



PENGEMBANGAN UMKM DI KELURAHAN SEI JANG BERBASIS LITERASI DIGITAL PADA UMKM RORO'S BROWNIES

Agustinus Sihombing¹, Abdul Basyid²

^{1,2}STIE Pembangunan Tanjungpinang

Email: ¹at79sihombing@gmail.com, ²dulbasyid@yahoo.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received January 04, 2023

Revised January 19, 2023

Accepted January 22, 2023

Available online January 25, 2023

Kata Kunci:

Pembukuan Digital, Aplikasi Catatan Keuangan Harian, Pencatatan keuangan, Laporan Keuangan UMKM

Keywords:

Digital Bookkeeping, Daily Financial Note Application, Financial Recording, MSME Financial Reports



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by P3EM STIE Pembangunan Tanjungpinang

ABSTRAK

Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk meningkatkan literasi digital UMKM bagi para pelaku usaha di Kelurahan Sei Jang Kota Tanjungpinang. Salah satu UMKM yang ada di Kecamatan Sei Jang tepatnya di Kecamatan Bukit Bestari adalah UMKM Bronies Roro. Layanan ini memanfaatkan survei, pelatihan, dan pendampingan di lokasi untuk memastikan pemilik UMKM memperoleh pengetahuan baru tentang digitalisasi bisnis mereka, yang merupakan aspek penting yang harus dimiliki oleh setiap UMKM. Literasi digital ini bisa didapatkan dengan biaya minimal atau tanpa biaya.

ABSTRACT

The aim of this service is to increase the digital literacy of MSMEs for business actors in Sei Jang Village, Tanjungpinang City. One of the MSMEs in Sei Jang District, precisely in Bukit Bestari District, is Bronies Roro UMKM. This service utilizes surveys, training and on-site mentoring to ensure MSME owners gain new knowledge about digitalizing their business, which is an important aspect that every MSME must have. This digital literacy can be obtained at minimal or no cost.

PENDAHULUAN

UMKM di Indonesia mempunyai kontribusi yang penting sebagai penopang perekonomian. Penggerak utama perekonomian di Indonesia selama ini pada dasarnya adalah sektor UMKM. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil – hasil pembangunan dan merupakan motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional. UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan perekonomian daerah maupun pendapatan negara Indonesia. UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UMKM hanya menguntungkan pihak – pihak tertentu saja. Padahal sebenarnya UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia. Pada sisi lain, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran. Dari sinilah terlihat bahwa keberadaan UMKM mampu meningkatkan perekonomian bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah.

Kota Tanjungpinang sebagai Ibukota Provinsi Kepulauan Riau menjadi salah satu kota dengan sektor UMKM yang menjadi penggerak utama perekonomian daerah dengan keanekaragaman yang melibatkan seluruh masyarakat dengan keragaman suku dan etnis, agama, dan adat budaya yang potensial. Dengan bertambahnya waktu, Kota Tanjungpinang penduduknya semakin padat hal ini disebabkan Kota Tanjungpinang dianggap sebagai daerah yang dapat meningkatkan taraf hidup mereka. Salah satu sektor yang diharapkan dapat menjadi tulang punggung Kota Tanjungpinang yaitu bidang usaha mikro kecil dan menengah, dimana peningkatan jumlah penduduk Kota Tanjungpinang membuat posisi daerah ini cukup strategis untuk perkembangan sektor tersebut. Kota Tanjungpinang memiliki 4 Kecamatan dan 18 Kelurahan, salah satu Kelurahan yang terdapat di Kota Tanjungpinang adalah Kelurahan Sei Jang. Sei Jang adalah kelurahan di Kecamatan Bukit Bestari, Kota Tanjungpinang, Kepulauan Riau, Indonesia. Kelurahan Sei Jang menjadi salah satu tempat dimana para pelaku usaha UMKM mengembangkan kreatifitas yang sejalan dengan usaha dan minat mereka untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur – unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat.

*Corresponding author

E-mail addresses: tommy.btn98@gmail.com

Pengembangan UMKM menjadi salah satu program menaikkan daya beli masyarakat dalam menggerakkan perekonomian nasional, mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan yang perlu untuk dikembangkan karena pengembangan ini akan berpengaruh penting terhadap peningkatan perekonomian masyarakat untuk mencapai kesejahteraan. Pengembangan UMKM yang didasarkan pada penerapan Teknologi digital diharapkan mampu membantu mempermudah pelaku usaha dalam mengembangkan usaha UMKM mereka ditengah persaingan Teknologi yang semakin ketat.

Literasi Digital merupakan keterampilan menggunakan media secara efektif sehingga individu dapat mengetahui tempat dan informasi yang relevan, media yang dimaksudkan yaitu pemanfaatan internet sebagai salah satu media yang sangat erat kaitannya dengan kehidupan masyarakat setiap harinya. Pemanfaatan platform digital menjadi penting dalam menopang kegiatan masyarakat Indonesia salah satunya adalah kegiatan bisnis. Banyak pelaku usaha di Indonesia masih belum melek terhadap Teknologi, khususnya pelaku usaha mikro kecil atau disebut UMKM di Kota Tanjungpinang utamanya di Kelurahan Sei Jang. Pengembangan UMKM digital menjadi tantangan bagi pelaku usaha untuk menghadapi beberapa permasalahan antaralain adalah terbatasnya pemahaman terhadap teknologi digital, pemasaran online, terbatasnya ketersediaan akses internet dan akses pasar yang rendah.

Namun tantangan tersebut tidak harus menyurutkan upaya untuk digitalisasi UMKM karena literasi digital menjadi keterampilan yang mutlak harus dimiliki oleh pelaku usaha UMKM pada masa sekarang ini untuk dapat menjangkau konsumen. Selain itu digitalisasi UMKM juga memberikan manfaat pada kemudahan transaksi, memahami kebutuhan konsumen lebih cepat, memperluas pasar, operasional usaha yang fleksibel, dan akses jaringan usaha yang luas.

Dari permasalahan yang dilampirkan diatas disimpulkan bahwa perlu adanya pemahaman lebih dalam akan pengembangan UMKM berbasis literasi digital bagi pelaku usaha Kelurahan Sei Jang Kota Tanjungpinang guna menambah wawasan ilmupengetahuan dan mensejahterakan masyarakat setempat.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) adalah salah satu bentuk kegiatan pengabdian masyarakat oleh Perguruan Tinggi yang dilakukan oleh mahasiswanya dibawah bimbingan dosen dan pimpinan pemerintah daerah (Handayani & Saputera, 2019). Menurut Santosa et al (2020) PKM merupakan proses pembelajaran mahasiswa melalui berbagai kegiatan langsung ditengah-tengah masyarakat, dan mahasiswa berupaya untuk menjadi bagian dari masyarakat serta secara aktif dan kreatif dalam dinamika yang terjadi di masyarakat.

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) adalah salah satu kegiatan dalam pendidikan tinggi yang diselenggarakan berdasarkan UUD 1945. Pasal 31 UUD 45 menyatakan " tiap tiapwarga Negara berhak mendapat pengajaran". Menurut UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional menyatakan bahwa " pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual, keagamaan, pengendalian dirinya, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa, dan negara". Dalam undang-undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional pada pasal 20 ayat 2 di nyatakan "perguruan tinggi berkewajiban menyelenggarakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat". Dasar inilah yang digunakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dalam perwujudannya.

Pasal 2 ayat 1 butir b, Peraturan Pemerintah nomor 60 tahun 1999 tentang Pendidikan Tinggi menyebutkan bahwa tujuan Pendidikan Tinggi adalah mengembangkan dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi atau kesenian serta mengupayakan penggunaannya untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat dan memperkaya kebudayaan nasional. Kemudian Pasal 3 ayat 1 disebutkan pula bahwa: Perguruan Tinggi adalah lembaga penyelenggara pendidikan dan penelitian serta pengabdian kepada masyarakat.

UMKM

Definisi UMKM yang diatur oleh Undang- Undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2008 tentang UMKM pasal 1 menyebutkan bahwa Usaha Mikro adalah usahaproduktif milik perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. UMKM dapat menjadi tumpuan untuk meningkatkan perekonomian suatu daerah, dikarenakan UMKM mampu bertahan dibandingkan dengan usaha besar lainnya yang cenderung mengalami kemunduran dalam berbisnis (Rawun & Tumilaar, 2019). Peran UMKM sangat penting dalam upaya mempercepat pembangunan ekonomi daerah dan pusat serta peningkatandaya saing produk UMKM. Sektor UMKM seringkali memanfaatkan sumber dari pertanian, perkebunan, perternakan dan perdagangan. Sektor UMKM disebut sebagai ekonomi

kerakyatan dikarenakan hasil dari UMKM merupakan barang-barang yang dibutuhkan untuk kehidupan sehari-hari setiap masyarakat.

Menurut Rofifah (2020) UMKM merupakan usaha yang memberikan kontribusi dalam perkembangan ekonomi di Indonesia karena sektor UMKM terbukti dapat menyerap tenaga kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. UMKM adalah salah satu cara yang tepat untuk dikembangkan di masyarakat Indonesia dan sebagai mesin penggerak yang dapat diandalkan untuk meningkatkan perekonomian rakyat (Rosmadi, 2021). Menurut Tabanan & Artini (2019) dalam melakukan perkembangan UMKM masih dihadapkan pada berbagai masalah, misalnya rendahnya produktivitas UMKM, terbatasnya akses UMKM kepada sumber produktif, seperti permodalan, teknologi, pasar dan informasi, tidak kondusifnya iklim usaha bagi UMKM. Salah satu cara pengembangan UMKM pada era revolusi industri 4.0 adalah dengan menerapkan sistem administrasi data yang mengalami pertukaran serta terotomatisasi untuk membantu mengambil keputusan bisnis secara efektif dan efisien (Nugraha, 2019)

Literasi Digital

Literasi digital merupakan ketertarikan sikap dan kemampuan individu dalam menggunakan teknologi digital dan alat komunikasi untuk mengakses, mengelola, menganalisis, dan mengevaluasi informasi, membangun pengetahuan baru, berkomunikasi dengan orang lain agar dapat berpartisipasi secara efektif dalam masyarakat (Asari et al., 2019). Literasi digital melibatkan lebih dari sekadar kemampuan untuk menggunakan perangkat lunak atau mengoperasikan perangkat digital, tetapi juga terkait dengan keterampilan kognitif, motorik, sosiologis, dan emosional yang kompleks, yang dibutuhkan pengguna dalam hal ini peserta didik agar dapat berfungsi secara efektif di lingkungan digital. Literasi digital dapat didefinisikan sebagai keterampilan bertahan hidup di era digital (Ely umi Hanik, 2020). Scharber dalam (Safitri et al., 2020) menyatakan bahwa literasi digital dapat digunakan sebagai sumber pembelajaran yang aktual yang dapat dijadikan acuan. Literasi digital sangat diperlukan setiap individu dalam menghadapi perkembangan zaman. Gerakan literasi digital identik dengan pola pikir kritis dan kreatif.

Digital Skill

Digital skill adalah suatu kemampuan dalam memahami, mengoperasikan, menggunakan dan memanfaatkan teknologi untuk mengakses dan mengelola informasi. *Digital skill* saat ini menjadi kemampuan yang mutlak harus dimiliki setiap individu. Mengingat, berbagai aspek kehidupan yang telah terintegrasi dengan sistem teknologi dan informasi (Herlina et al., 2020). Dengan memiliki *Digital Skills* masyarakat individu tidak lagi akan gagap terhadap teknologi yang mana pada akhirnya dapat segera beradaptasi dan dapat terus melanjutkan aktifitas dalam kehidupan (Hafidz, 2021).

Digital Culture

Digital Culture adalah sebuah konsep yang menggambarkan gagasan bahwa teknologi dan internet secara signifikan membentuk cara kita berinteraksi, berperilaku, berpikir dan berkomunikasi sebagai manusia dalam lingkungan masyarakat. Dalam era budaya digital, kebudayaan objektif yang dikembangkan oleh masyarakat dunia mampu merepresi kebebasan individu dalam disposisi sikap. *Digital culture* dilihat sebagai hubungan jaringan sosial yang muncul dengan dimediasi dan ditentukan oleh teks-teks dan gambar-gambar yang diperantarai media digital dan jaringan internet. Dari konteks tersebut, digital culture pada dasarnya adalah otomatisasi dan imperatif (memaksa). Otomatisasi karena ruangnya adalah ruang digital. Imperatif karena bila ingin masuk ke budaya digital, maka harus dipaksa menggunakan media digital itu sendiri dan harus patuh terhadap kaidah-kaidah dalam media digital. Di sisi lain, budaya digital yang terbangun saat ini, khususnya di Indonesia, tidak terlepas dari kemunculan aplikasi media digital, termasuk pula media sosial. Kemunculan media digital, menurut Van Dijck (2013) dalam (Purwadi & Irwansyah, 2019), telah mengubah "budaya partisipatif" menjadi apa yang sekarang disebut "budaya konektivitas". Peningkatan prevalensi, keterjangkauan, dan literasi yang meningkat di antara bentuk-bentuk komunikasi di media digital telah menghasilkan pergeseran, sehingga banyak masyarakat sekarang ditandai oleh budaya konektivitas, yang terhubung ke media digital dan terjalin dalam struktur sosial sehari-hari.

Digital Safety

Digital safety (keselamatan digital) adalah kemampuan melindungi diri dan aset digital ketika berada di ruang digital, sehingga harus dimanfaatkan peluang-peluang yang ada di internet dan juga menjaga data digital. *Digital Safety* juga sebagai panduan bagi individu agar dapat menjaga keselamatan dirinya berada pada domain 'single, formal' karena sudah menyentuh instrumen-instrumen hukum positif. Hal tersebut dipelurkan karena kasus terkait dengan keamanan digital cukup sering terjadi. Berbagai cara sudah diberikan oleh para penyedia layanan digital seperti memberikan fitur autentifikasi dua arah hingga

menyarankan untuk selalu *log out* dan mengganti kata sandi secara rutin. Perlu adanya kolaborasi antara pengguna dan penyedia agar keamanan dalam menggunakan fasilitas digital dapat mendapatkan keamanan. Pengguna disini merupakan control utama dalam *Digital Safety*. Menurut Baharudin & Naidu (2021) *Digital Safety* merupakan langkah-langkah yang perlu diambil sewaktu menggunakan teknologi digital bagi menjamin tiada sebarang pencerobohan dilakukan terhadap identiti dan peralatan elektronik pengguna.

Digital Ethic

Digital ethics adalah disiplin yang kompleks karena perilaku individu sulit untuk dipantau atau diukur. Tujuannya adalah untuk mendefinisikan tanggung jawab sosial dan membimbing praktisi dalam membuat penilaian yang etis dan sehat. Masalah-masalah etnis digital sangat penting dalam setiap bidang teknologi digital- rekayasa perangkat lunak, media / jurnalisme digital, kedokteran / perawatan kesehatan, pekerjaan sosial, jejaring sosial, *e-commerce*, *Cloud Computing*, dan sebagainya. Menurut Baharudin & Naidu (2021) Etika digital merupakan satu standard piawaian prosedur ketika mengendalikan alatan elektronik. Seringkali pengguna digital menggunakan teknologi sedia ada tanpa mengetahui peraturan adab, hak dan tanggungjawab. Walaupun berinteraksi tanpa bersemuka, sesuatu yang melanggar adab dan peraturan boleh memberi kesan buruk pada pengguna lain. Kewujudan etika digital bertujuan menjaga keselesaan pengguna yang lain.

Pemasaran

Dharmmesta (1996) dalam Rahman & Widayati (2020) mengatakan Pemasaran adalah system keseluruhan kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Langkah-langkah dalam kegiatan pemasaran adalah meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen tentang 'Berapa jumlahnya? 'Bagaimana daya belinya? 'Dimana tempat konsumennya? dan 'Berapa permintaannya?'. Semua ini merupakan informasi yang sangat penting bagi pemasaran produk baru tergantung pada keadaan lingkungan persaingan pasar yang ada dari hari kehari. Menurut Firmansyah (2020) Pemasaran yaitu Sekumpulan kegiatan dimana perusahaan atau organisasi lainnya mentransfer nilai-nilai (pertukaran) tentang informasi produk, jasa dan ide antara mereka dengan pelanggannya. Pada umumnya tujuan dari kegiatan pemasaran adalah mempengaruhi konsumen agar bersedia membeli produk pada saat mereka membutuhkannya.

Digital Marketing

Digital marketing adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah *brand* atau produk menggunakan media digital atau internet. Istilah *digital marketing* adalah konsep yang relatif baru di bidang pemasaran. *digital marketing* telah memungkinkan penerapan praktik pemasaran yang diperlukan untuk menciptakan dan menargetkan pelanggan dengan cara yang lebih tepat waktu dan modis (Arianto, 2020). Teknologi digital memfasilitasi lingkungan pemasaran digital, sehingga memperluas ruang bagi pemasar untuk berinteraksi dengan pelanggan mereka. Dalam lanskap teknologi yang muncul, komunikasi antara pemasar dan pelanggan adalah dua arah, bergerak naik turun hubungan. Dari segi peluang pemasaran digital sangat besar peluangnya untuk mendapatkan konsumen melalui Internet sehingga dunia usaha bisa tumbuh dan berkembang, sedangkan dari tantangan, dunia usaha harus menyiapkan diri dalam bertransformasi ke pemasaran digital seperti segi finansial, strategi dan sumber daya yang mampu (Hendarsyah, 2020). Wijaya & Jasfar (2014) dalam Sari & Flores (2020) Faktanya *digital marketing* lebih menawarkan keterjangkauan, hemat, dan irit. Hal ini dapat dilihat cara melakukannya, bahwa konsumen dan produsen dapat di mana saja melakukan transaksi dengan sedikit pengorbanan, yang mereka butuhkan hanyalah sistem teknologi, dan itu telah bekerja dengan baik.

Akuntansi Digital

Akuntansi Digital adalah solusi akuntansi berbasis cloud yang memungkinkan pebisnis untuk mencatat semua transaksi keuangan perusahaan, membuat laporan keuangan, dan mengontrol bisnis secara menyeluruh. Menyadari pentingnya teknologi dalam dunia bisnis digital, pengenalan terhadap teknologi perlu dilakukan sedini mungkin dengan harapan tercipta akuntan-akuntan yang kompeten. Integrasi penggunaan komputer dalam pengajaran akuntansi merupakan salah satu cara sederhana dalam rangka memperkenalkan mahasiswa akuntansi, yang merupakan calon akuntan, kepada pembukuan yang terkomputerisasi. Perangkat lunak (software) akuntansi yang paling umum digunakan sebagai media pembelajaran adalah MYOB (Mind Your Own Business), sebuah aplikasi akuntansi berbasis komputer yang diperuntukkan bagi usaha kecil menengah (UKM) untuk mengotomatisasikan pembukuan secara lengkap, cepat, akurat, dan terpadu (Mahardhika, 2019)

METODE

Pada uraian masalah ini penulis menjelaskan mengenai permasalahan yang terjadi pada UMKM, namun sebelum melakukan penyusunan rencana program kerja PKM, maka terlebih dahulu peserta PKM melakukan survey dimana hal ini merupakan salah satu faktor penting dalam penyusunan program PKM yang akan dilaksanakan guna membantu UMKM nantinya. Dalam kegiatan survey ini penyusun berusaha untuk memaksimalkan mungkin dalam mengidentifikasi permasalahan – permasalahan yang dihadapi oleh beberapa UMKM yang ada di Kelurahan Sei Jang yaitu :

1. Usaha Roro's Brownies milik ibu Wiwien Purnaningsih merupakan salah satu diantara 17 UMKM yang ikut dalam Program UMKM Go Modern Market telah berjalan di Kota Tanjungpinang. Sebanyak 17 UMKM memasarkan produknya di 6 Swalayan yang tersebar di wilayah Kota Tanjungpinang diantaranya Swalayan Kurnia, Zoom, Pinang Lestari, Pinang Kencana, Pasar Raya 21, dan Hypermart Tanjungpinang. Masuknya produk-produk UMKM pada toko modern atau Swalayan merupakan komitmen Pemerintah Kota Tanjungpinang untuk mendukung UMKM dalam pemasarannya.
2. Awalnya memulai usaha ibu Wiwien hanya membuat kue untuk diri sendiri. Lama kelamaan orderan berdatangan dari teman-teman ibu Wiwien memesan untuk Hari Raya, Natal dan Tahun Baru. Kemudian ibu Wiwien diajak oleh salah satu temannya untuk ikut bergabung ke IPEMI (Ikatan Pengusaha Muslimah Indonesia). Tahun 2018 akhirnya muncul ide usaha berjualan Brownies ini. Ibu Wiwien juga aktif mengikuti pelatihan maupun workshop dari Dinas Kesehatan. Untuk berjualan diharuskan memenuhi persyaratan PIRT setelah mengikuti banyak pelatihan kemudian ibu Wiwien mulai mengambil halal MUI untuk berjualan Roro's Brownies. Saat bergabung di IPEMI ibu Wiwien dan bersama temannya sudah membuka sebuah stand/ toko kecil di Bandara, yang mana stand ini berjualan produk oleh-oleh khas kota Tanjungpinang.
3. Ibu Wiwien juga aktif mengikuti komunitas pedagang dari komunitas ini diajaklah untuk mengikuti program Pemerintah Kota Tanjungpinang UMKM Go Modern Market. Walikota meminta kepada 6 Swalayan untuk menyediakan tempat/ etalase khusus untuk produk UMKM yang terpilih mengikuti program ini, setiap UMKM diwajibkan menyediakan 5 Pcs produk untuk dipasarkan di setiap Swalayan. Dengan adanya program ini produk Roro's Brownies semakin dikenal selain melakukan promosi melalui Facebook dan Instagram.
4. Untuk kemasan produk ibu Wiwien mendapat pelatihan dari becraft. Untuk modal awal sekitar 5.000.000 juta ini hanya modal bahan untuk membuat kue saja kalau dihitung dengan modal alat sekitar 20.000.000 juta. Penjualan dimasa sebelum dan sesudah pandemi mengalami perbedaan yang cukup jauh terutama penjualan kue kering. Saat hari raya biasanya bisa mendapatkan keuntungan lebih dari 3.000.000 lebih. Namun saat pandemi hanya mencapai 1.000.000 saja.
5. Sayangnya untuk proses pembukuan keuangan Roro's Brownies masih menggunakan metode sederhana yaitu mencatat dibuku. Sehingga tidak adanya system akuntansi walaupun yang sederhana guna melihat angka keuntungan atau kerugian. Selain itu konten berupa foto produk yang diupload di social media kurang menarik.

Perumusan Program Kegiatan

Perumusan program kerja bertujuan untuk mengetahui permasalahan – permasalahan yang terjadi di beberapa UMKM yang ada di Kelurahan Sei Jang Kecamatan Bukit Bestari Kota Tanjungpinang, berikut ini program kegiatan PKM dengan tema “Cakap Digital” STIE Pembangunan Tanjungpinang penyusun sajikan dalam bentuk tabel berikut ini :

**Perumusan Program Kerja PKM CAKAP DIGITAL STIE Pembangunan Tanjungpinang
Pada UMKM Roro's Brownies milik Ibu Wiwien Purnaningsih**

NO	Program Kerja/Nama Kegiatan	Sasaran	Teknik Pelaksanaan	Manfaat/ Indikator Keberhasilan
1.	Workshop konten media social	UMKM Roro's Brownies	Memberikan edukasi cara membuat konten media social yang menarik.	Dengan konten media social yang kreatif dan menarik diharapkan mampu menarik perhatian kalangan muda untuk membeli

2.	Workshop laporan keuangan sederhana	UMKM Roro's Brownies	Menjelaskan apa itu laporan keuangan dan manfaat laporan keuangan, serta cara membuat laporan keuangan yang baik	Agar usaha Roro's Brownies memiliki pembukuan dan pencatatan laporan keuangan yang baik.
----	-------------------------------------	----------------------	--	--

Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran adalah objek yang akan menjadi sasaran dalam kegiatan PKM. Program yang kami buat bertujuan untuk menciptakan sumber daya manusia yang lebih baik. Adapun khalayak sasaran kegiatan PKM dalam pengabdian kepada masyarakat khususnya pada UMKM yang berada di Kelurahan Seijang.

No	Kegiatan	Sasaran	Keterangan	Jumlah Peserta
1	Bidang pemasaran	Pelaku usaha UMKM	Pengedukasian tentang digital marketing	4
2	Bidang pemasaran	Pelaku usaha UMKM	Penerapan digital marketing	4
3	Bidang keuangan	Pelaku usaha UMKM	Pencatatan laporan keuangan sederhana berbasis digital	4

Metode Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Masyarakat dilakukan dengan pendekatan pelatihan meliputi :

1. Metode Kajian Pustaka, dilakukan dengan cara mengumpulkan , mempelajari teori-teori, artikel, jurnal , dan literature yang berhubungan dengan masalah yang diangkat.
2. Metode Observasi, yang dimana dilakukan nya pengumpulan data mengenai apa saja potensi yang dimiliki oleh pelaku usaha UMKM di Kelurahan Sei Jang
3. Metode Wawancara, teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab secara langsung kepada para pelaku usaha UMKM di Kelurahan Sei Jang mengenai permasalahan yang ada pada usaha tersebut.
4. Tahap Pelatihan, pelatihan ini digunakan untuk memberikan informasi atau pengetahuan kepada para pelaku usaha mengenai pengembangan UMKM berbasis literasi digital
5. Tahap Praktik atau pelaksanaan dalam pemasaran produk melalui digital marketing dan pencatatan laporan keuangan sederhana berbasis digital.

UMKM RORO'S BROWNIES

Program yang akan dilakukan untuk mencari jalan keluar akan masalah yang dihadapi oleh UMKM Roro's Brownies milik Ibu Wiwien Purnaningsih yaitu:

- a. Workshop membuat konten media social yang menarik dibagi menjadi 3 tahap :
 1. Tahap satu, pemilihan aplikasi pengeditan foto dan video.
 2. Tahap kedua, pengenalan cara penggunaan aplikasi pengeditan foto dan video yang dipilih.
 3. Tahap ketiga, membuat konten foto dan video yang kreatif dan menarik.
- b. Workshop laporan keuangan sederhana menggunakan aplikasi buku kas, pentingnya melakukan pencatatan keuangan dan pengenalan aplikasi keuangan sederhana buku kas agar setiap ada transaksi bisa langsung dilakukan pencatatan. Agar pemilik usaha lebih memahami bagaimana melakukan pencatatan atau pembukuan yang baik dan benar.

Rencana Program Kerja

Rencana program kerja merupakan kegiatan yang bertujuan untuk mengetahui tingkat keberhasilan suatu kegiatan. Dalam hal ini, untuk melihat perkembangan keberhasilan kegiatan, perlu ditetapkan tolak ukur dan standarisasi dalam kegiatan tersebut. Adapun tolak ukur yang digunakan sebagai indikator maupun kriteria untuk menyatakan keberhasilan dari kegiatan program yang dilakukan sebagai berikut :

1. Indikator Pemasaran
 Indikator keberhasilan dari kegiatan ini yaitu :
 - a. Pemahaman mengenai strategi pemasaran digital yang baik
 - b. Menerapkan strategi pemasaran produk yang efektif pada usahanya melalui penggunaan digital marketing
 - c. Memiliki akun sosial media sendiri

2. Indikator Laporan Keuangan
 Indikator keberhasilan dari kegiatan ini yaitu :
 - a. Pemahaman mengenai pencatatan laporan keuangan yang baik dan terperinci sesuai dengan SAK
 - b. Memahami dengan baik pencatatan laporan keuangan dalam setiap pengeluaran dan pemasukan
 - c. Mengetahui dengan baik laba rugi dari berbagai produk yang dihasilkan

Jadwal Kegiatan

- 1). UMKM Roro’s Brownies
 Berikut jadwal kegiatan PKM :

No	Kegiatan	September				Oktober				November			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Kunjungan ke Kantor Kelurahan Sei Jang				28								
2.	Kunjungan Awal ke UMKM (Survey ke-1)				30								
3.	Kunjungan Kedua ke UMKM (Survey ke-2)					4							
4.	Kunjungan Ketiga ke UMKM (Survey ke-3)					8							
5.	Tela’ah Proposal Program						16						
6.	Pelaksanaan Program PKM							18-30					
7.	Penyusunan Laporan Pertanggungjawaban									31-7			
8.	Pengumpulan Laporan PKM											19	

- 2). UMKM Roro’s Brownies

NO	TANGGAL	LOKASI	KEGIATAN
1	Selasa, 28 September 2021	UMKM Roro’s Brownies	Ke kantor Lurah perihal memohon izin dan melakukan wawancara.

2	Kamis,30 September 2021	UMKM Roro's Brownies	izin kepada owner Roro's Brownies untuk menjadikan usahanya sebagai objek penelitian PKM.
3	Jum'at, 1 Oktober 2021	UMKM Roro's Brownies	Wawancara, menentukan kegiatan
4	Senin, 4 Oktober 2021	UMKM Roro's Brownies	Pelaksanaan program kegiatan.
5	Sabtu, 9 Oktober 2021	UMKM Roro's Brownies	Evaluasi Program Kegiatan.
6		UMKM Roro's Brownies	Telaah Proposal

Anggaran

3. UMKM Roro's Brownies

Material	Justifikasi Anggaran	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
ATK				
Kertas A4	Print Laporan, surat izin dan administrasi PKM lainnya	1 Rim	42.000,00	42.000,00
Pulpen	Pencatatan wawancara	2 Buah	9.500,00	19.000,00
Mobilisasi				
Handsantizer	Protokol Kesehatan dalam Pelaksanaan PKM	1 Botol	19.000,00	19.000,00
Masker	Protokol Kesehatan dalam Pelaksanaan PKM	1 Kotak	35.000,00	35.000,00
Pulsa Paket 15 GB	Komunikasi dan Workshop	3 Paket	75.000,00	225.000,00
Bensin	Transportasi selama PKM	4 orang	20.000,00	80.000,00
Pelaksanaan Workshop				

Spanduk	Adminsitrasi dalam kegiatan Workshop	1 Buah	150.000,00	150.000,00
Konsumsi	Makan peserta workshop	10 Kotak	18.000,00	180.000,00
Subtotal Penggunaan Anggaran Kelompok Usaha Roro's Brownies				750.000,00

HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN RORO'S BROWNIES

Memberikan edukasi tentang manfaat serta peran penting dari penggunaan laporan keuangan dan membuat Email serta akun Instagram baru untuk usaha UMKM Roro's Brownies.

Hari/Tanggal : 01 November 2021.

Tempat : Jl. Durian Gg Durian 1 No. 46

Tujuan Kegiatan : Memberikan pengetahuan tentang manfaat serta peran penting dari penggunaan laporan keuangan bagi UMKM dan mengajarkan cara pembuatan Email serta mengajarkan cara penggunaan terpisah antara akun sosmed (Instagram) pribadi dan akun Instagram khusus menjalankan usaha.

Dalam strategi pengenalan laporan keuangan langkah-langkah yang kami lakukan adalah sebagai berikut :

1. Memberikan edukasi tentang bagaimana pembuatan laporan keuangan yang baik dan benar serta pentingnya adanya laporan keuangan suatu usaha.
2. Melakukan pengumpulan data berupa bukti-bukti belanja (nota belanja, catatan manual dalam buku besar tentang pengeluaran dan pemasukan keuangan).

Dalam strategi pembuatan Email dan akun Instagram baru langkah-langkah yang kami lakukan adalah sebagai berikut :

1. Memberikan edukasi tentang cara pembuatan akun baru dimulai dari pembuatan Email hingga akun Instagram yang baru.
2. Mengajarkan cara penggunaan akun Instagram berupa cara mengganti akun dari akun pribadi ke akun usaha agar dapat dengan mudah gonta-ganti akun baik dari akun pribadi ke akun usaha maupun dari akun usaha ke akun pribadi. Akun Instagram khusus usaha yang dibuat bernama @roro_brownies

Memperkenalkan aplikasi laporan keuangan (APIK) serta pembuatan akun media sosial instagram khusus untuk usaha Roro's Brownies`

Hari/Tanggal : Senin / 08 November 2021

Tempat : Jl. Durian Gg Durian 1 No. 46

Tujuan Kegiatan : Memberikan pengetahuan penggunaan aplikasi APIK untuk membuat laporan keuangan serta membuat akun media sosial baru berupa instagram khusus untuk berjualan Roro's Brownies.

Dalam hal ini langkah-langkah yang kami gunakan sebagai berikut :

- 1 Mengajarkan dan menjelaskan penggunaan aplikasi APIK kepada owner Roro's Brownies.
- 2 Mengajarkan dan menjelaskan penggunaan aplikasi Instagram sebagai media promosi kepada owner Roro's Brownies.

Pembahasan Roro's Brownies

Permasalahan yang kami temui dalam UMKM Roro's Brownies adalah Pemilik UMKM memiliki pengetahuan yang sedikit mengenai pentingnya serta manfaat dari laporan keuangan. Jadi selama ini owner Roro's Brownies hanya mencatat di buku besar saja mengenai pengeluaran pembelian bahan baku untuk produksi serta pemasukan dari penjualan atausekedar nota-nota belanja saja. Sehingga pencatatan tidak dilakukan secara detail setiap ada transaksi, belum lagi jika pembelajaran belum dilakukan pencatatan atau terjadi kehilangan nota-nota belanja. Sehingga kami berinisiatif untuk memperkenalkan dan melakukan edukasi penggunaan aplikasi APIK yang mana aplikasi ini cukup mudah dan simpel bagi usaha kecil seperti Roro' Brownies. Selain itu kami juga mengedukasi tentang penggunaan media sosial instagram untuk media promosi penjualan .

Dari kegiatan PKM yang kami lakukan ini di harapkan mampu membantu dan menambahkan pengetahuan pemilik UMKM sehingga mempermudah pencatatan keuangan dan melakukan promosi guna meningkatkan omset penjualan. Kami juga berusaha melakukan promosi di media sosial milik kami setelah kami promosikan melalui instastory instagram banyak mendapatkan respon positif yang menanyakan kualitas dan rasa dari produk roro's brownies serta mendapatkan belasan orderan setelah promosi yang kami lakukan di instastoryinstagram.

KESIMPULAN RORO'S BROWNIES

Usaha Roro's Brownies milik ibu Wiwien Purnaningsih merupakan salah satu diantara 17 UMKM yang ikut dalam Program UMKM Go Modern Market telah berjalan di Kota Tanjungpinang. Sebanyak 17 UMKM memasarkan produknya di 6 Swalayan yang tersebar diwilayah Kota Tanjungpinang diantaranya Swalayan Kurnia, Zoom, Pinang Lestari, Pinang Kencana, Pasar Raya 21, dan Hypermart Tanjungpinang. Masuknya produk-produk UMKM pada toko modern atau Swalayan merupakan komitmen Pemerintah Kota Tanjungpinang untuk mendukung UMKM dalam pemasarannya.

Pada kegiatan PKM ini kelompok kami memberikan masukan dan edukasi kepada pemilik untuk menggunakan aplikasi pencatatan keuangan APIK dan melakukan pemasaran serta promosi menggunakan media sosial yang akan bermanfaat untuk perkembangan usaha dimasa yang akan datang seperti :

- 1 Penggunaan aplikasi keuangan APIK dapat membantu mempercepat pekerjaan dalam membuat laporan keuangan yang lebih akurat, transparan, aman, dan fleksibel.
- 2 Melakukan pembuatan aplikasi instagram untuk mempromosikan produk Roro's Brownies ini guna memperluas pasar atau sasaran yang tepat dan sesuai dengan promosi yang dilakukan.

Kunjungan Survei UMKM Kelurahan Sei Jang

1. UMKM Roro's Brownies



Dokumentasi Kelompok 11 Kelurahan Sei Jang



Dokumentasi Selama Proses Kegiatan





DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, B. (2020). Peran Buzzer Media Sosial Dalam Memperkuat Ekosistem Pemasaran Digital. *Articel*.
- Asari, A., Kurniawan, T., Ansor, S., Bagus, A., & Rahma, N. (2019). Kompetensi Literasi Digital Bagi Guru Dan Pelajar Di. *BIBLIOTIKA: Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi*, 3, 98–104.
- Baharudin, N., & Naidu, N. (2021). Penerapan konsep REP kewarganegaraan digital dalam kalangan mahasiswa Universiti Pendidikan Sultan Idris sebagai warganegara digital. 7(1), 30–44.
- Elya umi Hanik. (2020). Self Directed Learning Berbasis Literasi Digital Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Madrasah Ibtidaiyah. *Elementary Islamic Teacher Journal*, 8, 183–208.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*.
- Hafizd, K. A. (2021). Pentingnya Memiliki Digital Skills di Masa Pandemi Covid-19. 1(2), 83–90.
- Handayani, S., & Saputera, S. A. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Penggunaan Sistem PKM Online Dengan Pendekatan Tam. *Journal of Technopreneurship and Information System (JTIS)*, 2(2), 53–58. <https://doi.org/10.36085/jtis.v2i2.313>
- Hendarsyah, D. (2020). *Pemasaran digital dalam kewirausahaan*. 9(1), 25–43.
- Herlina, Erisna, & Fitriah, H. (2020). Prosiding seminar nasional pendidikan program pascasarjana universitas pgri palembang 10 januari 2020. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas Pgri Palembang*, 599.
- Mahardhika, A. (2019). *Akuntan Di Era Digital*. 08(01), 12–16.
- Nugraha, A. D. A. (2019). Sistem Informasi Pada Administrasi UMKM. *Jurnal Administrasi Dan Kesekretariatan*, 4(2), 159–171.
- Purwadi, & Irwansyah. (2019). *Pemandu Digital Terasa Seperti Pemandu Berbasis Komunikasi Analog*. 22(2), 123–138. <https://doi.org/10.20422/jpk.v22i1.609>
- Rahman, M., & Widayati, R. (2020). *Muhamad Rahman, Ratna Widayati*. 1–10.
- Rawun, Y., & Tumilaar, N. (2019). Penerapan Standar Akuntansi Keuangan EMKM Dalam Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM (Suatu Studi UMKM Pesisir Di Kecamatan Malalayang Manado). *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 12(1), 57– 66. <https://doi.org/10.35143/jakb.v12i1.2472>
- Rofifah, D. (2020). Penerapan Akuntansi Sak EMKM Dalam Penyusunan Laporan Keuangan Pada UMKM Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 4, 12–26.
- Rosmadi, M. L. N. (2021). Inovasi dan Kreativitas Pelaku Usaha UMKM di Era Covid-19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(2), 87–94.
- Safitri, I., Marsidin, S., & Subandi, A. (2020). Analisis Kebijakan terkait Kebijakan Literasi Digital di Sekolah Dasar. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 2(2), 176–180. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v2i2.123>
- Santosa, I., Ponoharjo, P., & Hartati, M. D. (2020). Mewujudkan Masyarakat Siaga Covid-19 di Kelurahan Mintaragen Kecamatan Tegal Timur Kota Tegal Melalui Kegiatan PKM Tematik. *Community Empowerment*, 6(1), 1–11. <https://doi.org/10.31603/ce.4355>
- Sari, S. P., & Flores, U. (2020). *Strategi Meningkatkan Penjualan Di Era Digital*. 3(3), 291– 300. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3930698>
- Tabanan, D. I. K., & Artini, N. I. R. A. I. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Umkm*. 71–77.