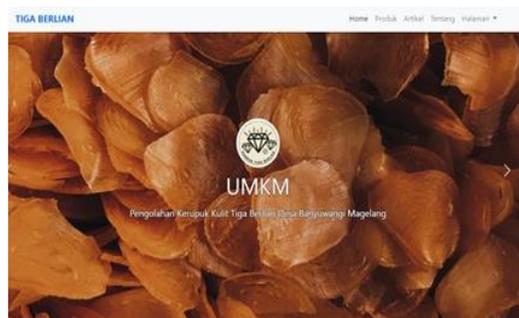
UMKM rambak kulit sapi Tiga Berlian belum menerapkan pembukuan dalam menjalankan usahanya. Semua pencatatan dan transaksi dilakukan secara manual. Oleh karena itu dalam kegiatan ini dilakukan pembuatan laporan pembukuan pada secara sederhana dengan menggunakan Microsoft Excel yang meliputi transaksi-transaksi apa saja yang dilakukan pada periode satu bulan. Jenis laporan yang dibuat meliputi buku besar, jurnal umum dan laporan transaksi. Contoh laporan pembukuan yang telah dibuat seperti pada [Gambar 2](#). Dengan laporan ini, diharapkan dapat memudahkan mitra dalam melaksanakan dan mengevaluasi usahanya

DAFTAR AKUN		
UMKM Kerupuk Kulit Tiga Berlian		
PER JULI 2021		
NAMA AKUN	DEBET	KREDIT
Kas	Rp 2.800.000	Rp -
Beban	Rp 1.000.000	Rp -
Modal	Rp -	Rp 5.000.000
Prive	Rp 1.200.000	Rp -
Penjualan	Rp -	Rp -
Pembelian	Rp -	Rp -

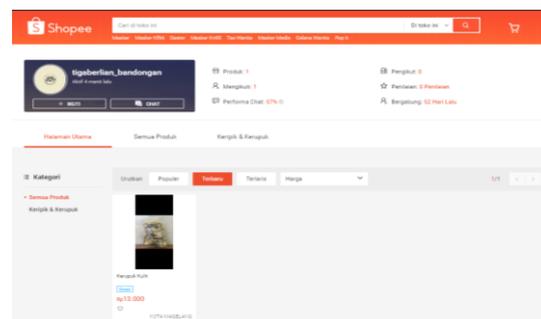
[Gambar 2](#). Contoh laporan keuangan

### 3.2. Pembuatan website

Dalam rangka meningkatkan penjualan, terlebih di masa pandemi Covid-19, maka diperlukan strategi pemasaran digital. Dalam kegiatan pengabdian ini dilakukan pembuatan *website* dan pembuatan akun di sosial media dan *marketplace*. Website rambak Tiga Berlian dapat diakses di <https://rambaktigaberlian.xyz>. Website yang dibuat memuat profil dari UMKM Kerupuk kulit Tiga Berlian yang memuat informasi mengenai UMKM Tiga Berlian ([Gambar 3](#)). Selain itu, untuk mendukung hasil penjualan maka perlu juga dilakukan pemasaran digital melalui *marketplace*, diantaranya adalah akun di Shopee ([Gambar 4](#)).



[Gambar 3](#). Tampilan utama halaman website



[Gambar 4](#). Akun Shopee UMKM Tiga Berlian

Setelah aplikasi selesai dibuat, maka selanjutnya dilakukan pendampingan bagi mitra sehingga aplikasi yang telah dibuat dapat digunakan dalam menjalankan kegiatan usahanya. Kegiatan pendampingan dilakukan seperti pada [Gambar 5](#). Setelah

dilaksanakan kegiatan pelatihan kemudian pendampingan, kini mitra sudah cukup mengerti tentang konsep *digital marketing* dan sudah mulai mampu menerapkan *digital marketing* dalam usahanya. Mitra juga sudah cukup mampu untuk mengelola profil bisnisnya sendiri, seperti memperbarui informasi tentang usahanya, memposting foto untuk menarik pelanggan, dan berinteraksi dengan para pelanggan.



Gambar 5. Kegiatan pendampingan

## 4. Kesimpulan

---

Kegiatan pengabdian pada masyarakat di UKM rambak kulit di Dusun Dekoro telah berjalan dengan baik. Melalui digitalisasi, maka pengelolaan UKM dapat berjalan dengan lebih sehingga dapat meningkatkan penjualan. Melalui pengelolaan usaha dengan pembuatan laporan dan pemasaran digital menggunakan media *website* dan *marketplace*, maka diharapkan dapat meningkatkan omset UKM, khususnya dalam masa pandemi Covid-19.

## Acknowledgement

---

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada UMKM Kerupuk Kulit Tiga Berlian Dusun Dekoro, Desa Banyuwangi, Kecamatan Bandongan sebagai mitra dalam kegiatan PPMT ini. Artikel ini merupakan luaran dari kegiatan PPMT Tahap 3 tahun 2021 Universitas Muhammadiyah Magelang.

## Daftar Pustaka

---

- Gunawan, R., Aulia, S., Supeno, H., Wijanarko, A., Uwiringiyimana, J. P., & Mahayana, D. (2021). Adiksi Media Sosial dan Gadget bagi Pengguna Internet di Indonesia. *Techno-Socio Ekonomika*, 14(1), 1. <https://doi.org/10.32897/techno.2021.14.1.544>
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 92-96. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i2.7809>

- Sukmasetya, P., Haryanto, T., Sadewi, F. A., Maulida, B. G., Aliudin, H. S., & Sugiarto, B. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Pemasaran Global untuk Meningkatkan Penjualan Produksi pada Home Industry. *Community Empowerment*, 5(2), 28–35.
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- Susanto, B., Hadiano, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syaukani, M. M., & Daniswara, A. A. (2020). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42–47. <https://doi.org/10.31603/ce.4244>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License

---