



PENINGKATAN PRODUKTIVITAS UMKM MELALUI PELATIHAN MERK PRODUK DAN PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN DI PEKON PANGGUNGREJO, KABUPATEN PRINGSEWU

Larasati Ahluwalia¹, Dhiona Ayu Nani², Tri Darma Rosmala Sari³

Universitas Teknokrat Indonesia^{1,2,3}

Email: larasati.ahluwalia@teknokrat.ac.id¹, dhiona.a@teknokrat.ac.id², tridarma@teknokrat.ac.id³

Received: (30 Desember 2021)

Accepted: (17 Januari 2022)

Published : (15 Maret 2022)

Abstract

Rapid changes in technology and science have had a major impact on the competitiveness of local companies, without exception for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). MSMEs, being one of the pillars of the national economy in times of crisis, must be able to keep up with technological and scientific developments. Knowledge related to product brand training and preparation of financial reports is needed by MSMEs to facilitate wider marketing and funding. This community service program is carried out to provide knowledge and understanding related to the preparation of financial reports and product branding for MSMEs in Panggungrejo Village, Pringsewu Regency. Through this training, MSMEs can apply the preparation of financial reports in accordance with MSME standards and build product brands, making it easier to apply for funding through bank loans, as well as increasing customer loyalty.

Keywords: MSMEs, financial reports, product branding.

Abstrak

Perubahan teknologi dan ilmu pengetahuan yang cepat telah berdampak besar bagi daya saing perusahaan lokal, tanpa terkecuali bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). UMKM menjadi salah satu penopang perekonomian nasional pada masa krisis harus mampu mengikuti perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan. Pengetahuan terkait pelatihan merek produk dan penyusunan laporan keuangan diperlukan UMKM agar memudahkan dalam pemasaran dan pendanaan yang lebih luas. Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman terkait penyusunan laporan keuangan dan pembangunan merek produk (*product branding*) pada UMKM Desa Panggungrejo, Kabupaten Pringsewu. Melalui pelatihan ini UMKM dapat menerapkan penyusunan laporan keuangan sesuai dengan standar UMKM dan membangun merek produk, sehingga memudahkan pengajuan pendanaan melalui kredit perbankan, maupun meningkatkan loyalitas konsumennya.

Kata Kunci: UMKM, penyusunan laporan keuangan, merek produk.

To cite this article:

Larasati Ahluwalia, Dhiona Ayu Nani, Tri Darma Rosmala Sari. (2022). PENINGKATAN PRODUKTIVITAS UMKM MELALUI PELATIHAN MERK PRODUK DAN PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN DI PEKON PANGGUNGREJO, KABUPATEN PRINGSEWU. Journal of Technology and Social for Community Service (JTSCS), Vol(3), 38-42.

PENDAHULUAN

Perubahan teknologi dan ilmu pengetahuan yang cepat telah berdampak besar bagi daya saing perusahaan lokal (Nani & Safitri, 2021), tanpa terkecuali bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Perubahan ini menuntut UMKM untuk lebih memperhatikan tata kelola usahanya demi keberlangsungan usaha yang panjang. Tata kelola merupakan aspek penting bagi perusahaan, karena dengan menerapkan tata kelola yang baik bisnis akan berjalan dengan efektif dan efisien (Safitri & Nani, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa UMKM perlu melakukan tata kelola dengan baik karena UMKM memiliki kontribusi dan peranan yang cukup besar, diantaranya pemerataan perekonomian, mengurangi kemiskinan, dan untuk perluasan kesempatan kerja dan penyerapan tenaga kerja.

Pekon Panggungrejo merupakan Pekon Pemekaran dari induk Pekon Panggungrejo Kecamatan Sukoharjo berdasarkan surat Bupati nomor 140/92/1.1.03/2010 tanggal 26 April 2010. Setelah melalui proses Pilkakon pada tanggal 05 juli 2012, terbentuklah suatu Pekon definitif yaitu Pekon Panggungrejo. Pekon Panggungrejo termasuk bagian wilayah Kecamatan Sukoharjo, Kabupaten Pringsewu dengan memiliki luas wilayah 450 Hektar, dan dibagi peruntukannya adalah untuk pemukiman 36 hektar, pertanian persawahan 80 hektar, ladang/tegalan 110 hektar, hutan/tegalan 164 hektar, perkantoran 1 hektar, pendidikan 1 hektar dan jalan 8 hektar. Secara administratif Pekon Panggungrejo Utara memiliki batas- batas wilayah sebelah utara berbatasan dengan Pekon Tritunggal Mulyo, sebelah Timur berbatasan dengan Pekon Roworejo Kec.Negeri Katon Kabupaten Pesawaran, sebelah selatan berbatasan dengan Pekon Panggungrejo dan sebelah Barat berbatasan dengan Pekon Pandansari. Pekon Panggungrejo terletak diujung sebelah timur dikecamatan Sukoharjo kabupaten Pringsewu, jumlah kepala keluarga 677 kk, dengan jumlah total penduduk 2339 jiwa. Mayoritas mata pencarian penduduk pekon panggun grejo adalah petani, peternak ayam, peternak sapi merah dan pedagang, namun selain itu ada juga yang bekerja sebagai, pegawai negeri sipil, TNI/Polri dan tukang batu, lainnya mengelola sawit dan karet.

Dengan potensi yang dimiliki oleh Pekon Panggungrejo, pemerintah memberikan bantuan Program Keluarga Harapan (PKH) dan dana ini digunakan untuk mengembangkan UMKM oleh masyarakat. Namun, UMKM belum cukup berkembang dikarenakan minimnya pengetahuan masyarakat mengenai pengelolaan UMKM. Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilakukan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat Pekon Panggungrejo khususnya yang memiliki UMKM melalui pelatihan pemberian merk produk dan penyusunan laporan keuangan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan-Entitas Mikro Kecil Menengah (SAK-EMKM). Selain pemahaman terkait penyusunan laporan keuangan, UMKM juga perlu memahami pembentukan merk produk (*product branding*) guna memperkuat persepsi konsumen terhadap bisnis yang dijalankan. Merek produk dapat memperkuat persepsi konsumen berdasarkan kualitas produk, iklan, layanan konsumen, serta kemasan produk yang menarik. Merek produk dapat dikatakan berhasil ketika citra positif dari UMKM dikolaborasi dengan kualitas produk yang baik.

METODE PELAKSANAAN

Tempat dan Waktu

Pelaksanaan PKM dilakukan di Pekon Panggungrejo yang terletak di Kecamatan Sukoharjo, Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung.

Khalayak Sasaran

Sasaran dalam kegiatan PKM ini adalah masyarakat Pekon Panggungrejo, khususnya yang memiliki UMKM.

Teknik Pengumpulan Data

Sebelum diberikan pelatihan, masyarakat Pekon Panggungrejo diberikan kuesioner *pre-test* untuk mengukur pengetahuan awal mengenai merk produk dan penyusunan laporan keuangan. Setelah pelatihan, masyarakat akan diberikan kuesioner *post-test* untuk mengukur apakah terjadi peningkatan pengetahuan mengenai pelatihan yang diberikan.

Metode Pengabdian

PKM ini dilakukan menggunakan beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Analisis Kebutuhan Mitra.

Tahapan yang pertama kali dilakukan adalah dengan menganalisis kebutuhan mitra PKM yaitu masyarakat Pekon Panggungrejo. Berdasarkan kunjungan yang dilakukan, diperoleh kebutuhan yaitu pemberian pelatihan mengenai merk produk dan penyusunan laporan keuangan sesuai dengan SAK-EMKM.

2. Pemberian angket untuk menguji pemahaman peserta mengenai sosialisasi yang akan diberikan.

Sebelum sosialisasi dilakukan, masyarakat Pekon Panggungrejo diberikan kuesioner untuk menguji pemahaman mereka mengenai pelatihan yang akan diberikan. Kuesioner diberikan sebelum pelatihan dilaksanakan (*pre-test*) dan setelah pelatihan dilakukan (*post-test*). Tujuannya adalah untuk mengukur apakah setelah pelatihan dilakukan terdapat peningkatan pemahaman masyarakat Pekon Panggungrejo mengenai merk produk dan penyusunan laporan keuangan.

3. Pelatihan pemberian merk produk

Setelah memperoleh kebutuhan mitra, Tim PKM melaksanakan pelatihan sesuai dengan kebutuhan mitra. Pelatihan yang pertama adalah pemaparan mengenai pemberian merk produk. Pada pelatihan ini, masyarakat Pekon Panggungrejo diberikan pemahaman mengenai pentingnya pemberian merk pada produk dan manfaat memiliki merk produk.

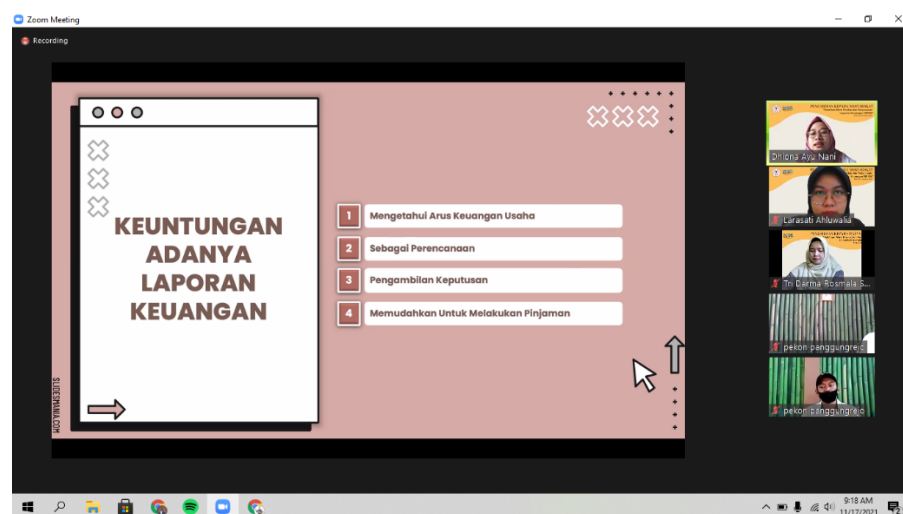
4. Pelatihan penyusunan laporan keuangan

Pelatihan yang kedua adalah mengenai penyusunan laporan keuangan sesuai dengan SAK-EMKM. Pada pelatihan ini masyarakat Pekon Panggungrejo diberikan pemahaman mengenai pentingnya menyusun laporan keuangan. Masyarakat Pekon Panggungrejo juga diarahkan untuk memanfaatkan penyusunan laporan keuangan sesuai dengan SAK-EMKM untuk melakukan kredit bank.

HASIL DAN PEMBAHASAN

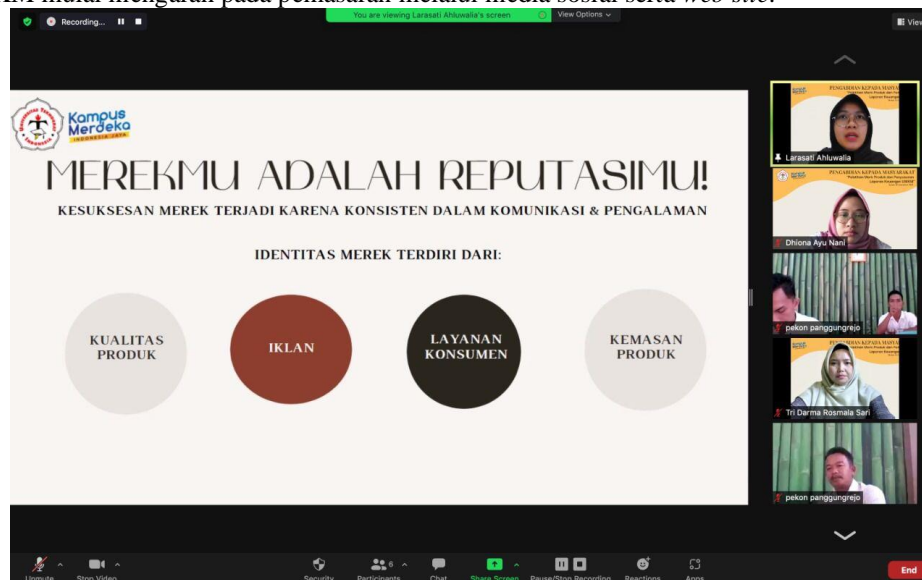
Pelaksanaan kegiatan PKM diawali dengan kunjungan pertama ke desa binaan. Kunjungan ini bertujuan untuk menganalisis kebutuhan desa sebagai mitra di kegiatan PKM. Setelah melakukan kunjungan dan melalui berbagai tahapan yang sudah dijelaskan di awal, berikut adalah hasil serta pembahasan dari tahapan-tahapan tersebut. Tahapan pertama adalah analisis kebutuhan mitra: tahapan ini tim PKM khususnya dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis menganalisis kebutuhan mitra dari sudut pandang usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Beberapa masyarakat Desa Panggungrejo memiliki UMKM yang bergerak diberbagai bidang, antara lain makanan ringan khas daerah, toko sembako, produksi pakan ternak, hingga pengerajin batu bata dan genteng. Permasalahan utama UMKM Desa Panggungrejo adalah minimnya pengetahuan terkait pemasaran berbasis digital, serta penyusunan laporan keuangan usaha. Berdasarkan permasalahan tersebut, tim PKM berdiskusi untuk mempersiapkan solusi yang dapat ditawarkan kepada UMKM Desa Panggungrejo. Sebagai hasil diskusi, tim PKM sepakat melakukan sosialisasi guna meningkatkan pemahaman UMKM terkait pemasaran digital dan penyusunan laporan keuangan yang sesuai dengan peraturan. Lebih lanjut, sosialisasi pemasaran yang akan diberikan terfokus pada pembentukan merek produk (*product branding*), serta penyusunan laporan keuangan berdasarkan SAK-EMKM.

Tim PKM kemudian menjelaskan hasil analisis permasalahan UMKM dan solusi yang dapat ditawarkan kepada Kepala Desa dan UMKM Desa Panggungrejo, yang dilanjutkan dengan penjadwalan kegiatan sosialisasi. Kegiatan sosialisasi dilakukan pada Rabu, 17 November 2021 secara daring melalui aplikasi Zoom Meeting. Kegiatan PKM ini dilakukan secara daring dikarenakan pandemi Covid-19 yang mengharuskan membatasi mobilitas. Kegiatan sosialisasi ini diawali dengan pemberian kuesioner terlebih dahulu, dan dilanjutkan dengan penyampaian materi terkait penyusunan laporan keuangan untuk UMKM berdasarkan SAK-EMKM yang disampaikan oleh tim PKM, yaitu Ibu Dhiona Ayu Nani, M.Sc. Melalui pelatihan ini, masyarakat diharapkan memahami pentingnya penyusunan laporan keuangan, serta manfaatnya untuk pengajuan pendanaan ke bank.



Gambar 1. Penyampaian Materi Penyusunan Laporan Keuangan untuk UMKM berdasarkan SAK-EMKM

Materi selanjutnya disampaikan oleh Larasati Ahluwalia, M.Sc. tentang pembentukan merek produk (*product branding*). Pada materi ini masyarakat pemilik UMKM diberikan pemahaman terkait persepsi konsumen terhadap bisnis yang kita jalankan, manfaat merek produk seperti meningkatkan loyalitas pelanggan; menonjolkan keunggulan produk, dan lainnya. Melalui merek produk ini, UMKM diharapkan mampu menciptakan visi dan misi dari bisnis yang dijalankan, mampu menguraikan kualitas dan manfaat utama dari bisnis ataupun produk, serta mengintegrasikan merek produk dengan semua aspek dalam bisnis (Tudor & Nigricea, 2012; Febrian & Ahluwalia, 2020). Seiring dengan pergeseran bentuk pemasaran, dari tradisional ke digital, UMKM mulai mengarah pada pemasaran melalui media sosial serta *web site*.



Gambar 2. Penyampaian Materi Merek Produk

KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan terkait penyusunan laporan keuangan UMKM berbasis SAK-EMKM dan pembentukan merek produk mendapatkan hasil peningkatan pemahaman bagi pemilik UMKM Desa Panggungrejo. Pelatihan yang dilakukan oleh tim PKM memberikan dampak sosial bagi pemilik UMKM. Melalui pemahaman penyusunan laporan keuangan UMKM berbasis SAK-EMKM, pemilik UMKM mampu menyusun keuangan usaha dengan lebih efektif dan efisien, sehingga mampu meningkatkan alokasi pendanaan pribadi. Lebih lanjut, karena laporan keuangan UMKM yang telah tersusun dengan baik sesuai kaidah yang ditetapkan, memberikan informasi terkait kesehatan keuangan UMKM, yang berimplikasi pada potensi pendanaan eksternal seperti kredit perbankan maupun angel investor. Selain laporan keuangan yang baik, UMKM membutuhkan pembangunan merek produk untuk bertahan di pasar saat ini. Konsumen saat ini mulai peduli terhadap solusi apa yang ditawarkan oleh merek, baik merek yang dikeluarkan oleh UMKM ataupun perusahaan besar. UMKM yang memiliki merek produk kuat, khususnya pada kualitas produk yang didukung dengan visi dan misi yang baik, akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Antusiasme peserta pelatihan tercermin dari hasil angket yang memberikan informasi bahwa adanya peningkatan pengetahuan terkait penyusunan laporan keuangan dan pengembangan merek produk. Selain itu, sesi tanya jawab juga berlangsung sangat aktif, karena peserta pelatihan memiliki keingintahuan yang tinggi terkait materi yang diberikan. Pihak Desa Panggungrejo juga memberikan dukungan yang luar biasa mulai dari data UMKM, serta fasilitas penunjang untuk dilakukannya pelatihan melalui aplikasi Zoom Meeting. Rencana selanjutnya adalah penjalinan komunikasi yang baik antar kedua belah pihak, sehingga jika ada kegiatan serupa, dapat bekerjasama kembali dengan baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Universitas Teknokrat Indonesia yang telah memfasilitasi kegiatan ini melalui hibah Pengabdian Kepada Masyarakat Desa Binaan. Selain itu, kami juga mengucapkan terima kasih kepada masyarakat Pekon Panggungrejo yang telah memberikan kesempatan bagi Tim PKM untuk melaksanakan kegiatan ini.

REFERENSI/DAFTAR PUSTAKA

- Febrian, A., & Ahluwalia, L. (2020). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek pada Kepuasan dan Keterlibatan Pelanggan yang Berimplikasi pada Niat Pembelian di E-Commerce. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 13(3), 254-273.
- Nani, D. A., & Safitri, V. A. D. (2021). Exploring the relationship between formal management control systems, organisational performance and innovation: The role of leadership characteristics. *Asian Journal of Business and Accounting*, 14(1), 207–224. <https://doi.org/10.22452/ajba.vol14no1.8>
- Safitri, V. A. D., & Nani, D. A. (2021). Does Corporate Governance and Eco-Efficiency Contribute to Firm Value? An Empirical Study in Indonesian State-Owned Enterprises (SOEs). *AKUNTABILITAS*, 15(1), 73–88.
- Tudor, E. D. U., & Negricea, I. C. (2012). Brand positioning-a marketing resource and an effective tool for small and medium enterprises. *Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology*, 2(1), 1-11.