



Pelatihan manajemen pemasaran dan laporan keuangan umkm usaha kerajinan Desa Sidomukti Kabupaten Magetan

Gati Silaturahmi^{1,*}, Anny Widiasmara¹

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun, Indonesia

^{*}) Korespondensi (e-mail: gatiamii@gmail.com)

Received: 9-December-21; Revised: 24- February-22; Accepted: 27-February-22

Abstract

In addition to being a profitable business, the Batik business can also preserve the culture of the Indonesian nation. Problems faced by the Batik Mukti Rahayu Joint Business Group (KUBE) in Sidomukti Village, Magetan Regency, which houses 22 batik artisans, marketing has only been limited to their circles or the surrounding community. In addition, KUBE's financial reports are done manually, so KUBE has not predicted its financial capacity. Seeing this, the 2021 Innovation Talent Team will conduct marketing training and operate a simple cash flow application. The method used is field observations, data collection, marketing training, and simple cash flow applications to make financial reports. These marketing training results are that Batik Mukti Rahayu craftsmen (KUBE) in Sidomukti Village, Plaosan District, Magetan Regency already have an Instagram account and a shop at Shopee. It can operate a simple cash flow application for financial reports. The "Pring Sedapur" motif, which is the icon of KUBE, can be recognized by many people and is a source of pride for the people of Magetan.

Keywords: Marketing management, Financial reports, Batik Mukti Rahayu

Abstrak

Usaha batik selain menjadi usaha yang menghasilkan keuntungan juga dapat melestarikan budaya bangsa Indonesia. Permasalahan yang dihadapi Kelompok usaha bersama (KUBE) Batik Mukti Rahayu Desa Sidomukti kabupaten Magetan yang menaungi 22 pengrajin batik selama ini pemasaran hanya sebatas kalangan sendiri atau masyarakat sekitar. Selain itu laporan keuangan KUBE dilakukan secara manual, sehingga KUBE belum mampu memprediksi kemampuan finansialnya. Melihat itu Tim Talenta inovasi 2021 melakukan pelatihan pemasaran dan mengoperasikan aplikasi sederhana *cash flow*. Metode yang digunakan dengan observasi lapangan, pendataan, serta pelatihan pemasaran dan penggunaan aplikasi sederhana *cash flow* untuk membuat laporan keuangan. Hasil dari pelatihan pemasaran ini adalah pengrajin (KUBE) batik mukti Rahayu Desa Sidomukti Kecamatan Plaosan Kabupaten Magetan sudah mempunyai akun instagram dan mempunyai toko di shopee, serta bisa mengoperasikan aplikasi sederhana *cash flow* untuk laporan keuangan, usaha KUBE Batik Mukti Rahayu dapat memperluas jangkauan sehingga batik motif "Pring Sedapur" yang menjadi ikon dari KUBE ini dapat dikenal oleh banyak kalangan dan menjadi kebanggaan bagi masyarakat Magetan.

Kata kunci: Manajemen pemasaran, laporan keuangan, batik mukti rahayu

How to cite: Silaturahmi, G., & Widiasmara, A. (2022). Pelatihan manajemen pemasaran dan laporan keuangan umkm usaha kerajinan Desa Sidomukti Kabupaten Magetan. *Penamas: Journal of Community Service*, 2(1), 10-17. <https://doi.org/10.53088/penamas.v2i1.223>



1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah selalu menarik untuk dikaji, bukan hanya dari aspek ketahanan, aspek pembiayaan, perolehan pinjaman atau dari aspek manajerial usaha. Pada era globalisasi khususnya dengan adanya integrasi ekonomi di Asia Tenggara, yaitu penyatuan ekonomi (Economic Union) yang menjadikan Asia Tenggara menjadi suatu komunitas perekonomian dengan basis produksi tunggal membuat UMKM harus mampu mempertahankan eksistensinya di tengah gempuran ekonomi global. Dalam hal ini, UMKM dituntut untuk mampu bersaing dan menciptakan produk yang dapat diterima, tidak hanya oleh konsumen dalam negeri (Indonesia) tetapi juga konsumen di Asia Tenggara (Sarfiah, Atmaja, & Verawati, 2019).

Seperti yang kita ketahui sebelumnya bahwa UMKM adalah salah satu sektor yang memiliki peranan yang cukup besar terhadap perekonomian nasional. Keberadaannya sendiri juga merupakan sebuah kunci keberhasilan bagi bangsa Indonesia untuk menghadapi berbagai krisis yang menimpa bangsa Indonesia pada tahun 2007/2008. Pada saat industri besar melemah hingga gulung tikar, UMKM mampu untuk tetap bertahan bahkan memberikan kontribusi yang cukup tinggi di saat krisis global itu terjadi (Akhmad, 2015). Bahkan berbagai literatur terdahulu juga mencatat terkait eksistensinya yang tetap mampu bertahan bahkan pada saat kondisi krisis ekonomi sekalipun (Nugrahani, 2015). Ada empat alasan yang menjelaskan posisi strategis UMKM di Indonesia. Pertama, UMKM tidak memerlukan modal yang besar sebagaimana perusahaan besar sehingga pembentukan usaha ini tidak sesulit usaha besar. Kedua, tenaga kerja yang diperlukan tidak menuntut pendidikan formal tertentu. Ketiga, sebagian besar berlokasi di pedesaan dan tidak memerlukan infrastruktur sebagaimana perusahaan besar. Keempat, UMKM terbukti memiliki ketahanan yang kuat ketika Indonesia dilanda krisis ekonomi (Sarfiah et al., 2019).

Sekarang ini zaman sudah semakin maju dan berkembang pesat. Kegiatan sehari-hari pada saat ini sudah tidak lagi menggunakan metode kuno, kini semua kegiatan dan kebutuhan dapat secara langsung dilihat melalui kecanggihan teknologi. Begitu pula UMKM yang ada di Indonesia juga secara tidak langsung mengharuskan mengikuti perkembangan zaman yang semakin canggih ini. Hal itu juga terbukti hampir setiap pelaku UMKM di Indonesia juga sudah mengenal akan kemajuan dalam kecanggihan teknologi dan sudah menggunakan teknologi itu sendiri. Namun dengan kemajuan teknologi ini juga masih terdapat beberapa pelaku UMKM yang belum mahir atau menguasai mengenai teknologi ini. Dalam beberapa kasus ini terdapat beberapa faktor mengapa pelaku usaha tersebut belum menggunakan teknologi tersebut. Contohnya adalah karena UMKM tersebut tidak berada di lingkungan yang sudah paham dan menggunakan teknologi, kurangnya akses terhadap teknologi yang membutuhkan jaringan internet, dan lain-lain. Hal ini sering kali terjadi pada UMKM di wilayah desa atau wilayah yang jauh dari perkotaan. Seperti halnya batik yang kebanyakan dibuat di wilayah pedesaan, hal inilah yang membuat para pengrajin kurang mengetahui mengenai kecanggihan teknologi.



Industri batik di Indonesia umumnya merupakan industri kecil menengah (UKM) yang menjadi mata pencaharian sebagian masyarakat. Sebelum krisis moneter pada tahun 1997 industri kecil menengah ini sempat mengalami kemajuan yang pesat (Nurainun, Rasyimah, & Heriyana, 2008). Batik merupakan hasil budaya masyarakat Indonesia dan menjadi salah satu kekayaan Nusantara. Batik adalah sebuah hasil karya yang berupa kerajinan bernilai seni tinggi. Pada dasarnya batik merupakan bahan kain yang erat hubungannya dengan nilai budaya masyarakat yang merupakan hasil budaya dari masyarakat (Lisbijanto, 2013). Pada masa lampau pembuatan batik dijadikan sebagai mata pencaharian oleh perempuan Jawa. Desa Sidomukti merupakan salah satu desa yang mempunyai potensi akan batik pada tahun 1970. Pada mulanya budaya membatik merupakan suatu adat istiadat yang turun menurun. Hal tersebut menyebabkan suatu motif batik biasanya menandakan status atau derajat seseorang. Bahkan hingga sekarang beberapa motif batik tradisional hanya dapat dipakai oleh keluarga kerajaan seperti keluarga keraton Yogyakarta dan Surakarta (Trixie, 2020).

Pada tahun 1970-an aktivitas membatik masih menjadi mayoritas pekerjaan perempuan pada masa itu. Geliat industri batik memang agak meredup ini dapat dilihat dari berkurangnya usaha-usaha produksi batik dan mengalihkan ke usaha yang lain. Namun dengan perkembangan zaman hal tersebut mulai ditinggalkan karena industri batik kalah bersaing dengan industri rumahan. Salah satunya adalah Kabupaten Magetan yang merupakan sebuah kabupaten yang terkenal dengan industri rumahan seperti industri kulit, makanan ringan, dan anyaman. Batik sendiri pun lambat laun mengalami kepunahan dan kemudian terlupakan dalam ingatan masyarakat sekitar. Bermula dari permasalahan tersebut dan dengan rendahnya pendapatan masyarakat Desa Sidomukti membuat seorang kepala desa di desa tersebut berinisiatif untuk mendirikan kembali industri nenek moyang yang telah lama mulai di tinggalkan. Gagasan dari kepala desa ini pada akhirnya dapat direalisasikan dengan didirikannya sebuah industri baru yaitu Industri Batik.

Didirikannya kembali industri ini diharapkan mampu memberikan kemajuan bagi perekonomian dan kebudayaan yang telah mati. Terdapat beberapa perkembangan yang terjadi di industri yang telah didirikan. Perkembangan mulai dari terbentuknya Kelompok Usaha Bersama (KUBE) dengan jumlah 2 KUBE dan perkembangan dalam hal motif yang khas dari Desa Sidomukti. Motif yang diandalkan oleh KUBE ini adalah motif “Pring Sedapur” yang merupakan ciri khas dari wilayah pembuatan batik itu sendiri. Kata “pring” sendiri memiliki arti bambu dalam bahasa Jawa, dan wilayah didirikannya UMKM ini memiliki banyak tumbuhan bambu di sekitarnya dan dari situlah kelompok usaha ini menjadikan “pring” sebagai ikon dari produk batik KUBE tersebut.

Dengan adanya KUBE Mukti Rahayu ini kami tertarik untuk memberikan pelatihan mengenai “Pelatihan Manajemen Pemasaran dan Laporan Keuangan Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Usaha Kerajinan Batik Desa Sidomukti Kecamatan Plaosan Kabupaten Magetan” dengan tujuan mampu mengetahui cara mempublikasikan, mensosialisasikan, serta mengembangkan laporan keuangan



pada Kelompok Usaha Bersama Mukti Rahayu di desa Sidomukti, Kec. Plaosan, Kab. Magetan.

Melalui program ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan pengetahuan tentang komunikasi pemasaran yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan atau konsumen serta memberikan gambaran atau pengetahuan tentang laporan keuangan yang lebih terperinci bagi masyarakat. Selain itu, dapat memberikan tambahan referensi yang dapat berguna sebagai dasar-dasar pemikiran untuk lebih memahami mengenai pemberdayaan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) bagi Mahasiswa. Dengan harapan agar Batik Mukti Rahayu “Batik Pring Sedapur” lebih dikenal oleh masyarakat umum melalui media online (Ig, Web, Toko Online), memiliki kemajuan dalam laporan keuangan dan UMKM Batik Mukti Rahayu.

2. Metode Pengabdian

Pengumpulan data diperoleh dari hasil wawancara dari kelompok usaha bersama Batik Mukti Rahayu yang berlokasi di Desa Sidomukti, Kec Plaosan, Kab. Magetan. Langkah-langkah yang diterapkan dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat adalah:

- 1) Observasi lapangan dan wawancara
- 2) Pelatihan (Sosialisasi program dan pelatihan minapadi kepada masyarakat)
- 3) Pemberian contoh pembuatan laporan keuangan secara sederhana dan mengenalkan dasar akuntansi yang digunakan

Pelaksanaan kegiatan pemberdayaan ini bertempat di Desa Sidomukti Kecamatan Plaosan Kabupaten Magetan. Susunan jadwal kegiatan sebagai berikut:

Tabel 1. Jadwal Kegiatan

No	Jenis Kegiatan	November				Desember			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal	■	■						
2	Persiapan Program			■	■				
3	Pelaksanaan Program					■			
4	Pelaporan						■		

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada hari Selasa tanggal 7 Desember 2021 mulai pukul 10.00 WIB s/d selesai, dengan menindaklanjuti kegiatan pada tanggal 10 November 2021 sebelumnya. Bertempat di rumah Ibu Umiati di Desa Sidomukti, Kecamatan Plaosan, Kabupaten Magetan kegiatan ini dilaksanakan mulai dari pembukaan, hingga implementasi dalam pembuatan akun media sosial.

3. Hasil Pengabdian

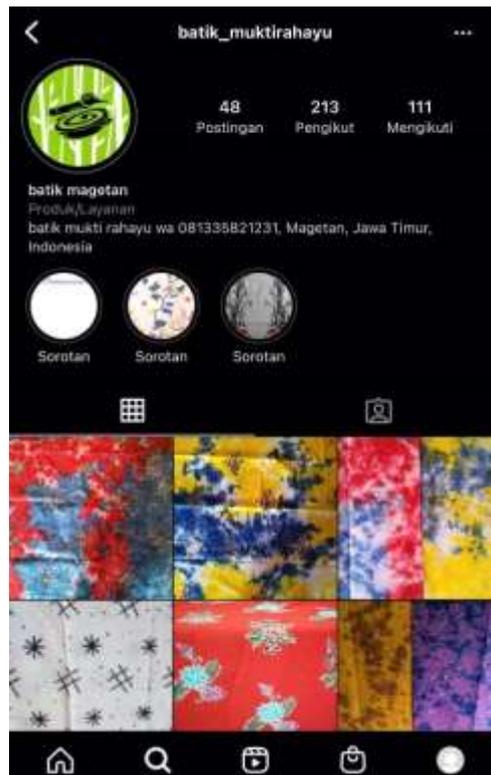
Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan pada hari Selasa tanggal 7 Desember 2021 pada Kelompok Usaha Bersama Batik Mukti Rahayu ini mengacu pada kegiatan yang telah dilaksanakan pada tanggal 10 November 2021 mengenai

pelatihan-pelatihan dasar promosi dan pembuatan laporan keuangan. Kegiatan ini berupa sosialisasi mengenai manajemen pemasaran produk dan pembuatan laporan keuangan yang tentunya akan membantu UMKM dalam meminjam uang pada bank untuk tambahan modal. Tentu saja, kegiatan ini mendapat sambutan yang baik dari pihak terkait dan peserta pelatihan manajemen pemasaran dan laporan keuangan. Hal ini bisa dilihat dari antusiasme peserta dalam mengikuti pelatihan sampai akhir acara. Peserta pelatihan sangat aktif pada saat sesi tanya jawab dibuka. Hal inilah yang menjadi bukti bahwa antusiasme peserta dan keinginan UMKM KUBE Mukti Rahayu sangat besar untuk membesarkan usahanya.

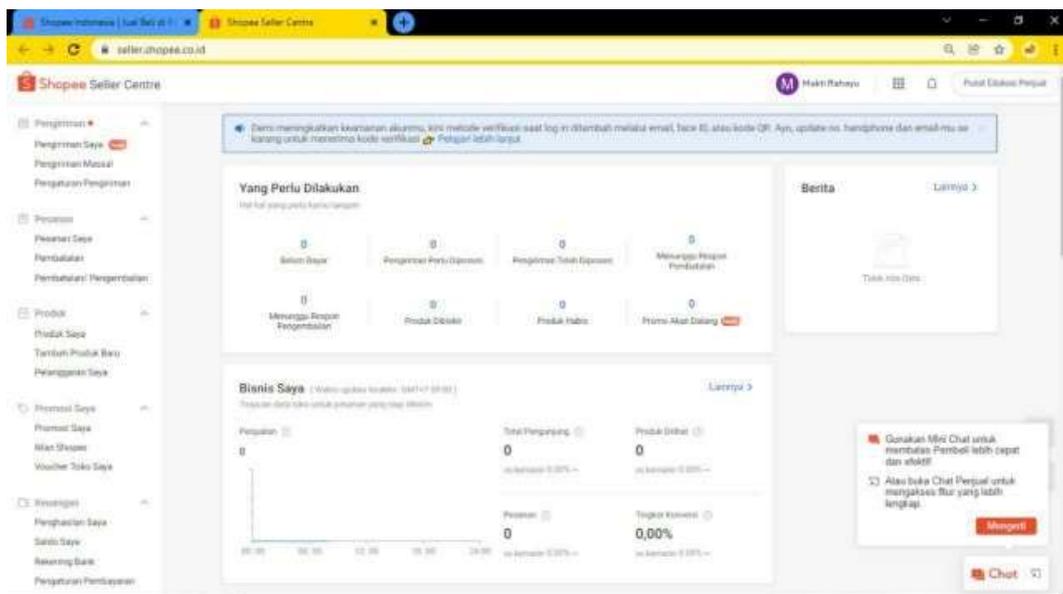


Gambar 1. Sosialisasi pemasaran

Bagi kelompok usaha tersebut, pelatihan manajemen pemasaran sangat dibutuhkan karena untuk meningkatkan pengetahuan tentang cara mempublikasikan dan memberikan sosialisasi Batik Mukti Rahayu di desa Sidomukti, Kec. Plaosan, Kab. Magetan dengan motif "Pring Sedapur" kepada masyarakat Jawa Timur. Pelatihan manajemen pemasaran ini sangat berguna bagi KUBE Batik Mukti Rahayu untuk memasarkan dan mengenalkan produk-produk unggulan yang dihasilkan, yaitu batik dengan motif pring sedapur. Pelatihan manajemen pemasaran ini mulai dari cara pembuatan akun anggota dalam *e-commerce*, cara pengambilan foto yang menarik agar dapat memikat para konsumen untuk melihat dan membeli produk tersebut. Dalam pengambilan gambar UMKM ini mengandalkan muda mudi yang dirasa memiliki kemampuan kreativitas dan ide-ide menarik untuk mendapatkan hasil gambar yang menarik serta pengeditan gambar. Selain itu, juga memberikan pendampingan kegiatan transaksi jual beli agar dapat melakukan transaksi jual beli melalui *e-commerce* secara mandiri. Dalam pemasaran ini tidak hanya mengandalkan *e-commerce* saja, namun juga media sosial seperti *instagram* dan *facebook*. Hal ini guna memperluas jangkauan pasar konsumen dan dapat memperlihatkan bahwa batik Pring Sedapur dapat beredar luas di nusantara.



Gambar 2. Akun Instagram KUBE Mukti Rahayu



Gambar 3. Akun market place Shopee

Tidak hanya itu saja, kami juga memberikan pelatihan mengenai pembuatan laporan keuangan yang sederhana. Permasalahan yang dihadapi adalah kurangnya pengetahuan mengenai pelaporan keuangan. Dalam kasus ini, laporan keuangan yang dibutuhkan tidak diperlukan laporan keuangan secara mendetail. Bermula dari permasalahan yang dihadapi oleh KUBE Mukti Rahayu, maka kami memberikan pelatihan pembuatan laporan keuangan. Dimana laporan keuangan yang diberikan adalah mengenai sistem arus *cash flow*, dimana sistem ini menjadi dasar bagi pelaku usaha dalam menyusun laporan keuangan. Sistem laporan keuangan arus *cash flow*

dianggap paling sederhana dan juga merupakan laporan keuangan yang mendasar. Pelatihan laporan keuangan ini sangat berguna untuk mengetahui bagaimana KUBE Batik Mukti Rahayu dapat mengembangkan laporan keuangannya. Sementara itu, laporan keuangan juga akan memudahkan usaha tersebut dalam memperoleh pinjaman dari lembaga keuangan guna membesarkan usaha.



Gambar 4. Pelatihan Pembuatan Laporan Keuangan

BATIK MUKTI RAHAYU LAPORAN LABA RUGI PERIODE YANG BERAKHIR 31 JULI 2019		
Penjualan	Rp 18.276.500	
Dikurangi:		
Diskon Penjualan	Rp 405.000	
Retur Penjualan	Rp 485.740	
Beban Pickok Penjualan	Rp 15.296.750	
Labas Bruto		Rp 2.089.010
Beban Penjualan:		
Beban Gaji Marketing	Rp 2.750.000	
Beban Perlengkapan Toko	Rp 977.500	
Beban Piutang Tak Tertagih	Rp -	
Beban Iklan	Rp 350.000	
Beban Pengiriman	Rp -	
Beban Pemeliharaan Kendaraan	Rp 500.000	
Beban Asuransi	Rp 215.000	
Beban Depresiasi Bangunan	Rp 600.000	
Beban Depresiasi Peralatan	Rp 375.000	
Beban Depresiasi Kendaraan (Pick up A)	Rp 600.000	
Beban Depresiasi Kendaraan (Pick up B)	Rp 550.000	
Beban Depresiasi Kendaraan (Fukuda)	Rp 500.000	
Beban Penjualan Lainnya	Rp -	
Jumlah Beban Penjualan	Rp 7.367.500	
Beban Administrasi & Umum:		
Beban Gaji Admin & Umum	Rp -	
Beban Listrik, Air & Telepon	Rp 772.500	
Beban Administrasi & Umum lainnya	Rp -	
Jumlah Beban Administrasi & Umum	Rp 772.500	
Jumlah Beban Usaha		Rp 8.140.000
Labas Usaha		-Rp 6.050.990
Pendapatan Lain:		
Pendapatan Bunga	Rp -	
Pendapatan Sewa	Rp 5.000.000	
Jumlah Pendapatan Lain		Rp 5.000.000
Labas Sebelum Bunga dan Pajak (EBIT)		-Rp 1.050.990
Beban Bunga	Rp 1.327.500	
Labas Sebelum Pajak		-Rp 2.378.490

Keterangan: Labas Negatif = Rugi

Gambar 5. Contoh Laporan arus *cashflow*

Dengan dibuatkannya akun media sosial dan *e-commerce* sebagai sarana kegiatan promosi dan berdagang via *online*, diharapkan KUBE Mukti Rahayu dapat melanjutkannya secara mandiri sehingga pelatihan yang diadakan tidak menjadi sia-sia dan dapat menjadikan usaha batik ini semakin terkenal hingga pembelian dari mancanegara.

4. Kesimpulan

Kesimpulan dari program kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan pada Kelompok Usaha Bersama Batik Mukti Rahayu adalah: 1) Pemasaran pada Kelompok Usaha Bersama Batik Mukti Rahayu masih terkendala pada teknik-teknik pemasaran dan pangsa pasar yang akan digunakan sebagai tempat untuk menjual produk batik. 2) Kelompok Usaha Bersama Batik Mukti Rahayu masih terkendala dengan minimnya pengetahuan teknologi informasi dan komunikasi, sehingga untuk pemasarannya belum bisa memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi secara optimal. 3) Minimnya pengetahuan mengenai laporan keuangan, membuat kelompok usaha ini kesulitan dalam mengetahui pendapatan, aset yang dimiliki serta posisi keuangan pada kelompok usaha tersebut.



Saran yang dapat disampaikan pada hasil program pengabdian masyarakat adalah bagi Kelompok Usaha Bersama Batik Mukti Rahayu dapat mengajak generasi muda setempat agar dapat membantu pemasaran dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Pembuatan laporan keuangan dapat dipelajari dan dilakukan secara bertahap sesuai dengan materi yang telah berikan oleh tim pengabdian.

Ucapan Terimakasih

Jurnal pengabdian masyarakat ini merupakan hasil pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Pelatihan Manajemen Pemasaran dan Laporan Keuangan bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Usaha Kerajinan Batik Desa Sidomukti Kecamatan Plaosan Kabupaten Magetan.” Dalam kesempatan kali ini tim pengabdian ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun yang telah memberikan izin dan bantuan untuk terlaksananya program pengabdian ini.
2. Dosen, staf tata usaha, serta mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun yang telah memberikan bantuan dalam terlaksananya program ini.
3. Kepala Desa Sidomukti yang telah memberikan izin dan berpartisipasi dalam program pengabdian pada masyarakat
4. Anggota Kelompok Usaha Bersama Batik Mukti Rahayu yang telah membantu pelaksanaan kegiatan ini.
5. Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun yang turut membantu pelaksanaan program kerja pengabdian masyarakat.

Referensi

- Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta). *DutaCom Journal*, 9(1), 43–54. Retrieved from <http://journal.stmikdb.ac.id/index.php/dutacom/article/view/17>
- Lisbijanto. (2013). *Batik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nugrahani, R. (2015). Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan umkm. *Jurnal Imajinasi*, IX(2), 127–136. Retrieved from <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi/article/view/8846>
- Nurainun, Rasyimah, & Heriyana. (2008). Analisis Industri Batik Di Indonesia Oleh: Nurainun, Heriyana dan Rasyimah Fakultas Ekonomi Universitas Malikussaleh Banda Aceh. *Fokus Ekonomi*, 7(3), 124–135.
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Trixie, A. A. (2020). Filosofi Motif Batik Sebagai Identitas Bangsa Indonesia. *Folio*, 1(1), 1-9. Retrieved from <https://journal.uc.ac.id/index.php/FOLIO/article/view/1380>.