

PERAN MANAJEMEN KEUANGAN DAN *DIGITAL MARKETING* DALAM UPAYA PENINGKATAN OMSET PENJUALAN BAGI UMKM BANDENG DI KENDAL

Sri Sudarsi¹, Cahyani Nuswandari², Askar Yuniarto³, Andi Kartika⁴, Bambang Sudiyatno⁵
Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang, Indonesia
¹srisudarsi@edu.unisbank.ac.id, ²cahyani@edu.unisbank.ac.id, ³askar@edu.unisbank.ac.id
⁴andikartika@edu.unisbank.ac.id, ⁵bsud@edu.unisbank.ac.id

Abstrak

Kelurahan bandengan kecamatan kota kendal merupakan kota yamh khas dan dikenal sebagai centra ikan bandeng. Hal itu yang memotovasi masyarakat untuk mengembangkan usaha di bidang perikanan tersebut. dengan tekad bahwa usaha tersebut memiliki prospek yang bagus asal dikelola dengan baik. Bandeng kendal terkenal enak karena hidup ditambah berlumpur bukan berpasir, namun demikian dagingnya tidak berbau tanah. Tujuan dari pengabdian ini untuk meningkatkan pengeloan usaha dan keuangan, keahlian dalam memasarkan produk secara *online (Digital Marketing)* sehingga akan meningkatkan omzet tercipta kemandirian dalam berusaha. Sejalan dengan hal tersebut akan terbentuk wira usaha yang berkembang, tangguh, dan mandiri.

Kata kunci: Manajemen Kuangan, *Digital Marketing*, UMKM Bandeng.

Abstract

Bandengan Village, Kendal District, Kendal Regency is a typical town known for centra fish milkfish. This is what drives the community to develop fishing-related businesses. With the conviction that the company's prospects are bright as long as it is well managed. Kendal milkfish is famous for its delicious living in muddy, non-sandy patches, but the meat has no earthy odor. The purpose of this service is to improve business and financial management and expertise in marketing products online (Digital Marketing) so that it will increase turnover to create independence in doing business. In line with this, business entrepreneurs will be formed who are developed, resilient, and independent.

Key word: Financial Management, Digital Marketing, UMKM Bandeng.

PENDAHULUAN

Peran UMKM merupakan peran yang penting dalam pembangunan ekonomi nasional, oleh karenanya selain mempunyai peran dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Jenis usaha kecil ini mulai berkembang dengan pesat, bukan saja dalam penyerapan tenaga kerja dan kesejahteraan masyarakat di daerah, dalam banyak hal mereka menjadi perekat dan menstabilkan masalah kesenjangan sosial. Sehubungan dengan hal tersebut, maka perlu upaya untuk menumbuhkan iklim kondusif bagi perkembangan Usaha Mikro/ usaha kecil dalam mempercepat pembangunan daerah, yang saat mulai berkembang dengan pesat, namun belum didukung dengan perkembangan dari segi kualitasnya sehingga menyebabkan kinerja usaha kecil belum optimal. Kinerja tersebut disebabkan karena beberapa permasalahan antaran lain: usaha kecil kurang permodalan, kesulitan dalam pemasaran, persaingan usaha ketat, Kesulitan bahan baku, kurang teknis produksi dan keahlian, Ketrampilan manajerial kurang, kurang pengetahuan manajemen keuangan dan iklim usaha kurang kondusif. Dari sekian banyak kelemahan pengelolaan / manajemen keuangan perlu dilakukan, karena dengan dikelolanya keuangan perusahaan/ usaha maka satu langkah akan bisa merecord sebagian besar data-data perusahaan, sehingga akan diketahui bagaimana kinerjanya, bagaimana mencari tambahan

modal (dengan persyaratan laporan keuangan yang sudah dibuat), bagaimana akan menjual barang/memasarkan dan dengan baik.

UMKM merupakan usaha yang integral dalam dunia usaha nasional yang memiliki kedudukan, potensi, dan peranan yang signifikan dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional pada umumnya dan pembangunan ekonomi pada khususnya. Selain itu, usaha kecil juga merupakan kegiatan usaha dalam memperluas lapangan pekerjaan dan memberikan pelayanan ekonomi yang luas, agar dapat mempercepat proses pemerataan dan pendapatan ekonomi masyarakat.

Usaha bandeng rozal beralamat di Jl. Laut RT 3A/3 Bandengan kendal, dirintis oleh bapak Rozikin dan istrinya Almaida, dimulai dari tahun 2000 dia menjadi karyawan dari kakaknya. Setahun kemudian bisnis bandeng akaknya berhenti 3 bulan karena tidak diteruskan rozikin bertekad melanjutkan dengan kekuatannya sendiri. Hanya dengan bermodal awal 10.000.000,- dia membeli beberapa peralaan dan motor sebagai sarana transportasi sedangkan sisanya dipakai untuk membeli ikan bandeng dari para pedagang. Dari mulai bahan baku ikan bandeng sebanyak 30 perhari, sekarang sudah berkembang menjadi 200kg perhari dengan produk kurang lebih 80% produk bandeng presto dan 20% produk lain, seperti otak-otak bandeng, pepes bandeng, dendeng bandeng.

Kelurahan bandengan kecamatan kota kendal dikenal sebagai centra ikan bandeng. Hal itu yang memotivasi rozikin untuk mengembangkan usahanya, dengan tekad bahwa usaha tersebut memiliki prospek yang bagus asal dikelola dengan baik. Bandeng kendal terkenal enak karena hidup ditambah berlumpur bukan berpasir, namun demikian dagingnya tidak berbau tanah. Nama rozal merupakan akronim dari rozikin dan almaida, namanya sendiri dan istrinya.

Permasalahan-permasalahan yang ditemui di UMKM Bandeng Rozikin, antara lain:

- 1). Tampilan kemasan produk masih biasa, belum ada sentuhan untuk meningkatkan citra kualitas. Kondisi ini berdampak pada nilai jual produk yang rendah. Keadaan ini pada akhirnya akan berdampak pada margin keuntungan yang relatif kecil.
- 2). Pemasaran produk masih dilakukan secara manual. Sementara berdasar pra survei diketahui bahwa produk yang dihasilkan diyakini bisa bersaing dengan produk sejenis di kelasnya. Selama ini konsumen ada 2 macam, yaitu masyarakat langsung dan pedagang di pasar.
- 3). Pengelolaan keuangan yang tidak maksimal, karena belum ada pemisahan keuangan rumah tangga dengan usaha yang dilakukan, sehingga belum bisa diketahui kinerja masing-masing usaha yang dilakukan.

Permasalahan di atas merupakan permasalahan yang prioritas dari kegiatan penelitian yang dilaksanakan. Dengan permasalahan yang ada akan diuraikan dan ditindaklanjuti sehingga tujuan yang ingin dicapai dapat terlaksana.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat di UMKM Bandeng Rozikin ini lebih ditekankan pada pemberdayaan usaha mitra dan peran aktifnya dalam kegiatan ini. Tim dari kampus berperan sebagai fasilitator dan transfer iptek yang dimiliki. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di PKUR Barokah ini dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

Tahap pertama: Tim melakukan kunjungan/survei ke UMKM Bandeng Rozal sebagai mitra untuk mengetahui langsung situasi usaha mitra dari beberapa aspek, seperti: aspek produksi, pemasaran, SDM maupun keuangan. Tim menggali informasi terkait praktik manajemen organisasi yang sekarang berjalan serta mengidentifikasi masalah yang muncul.

Tahap kedua: Tim mengidentifikasi masalah yang urgen yang menjadi prioritas utama untuk diselesaikan melalui program pengabdian masyarakat ini. Penentuan prioritas penanganan masalah akan didiskusikan dengan mitra agar prioritas yang diputuskan benar-benar yang sesuai keadaan riil di lapangan.

Tahap ketiga: Dari hasil identifikasi prioritas permasalahan yang akan diselesaikan melalui program pengabdian masyarakat ini, Tim memberikan beberapa alternatif solusi yang ditawarkan ke

mitra. Berdasarkan kesepakatan Tim dan Mitra, program solusi masalah yang ada diputuskan bersama.

Tahap keempat: Tim menguraikan aktivitas program kerja yang akan dilakukan dalam rangka menyelesaikan masalah-masalah utama yang dialami oleh mitra. Aktivitas program ini meliputi aspek pemasaran dan keuangan.

Tahap kelima: Tim melakukan evaluasi secara rutin untuk memastikan bahwa semua program yang direncanakan sesuai dengan tujuan pelaksanaan PKM ini. Tim juga memastikan bahwa indikator-indikator luaran yang direncanakan bisa tercapai dengan baik

HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan dengan menggunakan metode pelatihan, penyuluhan dan ceramah. Peserta diberikan pelatihan, penyuluhan dan ceramah oleh tim pengabdian tentang bagaimana cara meningkatkan pengelolaan keuangan dan pemasaran digital, yang harus dilakukan agar meningkatkan omzet penjualan. Kegiatan PKM ini diharapkan dapat berjalan dengan baik dan lancar sehingga kegiatan ini dapat optimal.

Partisipasi dari pelaku usaha UMKM Bandeng dapat dilihat dalam antusias mereka dalam berdiskusi dan bertanya setelah diberikan pelatihan dan penyuluhan. Mereka termotivasi untuk menerapkannya dalam usaha mereka untuk kemajuan usahanya. Para peserta pelatihan juga berinisiatif untuk menerapkan manajemen keuangan dan pemasaran yang telah disampaikan tim pengabdian sehingga kegiatan pengabdian berjalan dengan baik dan lancar.

Dengan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan ini, tim berharap pelaku usaha UMKM Bandeng di Kendal dapat lebih meningkatkan omzet penjualan usahanya lebih meningkat, tidak hanya dilakukan di lokasi dan pasar tradisional sekitar, tetapi lebih meluas melalui media sosial selain di face book yang selama ini sudah dilakukan. Untuk meningkatkan penjualan online dapat dilakukan dengan melalui toko pedia, Lazada, atau membuat web site sendiri.

Tujuan yang hendak dicapai dalam pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas produk dan kemasan, agar produk lebih fresh dan tahan lama.

Pada dasarnya kemasan produk adalah salah satu hal yang sangat penting dan juga tidak bisa dipisahkan dari proses pemasaran dan distribusi dari barang. Pemasaran produk secara umum adalah wadah atau pembungkus yang memiliki fungsi untuk mencegah atau meminimalisir terjadinya kerusakan pada produk yang akan dikemas. Ada juga yang menyebutkan bahwa kemasan produk adalah suatu material penting pembungkus produk yang memiliki fungsi untuk menampung, melindungi, mengidentifikasi dan mempromosikan produk agar terjaga kualitas dari produk barang itu sendiri.

Dalam hal ini, fungsi kemasan tidak hanya berguna untuk melindungi produk tetapi juga sebagai alat pemasaran dan membagi identitas brand atau merk serta tujuan akhirnya untuk meningkatkan penjualan dari produk. Kemasan biasanya dibuat didan didesain sekreatif mungkin agar berbeda dari barang sejenis dari kompetitor dan agar terlihat semenarik dan mudah untuk diingat oleh konsumen dan pelanggan maupun calon konsumen.

Fungsi kemasan produk selain berfungsi untuk melindungi produk ataupun keamanan produk dari berbagai hal yang mampu merusak seperti cuaca, proses pengiriman dan lain-lain dan juga sebagai alat promosi penjualan sehingga kualitas dari produk tetap terjamin dan lebih fresh dan tahan lama.

1. Self service

Kemasan produk bisa menegaskan ciri khas barang yang dijual dan berbeda dari produk sejenis dari pesaing.

2. Consumer affliance

Kemasan produk yang menarik terbukti mampu mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk.

3. Company and brand image

Kemasan produk adalah image perusahaan, sehingga bisa dijadikan identitas perusahaan untuk lebih dikenal secara luas oleh konsumen dan calon konsumen.

4. Innovation opportunity

Kemasan produk yang inovatif sehingga mampu memberi manfaat bagi konsumen dan mampu menguntungkan bagi perusahaan.

Pengemasan bandeng presto yang digunakan dengan cara divakum dilakukan dengan proses produk diletakkan diatas kertas karton kemudian dimasukkan ke dalam plastic ni-lon atau polynila (PA) dan kemudian dihampa udarakan dengan menggunakan mesin vakum untuk membuang sebanyak mungkin oksigen dari dalam kemasan, akibatnya produk mengalami penyusutan bobot sekitar 10%. Sehingga memungkinkan distribusi bandeng presto terjaga kualitas dan lebih fresh dan tahan lama. Daya tahan bandeng presto juga ditunjang oleh penggunaan bumbu dalam proses pengolahannya, jenis dan jumlah bumbu yang digunakan, juga menentukan kualitas dari produk dan menjadi ciri khas bandeng presto itu sendiri.

Desain kemasan dari produk bandeng presto harus dibuat semenarik mungkin:

- a. Gunkanan warna cerah yang berbeda dari yang lain.
- b. Manfaatkan gambar yang menarik
- c. Gunakan desain sederhana
- d. Tambahkan data legalitas dari pemerintah
- e. Tambahkan informasi penting dengan fronts yang menarik
- f. Gunakan kemasan dari bahan yang berbeda dan terjangkau.

Untuk memenuhi konsumen di luar kota, yang harus menempuh perjalanan jauh, kemasan produk bandeng presto dibuat agar bertahan agak lama dan bisa tahan sampai satu minggu atau disimpan dalam freesher bisa tahan sampai satu bulan.

2. Meningkatkan kinerja pemasaran dengan digital marketing. Dengan pemasaran digital, memasarkan produk secara on line menjadi solusi yang penting.

Diera industri sekarang tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan teknologi dan internet selalu meningkat dan berubah seiring berjalannya waktu, yang tentu akan berdampak pada perubahan sikap dan tingkah laku konsumen. Kebanyakan konsumen menggunakan untuk mencari bahkan membeli produk secara online. Maka dari itu pihak produsen harus meningkatkan kinerja pemasarannya dengan memanfaatkan pasar yang tersedia untuk meningkatkan penjualan melalui pemanfaatan digital marketing agar tujuan pemasaran terus meningkat.

Sesudah mendapatkan ide mengenai sosial media yang akan digunakan untuk promosi, maka kita harus menentukan cara untuk berkomunikasi dengan target market yang baik dan benar. Produsen harus selalu membangun relasi dan lebih dalam dengan konsumen yang sudah ada ataupun calon konsumen yang lebih luas. Cara berkomunikasi digital dengan menggunakan beberapa media sosial, seperti: instagram, twitter, tiktok, *facebook* dan whatsapp, terutama whatsapp karena kita berkomunikasi secara langsung dengan konsumen, hendaknya digunakan akun khusus dan operator yang menangani. Hal ini memudahkan untuk manjangkau seluruh konsumen.

Produk produsen harus jeli dalam melihat seberapa banyak target market pada bisnis yang menggunakan *platform* media sosial sehingga dapat dioptimalkan digital marketingnya. Mendapatkan *feedback* dari konsumen juga sangat diperlukan agar kita dapat mengetahui tingkat kepuasan terhadap produk yang dipasarkan.

Dalam rangka peningkatan produk secara *online* ada beberapa langkah yang bisa diambil:

- a. Memahami peran dan fungsi media digital yang akan digunakan.
- b. Memetakan segmen market bisnis.
- c. Memilih dan memilah digital yang tepat untuk bisnis pemasaran produk.

- d. Mulai diterapkan *internet marketing* yang baik
- e. Membuat dan mendistribusikan konten marketing
- f. Menggunakan iklan *digital marketing*.

Dengan adanya peningkatan kinerja pemasaran yang berbasis digitas marketing diharapkan penjualan secara online dapat meningkat sehingga keseluruhan penjualan juga meningkat.

3. Memberikan pelatihan dan penyuluhan kepada karyawan untuk meningkatkan ketrampilan pengelolaan keuangan kepada karyawan sehingga meningkatkan kinerja keuangan usahanya.

Pelatihan dn penyuluhan pada karyawan adlah sub sistem didalam suatu perusahaan yang meningkatkan suatu perbaikan kinerja individu. Hal ini sangat penting untuk berlangsungnya suatu usaha. Pengembangan karyawan adalah suatu proses di mana karyawan dengan dukungan atasannya menjlankan berbagai program pelatihan, dalam hal ini pelatihan pengelolaan keuangan untuk meningkatkan ketrampilan dan memperoleh pengetahuan tambahan sehingga kinerja karyawan dari suatu usaha dapat meningkat. Mempersiapkan karyawan sebagai individu untuk memegang tanggung jawab sehingga dapat berkembang yang berdampak pada kesuksesan perusahaan.

Tujuan diadakan pelatihan dn penyuluhan pada karyawan adalah untuk satu upaya yang terencana diperusahaan untuk meningkatkan ketrampilan dan ketrampilan serta pengetahuan dari karyawan yakni tentang pengelolaan keuangan. Dengan adanya pelatihan dan penyuluhan bagi karyawan yakni memberikan dan menyampaikan informasi secara informatif, dinamis dan obyektif tentang pengelolaan keuangan perusahaan sehingga karyawan memiliki gambaran yang obyektif tentang pengelolaan keuangan dan dapat memahaminya, karena keuangan adlah bagian yang sangat vital bagi perusahaan. Pelatihan ini untuk membedah mengenai bagaimana mengelola pendanaan modal kerja, bagaimana menggunakan, mengalokasi dan mengelola aset yang dimiliki perusahaan, sehingga tujuan utama perusahaan dapat tercapai yakni memaksimalkan keuntunagn.

Diharapkan dari penyuluhan dan pelatihan yang diberikan dapt membawa perusahaan tidak lagi mengalokasikan dana pada kegiatan penganggaran yang tidak menguntungkan, sehngga kegiatn yang berkitan dengan engunaan anggaran dapat terencana dengan baik dan mampu mempertimbangkan alokasi pendanaan yang memaksilkan keuntungan perusahaan.

Luaran yang diharapkan adalah peningkatan daya saing yang akan berujung pada kualitas produk dan kemasan, kinerja pemasaran yang tidak hanya pada pasar local dan tradisional, tetapi dapat melalui online, serta meningkatkan kinerja keuangan sehingga meningkatkan kinerja usahanya. Peningkatan produktifitas, pemasaran dan pengelolaan keuangan yang baik diharapkan akan meningkat dari waktu ke waktu.

Para pelaku juga mengetahui pentingnya produktivitas, pemasaran produk yang diciptakan, dan pengelolaan keuangan yang dijalankan secara profesional. Diharapkan dengan adanya pengabdian ini dapat mengurangi dan mengatasi permasalahan yang ada pada UMKM Bandeng sehingga dapat membantu mengembangkan usahanya secara mandiri dan berkembang menjadi usaha yang besar.

PENUTUP

Simpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang Peran Manajemen Keuangan Dan Digital Marketing Dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan Bagi UMKM Bandeng Di Kendal dapat disimpulkan bahwa pelatihan dan penyuluhan yang dilaksanakan dapat membantu para pelaku UMKM khususnya usaha Bandeng di Kendal dapat memahami dan diharapkan dapat melakukan manajemen keuanagan atau pengelolaan keuadangan usahanya. Para pelaku usaha juga dapat menjual produknya secara luas, tidak hanya di pasar tradisional setempat dan diambil oleh pedagang

sekitar, tetapi dapat menjual secara luas melalui online, yakni via face bok, instagram, toko pedia dan lain-lain, serta dapat menjual juga di pasar modern dengan kemasan yang lebih baik.

Saran

Berdasarkan hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang Peran Manajemen Keuangan Dan Digital Marketing Dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan Bagi UMKM Bandeng Di Kendal dapat disarankan tentang melakukan inovasi produk yang lain misalnya pepes bandeng, otak-otak dan lain lain, serta dapat mengelola keuangan dengan baik, dimana keuangan tidak tercampur dengan aset pribadi pemilik, sehingga dapat diketahui kinerja usahanya di setiap periode.

DAFTAR PUSTAKA

- Eugene F. Bringham and Joel F. Houston, (2012). Dasar-Dasar Manajemen Keuangan (Terjemahan). Jakarta: Salemba Empat.
- Kasmir. (2011). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat. Jakarta.
- Lynn.G.S. dan Lynn, N.M. 2009 Innorpreneurship, Probus Publishing Co
- Muti,T. 2011. Kewirausahaan yang berproses, Jakarta: Grasindo.
- Panduan Pelaksanaan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat di Perguruan Tinggi Edisi X, Direktorat Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat, 2016.
- Partomo, Titik S. & Soejoedono, A.R.2011. Ekoomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi. Jakarta: Gales Indonesia.
- Suryana. 2010. Kewirausahaan, Peo,m Praktis, Kiat dan proses menuju sukses. Jakarta: Salemba Empat.
- Stanton, William J. 2001. Prinsip Pemasaran. Erlangga. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2011.Strategi Pemasaran.Yogyakarta. Andi Offset.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
- Yusuf, Nasrullah. 2011. Wirausaha dan Usaha Kecil Jakarta: Modul PTKPNF Depdiknas.