

## PENINGKATAN MANAJEMEN KEUANGAN DAN PEMASARAN PADA UKM UBI JALAR BERBASIS WEB

<sup>1)</sup> Aviv Yuniar Rahman, <sup>2)</sup> Chauliah Fatma Putri, <sup>3)</sup> Adya Hermawati

<sup>1</sup>Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Widyagama Malang

<sup>2</sup>Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Widyagama Malang

<sup>3</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Widyagama Malang

E-mail : aviv@widyagama.ac.id<sup>1</sup>

### ABSTRAK

Usaha Kecil menengah di Indonesia masih banyak yang harus di tingkatkan untuk memudahkan sebuah pekerjaan dalam setiap bidangnya. Kali ini, banyak UKM di Indonesia masih banyak menggunakan sistem pemasaran dan keuangan. Sistem ini dikatakan manual, karena masih menggunakan cara-cara tradisional seperti menghitung keuangan manual, proses pemasaran yang harus menggunakan sistem face to face. Dalam hal ini tim pengabdian menguraikan permasalahan tersebut untuk meningkatkan pemasaran dan keuangan pada UKM Ubi Jalar. Hasil dalam konsep manajemen sebelumnya benar 75% telah meningkat 90%. Kemudian dari yang salah konsep manajemen keuangan sebelumnya 25% menjadi 10%. Hal ini terjadi peningkatan pada pengetahuan mitra tentang konsep manajemen keuangan. Tujuan manajemen, sebelumnya mitra bisa menjawab benar dengan tingkat 70% menjadi 100%. Kemudian mitra menjawab salah dari yang sebelumnya 30% terjadi penurunan menjadi 0%. Peningkatan mitra pada pengetahuan terbilang sangat tinggi karena telah mencapai 100%. Hasil dalam pentingnya manajemen pemasaran dari sebelumnya mitra menjawab benar 85% menjadi 100%. Kemudian dari hasil yang salah sebelumnya 15% menjadi salah 0%. Hal ini terjadi peningkatan, karena mitra mengetahui pentingnya manajemen pemasaran. Dalam menentukan target pasar, sebelumnya mitra menjawab benar 70%, menjadi 100%. Dan hasil sebelumnya 30% menjadi 0%. Peningkatan dalam menentukan target pasar ini meningkat dalam pengetahuan mitra UKM Ubi Jalar.

**Kata Kunci:** ubi jalar, aplikasi kas, pemasaran, sistem cerdas.

### ABSTRACT

*Small and medium enterprises in Indonesia still have much to improve to make work easier in each field. This time, many SMEs in Indonesia still heavily use marketing and financial systems. This system is said to be manual because it still uses traditional methods such as manual financial calculations and marketing processes that must use face-to-face. In this case, the service team describes these problems to improve marketing and finance in Sweet Potato SMEs. The results in the previous genuine management concept of 75% have increased by 90%. Then, from the wrong idea of financial management, it was 25% to 10%. This is an increase in partners' knowledge of financial management. Management goals, previously partners could answer correctly with a level of 70% to 100%. Then the partner answered incorrectly from the previous 30%. There was a decrease to 0%. The increase in partner knowledge is considered very high because it has reached 100%. Results on the importance of marketing management from the previous partner answered 85% to 100% correctly. Then from the last 15% wrong result, it became 0% wrong. This has increased because partners know the importance of marketing management. In determining the target market, previous partners answered correctly 70% to 100%. And the last result was 30% to 0%—this increase in determining the target market increases the knowledge of Sweet Potato SME partners.*

**Keyword:** ubi jalar, aplikasi kas, pemasaran, sistem cerdas.

### PENDAHULUAN

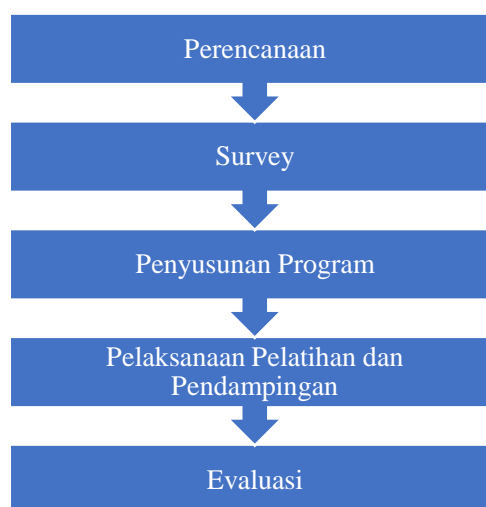
Usaha Kecil menengah di Indonesia masih banyak yang harus di tingkatkan untuk memudahkan sebuah pekerjaan dalam setiap bidangnya. Salah satunya yaitu pada bidang manajemen keuangan dan pemasaran [1][2]. Kali ini, banyak UKM di Indonesia masih banyak menggunakan sistem pemasaran dan keuangan yang bersifat manual [3][4]. Sistem ini dikatakan manual, karena masih menggunakan cara-cara tradisional seperti menghitung keuangan manual, proses pemasaran yang harus menggunakan sistem face to face [5][6]. Hal ini nantinya akan menghambat sebuah pekerjaan dan akan memperlama dalam waktu yang digunakan [7][8]. Salah satunya yaitu UKM Ubi jalar yang berada di Kecamatan Sukun Kota Malang. Usaha kecil menengah ini, tergolong usaha kecil menengah yang baru merintis di

dunia industri. UKM Ubi jalar menjual dan memproduksi hasil bumi dari ubi jalar. Banyak minat jual beli masyarakat masih minim dalam pemanfaatan ubi jalar. Hal ini menjadikan sebuah peluang besar dalam mengembangkan dan mengolah ubi jalar sebagai usaha. Namun, UKM ini dalam proses pemasaran masih menggunakan sistem pemasaran yang masih manual yaitu dengan cara memasarkan sebuah produk kepada orang dengan cara mendatangi satu persatu [9][10]. Hal ini nantinya akan membuat sebuah pekerjaan semakin sulit dan cenderung lebih lama dalam segi waktu [11][12]. Tidak hanya itu, sistem keuangan juga masih menggunakan manual. Sistem pembukuan dan pencatatan manual ini akan menjadikan sebuah pekerjaan menjadi lama [13][14]. Disisi lain juga menulis pembukuan manual ini rentan pada *human error* atau kesalahan seseorang pada saat menulis [15][16]. Dampak dari ini nantinya akan menjadi sebuah keuangan tidak terstruktur dan repotnya dalam mengelola keuangan semakin besar pada UKM Ubi Jalar.

Dalam paparan singkat tersebut, tim pengabdian menguraikan permasalahan tersebut untuk meningkatkan sistem pemasaran dan keuangan pada UKM Ubi Jalar. Karena banyak di tempat tersebut masih menggunakan sistem manual yang nantinya akan di ganti menjadi sistem berbasis website. Sistem ini nantinya akan berguna untuk meringankan sebuah pekerjaan dalam pencatatan pembukuan di UKM tersebut. Tidak hanya itu, sistem dalam pemasaran nantinya akan dirubah, dari yang sebelumnya pemasaran harus mendatangi satu persatu untuk menawarkan produk akan di ganti menjadi sistem pemasaran online. Hal ini nantinya akan menghemat waktu dalam pemasaran. Tidak hanya itu, dalam biaya juga akan menghemat karena dari sebelumnya yang harus menggunakan biaya transport maka dari sistem ini tidak akan menggunakan biaya tersebut sehingga bisa di gunakan untuk keperluan lain dalam produksi ubi jalar.

### **METODE PELAKSANAAN**

Dalam hal ini tim pengabdian membuat sebuah rancangan dalam mewujudkan sebuah tujuan yang akan di capai. Metode yang digunakan tahapan-tahapan sesuai kebutuhan pada permasalahan yang ada. Dengan menggunakan metode tersebut agar dapat memperoleh sebuah hasil yang sesuai diharapkan oleh tim pengabdian. Langkah-langkah yang harus di siapkan yaitu melakukan sebuah perancangan program dalam setiap alurnya, ditujukan pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Pelaksanaan KKM 2022

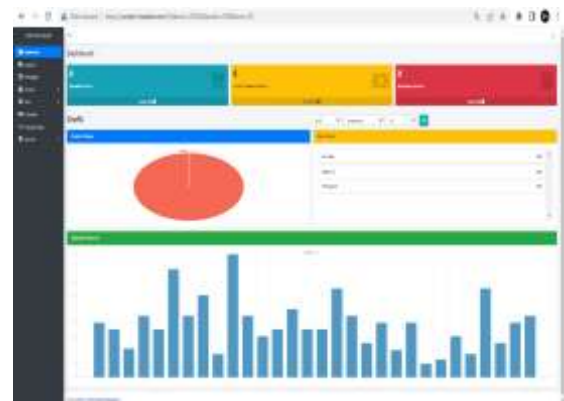
Pada Gambar 1 merupakan alur pelaksanaan program KKM 2022 yang dilakukan oleh tim pengabdian. Pada Gambar 1 di mulai dari perencanaan yaitu perencanaan sebuah kegiatan yang akan dilakukan oleh tim pengabdian dalam kegiatan program KKM 2022. Selanjutnya yaitu survey lokasi, tim pengabdian akan melakukan survey lokasi yang akan digunakan pada kegiatan program KKM 2022 yaitu pada UKM Ubi Jalar yang berada di RT 13, RW 04, Kelurahan Sukun, Kecamatan Sukun Kota Malang. Tempat kegiatan ini berjarak kurang lebih 9 km dari kampus Universitas Widyagama Malang. Proses selanjutnya yaitu menyusun program berdasarkan dari permasalahan yang ada di UKM Ubi jalar. Setelah selesai yaitu proses pelaksanaan pelatihan dan pendampingan, proses pelaksanaan pelatihan dan pendampingan pada aplikasi software kas dan pemasaran berbasis web ini bertempat di RT 13, RW 04, Kelurahan Sukun, Kecamatan Sukun Kota Malang. Hasil dalam pelaksanaan pelatihan dan pendampingan, akan di evaluasi oleh tim pengabdian untuk menjadikan tolak ukur dari keberhasilan kegiatan.

## HASIL

Pada tahap ini tim pengabdian mendapatkan hasil dalam pelaksanaan pelatihan dan pendampingan pada sistem manajemen yang berada pada UKM Ubi jalar. Tim pengabdian juga melakukan pelatihan dan pendampingan kepada mitra dalam yang ditujukan pada Gambar 2 dan Gambar 4.



Gambar 2. Pelatihan dan Pendampingan Aplikasi Software Kas



Gambar 3. Aplikasi Software Kas

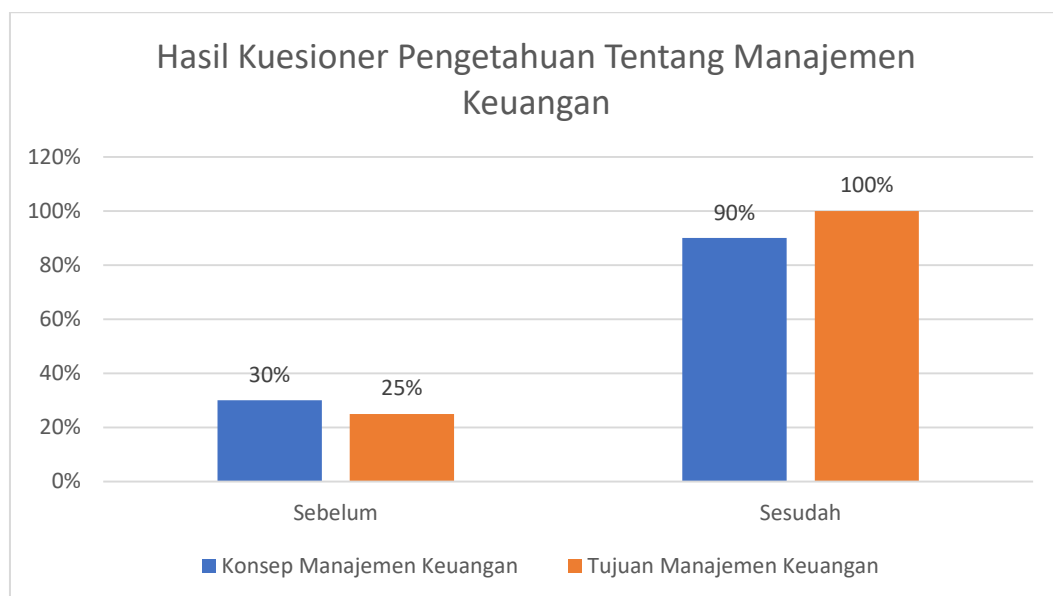


Gambar 4. Pelatihan dan Pendampingan Sistem Pemasaran Berbasis Web



Gambar 5. Pelatihan dan Pendampingan Website Pemasaran

Pada Gambar 2 merupakan hasil dokumentasi kegiatan pelatihan dan pendampingan aplikasi software kas. Aplikasi software kas ini digunakan dalam pelatihan untuk melatih pekerja yang ada di UKM Ubi jalar dalam proses keuangan. Aplikasi software kas ini terdapat fitur yang ada seperti menu dashboard, supplier, pelanggan, produk sampai dengan laporan keuangan ditujukan pada Gambar 3. Selanjutnya yaitu proses pemasaran tim pengabdian menggunakan website sebagai pemasaran berbasis online ditujukan pada Gambar 5. Kegiatan pelatihan dan pendampingan pada sistem pemasaran berbasis web ditujukan pada Gambar 4. Kegiatan ini dilakukan penuh antusias oleh mitra karena dalam hal ini untuk mewujudkan dan membuat berkembang usaha mereka. Dalam hal ini, mitra juga berkontribusi dalam menyediakan sebuah tempat untuk kegiatan pelatihan dan pendampingan. Setelah kegiatan pelatihan dan pendampingan selesai tim pengabdian menyebarkan sebuah kuesioner yang berguna sebagai tolak ukur dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan. Hasil dalam kuesioner tersebut ditujukan pada Gambar 1 dan Tabel 2.



Gambar 1. Hasil Kuesioner Pengetahuan Tentang Manajemen Keuangan

Tabel 1. Hasil Kuesioner Pengetahuan Tentang Manajemen Pemasaran

Kriteria Kuesioner	Sebelum	Sesudah
1. Pentingnya Manajemen Pemasaran	Benar = 85%	Benar = 100%
	Salah = 15%	Salah = 0%
2. Menentukan Target Pasar	Benar = 70%	Benar = 100%
	Salah = 30%	Salah = 0%

Pada Gambar 1 merupakan hasil kuesioner dalam pengetahuan mitra tentang manajemen keuangan. Dalam hal ini terdapat 2 yaitu konsep manajemen keuangan mitra sebelumnya benar 75% telah meningkat sebanyak 90%. Kemudian dari yang salah pada konsep manajemen keuangan dari yang sebelumnya 25% menjadi 10%. Hal ini terjadi peningkatan pada

pengetahuan mitra tentang konsep manajemen keuangan. Selanjutnya yaitu tujuan manajemen, sebelumnya mitra bisa menjawab benar dengan tingkat 70% menjadi 100%. Kemudian mitra menjawab salah dari yang sebelumnya 30% terjadi penurunan menjadi 0%. Peningkatan mitra pada pengetahuan tujuan manajemen keuangan ini terbilang sangat tinggi karena telah mencapai 100%.

Pada Tabel 1 juga bisa merupakan hasil kuesioner pengetahuan tentang manajemen pemasaran. Dalam hal ini terdapat 2 yaitu pentingnya manajemen pemasaran dan menentukan target pasar. Hasil dalam pentingnya manajemen pemasaran dari sebelumnya mitra menjawab benar 85% menjadi benar 100%. Kemudian dari hasil yang salah sebelumnya 15% menjadi salah 0%. Hal ini terjadi peningkatan, karena mitra mengetahui pentingnya manajemen pemasaran. Kemudian dalam menentukan target pasar, sebelumnya mitra menjawab benar sebesar 70%, menjadi 100%. Dan hasil salah sebelumnya 30% menjadi 0%. Peningkatan dalam menentukan target pasar ini meningkat dalam pengetahuan mitra UKM Ubi Jalar.

## **KESIMPULAN**

Dalam hal ini terdapat 2 yaitu konsep manajemen keuangan mitra sebelumnya benar 75% telah meningkat sebanyak 90%. Kemudian dari yang salah pada konsep manajemen keuangan dari yang sebelumnya 25% menjadi 10%. Hal ini terjadi peningkatan pada pengetahuan mitra tentang konsep manajemen keuangan. Selanjutnya yaitu tujuan manajemen, sebelumnya mitra bisa menjawab benar dengan tingkat 70% menjadi 100%. Kemudian mitra menjawab salah dari yang sebelumnya 30% terjadi penurunan menjadi 0%. Peningkatan mitra pada pengetahuan tujuan manajemen keuangan ini terbilang sangat tinggi karena telah mencapai 100%. Dalam hal ini terdapat 2 yaitu pentingnya manajemen pemasaran dan menentukan target pasar. Hasil dalam pentingnya manajemen pemasaran dari sebelumnya mitra menjawab benar 85% menjadi benar 100%. Kemudian dari hasil yang salah sebelumnya 15% menjadi salah 0%. Hal ini terjadi peningkatan, karena mitra mengetahui pentingnya manajemen pemasaran. Kemudian dalam menentukan target pasar, sebelumnya mitra menjawab benar sebesar 70%, menjadi 100%. Dan hasil salah sebelumnya 30% menjadi 0%. Peningkatan dalam menentukan target pasar ini meningkat dalam pengetahuan mitra UKM Ubi Jalar.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] B. M. Wibawa *et al.*, “Model Pelatihan dan Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Berbasis Cloud Bagi Pelaku UMKM,” *Sewagati*, vol. 3, no. 3, pp. 51–56, 2019, doi: 10.12962/j26139960.v3i3.5962.
- [2] R. N. Haryadi, Anda Rojali, Khumidin, and M. Fauzan, “Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis,” *J. Pengabd. Bina Mandiri*, vol. 1, no. 1, pp. 10–16, 2021, doi: 10.51805/jpmm.v1i1.3.
- [3] A. Y. Rahman, F. W. Setiawan, and A. L. Hananto, “Pemasaran Pakan Cacing Berbahan Sampah Organik Menggunakan Fanspage Di Kecamatan Sukun Kota Malang,” *JOINTECS (Journal Inf. Technol. Comput. Sci.)*, vol. 4, no. 3, p. 111, 2019, doi: 10.31328/jointecs.v4i3.1193.
- [4] A. Y. Rahman, F. W. Setiawan, and A. L. Hananto, “Pemberdayaan kepada Kelompok Pengolah Sampah Organik sebagai Pakan Cacing di Kecamatan Sukun Kota Malang,” *J. Abdimas Mahakam*, vol. 4, no. 1, pp. 44–53, 2020, doi: 10.24903/jam.v4i1.753.

- [5] A. Y. Rahman, F. W. Setiawan, A. L. Hananto, and F. Nurdiansyah, "Pelatihan Desain Kemasan Produk Untuk UKM Produk Herbal Dan Organik," ... *Innov. ...*, no. Ciastech, pp. 1185–1190, 2020, [Online]. Available: <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/ciastech/article/view/2026%0Ahttp://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/ciastech/article/viewFile/2026/1428>
- [6] Y. I. Syifa, M. K. Wardani, S. D. Rakhmawati, and F. E. Dianastiti, "Pelatihan UMKM Melalui Digital Marketing untuk Membantu Pemasaran Produk Pada Masa Covid-19," *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdi. Kpd. Masyarakat)*, vol. 2, no. 1, pp. 6–13, 2021.
- [7] A. J. Prasetya, Y. T. Laksono, and W. Hidayat, "Pengabdian Kepada Masyarakat (Pkm) Pengembangan Marketing Website Dan Desain Kemasan Pada Ukm Bumi Cipta Sejahtera Surabaya," *JPM17 J. Pengabdi. Masy.*, vol. 5, no. 01, pp. 92–98, 2020, doi: 10.30996/jpm17.v5i01.3254.
- [8] A. Yulianto, R. Setiadi, and A. Premana, "Pelatihan Pemasaran Produk UMKM 'Remojong' Berbasis Internet Di Kabupaten Brebes," *J. BUDIMAS*, vol. 04, no. 02, pp. 2–5, 2022.
- [9] A. Y. Rahman, B. Setyawan, F. W. Setiawan, and A. L. Hananto, "Model Supply Chain Management (SCM) Pada Pupuk Organik Berbahan Cacing," *JOINTECS (Journal Inf. Technol. Comput. Sci.)*, vol. 5, no. 1, p. 33, 2020, doi: 10.31328/jointecs.v5i1.1198.
- [10] N. Alinsari, "Peningkatan Literasi Keuangan pada UMKM melalui Pelatihan dan Pendampingan Pembukuan Sederhana," *Magistrorum Sch. J. Pengabdi. Masy.*, vol. 1, no. 2, pp. 256–268, 2021, doi: 10.24246/jms.v1i22020p256-268.
- [11] T. Sugiharto, A. J. Jaelani, and ..., "Pengenalan Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Berbasis Web Bagi Masyarakat Desa Cibinuang, Kuningan Provinsi Jawa Barat," *Empower. J. ...*, vol. 04, pp. 104–110, 2021, [Online]. Available: <https://journal.uniku.ac.id/index.php/empowerment/article/view/4002>
- [12] Y. Jusman, F. E. Prianto, F. F. Bachtiar, I. M. Putri, and P. Thelima, "Pendampingan Dan Pemanfaatan Media Marketplace Dan Pembukuan Keuangan Secara Online," vol. 6, no. 1, pp. 1–7, 2022.
- [13] A. Y. Rahman *et al.*, "Pembuatan Fanspage Untuk Pemasaran Pupuk," *Conf. Innov. Appl. Sci. Technol.*, no. Ciastech, pp. 143–150, 2019.
- [14] T. Kristanto, D. Rahmawati, A. E. Wahyuni, M. Nasrullah, R. A. Fadillah, and A. Amalia, "Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran Online Produk Nasi Tiwul di Masa Pandemi Covid-19," *JMM (Jurnal Masy Mandiri)*, vol. 5, no. 4, pp. 1–5, 2021, doi: 10.31764/jmm.v5i4.4901.
- [15] L. Cempaka and N. Asiah, "Sharing Session Manajemen Keuangan Bisnis Dan Pengelolaan Pangan Yang Baik Di Masa Pandemi," *J. Pengabdi. Masy. Multidisiplin*, vol. 5, no. 3, pp. 102–110, 2022, doi: 10.36341/jpm.v5i3.2340.
- [16] P. Irfan, K. Kartarina, and C. Satria, "Sistem Informasi Pemasaran Produk Desa Berbasis Web," *Ilk. J. Ilm.*, vol. 11, no. 3, pp. 214–221, 2019, doi: 10.33096/ilkom.v11i3.471.214-221.