

**PENINGKATAN KEMAMPUAN LITERASI KEUANGAN & PEMASARAN
PRODUK PADA UKM FASHION KONNUKU.ID
DI DESA PALEBON SEMARANG**

Ayu Noviani Hanum¹⁾, Ida Kristiana²⁾, Nurcahyono³⁾

Universitas Muhammadiyah Semarang

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang

ayu.hanum@unimus.ac.id¹⁾, idakristiana@unimus.ac.id²⁾, nurcahyo@unimus.ac.id³⁾

Abstract

Industry continues to experience very rapid development, thus requiring MSME players to develop products to be able to compete and compete in the industrial world. The aim of this service is to help develop one of the MSMEs in Palebon Village, Pedurungan District, Semarang City, by increasing financial literacy and product marketing skills at KonnuKu.Id M&M Fashion UKM. This service is carried out on partners because partners have not carried out bookkeeping and accounting records in accordance with generally accepted accounting provisions and still have limitations in utilizing social media marketing and e-commerce as promotional and sales media, so it is necessary to provide assistance with the implementation of an accounting information system using the Zahir Accounting application. and also assistance in improving the marketing of KonnuKu products through market places and also improving the quality of promotion of KonnuKu.Id products on social media. The method used in this service uses the PAR (Participatory Action Research) method, namely community service oriented towards community empowerment. The result of this activity is the application of the use of Zahir accounting software to partners and maximizing social media marketing and marketplace for MSME partners so that this activity can help MSMEs develop their businesses.

Keywords: *financial literacy, marketing, sales*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Semarang sangat besar. Tercatat saat ini ada sekitar 91 ribu UKM yang berizin di Kota Loenpia. Sebanyak 28.326 UKM sudah difasilitasi Pemkot Semarang karena sudah masuk dalam database di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro (Dinkop UM) Kota Semarang [1]. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dianggap sebagai cara yang efektif dalam pengentasan kemiskinan, karena program ini menciptakan peluang kerja sehingga dapat membantu mengurangi pengangguran khususnya di Indonesia.

Kota Semarang merupakan salah satu daerah yang memiliki UMKM potensial, karena dalam tahun ke tahun mengalami peningkatan dan kontribusi yang sangat signifikan. Akan tetapi dalam perkembangannya yang cukup meningkat, masih banyak permasalahan seperti rendahnya kualitas SDM, kurangnya inovasi dalam pengembangan program, belum memiliki badan hukum resmi, permodalan yang rendah dan minimnya pendampingan di lapangan. Berdasarkan hal tersebut sudah sepatutnya UMKM mendapat perhatian serius dari pemerintah. Namun, sebagian besar UMKM memiliki kendala modal (Destiana & Jubaedah, 2016).

Salah satu permasalahan serius yang dihadapi oleh UMKM adalah mengenai masalah permodalan. Sebagian UMKM masih sulit mendapatkan sumber pemodal dari perbankan untuk mengembangkan usaha, hal ini dikarenakan masih banyak pelaku UMKM yang belum melakukan pembukuan dan pencatatan akuntansi yang sesuai dengan ketentuan akuntansi yang

berlaku umum. Salah satu usaha kecil menengah yang melakukan kegiatan usaha fashion di Kota Semarang adalah M & M Fashion yang sekarang secara perlahan merubah brandnya menjadi Konnuku.Id. Konnuku melakukan usaha dibidang fashion sejak tahun 2017 yang saat ini melakukan kegiatan usaha produksi busana muslim, seperti gamis, baju koko, hijab, mukena dan lain sebagainya.

Perkembangan usaha Konnuku sejak tahun 2017 sampai dengan sekarang mengalami perkembangan yang cukup pesat, namun dalam pengembangan aktivitas usahanya terkendala dengan permasalahan modal. Berdasarkan analisis awal permasalahan yang dihadapi dihadapi mitra saat ini adalah manajemen usaha yang dijalankan masih bersifat tradisional serta belum melakukan pembukuan dan pencatatan akuntansi yang baik, sehingga belum memiliki laporan keuangan yang sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah (SAK EMKM). SAK EMKM merupakan standar akuntansi untuk memenuhi kebutuhan dalam pelaporan keuangan entitas mikro, kecil, dan menengah. Laporan Keuangan pada SAK EMKM meliputi laporan laba rugi, laporan posisi keuangan, dan catatan atas laporan keuangan (SAK,2018)

Berdasarkan analisis situasi di atas, maka kegiatan ini memberikan solusi dengan melakukan penerapan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) dalam Pencatatan dan Pelaporan Keuangan Pada Usaha Konnuku. Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan dan kesadaran UKM Konnuku terhadap literasi keuangan, khususnya dalam pelaporan keuangannya dan juga untuk meningkatkan pemasaran produk Konnuku melalui *marketplace* dan juga peningkatan kualitas promosi dari produk-produk Konnuku.

HASIL DAN PEMBAHASAN

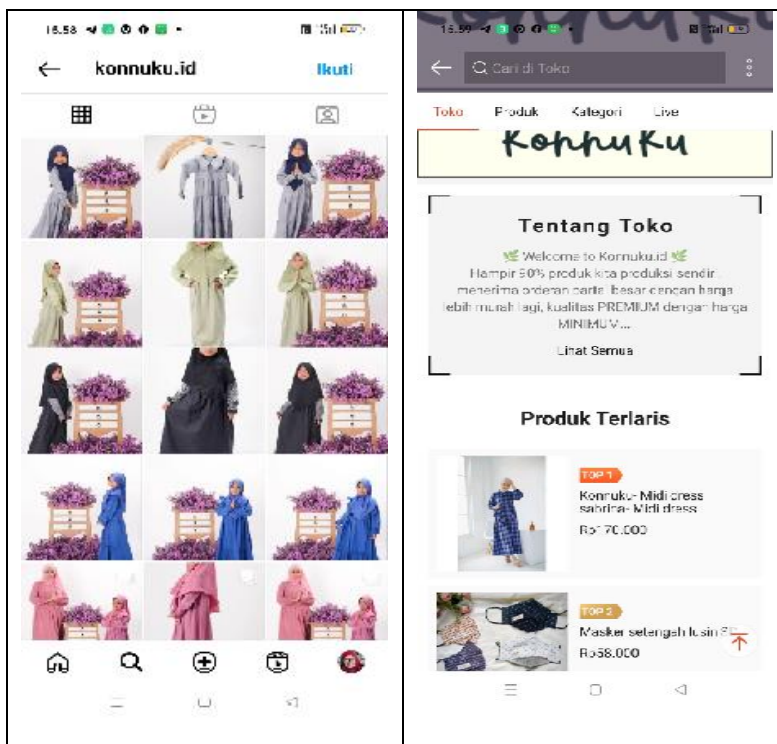
Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 1 Agustus sampai 31 Oktober 2023, di Konnuku.id Jalan Panda Raya no.73 Desa Palebon, Kecamatan Pedurungan, Kota Semarang. Kegiatan ini berfokus pada pengembangan salah satu UMKM pembuatan pakaian muslim, dengan pertimbangan bahwa usaha konveksi ini perlu dipertahankan dan dikembangkan. Berdasarkan kegiatan pendampingan yang telah dilakukan pada Konnuku.id ini adalah memberikan pendampingan dalam dokumentasi produk-produk fashion Konnuku ID, pendampingan dalam pengembangan akun *media online*, *marketplace* dan juga pembuatan laporan keuangan menggunakan aplikasi Zahir Accounting. Kegiatan pendampingan UMKM dimulai dengan observasi langsung ke lokasi usaha dan diskusi langsung dengan pelaku usaha tentang ide, konsep dan kebutuhan, kemudian memberikan saran dan masukan kepada pemilik usaha tentang kegiatan yang akan dilakukan untuk pendampingan usaha ini (Kholifah et al., 2021). Salah satu tumpuan ekonomi Indonesia adalah pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, yang dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kelangsungan pembangunan negara (Veranita, 2013). Dengan melakukan wawancara terhadap pelaku UMKM, hal itu dapat memudahkan untuk menemukan permasalahan yang sedang dialami serta memberikan solusi. Berdasarkan observasi, UMKM milik Ibu Ariani telah lama merintis usaha konveksinya, namun belum memaksimalkan penggunaan media sosial marketing, *marketplace* dan belum memanfaatkan accounting software secara maksimal untuk usahanya. Oleh karena itu, penulis menawarkan solusi dengan :

- a) memberikan pendampingan dalam dokumentasi produk-produk fashion Konnuku ID, menyiapkan foto model sesuai dengan kebutuhan Konnuku.Id dan juga jasa fotografi yang dibutuhkan. Dokumentasi produk yang baik dapat menjadi alat pemasaran yang efektif di Instagram. Foto dan deskripsi yang menarik dapat menarik perhatian pengguna dan meningkatkan visibilitas produk, gaya visual yang konsisten dan narasi merek yang baik dapat meningkatkan kesan merek di mata pengikut. Dokumentasi produk yang menarik dapat mendorong pengguna untuk membeli produk tersebut.



Gambar 1. Dokumentasi Produk Konnuku

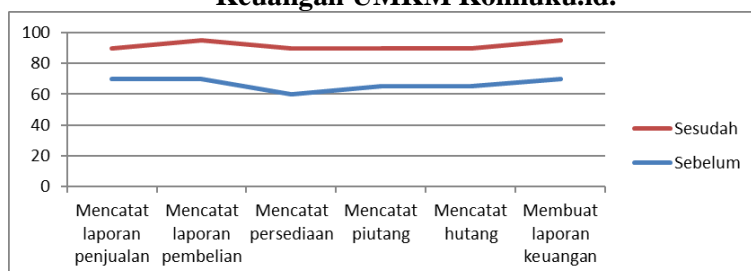
- b) memberikan pendampingan dalam pengembangan akun media online, *marketplace*, dan juga perkembangan produk dan peningkatan penjualan di luar Kota Semarang. Media sosial membantu menyampaikan informasi dengan gaya kasual dan interaktif dan memberikan identitas bisnis atau perusahaan yang diiklankan (Puspita et al., 2023). Media sosial memiliki banyak sekali manfaat bagi kehidupan individu. Manfaat ini juga dapat dirasakan bagi para industri sebagai pelaku usaha untuk lebih memudahkan dalam menjangkau pasar lebih luas lagi. Instagram merupakan salah satu aplikasi yang dapat digunakan sebagai tempat pemasangan iklan dan *platform* untuk transaksi jual beli sekaligus, sehingga barang dapat dilihat oleh masyarakat yang lebih luas (Kholifah et al., 2021). Dalam kegiatan ini, UMKM dapat memperoleh manfaat dari kegiatan pelatihan pengembangan media sosial untuk meningkatkan pemasaran usaha. Diantaranya adalah dengan memberikan informasi mengenai pemilihan kata-kata *hashtag* yang tepat untuk setiap produk yang di posting, susunan foto dan kapan waktu yang baik untuk memposting.



Gambar 2. Media Sosial dan Market Place KonnuKu.Id

c) pembuatan laporan keuangan menggunakan aplikasi Zahir Accounting untuk membantu perhitungan persediaan, pembelian, penjualan, saldo hutang dan piutang serta pembuatan laporan keuangan. Laporan keuangan memiliki banyak manfaat bagi berbagai pihak, termasuk pemilik usaha, manajemen, investor, kreditor, dan pihak-pihak lain yang terkait. Beberapa manfaat utama laporan keuangan seperti mengukur kinerja keuangan usaha, sebagai sumber dan dasar pengambilan keputusan bagi pemilik usaha, serta memberikan transparansi dan akuntabilitas bagi para penggunanya dan juga sebagai sarana perencanaan keuangan bagi pemilikinya. Dengan kata lain, laporan keuangan adalah alat yang sangat penting dalam mengelola dan mengevaluasi kinerja keuangan suatu entitas bisnis, serta memberikan informasi yang diperlukan bagi berbagai pihak yang terlibat. Kami melakukan *pre test* dan *post test* paska pemberian pelatihan dan pendampingan penggunaan software *Zahir Accounting* pada pekerja yang mengurus bagian keuangan. Tingkat pemahaman dan pengetahuan akuntansi di KonnuKu.id mengalami peningkatan. Yang awalnya tingkat pemahaman dan kemampuan literasi akuntansinya hanya 66,7 poin meningkat menjadi 91,7 poin. Pembuatan laporan keuangan usaha menjadi lebih mudah dan cepat dengan menggunakan software akuntansi ini.

Grafik 1. Pengetahuan dan Pemahaman Literasi Keuangan UMKM KonnuKu.id.



KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada usaha Konnuku ID di jalan Panda Raya no.73, Desa Palebon, Kecamatan Pedurungan memberikan pengetahuan pentingnya pemanfaatan sosial media sebagai teknologi promosi dan penggunaan marketplace untuk menjangkau pasar yang lebih luas dari produk yang dihasilkan oleh Konnuku.Id. Penggunaan media sosial melalui aplikasi Instagram dalam promosi dan pemasaran produk dapat mempercepat penyerapan produk dan memperluas jangkauan pasar. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada usaha Konnuku.Id memberikan dampak yang positif terhadap mitra pengabdian sehingga dapat mengembangkan usaha kearah yang lebih baik di era digital saat ini. Serta mampu meningkatkan pengetahuan dan kemampuan Konnuku.Id dalam pembuatan laporan keuangan. Kegiatan pengabdian ini tentunya bermanfaat bagi UMKM Konnuku.Id karena usaha mengalami kemajuan dari segi pengembangan usaha setelah adanya pengembangan media sosial dan marketplace untuk memudahkan pemasaran produk dan memperluas jaringan pemasaran sehingga memudahkan konsumen untuk menemukan produk Konnuku.Id. Dengan penerapan aplikasi Zahir Accounting, diharapkan Konnuku.Id dapat meningkatkan kemampuannya dalam menilai kinerja keuangan usaha dan dapat melakukan pengambilan keputusan terkait usahanya dengan lebih baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada:

- a. Ketua LPPM dan Dekan FEB Universitas Muhammadiyah Semarang yang telah mendukung kegiatan ini.
- b. Tim Pengabdian kepada Masyarakat Untag Semarang sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan baik dan lancar.
- c. Konnuku Id Eks M&M Fashion yang telah bersinergi dalam pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A. (n.d.). Participatory Action Research (PAR) Metodologi Alternatif Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat Transformatif. UIN Malang. <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/dimas/article/d>
- Destiana, R., & Jubaedah, S. (2016). Implikasi Pembiayaan Syariah Terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Cirebon. *Logika Jurnal Ilmiah Lemlit Unswagati Cirebon*, 15(3)
- Juhaeni, Safaruddin, Nurhayati, R., & Tanzila, A. N. (2020). Konsep Dasar Media Pembelajaran. *JIEES : Journal of Islamic Education at Elementary School*, 1(1), 38–46.
- Jurnal Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat (JPPM), 1(2), 48–54. <https://jurnal.erapublikasi.id/index.php/JPPM/article/view/62/62> Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta Jurnal Sekertari dan Manajemen*, 2(2).
- Jusniaty, Baharuddin, Juniati, S. R., Hasdinawati, Hasyim, S., & Tahir, S. (2023). English Training and Entrepreneurship dalam Mendukung Wisata Budaya di Karampuang. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 4(1), 89–96.
- Maulana, M. (2019). Asset Based Comunity Development: Strategi Pengembangan Masyarakat di Desa Wisata Ledok Sambi Kaluriang. *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 259–278.

- Nurhayati, R., Inar, Juliana, Febrianty, W., & Islamiah, D. (2022). Kesalahan Digital (Analisis Fenomena Popularisasi Hadis Pada Status). *Proceedings University of Muhammadiyah Yogyakarta Undergraduate Conference*, 2(1).
- Puspita, D., Anggraeni, L., Ardiansyah, A., Rahmatullah, D., Asid-Qi, M., Komariyah, & Asrori, K. (2023). Sosialisasi Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Sosial bagi Pelaku UMKM. *Journal Of Indonesian Social Society*, 1(1), 7–10.
- Setiawandari, N. E. P., Febryanto, Y. A., & Wardhani, S. (2022). Pengembangan Desain Kemasan Produk Untuk Memperluas Pasar Pada UMKM Catering Makanan Tradisional. *Communnity Development Journal*, 3(2), 1123–1128. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/5440/3924>
- Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah 2018
- Sukendar, A. Y. S., Raissa, A., & Michael, T. (2020). Penjualan Rogodi (Roti Goreng Mulyodadi) Sebagai Usaha Bisnis Dalam Meningkatkan Usaha Mikro Kecil (UMK) Di Desa Mulyodadi, Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, 3(1), 79–89.
- Taufikurrahman, Yusuf, A. R. B., Fatimatuzzahro, U., Rahmawati, E. F., Aprilia, F. F., Fadillah, A. N., Setiawati, P., Aidhaningtyas, F. T., Krisna, N., Murti, D. S., Putra, S. F. L., & Ardiyana, I. G. (2022). Pendampingan Pembuatan Label Pada Produk Kemasan UMKM Di Desa Besuk, Kecamatan Bantaran, Kabupaten Probolinggo.
- Takhrodjie, 2021, “Dinas Koperasi Kota Semarang : Pertumbuhan UKM di Kota Semarang Tertinggi di Indonesia”. <https://www.rmoljawatengah.id/dinas-koperasi-kota-semarang-pertumbuhan-ukm-di-kota-semarang-tertinggi-di-indonesia>. Diakses 29 Juni 2022
- Utami, N., Jamaluddin, Firdaus, & Judrah, M. (2023). Palm Sugar Production and Marketing Assistance in Duampanuae Village, Bulupoddo District Sinjai District Pendampingan Produksi dan Pemasaran Gula Aren di Desa Duampanuae Kecamatan Bulupoddo Kabupaten Sinjai. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 223–232.
- Veranita, M. (2013). Strategi Pemasaran Produk Makanan Olahan Melalui Pengemasan Dan Pelabelan (Packing And Labelling) (Studi Kasus: Produk Kerupuk Di Desa Pakutandang Kecamatan Ciparay Kabupaten Bandung). *JURNAL EKBIS (Ekonomi Bisnis)*, 1(1).