

Optimalisasi Pembukuan dan Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Fia Musica, Sukoharjo

Tri Ratna Pamikatsih¹, Budi Istiyanto², Nabila Khusnul Fatimah³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

¹E-mail: triratna.pamikatsih@gmail.com

²E-mail: budisties@gmail.com

Article History:

Received: December 2024

Revised: December 2024

Accepted: December 2024

Abstract: Pengabdian ini dilakukan di UMKM Fia Musica yang terletak di Sukoharjo. Fokus dari kegiatan ini adalah pelatihan dan pendampingan dari sisi pembuatan pembukuan secara sederhana dan pemanfaatan media sosial sebagai salah satu media pemasaran. Kegiatan ini dilakukan oleh tim pengabdian STIE Surakarta yang terdiri dari dosen dan mahasiswa. Metode yang dilakukan dalam kegiatan ini terdiri dari observasi, pelatihan, pendampingan dan hasil akhir

Keyword: Pembukuan, media sosial, UMKM

Pendahuluan

Perkembangan dunia bisnis merupakan hal yang tidak bisa dihindari. Tantangan yang dihadapi para pelaku bisnis sangat beragam mulai dari sisi keterbatasan akses modal hingga pemasaran yang masih fokus secara tradisional. (Tarigan, 2024). Banyak pelaku bisnis yang merasa kesulitan dalam menghadapi tantangan ini. Hal ini juga yang dihadapi oleh salah satu UMKM di Sukoharjo, Fia Musica.

Fia Musica merupakan salah satu UMKM yang bergerak dibidang pengrajin gitar. UMKM ini terletak di Bregan RT 04/RW 08, Dusun II, Ngrombo, Kecamatan Baki, Kab. Sukoharjo, Jawa Tengah.



Gambar 1. Produk Fia Musica

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh Tim Pengabdian, maka terdapat 2 (dua) poin utama permasalahan yang dihadapi oleh Fia Musica. Permasalahan yang pertama adalah masih belum adanya laporan keuangan yang jelas. Bapak Suparno selaku pemilik, menjelaskan bahwa saat ini Fia Musica belum memiliki laporan keuangan, khususnya pembukuan dengan baik. Beliau menjelaskan jika keuangan di Fia Musica hanya berdasarkan perkiraan saja. Ketika sebuah bisnis tidak memiliki pencatatan terkait keuangan, maka dalam pengambilan keputusan terkait bisnisnya akan lebih bijak. (Pamikatsih & Fiardhani, 2024). Hal ini merupakan masalah umum yang terjadi pada UMKM. Adanya keterbatasan dalam pemahaman pembukuan dan terminology keuangan dasar menjadikan UMKM enggan melakukan penerapan pembukuan sederhana (Nisak *et al.*, 2024).

Sedangkan permasalahan yang kedua adalah dari sisi pemasaran. Pemasaran yang dilakukan masih dapat dikatakan cukup terbatas dan tradisional. Sebagian besar hasil produksi gitar hanya mengandalkan tengkulak, dan jika ada pesanan kustom masih belum banyak karena pemasaran yang masih terbatas. Fia Musica masih belum memanfaatkan media sosial sebagai salah satu bentuk pemasarannya. Padahal penting bagi UMKM untuk memanfaatkan media sosial dalam usahanya. Hal ini dikarenakan media sosial dapat menjadi salah satu wadah bagi pelaku bisnis untuk berinteraksi secara langsung dengan konsumen dan mampu merespon apa yang diinginkan oleh konsumen atau pasar secara lebih dinamis. (Octaviani *et al.*, 2024).

Dari permasalahan tersebut, ada 2 (dua) fokus kegiatan pengabdian. Fokus pertama adalah pada pembuatan pembukuan sederhana dilakukan karena saat ini Fia Musica belum melakukan pencatatan terkait dengan transaksi yang mereka lakukan. Sedangkan pencatatan merupakan hal dasar yang perlu dilakukan oleh pelaku bisnis untuk mengetahui secara utuh mengenai kondisi keuangannya. Fokus yang kedua adalah pembuatan akun media sosial beserta katalognya. Hal ini dikarenakan pemasaran yang dilakukan Fia Musica hanya sebatas secara tradisional saja. Sehingga dengan adanya akun media sosial, diharapkan pemasaran yang dilakukan dapat menjangkau wilayah yang lebih luas. Selain itu, dengan memanfaatkan media sosial maka dari segi biaya dikeluarkan akan lebih murah. (Susanti *et al.*, 2021).

Metode

Lokasi pengabdian ini dilakukan di Fia Musica, Sukoharjo dengan metode penyuluhan dan pendampingan yang kepada pemilik Fia Musica, Bapak Suparno. Dalam pelaksanaannya ada beberapa metode yang dilakukan, yaitu :

1. Survei awal dilakukan kepada mitra pengabdian. Dalam metode ini tim pengabdi melakukan survei kepada beberapa mitra dan menentukan mengenai mitra mana yang akan dijadikan lokasi pengabdian, dan ditentukan Fia Musica menjadi mitra

pengabdian dalam kegiatan ini.

2. Setelah mendapatkan mitra pengabdian, maka observasi lebih lanjut dilakukan untuk mengetahui permasalahan apa yang dihadapi oleh Fia Musica.
3. Dari hasil observasi permasalahan, maka penentuan fokus materi pendampingan apa yang akan dilakukan kepada Fia Musica.
4. Pemberian materi dilakukan sebelum dilakukannya pendampingan. Hal ini dilakukan agar pemilik Fia Musica mendapatkan dasar pemahaman terlebih dahulu sebelum melakukan implementasi. Sehingga implementasi yang dilakukan akan lebih mudah

Tahapan selanjutnya adalah implementasi. Implementasi dilakukan dengan cara pendampingan oleh tim pengabdian.

Hasil

Tujuan dilakukan kegiatan dilakukan pengabdian ini adalah untuk pengembangan bisnis Fia Musica. Fokus pembangan bisnis yang di berikan adalah dari sisi pembukuan dan pembuatan katalog pada akun media sosial. Dalam pelaksanaan kegiatan, pada dasarnya dilakukan 3 (tiga) kegiatan ini. Berikut ini hasil kegiatan pendampingan yang telah dilakukan:

1. Observasi dan Wawancara

Menggali lebih dalam mengenai permasalahan Fia Musica berdasarkan informasi yang diberikan oleh pemilik. Dari kegiatan ini didapatkan hasil bahwa permasalahan utama ada pada sisi keuangan dan pemasaran.

2. Pelatihan dan Pendampingan

Pendampingan dan pelatihan ini melibatkan mahasiswa sebagai salah satu fasilitator. Mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan ini memiliki keahlian dari segi pembukuan dan pembuatan katalog pada akun media sosial. Pemilik Fia Musica mengikuti pendampingan mulai dari awal kegiatan hingga akhir kegiatan.

3. Hasil Akhir

Pada kegiatan ini lebih menekankan kepada hasil dari kegiatan pengabdian serta evaluasi.

Pembahasan

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan, maka adapun rincian dari tahapan kegiatan sebagai berikut:

1. Observasi dan Wawancara

Tahapan pertama yang dilakukan adalah observasi dan wawancara dengan mitra pengabdian. Pada tahap ini, tim pengabdian berkenalan dan mendalami permasalahan yang ada pada mitra.



Gambar 2. Observasi dan wawancara dengan pemilik Fia Musica

Pada tahapan ini, didapatkan permasalahan inti yang terjadi di Fia Musica adalah terkait pelaporan keuangan dan pemasaran yang lebih luas. Dari sisi keuangan, Bapak Suparno selaku pemilik mengatakan bahwa sistem keuangan yang diterapkan oleh Fia Musica hanya terbatas pada perkiraan. Fia Musica belum memiliki pencatatan khusus terkait dengan transaksi yang mereka lakukan. Bapak Suparno merasa bahwa selama bisnisnya dapat terus berjalan dan hasilnya yang didapat digunakan untuk kebutuhan, maka Fia Musica sudah mendapatkan keuntungan. Keterbatasan pengetahuan menjadi akar permasalahan yang terjadi.

Sedangkan dari sisi pemasaran, Bapak Suparno menjelaskan bahwa saat ini pemasaran dilakukan oleh Fia Musica hanya terbatas secara tradisional dan mengandalkan tengkulak saja. Dengan demikian, pemasaran yang dilakukan oleh Fia Musica dapat dikatakan masih belum maksimal. Selain itu, karena sebagian besar hanya mengandalkan tengkulak, maka harga yang ditawarkan juga kurang beragam. Sehingga dari permasalahan ini perlu adanya pemanfaatan media sosial untuk menjangkau pasar yang lebih luas bagi Fia Musica.

2. Pelatihan dan Pendampingan

Agar lebih maksimal dalam melakukan pelatihan dan pendampingan kepada Fia Musica, maka pemberian materi perlu dilakukan. Pemberian materi ini lebih kepada diskusi mengenai konsep dasar dari pembukuan dan pemasaran yang memanfaatkan media sosial. Diskusi materi ini mencakup pula mengenai aspek-aspek apa yang akan

diberikan kepada Fia Musica.

Setelah melakukan diskusi materi, maka tahapan selanjutnya adalah pelatihan dan pendampingan. Pelatihan ini dilakukan dengan cara mempraktekan secara langsung mengenai pembukuan dan pemanfaatan media sosial.



Gambar 3. Pelatihan dan pendampingan

Dari sisi pelatihan keuangan, tim pengabdi menjelaskan dan mempraktekan mengenai pencatatan transaksi yang dilakukan Fia Musica. Seluruh transaksi yang dilakukan oleh Fia Musica dipisah menjadi pengeluaran dan pendapatan. Sehingga pada akhir periode Fia Musica dapat memahami secara jelas mengenai jumlah pengeluaran dan pendapatan yang mereka dapatkan.

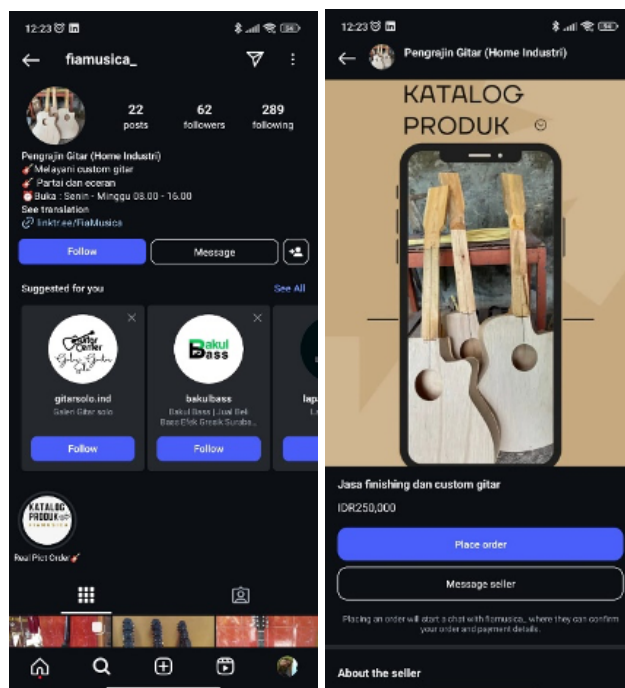
Pelatihan dari sisi pemasaran dimulai dari pembuatan akun media sosial dan dilanjutkan dengan pembuatan katalog digital. Pembuatan akun media sosial difokuskan pada *Instagram*. Hal ini dikarenakan *Instagram* merupakan platform media sosial yang memiliki jangkauan luas dan dapat memvisualisasikan produk dengan baik.

3. Hasil Akhir

Tahapan ini berfokus pada hasil akhir dari pelatihan serta pendampingan. Pendampingan ini dengan cara praktik langsung yang dilakukan oleh Bapak Suparno. Bapak Suparno melakukan pencatatan terkait seluruh transaksi yang dilakukan oleh Fia Musica. Selain itu dari segi pemasaran, Bapak Suparno terjun langsung untuk memasarkan di media sosial. Sehingga dengan terjun langsung praktik pembukuan dan pemasaran. Oleh karena itu, melalui praktik terjun langsung yang dilakukan, maka Bapak Suparno menjadi lebih memahami secara teori dan menerapkannya dalam situasi praktis.

Dari segi keuangan, pemilik Fia Musica menunjukkan kemampuan yang lebih baik dalam pencatatan keuangan. Bapak Suparno lebih memahami bagaimana pencatatan keuangan yang lebih baik, serta mau berusaha membuat pembukuan yang lebih rapi dan teratur. Dengan demikian Bapak Suparno lebih memahami kondisi keuangan Fia Musica secara lebih baik.

Sedangkan pada segi pemasaran, Fia Musica telah membuat akun sosial media dan katalog sebagai salah satu cara memperluas pemasaran.



Gambar 4. Akun media sosial Fia Musica

Dengan adanya media sosial Fia Musica, maka strategi pemasaran yang dilakukan menjadi lebih efektif. Dimulai dengan meningkatkan *brand awareness* di kalangan konsumen. Selain itu, adanya media sosial bagi Fia Musica mampu meningkatkan daya tarik bagi konsumen.

Adapun kendala yang dihadapi dalam kegiatan ini adalah dari segi pemahaman Bapak Suparno terkait pembukuan dan media sosial masih kurang. Namun hal tersebut tidak menjadi penghalang yang terlalu besar, karena selama pelaksanaan kegiatan Bapak Suparno mengikuti seluruh rangkaian kegiatan secara antusias.

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik dari kegiatan pengabdian ini adalah bahwa Fia Musica perlu memiliki pembukuan bagi transaksi keuangan yang dilakukan. Hal ini dikarenakan dengan pemahaman kondisi keuangan yang jelas, maka Fia Musica dapat

mengambil keputusan bisnis secara lebih bijak. Selain itu terkait dengan pemasaran, pemanfaatan media sosial sangat diperlukan oleh Fia Musica. Dengan adanya pemanfaatan media sosial, maka pemasaran yang dilakukan oleh Fia Musica dapat lebih luas.

Pengakuan/Acknowledgements

Terima kasih kami ucapkan kepada semua pihak yang terkait dengan pelaksanaan kegiatan ini. Khususnya kami ucapkan kepada pemilik Fia Musica, Bapak Suparno yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk melakukan kegiatan ini. Selain itu kami ucapkan juga kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

Daftar Referensi

- Nisak, N. A., Khair, U., & Fitriani, D. (2024). Pendampingan Pelatihan Pembukuan Sederhana Bagi UMKM Di Desa Tanjung Betung 1. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(2), 38–44. <https://doi.org/10.59407/jpmebd.v1i2.710>
- Octaviani, R., Jaya, B., & Salma. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Pengembangan Usaha Bagi UMKM di Kabupaten Tulang Bawang. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 4(2), 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.53697/emba.v4i2.1968>
- Pamikatsih, T. R., & Fiardhani, A. (2024). *Pengembangan Bisnis Dengan Menerapkan Pembukuan Sederhana Pada Poe-3 Elektrik*. 2(6), 2179–2183. <https://doi.org/https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i6.1191>
- Susanti, A., Istiyanto, B., & Pamikatsih, T. R. (2021). Pemberdayaan Kewirausahaan Santri Pondok Pesantren Ad-Dhuha di Masa Pandemi. *Jurnal Abdidas*, 2(4), 790–800. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v2i4.367>
- Tarigan, M. D. B. (2024). *Simak Potensi dan Tantangan UMKM di 2024*. Oke Finance. <https://economy.okezone.com/read/2024/01/07/455/2951017/simak-potensi-dan-tantangan-umkm-di-2024?page=2>