

**PENINGKATAN KUALITAS SDM MELALUI PELATIHAN  
LAPORAN KEUANGAN, PEMASARAN DIGITAL, DAN MEDIA  
KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK KOMUNITAS UMKM  
MANDIRI  
PANCORAN MAS, KOTA DEPOK**

**IMPROVING THE QUALITY OF HUMAN RESOURCE THROUGH  
TRAINING IN FINANCIAL REPORTING, DIGITAL MARKETING,  
AND  
MARKETING COMMUNICATION MEDIA FOR THE  
INDEPENDENT UMKM COMMUNITY IN PANCORAN MAS,  
DEPOK CITY**

**Ira Phajar Lestari<sup>1\*</sup>**

1 Akuntansi, Universitas Gunadarma  
email: iraphajarlestari.ug@gmail.com

**ABSTRAK**

Terdapat beberapa permasalahan struktural UMKM yang perlu diselesaikan agar UMKM dapat berperan lebih dalam perekonomian nasional. Permasalahan tersebut yaitu kualitas SDM UMKM di bidang manajerial, keuangan, kualitas produksi, akses pemasaran, dan branding produk. Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan membantu pelaku UMKM Mandiri Pancoran Mas (MAPAN) di Depok untuk meningkatkan kualitas usaha melalui peningkatan kualitas SDM. tahap pertama kegiatan pengabdian masyarakat yang berlangsung tahun 2020-2021, telah dilakukan identifikasi permasalahan UMKM dan kebutuhan yang perlu didukung oleh dosen dan mahasiswa. Selain itu, telah diberikan edukasi tentang pentingnya manajemen dan literasi keuangan, serta urgensi memanfaatkan platform digital. tahap kedua, dilakukan peningkatan kualitas SDM UMKM dalam pengelolaan keuangan usaha, pemanfaatan teknologi pemasaran digital, media komunikasi pemasaran yang efektif, serta strategi penjualan. kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas SDM pelaku UMKM MAPAN Depok melalui pelatihan pencatatan keuangan menggunakan Excel, Visual Basic, dan aplikasi keuangan, pengoptimalan media komunikasi pemasaran berupa foto produk, katalog, desain spanduk flyer, dan kemasan produk, penerapan pemasaran melalui website e-commerce dan e-catalog, pelatihan pemasaran digital, perizinan usaha, dan sertifikasi halal. Dengan kegiatan ini, diharapkan UMKM MAPAN semakin maju, kreatif, dan adaptif terhadap perubahan ekonomi dan teknologi, sehingga dapat berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Kata Kunci: Aplikasi, keuangan, pemasaran, media komunikasi, UMKM

**ABSTRACT**

There are several structural problems for UMKM that need to be resolved so that UMKM can play a greater role in the national economy. These problems are the quality of MSME human resources in the managerial, financial, production quality, marketing access and product branding fields. This Community Service Program aims to improve business quality through improving the quality of human resources. Apart from that, education has been provided about the importance of management and financial literacy, as well as the urgency of utilizing digital

platforms. the second stage, improving the quality of UMKM human resources in managing business finances, utilizing digital marketing technology, effective marketing communication media, and sales strategies. This community service activity was carried out to improve the quality of human resources for MAPAN Depok UMKM through financial recording training using Excel, Visual Basic and financial applications, optimizing marketing communication media in the form of product photos, catalogues, flyer banner designs and product packaging, implementing marketing via e-websites. -commerce and e-catalog, digital marketing training, business licensing, and halal certification. With this activity, it is hoped that MAPAN UMKM will be more advanced, creative and adaptive to economic and technological changes, so that they can contribute to Indonesia's economic growth.

Keywords: Applications, finance, marketing, communication media, UMKM

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di tengah kondisi pandemi yang semakin membaik, berbagai risiko dan tantangan global juga terus meningkat dan memicu pelambatan pemulihan ekonomi global. Sebagai salah satu pilar perekonomian Indonesia, UMKM memiliki peran yang signifikan. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,19 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,97% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah.

Kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia sempat turun disebabkan oleh pandemi sejak 2020 lalu. Hal ini disebabkan oleh beberapa permasalahan yang dialami masyarakat. Sebagian UMKM belum siap dengan perubahan pola konsumsi barang dan jasa masyarakat dimasa pandemi dari offline ke online. Selain itu, terdapat hambatan distribusi produk dan kesulitan memperoleh bahan baku produksi. Survei Badan Pusat Statistik 2020 menunjukkan sekitar 69,02 persen UMKM mengalami kesulitan permodalan di saat pandemi Covid-19. UMKM yang kurang memiliki ketahanan dan fleksibilitas dalam menghadapi Pandemi ini juga dikarenakan beberapa hal seperti tingkat digitalisasi yang masih rendah, kesulitan dalam mengakses teknologi dan kurangnya pemahaman tentang strategi bertahan dalam bisnis (OECD, 2020).

Terdapat beberapa permasalahan struktural UMKM yang perlu diselesaikan sehingga UMKM dapat berperan lebih dalam perekonomian nasional. Permasalahan tersebut antara lain kualitas dan kontinuitas produksi, akses pemasaran, kemasan produk, kualitas SDM UMKM di bidang manajerial, keuangan dan produksi. UMKM dituntut untuk mampu menyesuaikan diri di dalam perkembangan bisnis yang ada karena bisnis yang mampu bertahan adalah bisnis yang responsif terhadap perkembangan zaman.

Oleh karena itu, perlu strategi berbagai pihak untuk membangkitkan UMKM agar bisa berusaha kembali stabil. Diperlukan kebijakan dalam meningkatkan kapasitas UMKM, terutama dalam mengatasi beragam permasalahan struktural UMKM. Dalam menyelesaikan permasalahan tersebut, pemerintah daerah dapat bekerjasama dengan Kementerian/Lembaga terkait, pemerintah provinsi, perguruan tinggi, Bank Indonesia dan lembaga lainnya.

Berdasarkan kebutuhan mitra komunitas UMKM MAPAN, Tax Center Universitas Gunadarma mengambil perannya dengan melakukan program peningkatan dan pelatihan kualitas SDM UMKM yang ada di wilayah Kota Depok, khususnya komunitas UMKM Mandiri Pancoran Mas (MAPAN), Depok. Tax Center Universitas Gunadarma membantu

para pelaku UMKM agar melek literasi keuangan dan memanfaatkan platform digital untuk mengefektifkan pencatatan keuangan, laporan penjualan dan laporan pajak, mengoptimalkan media komunikasi pemasaran yang efektif, penerapan aplikasi berbasis web dan mobile untuk pemasaran, pemanfaatan pemasaran digital untuk membantu UMKM dalam strategi penjualan, serta pelatihan perizinan usaha dan sertifikat halal. Program ini melibatkan beberapa dosen dan mahasiswa Universitas Gunadarma dalam peningkatan kualitas SDM UMKM untuk memajukan UMKM agar semakin naik tingkat dan berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia.

## **1.2 Analisis Situasi**

Lambatnya pertumbuhan dan perkembangan UMKM tentu akan berdampak terhadap rendahnya pertumbuhan ekonomi rakyat, sehingga menyebabkan turunnya daya beli masyarakat dan turunnya produksi bagi ekonomi rakyat yang pada gilirannya menyebabkan masyarakat tidak mampu memenuhi kebutuhan pokoknya. Pandemi COVID-19 membawa dampak signifikan bagi seluruh perikehidupan masyarakat, terlebih lagi bagi para pelaku UMKM yang perputaran ekonominya sangat bergantung pada lalu lintas barang, jasa, dan manusia, yang justru sedang mengalami masa keterbatasan pergerakan. Hal ini berakibat pada menurunnya produktivitas pada seluruh elemen dalam ekosistem UMKM dan berpengaruh pada kesejahteraan para pelaku UMKM. Oleh karena itu, perlu strategi dari berbagai pihak untuk membangkitkan UMKM agar bisa berusaha stabil dan bangkit kembali pasca pandemi COVID-19.

Berdasarkan identifikasi masalah yang sudah dilakukan kepada komunitas UMKM Mandiri Pancoran Mas, Depok, banyak UMKM yang kurang dalam hal literasi keuangan usaha, cara melakukan pencatatan keuangan dan menyusun laporannya. Banyak dijumpai sebagian besar para UMKM hanya berfokus pada kegiatan marketing dan pengembangan produk saja. Banyak UMKM yang masih menganggap bahwa pembukuan ini tidak terlalu penting. Padahal pembukuan merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting bagi keberlanjutan UMKM. Penyusunan laporan keuangan pada sektor UMKM sangat penting karena selain bisa mengontrol biaya operasional termasuk biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik) sehingga diketahui laba rugi usaha, mengetahui hutang piutang, pengelolaan modal dan perhitungan pajak yang harus dibayarkan. Keberlanjutan UMKM dapat dilihat dari laporan keuangan yang dihasilkan melalui kegiatan pembukuan atas transaksi yang terjadi di UMKM. UMKM juga dapat menggunakan laporan keuangan untuk mengajukan pembiayaan.

Pemahaman tentang perpajakan usaha juga penting untuk pelaku UMKM guna mendorong UMKM menembus pasar global. Pemerintah telah memberikan dukungan dengan menciptakan pajak yang ramah bagi mitra UMKM, sehingga diharapkan mampu meningkatkan UMKM untuk tidak hanya ada dominan dalam mengembangkan perekonomian bangsa namun juga bisa memberikan sumbangsuhnya untuk turut bergotong-royong membangun negara yang adil, makmur, dan berdaulat melalui pajak. Beberapa alasan UMKM malas dalam membayar pajak adalah kurangnya memahami peraturan pemerintah dalam ketentuan pajak, kurangnya pengetahuan dalam pengelolaan pembukuan keuangan untuk wajib pajak. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk meningkatkan pemahamannya tentang perpajakan usaha.

Kurang efektifnya penjualan dan pemasaran juga menjadi masalah dikarenakan informasi mengenai UMKM yang belum diketahui masyarakat terluas, masih terbatas dengan

penjualan konvensional yang terbatas dengan wilayah pemasaran. Perubahan perilaku pemasaran dari konvensional ke digital tidak diimbangi oleh keberadaan pelaku UMKM yang menggunakan *digital marketing*. Masih banyak pelaku UMKM yang menggunakan *digital marketing*. Hal tersebut terjadi karena tidak adanya pengetahuan dari pelaku UMKM mengenai *digital marketing*. Permasalahan ini dapat diatasi dengan memberikan pengetahuan tentang pentingnya penguasaan *digital marketing* dalam dunia usaha. Kemenkop UKM menjadikan tahun 2022 menjadi momentum pemulihan transformatif. Pemulihan transformatif 2022 menargetkan sedikitnya 30 persen dari total UMKM sudah masuk ke dalam ekosistem digital atau sebanyak 20 juta UMKM. (Ilham, 2022)

Pada saat ini para pengguna atau masyarakat pada umumnya mencari produk atau jasa melalui internet, dengan tujuan mencari, membandingkan harga atau hanya untuk mendapatkan informasi tentang toko, restoran atau bisnis sebelum mereka membeli barang yang mereka inginkan. Oleh karena itu, dirasa perlu adanya pelatihan para pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnisnya melalui internet salah satunya dengan memiliki e-catalog maupun website penjualan sendiri.

Kurang efektifnya penjualan dan pemasaran juga dipengaruhi oleh kurangnya komunikasi pemasaran. Pertarungan produk tidak lagi terbatas pada bagaimana kualitas dari produknya semata, tetapi juga pada usaha untuk mendapatkan nilai tambah untuk memberikan emotional benefit kepada para konsumen. Brand/merek adalah aset yang paling berharga bagi sebuah bisnis/usaha. Branding sendiri merupakan sebuah kegiatan membangun brand/merek. Kegiatan ini meliputi penciptaan identitas visual, komunikasi hingga pembentukan perilaku/budaya perusahaan termasuk UMKM. Oleh karena itu kemasan produk perlu didesain sedemikian rupa untuk bisa menambah nilai dari produk, tidak hanya dari segi estetika namun juga dari segi pengalaman yang bisa dirasakan oleh konsumen. Pembuatan desain logo, spanduk dan flyer adalah kebutuhan dasar bagi UMKM terkait value yang ingin disampaikan dan juga penting untuk menambah nilai jual dari produk UMKM. Foto produk pun menjadi kebutuhan utama agar bisa membangun awareness dan menarik minat konsumen, terutama dalam meningkatkan penjualan produk di toko *online*.

Berdasarkan uraian tersebut, program pengabdian masyarakat ini memiliki tujuan untuk membantu dalam peningkatan kualitas SDM UMKM, memajukan UMKM agar semakin naik tingkat dan berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia.

### 1.3 Permasalahan Prioritas MitraP

Permasalahan prioritas yang dihadapi oleh Mitra komunitas UMKM Mandiri Pancoran Mas (MAPAN) adalah :

1. Kurangnya perhatian UMKM terhadap pentingnya pencatatan keuangan, keuangan pribadi dan usaha yang masih bercampur, tidak memiliki laporan keuangan, yang berakibat pada tidak dapat mengetahui kondisi/posisi keuangan dan menentukan strategi yang harus dilakukan, seperti bagaimana mengontrol biaya operasional termasuk biaya produksi, laba rugi usaha, hutang piutang, pengelolaan modal dan perhitungan pajak yang harus dibayarkan. UMKM butuh adanya aplikasi pencatatan dan laporan keuangan agar UMKM dapat menjalankan usaha dengan lebih efektif.

2. Kebutuhan terhadap jaringan pemasaran yang lebih luas untuk meningkatkan penjualan. Masih banyak UMKM yang belum tahu cara membuat, menggunakan dan mengoptimalkan penjualan melalui platform marketplace yang ada, seperti whatsapp business, Instagram, shopee dan tokopedia. Ada yang sudah memiliki akun, tapi tidak tahu cara menjalankannya, bahkan ada yang belum memiliki akun pada marketplace manapun.
3. Kebutuhan UMKM terhadap aplikasi penjualan dan aplikasi keuangan berbasis web maupun mobile. Beberapa UMKM butuh memiliki website usaha sendiri dan aplikasi katalog untuk media pemasaran dan juga menguatkan branding usahanya
4. Kebutuhan menambah nilai jual untuk menarik minat konsumen agar dapat bersaing melalui media komunikasi pemasaran. Kurang efektifnya penjualan dan pemasaran karena logo belum ada, flyer, spanduk dan kemasan produk yang kurang menarik serta foto produk yang tidak representatif dan belum sesuai sehingga sulit dikenali oleh konsumen. UMKM belum memiliki kemampuan untuk bisa menghasilkan foto-foto produk yang kualitasnya bagus; baik dari segi komposisi, pencahayaan maupun elemen penunjang lainnya.

## **METODE PELAKSANAAN**

### **2.1 Metode Pelaksanaan**

Tax Center Universitas Gunadarma bekerja sama dengan komunitas UMKM MAPAN sebagai mitra. Program ini melibatkan sebanyak 25 UMKM yang dibantu oleh 61 dosen dan 20 mahasiswa sesuai bidang keahlian masing-masing. Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah peningkatan kualitas SDM UMKM MAPAN melalui edukasi dan pelatihan, terkait bidang keuangan, teknologi informasi, dan komunikasi pemasaran, dan pemasaran digital. MenKopUKM Teten Masduki menegaskan pentingnya pendampingan dan pengembangan usaha yang harus terus dilakukan dalam upaya kebangkitan UMKM, guna menumbuhkan jiwa entrepreneurship yang memiliki mentalitas adaptif dan inovatif terhadap segala perubahan yang terjadi. Salah satu upaya yang dilakukan dalam mewujudkan hal tersebut adalah dengan memberikan pelatihan dan peningkatan kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) bagi UMKM. Salah satu yang penting adalah pelatihan terkait literasi keuangan berupa pelatihan analisis pelaporan keuangan dalam pemasaran produk, bimbingan teknis, dan akses pembiayaan koperasi. (Adminkoperasi, 2022).

Program kegiatan dilakukan dengan menggunakan metode edukasi, konsultasi, pelatihan perorangan dan pelatihan massal. Metode yang digunakan sebagai pendekatan pelaksanaan pengabdian masyarakat ada dua. Pertama yaitu pendekatan perseorangan melalui hubungan telepon, undangan, kunjungan, magang mahasiswa, dan video conference. Kedua adalah pendekatan massal melalui diskusi, siaran melalui media massa online, dan workshop.

Tahapan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

- a. Membuat kerjasama dengan mitra dan sosialisasi kegiatan
- b. Melakukan pemetaan kebutuhan awal dari UMKM
- c. Melakukan kunjungan untuk memonitoring kegiatan usaha dan mengumpulkan

data yang dibutuhkan untuk pelaksanaan pengabdian.

- d. Merancang solusi yang diberikan untuk mengatasi masalah mitra.
- e. Implementasi solusi
- f. Evaluasi dan laporan

Tahapan pertama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah membuat kerjasama dengan mitra dan sosialisasi kegiatan kepada dosen, UMKM dan mahasiswa. Tahapan kedua yaitu indentifikasi kebutuhan mitra untuk menemukan perencanaan kegiatan yang tepat sasaran. Temuan terhadap masalah dan kebutuhan mitra ini di antaranya adalah kurangnya perhatian UMKM terhadap pentingnya pencatatan keuangan dan penerapan aplikasi keuangan, pemanfaatan aplikasi penjualan berbasis web maupun mobile dan branding menambah nilai jual untuk menarik minat konsumen seperti foto produk, desain logo, kemasan produk dan flyer, kebutuhan terhadap jaringan pemasaran dan perizinan usaha. Setiap UMKM dipasangkan dengan tim yang terdiri atas beberapa dosen dan mahasiswa magang yang sesuai dengan kebutuhannya. Tahapan berikutnya adalah tim dosen dan mahasiswa untuk setiap UKM melakukan kunjungan langsung ke UMKM untuk memonitoring kegiatan usaha dan mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk pelaksanaan pengabdian. Kemudian dosen bersama mahasiswa merancang solusi dan mengimplementasikan solusi dalam bentuk konsultasi, pelatihan langsung atau pelatihan massal. Tahapan ke empat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah implementasi kegiatan. Evaluasi dan laporan merupakan rangkaian tahapan akhir pada metode pelaksanaan kegiatan ini.

Pelaksanaan kegiatan ini dapat berjalan dengan baik karena partisipasi aktif mitra, dosen dan mahasiswa. Evaluasi pelaksanaan program dilakukan pada bulan Agustus 2022 dengan tujuan untuk menilai capaian pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk merencanakan keberlanjutan program.

## 2.2 Rencana Kegiatan

Berdasarkan penjelasan terkait dengan implementasi solusi, maka pada tahapan ini adalah melakukan berbagai rencana kegiatan yang mendukung metode pelaksanaan program penelitian dan pengabdian masyarakat, yaitu:

1. Melakukan analisis kebutuhan UMKM.
2. Mengalokasikan dosen dan mahasiswa untuk setiap UMKM.
3. Menyiapkan biaya dan peralatan yang dibutuhkan untuk pelaksanaan pengabdian.
4. Melakukan pelatihan kepada UMKM dalam pembuatan laporan keuangan, aplikasi penjualan e-commerce dan e-catalog, media komunikasi pemasaran, serta pemasaran digital dan perizinan.
5. Menyusun video pelaksanaan dan hak cipta aplikasi
6. Melakukan pelaporan kegiatan pengabdian masyarakat

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Hasil

Telah berhasil dilakukan peningkatan kualitas SDM UMKM mitra melalui pelatihan pembuatan laporan keuangan, perhitungan HPP dan laporan pajak usaha, pemanfaatan digital marketing, pembuatan aplikasi penjualan berbasis web, dan media komunikasi pemasaran untuk branding usaha, seperti foto produk, desain logo, kemasan produk dan flyer.

#### **Pelatihan pemanfaatan digital marketing sebagai strategi penjualan untuk memperluas pemasaran, perizinan usaha dan sertifikat halal.**

Kegiatan ini memberikan pelatihan dalam mengidentifikasi kebutuhan dan peluang saluran penjualan dan memberikan bantuan dalam pemasaran interaktif yang dapat memikat target pasar secara efektif dan pelatihan perizinan usaha dan sertifikat halal sebagai syarat kepastian hukum dan agar dapat mengikuti pemberdayaan dari pemerintah.

#### **Persiapan**

1. Menyiapkan data-data terkait produk UMKM, seperti foto produk, harga produk, datapenjual, kriteria konsumen, data saluran penjualan yang sedang dipakai UMKM.
2. Menyiapkan data terkait UMKM yang belum memiliki perizinan usaha dan sertifikat halal.
3. Menyiapkan modul perizinan usaha dan sertifikat halal

#### **Proses**

1. Mengenalkan beberapa aplikasi media sosial yang sering digunakan dalam digital marketing
2. Memberikan pemahaman pentingnya digital marketing bagi pelaku UMKM dalam memasarkan produk yang mereka miliki.
3. Memberikan motivasi bagi mereka untuk menggunakan sarana digital marketing sebagaisarana komunikasi dan promosinya
4. Workshop Perizinan Usaha dan Sertifikat Halal serta bazar produk UMKM mitra sebagaibentuk support dalam pengabdian masyarakat ini untuk memasarkan produk UMKM.

#### **Hasil yang dicapai**



Modul Digital Marketing





Modul Perizinan Usaha dan Sertifikasi Halal

## Pembuatan aplikasi penjualan dan aplikasi keuangan berbasis web maupun mobile yang dibantu oleh mahasiswa.

Pembuatan *website* bagi UMKM bertujuan untuk memperluas wilayah pemasaran produk maupun jasa yang ditawarkan, serta menjadi media untuk memperkenalkan dan memasarkan kepada masyarakat luas, baik dalam cakupan kota tempat usaha atau bisnis tersebut berlokasi, maupun luardaerah sampai ke seluruh wilayah Indonesia.

### Persiapan

1. Mengumpulkan data dan kebutuhan UMKM terhadap website penjualan.
2. Melakukan foto produk, jika UMKM belum memiliki foto produk yang layak dan menarik minat konsumen.

### Proses

Metode pembuatan *website* penjualan dan e-catalog bagi UMKM adalah sebagai berikut:

1. Membuat Tema *Website* Sesuai Produk UMKM  
Membuat tema *website* lebih kepada pembuatan desain *web* sesuai dengan produk UMKM. Hal ini untuk tujuan informasi berupa produk yang dijual serta pemasarannya.
2. Membuat Konsep dan Fitur  
Berdasar pada target dan tujuan pembuatan *website* pada tahap ini pembuatan konsep dan fitur yang sesuai, dengan tujuan membuat tampilan *website* menarik dan mengundang banyak pembeli.
3. Membuat Nama Domain  
Setelah menentukan tema *website* selanjutnya adalah membuat nama domain perusahaan yang sesuai dengan nama UMKM.
4. Membuat Sistem *Website* dan Tampilan Grafis  
Tampilan grafis atau template adalah tampilan *website* yang menggunakan bahasa program untuk menjalankan setiap fungsinya, seperti informasi produk, pembelian, dan pemasaran produk.
5. Upload ke *Server*  
Tahap ini bertujuan untuk mengaktifkan *website* dalam koneksi internet dengan nama domain UMKM yang sudah dibuat.

### Hasil yang dicapai



1. Aplikasi Pemesanan Umkm Lanang Loro Koffie Berbasis Website

Aplikasi toko Lanang Loro Koffie ini digunakan untuk memesan makanan yang tersedia di toko Lanang Loro Koffie. Aplikasi berbasis website ini dibuat menggunakan software Visual Studio Code dan menggunakan framework

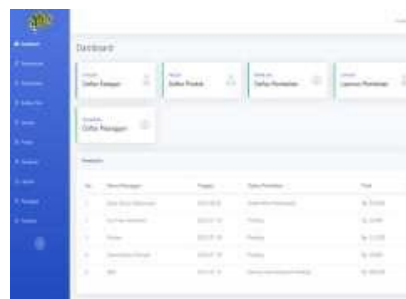
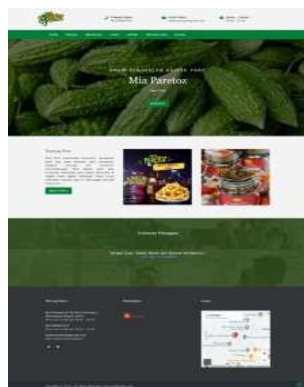


CodeIgniter.

2. Pembuatan *website* untuk UMKM Garnis Jembar Fashion



3. Pembuatan *website* untuk UMKM Toko Miaparetoz



4. Website katalog produk pada UMKM Vataya Kitchen

Dengan memasukkan produk UMKM kedalam web secara berkala, memudahkan mereka untuk menginformasikan produk terbaru dan kategori produk apa saja yang mereka punya. Konsumen juga semakin mudah untuk melihat produk, deskripsi produk, menanyakan perihal produk dan melakukan proses jual beli ke penjual dengan sekali klik pembeli

langsung bisa menghubungi penjual pada website ini. website Vataya Kitchen dengan mengakses link berikut <http://vataayaakitchen.lovestoblog.com/>



### **Pelatihan dan pembuatan media komunikasi pemasaran untuk branding usaha, seperti foto produk, desain logo, kemasan produk dan flyer.**

Pada kegiatan ini dilakukan pelatihan untuk mengembangkan perangkat branding serta hal-hal yang bisa mendukung komunikasi pemasaran produk UMKM tersebut. Berhasil atau gagalnya sebuah proses penjualan sangat dipengaruhi oleh keterampilan berkomunikasi ketika proses tersebut berlangsung (baik dalam ranah offline maupun online). Dalam hal ini setidaknya pelaku UMKM harus memiliki bentuk-bentuk media komunikasi pemasaran yang bisa digunakan untuk menarik minat beli konsumennya.

#### **Persiapan**

1. Mempersiapkan aplikasi untuk melakukan desain
2. Mempersiapkan peralatan untuk kegiatan foto produk, seperti kamera, lighting, backdrop, aksesoris, model, dan lainnya.
3. Mengidentifikasi value dan citra yang ingin dimiliki UMKM dari produknya, sebagai bahan pertimbangan dalam tema desain dan foto produk.

#### **Proses**

1. Pengambilan foto produk UMKM. Kegiatan ini dimaksudkan agar UMKM mengetahui dan mampu menerapkan dasar-dasar teknik fotografi yang baik sehingga foto yang dihasilkan memiliki kualitas bagus dan mudah dipahami oleh khalayak yang melihat foto tersebut, untuk kebutuhan promosi dan pemasaran.
2. Pembuatan spanduk dan brosur/flyer untuk pemasaran produk UMKM. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu UMKM dalam memproduksi media komunikasi pemasaran yang efektif dengan menerapkan prinsip-prinsip desain komunikasi visual.
3. Pembuatan desain logo dan desain kemasan. Kegiatan ini ditujukan supaya UMKM mampu merancang dan membuat kebutuhan dasar branding, agar produk UMKM tersebut memiliki identitas yang jelas, mudah dikenali konsumen dan juga menambah nilai jual.

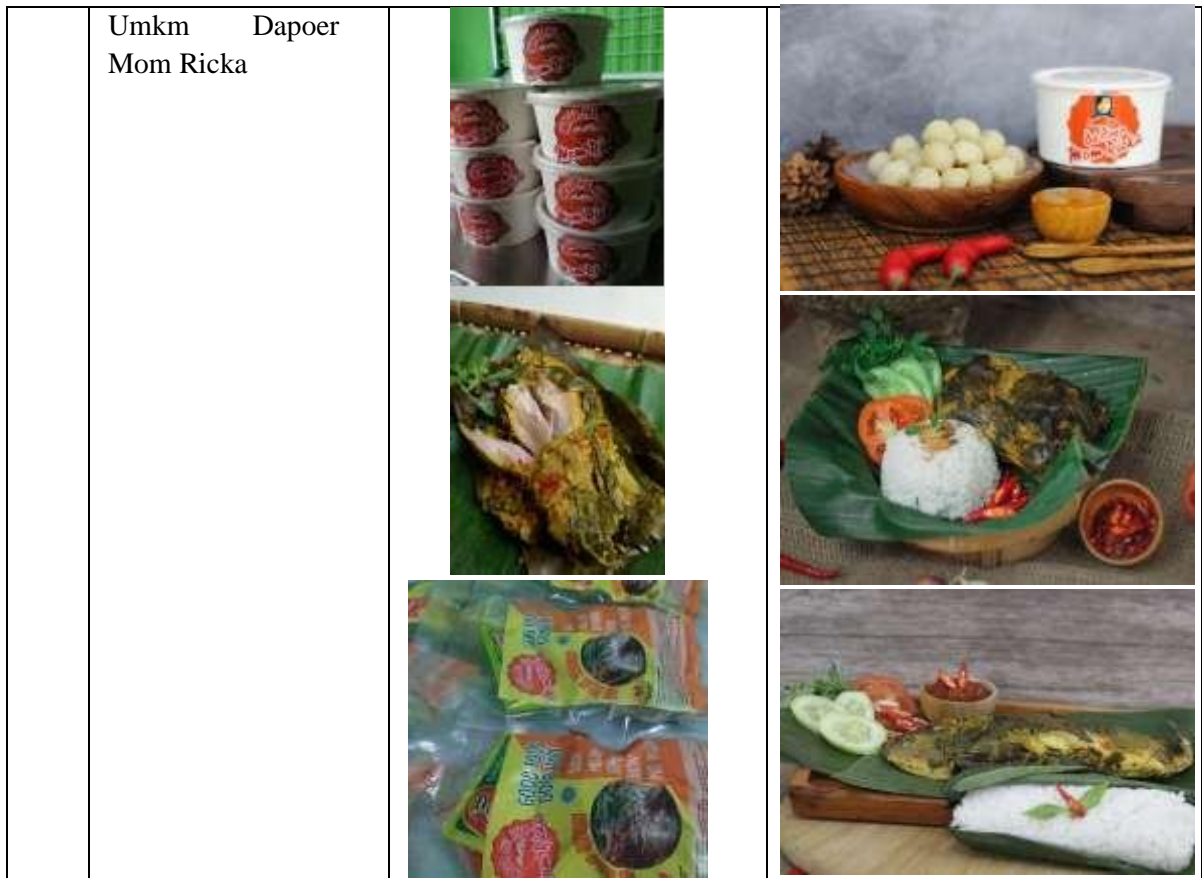
#### **Hasil yang dicapai**

Telah berhasil dilaksanakan pelatihan dan pembuatan kebutuhan branding, foto produk dan mediakomunikasi pemasaran.

Adapun kegiatan tersebut, antara lain:

1. Foto dan video produk UMKM Pesona Bunga Indah dan UMKM Dapoer Mom Ricka

No.	UMKM	Foto Sebelum	Foto Sesudah
1	Umkm Pesona Bunga Indah		
			



2. Pembuatan desain kemasan UMKM Miss Linda



3. Pembuatan spanduk UMKM Veza



### 3.2 Luaran yang Dicapai

Telah berhasil diberikan peningkatan daya saing dalam bentuk peningkatan nilai tambah pengetahuan dan perbaikan tata nilai masyarakat dalam bentuk edukasi laporan keuangan, pemasaran dengan memanfaatkan platform digital dan pengoptimalan media komunikasi pemasaran. Luaran lainnya yang telah dicapai yaitu produk berupa video pelatihan keuangan, video pelatihan foto produk, video pelatihan pengembangan media pemasaran berbasis digital dan program komputer pembuatan *website* UMKM Garnis Jembar Fashion yang telah didaftarkan Hak Ciptanya.

### 3.3 Rencana Tahapan Selanjutnya

Tahapan berikutnya yang akan dilakukan dalam kegiatan ini adalah melakukan pelayanan pemenuhan kebutuhan UMKM bentuk lainnya misalnya pembuatan aplikasi kasir, penyusunan proposal pendanaan, workshop laporan keuangan, pelatihan pembuatan branding berupa desain, foto dan video produk. Selain itu, akan meningkatkan intensitas pelatihan dan evaluasi terhadap hasil pelatihan yang diberikan kepada UMKM, agar terjadi peningkatan kompetensi UMKM yang secara bertahap semakin maju.

### 3.4 Solusi dan Targer Luaran

Solusi yang tepat pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk membantu permasalahan mitra adalah memberikan pelatihan secara langsung oleh dosen dengan bantuan mahasiswa kepada setiap UMKM. Kontribusi aktif mitra diperlukan selama pelaksanaan kegiatan. Terdapat 25 UMKM yang dibantu secara langsung, dipasangkan dengan dosen dan mahasiswa yang ahli di bidangnya masing-masing. Pemberian solusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu :

1. Pelatihan untuk membantu UMKM dalam hal pembukuan, mulai dari pencatatan sampai dengan penyusunan laporan keuangan, perhitungan HPP dan perhitungan pajak usaha, dan penerapan aplikasi keuangan. Usaha yang baik adalah usaha yang dapat menentukan arah jalan ataupun memiliki strategi dalam menghadapi persaingan. Memiliki laporan keuangan yang mendetail dan juga lengkap merupakan salah satu persyaratan sebuah usaha kecil (UKM) dapat mendapatkan modal usaha.
2. Pelatihan dan pembuatan media komunikasi pemasaran untuk branding usaha, seperti foto produk, desain logo, kemasan produk dan flyer. Pelatihan ini penting untuk membantu UMKM meningkatkan nilai jual produknya.
3. Penerapan aplikasi penjualan dan katalog berbasis web maupun mobile yang dibantu oleh mahasiswa. Aplikasi yang sudah dibuat, diberikan kepada UMKM secara sukarela.
4. Pelatihan pemanfaatan digital marketing sebagai strategi penjualan untuk memperluas pemasaran. Kegiatan ini memberikan pelatihan dalam mengidentifikasi kebutuhan dan peluang saluran penjualan dan memberikan bantuan dalam pemasaran interaktif yang dapat memikat target pasar secara efektif. Pemberian solusi dilakukan bertahap sesuai keahlian masing-masing bidang ilmu dalam

kegiatan ini. Solusi diberikan dalam periode bulan Maret 2022 sampai dengan Agustus 2022.

### **3.5 Saran**

Kedepannya diperlukan peran serta yang lebih aktif dari seluruh jajaran Universitas Gunadarma untuk mendukung perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) untuk memberikan dampak yang lebih besar terhadap pertumbuhan UMKM. Pelatihan laporan keuangan yang sudah dilakukan diharapkan dapat berlanjut hingga UMKM mampu menyusun laporan keuangannya dan menjalankan usahanya dengan lebih efektif. UMKM masih perlu didorong untuk memperluas jaringan pemasaran dan pemanfaat platform yang lebih banyak, meningkatkan kualitas produk dan kualitas promosi yang lebih gencar, agar UMKM semakin maju dan mampu bersaing.

## **SIMPULAN**

Pada saat ini UMKM dituntut untuk mampu menyesuaikan diri didalam perkembangan bisnis yang ada karena bisnis yang mampu bertahan adalah bisnis yang responsif terhadap perkembangan zaman. Dan bangkit kembali di masa pemulihan ekonomi ini. Tax Center Universitas Gunadarma telah melakukan program peningkatan kualitas SDM UMKM Mandiri Pancoran Mas (MAPAN), kota Depok. Bantuan ini diberikan guna meningkatkan kualitas pengelolaan usaha UMKM. Kegiatan ini telah menghasilkan peningkatan kapasitas UMKM melalui workshop perizinan usaha dan sertifikat halal, pelatihan keuangan dan laporan pajak, pemanfaatan teknologi untuk membantu keuangan dan pemasaran UMKM, dan pembuatan media komunikasi pemasaran seperti foto produk, desain spanduk, brosur, dan kemasan,. Berbagai kegiatan yang disebutkan menandakan kegiatan pengabdian masyarakat dapat membantu menjawab dan menyediakan solusi atas pemenuhan kebutuhan UMKM.

## **DAFTAR PUSTAKA**

OECD. (2020). *SME Policy Responses: Tackling Coronavirus (Covid-19) Contributing to A Global Effort*.

Pasaribu, R. (2020). Optimalisasi Media *Online* Sebagai Solusi Promosi Pemasaran UMKM di Semarang Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Komunikasi dan Media*. Vol. 01, No. 01, pp. 33 – 44.

Setiawan. (2020). Sebanyak 37.000 UMKM Terdampak Virus Corona. Retrieved from <https://money.kompas.com/read/2020/04/17/051200426/sebanyak-37.000-umkm-terdampak-virus-corona>.

Adminkoperasi (2022). Menkop Teten Pastikan Tahun 2022 UMKM Siap Bangkit dari Pandemi. Retrieved from

<https://koperasi.kulonprogokab.go.id/detil/1115/menkop-teten-pastikan-tahun-2022-umkm-siap-bangkit-dari-pandemi>

Ilham, B., U. (2022) MSMEs Day 2022 : Ketahanan Dan Kebangkitan UMKM Pasca Pandemi, Retrieved from <https://bisniskumkm.com/msmes-day-2022-ketahanan-dan-kebangkitan-umkm-pasca-pandemi/>