

## EFFECTIVE FINANCIAL MANAGEMENT AND ONLINE MARKETING AS A STRATEGY TO REBUILD THE ECONOMY OF THE BATIK JETIS SIDOARJO SMEs COMMUNITY

### MANAJEMEN KEUANGAN DAN PEMASARAN DARING EFEKTIF, STRATEGI BANGKITKAN KEMBALI PEREKONOMIAN PAGUYUBAN UMKM BATIK JETIS SIDOARJO

<sup>1</sup>Yanuar Nugroho, <sup>2</sup>Maurisia Putri Permatasari, <sup>3</sup>Izmi Dwira Eriani

<sup>1</sup>Akuntansi, <sup>2</sup>Manajemen Pemasaran, <sup>3</sup>Akuntansi, Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga  
email: yanuar.nugroho@vokasi.unair.ac.id

#### Abstract

Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo has existed since 1,675 with the character of Sidoarjo's traditional hand-drawn batik which until now has been well preserved. It is named Kampoeng Batik Tulis because the majority of residents of Jetis sub-district, Sidoarjo sub-district are batik makers. During the economic crisis of the COVID-19, the efforts of SMEs in the Jetis Batik Community in developing business are not easy. Limited capital and uncertain market share are difficult problems for SMEs to deal with. The ability to manage the finances of SMEs business is very necessary for business performance and business continuity to anticipate the impact of the economic crisis. In addition, the SMEs of the Jetis Batik Community have always relied on outlet stores to market their products, resulting in a drastic drop in turnover due to social restrictions.

This program is prepared to meet the need for increasing scientific knowledge and expertise that can support business continuity, especially SMEs, as well as increasing productivity and business profits that are run in the long term. This activity program will present professional speakers in related fields using knowledge sharing methods through lecture techniques, discussions, and mentoring practices in making management systems for operating business accounting records, business financial management, and marketing techniques for SMEs products. The target participants for this training are members of the UMKM of Batik Jetis, Sidoarjo Regency, who need special handling so that they can immediately rise from adversity, especially due to the impact of the Covid-19 pandemic economic crisis. This program is carried out in the form of training and mentoring activities for a total period of 6 months. There are several outcomes result from this activity, including increasing knowledge and insight in the field of operational management of business accounting records; increasing knowledge and insight in the field of business financial management; increasing ability and insight in the field of creative ideas in marketing SMEs products; increasing knowledge and insight in the field of online marketing techniques for SME products; increasing knowledge in the field of entrepreneurship; and improving the skills of members of the UMKM Batik Jetis.

**Keywords:** Crisis, Economic, financial, Marketing

#### Abstrak

Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo telah eksis sejak tahun 1.675 dengan karakter batik tulis tradisional Sidoarjo yang hingga kini terpelihara dengan baik. Dinamakan Kampoeng Batik Tulis karena mayoritas warga kelurahan Jetis Kecamatan Sidoarjo adalah pembatik. Di masa krisis ekonomi pandemi covid-19 seperti sekarang ini upaya UMKM di Paguyuban Batik Jetis dalam pengembangan usaha tidaklah mudah. Keterbatasan modal dan pangsa pasar yang tidak menentu menjadi masalah yang sulit dihadapi oleh UMKM. Kemampuan mengelola keuangan pelaku usaha UMKM sangat diperlukan untuk kinerja usaha dan keberlangsungan usaha untuk mengantisipasi dampak krisis ekonomi. Ditambah lagi para pelaku UMKM Paguyuban Batik Jetis selama ini selalu mengandalkan toko outlet untuk memasarkan produk menjadikan omzet menjadi turun drastis akibat pembatasan sosial. Program ini disiapkan untuk memenuhi kebutuhan akan peningkatan wawasan keilmuan dan keahlian yang dapat mendukung keberlangsungan usaha, terutama UMKM, serta peningkatan produktivitas dan keuntungan usaha yang dijalankan dalam jangka panjang. Program kegiatan ini akan menghadirkan pembicara-pembicara yang profesional di bidang terkait dengan menggunakan



metode *sharing knowledge* melalui teknik ceramah, diskusi, dan praktik pendampingan pembuatan sistem manajemen pengelolaan operasional pencatatan akuntansi usaha, pengelolaan keuangan usaha, dan teknik pemasaran produk UMKM. Target peserta pelatihan ini adalah anggota UMKM Paguyuban Batik Jetis Kabupaten Sidoarjo, yang membutuhkan penanganan khusus agar dapat segera bangkit dari keterpurukan khususnya akibat dampak krisis ekonomi pandemi Covid-19.

Program ini dilakukan dalam bentuk kegiatan pelatihan dan pendampingan selama kurun waktu total 6 bulan. Adapun beberapa luaran yang akan dihasilkan dari kegiatan ini, antara lain peningkatan pengetahuan dan wawasan di bidang pengelolaan operasional pencatatan akuntansi usaha; peningkatan pengetahuan dan wawasan di bidang pengelolaan keuangan usaha; peningkatan kemampuan dan wawasan di bidang ide kreatif dalam memasarkan produk UMKM; peningkatan pengetahuan dan wawasan di bidang teknik pemasaran produk UMKM secara daring; peningkatan pengetahuan dan wawasan di bidang kewirausahaan; dan peningkatan keterampilan anggota UMKM Paguyuban Batik Jetis.

**Kata Kunci:** Krisis, Ekonomi, Keuangan, Pemasaran

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu penggerak ekonomi di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan jumlah penyerapan tenaga kerja nasional yang mencapai 97% dan kontribusi PDB nasional sebesar 60% (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, 2019). Sidoarjo sebagai salah satu lokomotif perekonomian di Jawa Timur memberikan gambaran tentang potensi ekonomi yang dimiliki, status sebagai kota perdagangan dan industri menjadikan Sidoarjo sebagai penopang ekonomi baik secara regional maupun nasional yang turut ditopang oleh UMKM. Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo telah eksis sejak tahun 1675 dengan karakter batik tulis tradisional Sidoarjo yang hingga kini terpelihara dengan baik. Dinamakan Kampoeng Batik Tulis karena mayoritas warga kelurahan Jetis Kecamatan Sidoarjo adalah pembatik. Mereka juga menjual langsung hasil karyanya di rumah masing-masing, oleh karena itu dikukuhkan sebagai Kampoeng Batik Tulis Jetis, Sidoarjo. Masuk kampung Jetis, mulai dari gapura hingga sepanjang jalan dipenuhi dengan toko yang menjual kain batik.

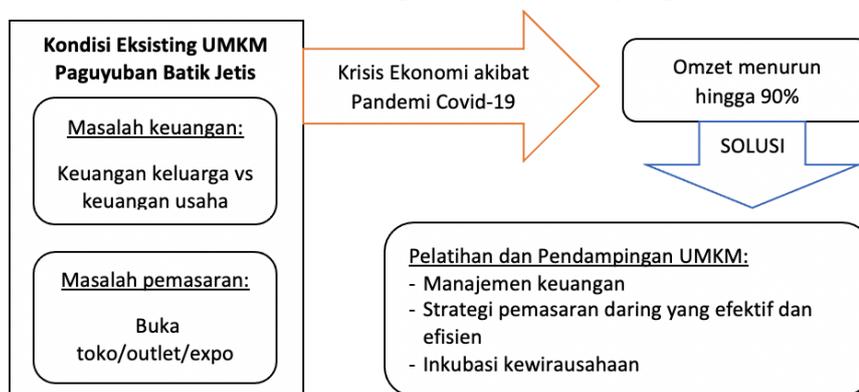
Di sepanjang jalan di Kampoeng Batik Tulis terdapat beberapa kelompok UMKM diantaranya Paguyuban Batik Jetis yang terbentuk mulai tahun 2008. Di masa krisis ekonomi pandemi covid-19 seperti sekarang ini upaya UMKM di Paguyuban Batik Jetis dalam pengembangan usaha tidaklah mudah. Keterbatasan modal dan pangsa pasar yang tidak menentu menjadi masalah yang sulit dihadapi oleh UMKM. Kemampuan mengelola keuangan pelaku usaha UMKM sangat diperlukan untuk kinerja usaha dan keberlangsungan usaha untuk mengantisipasi dampak krisis ekonomi. Ditambah lagi para pelaku UMKM Paguyuban Batik Jetis selama ini selalu mengandalkan toko outlet untuk memasarkan produk menjadikan omzet menjadi turun drastis akibat pembatasan sosial.

Tanpa adanya pemahaman usaha mengenai konsep-konsep dasar keuangan, maka UMKM tidak bisa mengambil keputusan terkait pengelolaan keuangan. Permasalahan yang dialami UMKM Paguyuban Batik Jetis dibagi pada 3 kategori, yaitu: (1) manajemen pengelolaan operasional pencatatan akuntansi tidak akuntabel, (2) terdapat profit namun tidak dapat meningkatkan kelas perekonomian usahanya, dan (3) teknik pemasaran produk UMKM telah dilakukan secara daring namun tidak menguasai trik dan strategi pemasaran produk yang tepat agar mudah dicari dan sesuai dengan kebutuhan konsumen secara daring. Pengelolaan keuangan yang tidak akuntabel ini menyebabkan UMKM tidak dapat memisahkan antara keuangan usaha dengan keuangan pribadi/keluarga yang berakibat pada terjadinya percampuran keuangan yang tidak dapat dipertanggungjawabkan pada setiap pengeluaran yang terjadi. Selain itu, ketidakmampuan UMKM dalam Menyusun laporan keuangan yang

terstandar membuat mereka sering kali kesulitan dan bahkan mengalami penolakan saat pengajuan kredit usaha pada bank. Masalah yang dihadapi ini tentu saja akan berakibat serius di kemudian hari seperti masalah permodalan dan sanksi pajak yang tentunya akan berpengaruh terhadap keberlangsungan suatu unit UMKM. diperlukan pelatihan serta pendampingan prosedur pencatatan akuntansi dan pemasaran daring yang efektif untuk meningkatkan kemampuan para pelaku UMKM dalam mengambil kebijakan aktivitas ekonomi usaha (Nugroho dkk, 2020). Perubahan model transaksi penjualan dari sebagian besar dilakukan secara luring menjadi transaksi penjualan secara daring seperti saat ini, ternyata menuntut pula perubahan teknik pemasaran produk dari pemasaran secara tradisional (luring) menjadi pemanfaatan media digital atau secara daring (Kotler dan Amstrong, 2011). Transaksi bisnis dengan menggunakan media digital ini memunculkan sebuah pasar baru di dunia maya yang saat ini dikenal luas sebagai e-bisnis dan e-commerce (Chaffey, 2011). Namun kini dengan kemajuan teknologi informasi yang tercermin dari perkembangan komputer dan internet, maka konsumen dapat memperoleh banyak informasi dengan hanya menggunakan yang disebut komputer multimedia (Ustadiyanto, 2002). Perubahan metode penjualan tersebut menjadi permasalahan pertama yang dihadapi oleh anggota Paguyuban UMKM Genteng Kreatif, mengingat beberapa keterbatasan yang mereka miliki seperti: keterbatasan pengetahuan/wawasan terkait teknik pemasaran dan bauran promosi produk secara daring dan segmen pasarnya, kurangnya sumber daya manusia yang dapat mengelola usaha dengan baik, dan kurangnya perangkat teknologi yang mereka miliki sehingga membantu mereka secara memadai untuk masuk ke pangsa pasar daring saat ini sebagai target pasar mereka yang baru, di tengah pandemi ini. Hal ini karena pemasaran melalui media sosial adalah bentuk pemasaran langsung atau tidak langsung untuk membangun kesadaran, dan tindakan untuk sesuatu merek, bisnis, orang, atau badan lain dan dilakukan dengan menggunakan alat-alat web sosial (Gurnelius, 2011).

## METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam bentuk kegiatan pelatihan dan pendampingan. Program kegiatan ini menghadirkan pembicara-pembicara yang profesional di bidangnya terkait dengan menggunakan metode *sharing knowledge* melalui teknik ceramah, diskusi, dan praktek pendampingan pembuatan sistem manajemen pengelolaan operasional pencatatan akuntansi usaha, pengelolaan keuangan usaha, dan teknik pemasaran produk UMKM. Target peserta pelatihan ini adalah anggota Paguyuban Batik Jetis Sidoarjo, yang membutuhkan penanganan khusus agar dapat segera bangkit dari keterpurukan dan meningkatkan keuntungannya untuk memperoleh ilmu pengelolaan operasional pencatatan akuntansi usaha, pengelolaan keuangan usaha, pemasaran produk UMKM, kewirausahaan, dan manajerial bisnis. Berikut ini adalah gambaran solusi yang ditawarkan kepada mitra:



### Gambar 1. Kondisi eksisting mitra dan solusi yang ditawarkan.

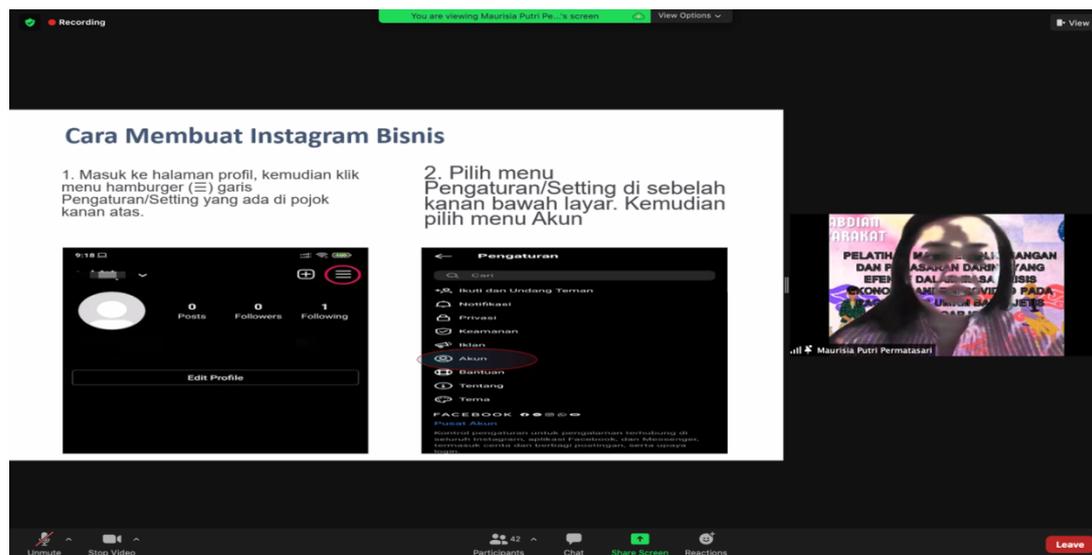
Aplikasi yang digunakan dalam pelatihan ini adalah untuk membuat rencana promosi yang efektif, menarik perhatian pelanggan, menginformasikan keberadaan tentang produk kepada calon pelanggan serta mengikat pelanggan dengan produk yang ditawarkan. Mahasiswa juga dilibatkan dalam kegiatan ini untuk memantau dan mendampingi tentang teknik pencatatan keuangan dan pemasaran daring sehingga secara aplikatif mahasiswa dapat mempelajari dan mengatasi masalah keuangan dan pemasaran yang akan dijalankan. Metode pelaksanaan program ini dilakukan secara *blended* (daring dan luring) yaitu pelaksanaan pelatihan secara daring dan pendampingan oleh tim secara luring. Untuk dapat melaksanakan kegiatan ini dengan baik dan terarah maka metode pelaksanaan yang dilakukan adalah dirancang dalam beberapa tahapan diantaranya tahap persiapan untuk koordinasi awal dengan pemerintah desa setempat dan umkm untuk koordinasi tentang permasalahan yang dialami di masa pandemi ini. Selanjutnya di tahap implementasi dilakukan dengan memberikan pelatihan pada 20 pelaku umkm secara daring dengan media zoom yaitu diberikan materi tentang strategi pemasaran yang efektif secara daring, dan penyusunan laporan umkm untuk skala umkm. Lalu dilanjutkan evaluasi dan monitoring sekaligus pendampingan untuk implementasi hasil pelatihan, kegiatan ini dilakukan secara tatap muka oleh beberapa mahasiswa Fakultas Vokasi Universitas Airlangga dengan menerapkan protokol kesehatan yang ketat .

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam materi pemasaran, konsep yang disampaikan kepada peserta mengacu pada Bove dan Thill (2003) yaitu: pengirim mempunyai suatu ide; pengirim mengubah ide menjadi suatu pesan, pengirim menyampaikan pesan; penerima menerima pesan; penerima menafsirkan pesan; penerima memberi tanggapan dan mengirim umpan balik kepada pengirim. Konsep itu lah yang kemudian diturunkan dalam program ini.

Pelaku UMKM diberikan pelatihan langsung tentang cara membuat promosi produk yang efektif di masa pandemi, bagaimana cara menarik perhatian pelanggan, strategi menginformasikan keberadaan dan tentang produk kepada calon pelanggan, hingga mengikat pelanggan dengan produk yang ditawarkan. Teknik yang salah satunya diberikan adalah dengan membuat whatsapp business dan memaksimalkan pemasaran melalui media instagram.

Sebelum dilaksanakan program pelatihan, para pelaku UMKM mengeluhkan tentang kesulitan dalam manajemen keuangan UMKM khususnya dalam perpajakan serta kesulitannya dalam memaksimalkan pemasaran secara daring walau sudah lebih dari satu tahun menggunakan media daring. Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan pelatihan sekaligus proses pendampingan secara masif dan berkala untuk menuntun UMKM agar efektif dalam manajemen keuangan dan pemasaran daring produknya.



Gambar 2. Pelatihan Pembuatan Instagram Bisnis

Peserta pelatihan diberikan materi tentang memaksimalkan instagram dalam pemasaran produk, seperti pembuatan instagram bisnis, pembuatan username, mengetahui jenis-jenis postingan, optimasi feed, posting video, insta story, membuat caption yang menarik, waktu yang tepat untuk posting.

Menggunakan akun instagram bisnis. Dalam berbisnis, peserta dibekali dengan keunggulan instagram bisnis serta langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mengubah akun instagram pribadi menjadi instagram bisnis yaitu dengan masuk ke menu **Pengaturan**, klik **Akun** dan **Beralih ke akun profesional**. Optimasi profil bisnis dengan cara Langkah pertama setelah mengubah akun menjadi Instagram Bisnis adalah mengoptimasi profil, Profil yang bagus dan profesional bisa mengubah calon konsumen menjadi konsumen tetap, dan ada beberapa cara yang harus dilakukan, yakni: Pilih Username yang Simpel dan Mudah Dikenali; Gunakan Foto Profil Brand Anda; Tulis Bio yang Menarik dan Informatif

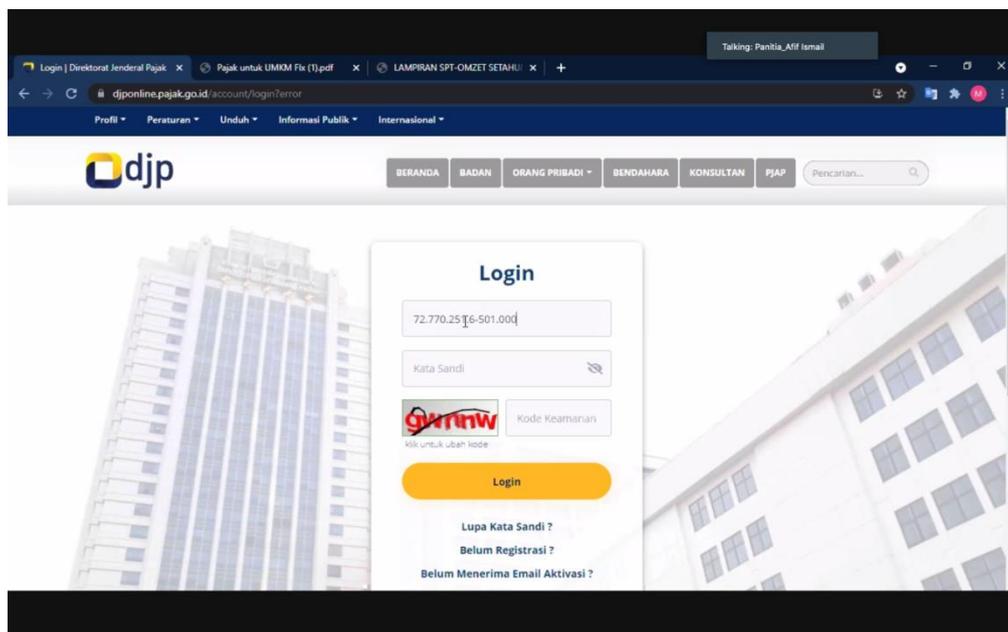
Mengetahui jenis postingan di Instagram. Ada beberapa fitur yang Anda dapat gunakan, yakni: Feed Instagram, Instagram Stories, Instagram live, Instagram tv. Optimasi Feed dengan cara Jenis konten di feed Instagram dibedakan menjadi dua, yakni gambar dan video. Untuk gambar tak ada ketentuan khusus. Sedangkan untuk video, durasi maksimal 60 detik dengan dimensi 1080 x 608 untuk portrait dan 1080 x 1350 untuk landscape. Ada beberapa cara yang Anda dapat gunakan, yakni: Gambar behind the scene, Gambar edukasi, Gambar dari influencer, Gambar dari follower, Gambar saat hari peringatan. Ada beberapa video yang Anda dapat gunakan, yakni: Video behind the scene, Video Edukasi, Video tiktok

Instagram Stories, hanya bertahan 24 jam, posisi Stories juga berada di atas feed. Keunggulan instagram stories, yaitu: Posisinya yang berada di paling atas menjadikannya hal pertama yang dilihat oleh follower saat membuka Instagram, walaupun hanya bertahan 24 jam, Stories bisa disimpan di handphone Anda dan bisa digunakan lagi di lain waktu, Anda bisa mencoba menggunakan filter atau stiker yang sudah disediakan untuk membuat Stories Anda lebih berwarna, Anda bisa bereksperimen menggunakan alat-alat gratis seperti Canva atau InVideo, Anda juga bisa tag akun seseorang. Sangat berguna apabila Anda melakukan kerjasama dengan influencer atau brand lain, Anda bisa membuat Stories kapan pun yang diinginkan, Jumlah Stories yang bisa Anda buat tak terbatas. Ada beberapa konten

yang Anda dapat gunakan, yakni: Pengumuman, Polling, Tanya kepada follower, Instagram Story Highlights.

Buat Caption yang menarik, caption yang menarik bisa membuat orang berlama-lama dalam postingan Anda, sehingga bisa meningkatkan engagement: Taruh hal-hal penting di awal, Bertanya kepada follower, Buat gaya tulisan anda sendiri dan konsisten, Maksimal 5 hashtag. Posting di waktu yang tepat, Menurut Sproutsocial, waktu terbaik untuk posting pada pukul 08.00-09.00 atau 10.00 – 11.00 atau pukul 14.00 wib. Jangan terlalu banyak posting, maksimal per hari 2 kali, Jika ingin banyak posting manfaatkan fitur album instagram dan jadikan katalog produk. Selanjutnya, banyak dari peserta yang mengalami permasalahan perpajakan karena kurangnya pengetahuan tentang relaksasi insentif perpajakan yang dapat dimanfaatkan bagi UMKM yang terdampak krisis akibat Covid-19. Kebijakan tersebut tertuang dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 82/PMK.03/2021 tentang perubahan atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 9/PMK.03/2021 tentang Insentif Pajak untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi Corona Virus Disease 2019. insentif pajak usaha mikro kecil menengah (UMKM) atau PPh final DTP. Dengan demikian wajib pajak UMKM tidak perlu melakukan setoran pajak.

Sehingga dalam kegiatan ini diberikan edukasi peraturan perpajakan yang relevan dan dapat dimanfaatkan oleh para pelaku UMKM di kampung Batik Jetis Sidoarjo. Dalam pemanfaatan insentif tersebut, tentunya terdapat beberapa persyaratan yang harus dipenuhi oleh wajib pajak diantaranya adalah syarat administratif dalam pelaporan keuangan, sehingga kegiatan ini juga turut memberikan pelatihan dalam penyusunan dan pencatatan laporan keuangan yang sesuai dan bermanfaat bagi pengguna eksternal usaha.



Gambar 3. Pelatihan Pemanfaatan Fitur DJPOnline

Setelah dilaksanakan sesi pelatihan secara daring, dilanjutkan dengan diterjunkan tim mahasiswa untuk mendampingi proses pemasaran daring dan manajemen keuangan UMKM secara tatap muka satu per satu selama satu bulan yang dilakukan setiap hari Sabtu dan Minggu. Proses pendampingan tersebut dilaksanakan sekaligus untuk memonitoring dan

menjadi mentor untuk berdiskusi bagi para peserta. Hasilnya jumlah follower instagram para peserta naik hingga 2 kali lipat dari sebelum pelatihan yang juga berpengaruh terhadap omzet hasil penjualan yang diterima oleh peserta.



Gambar 4. Pendampingan Pemasaran Daring dan Manajemen Keuangan UMKM

## SIMPULAN

Perubahan model transaksi penjualan dari sebagian besar dilakukan secara luring menjadi transaksi penjualan secara daring seperti saat ini, telah menuntut perubahan teknik pemasaran produk dari pemasaran secara tradisional (luring) menjadi pemanfaatan media digital atau secara daring. Dampak dari pandemi Covid-19 telah mempengaruhi segala aspek kehidupan khususnya di sektor ekonomi. Dampak yang sangat dirasakan adalah bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM yang sedianya menjadi kontributor penting terhadap produk domestik bruto lebih dari 60%, namun krisis yang diakibatkan oleh covid-19 telah menyebabkan resesi ekonomi secara global yang turut menurunkan omzet umkm secara nasional karena masih banyaknya UMKM yang mengandalkan pemasaran luring secara konvensional.

Pelaku UMKM telah mampu melaksanakan pencatatan keuangan yang tertib karena kepentingan dalam memanfaatkan insentif perpajakan selama pandemi Covid-19. Selain itu peserta juga diberikan pelatihan tentang pemasaran daring dengan penggunaan aplikasi instagram bisnis hasilnya dapat membuat rencana promosi yang efektif, menarik perhatian pelanggan, menginformasikan keberadaan tentang produk kepada calon pelanggan serta

mengikat pelanggan dengan produk yang ditawarkan. Mahasiswa juga dilibatkan dalam kegiatan ini untuk memantau dan mendampingi tentang teknik pencatatan keuangan dan pemasaran daring sehingga secara implikasi mahasiswa dapat mempelajari dan mengatasi masalah keuangan dan pemasaran yang akan dijalankan.

## **SARAN**

Saran yang dapat diberikan agar UMKM dapat kembali kompetitif adalah mengetahui strategi tips memaksimalkan media daring untuk memasarkan produknya, karena sebagian besar UMKM hanya memiliki dan kurang memahami fitur-fitur apa saja yang dapat dimaksimalkan untuk memasarkan produk. Selanjutnya masalah yang selalu terjadi bagi para pelaku UMKM adalah kurang tertib dalam mencatat transaksi keuangannya, hal ini perlu segera diatasi karena ini merupakan akar dari ketidakjelasan manajemen keuangan yang dilakukan oleh usaha kecil sehingga syarat administratif untuk aspek permodalan maupun insentif perpajakan sulit diperoleh.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Bove, Courtland dan John Thill. 2003. *Komunikasi Bisnis, Buku Kedua*, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Chaffey, Dave. 2011. *E-Business and E-Commerce Management Strategy, Implementation and Practice*. Prentice Hall
- Ustadiyanto. 2002. *Strategi Serangan Internet Marketing*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Gurnelius. 2011. *30 Minute Social Media Marketing*, USA: McGraw-Hill Co.
- Kementerian Koperasi dan UMKM. 2019. *Statistika Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2011. 14th edition. *Principles of Marketing*. Prentice Hall.
- Nugroho, Yanuar dkk. 2020. Pelatihan Pemasaran Daring yang Efektif di Masa Pandemi dan Pengelolaan Keuangan UMKM di Desa Watudandang Kab. Nganjuk, *Jurnal Layanan Masyarakat*. Vol 4 no 2, Hal. 369-376.
- Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 82/PMK.03/2021 tentang perubahan atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 9/PMK.03/2021 tentang Insentif Pajak untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi Corona Virus Disease 2019