

# Pelatihan Membangun Keunggulan Bersaing UMKM Melalui Pemasaran Online Di Kota Batam

Tukino<sup>a,\*</sup>, Erlin Elisa<sup>b</sup>, Alfannisa Annurrallah Fajrin<sup>c</sup>, Yvonne Wangdra<sup>d</sup>, Ronald Wangdra<sup>e</sup>, Suvianto Wangdra<sup>f</sup>

<sup>ab</sup>Program Studi Sistem Informasi, Universitas Putera Batam, Kota Batam

<sup>c</sup>Program Studi Teknik Informatika, Universitas Putera Batam, Kota Batam

<sup>d</sup>Program Studi Magister Manajemen, Universitas Putera Batam, Kota Batam

<sup>e</sup>Program Studi Akuntansi, Universitas Putera Batam, Kota Batam

\*tukino@puterabatam.ac.id, erlin.elisa@puterabatam.ac.id, alfannisa@puterabatam.ac.id,  
yvonne@puterabatam.ac.id, ronald@puterabatam.ac.id, suvianto@puterabatam.ac.id

## Abstract

*The implementation of community service activities will take the form of Empowerment of E-Commerce-Based Marketing located at Rindang Garden Block B2 No. 04, Buliang Village, Batu Aji District, Batam. Based on the field interview results, the Small and Medium-sized Enterprises (UMKM) Rafflesia face challenges in marketing their products. In general, UMKM businesses have limitations in mastering information technology facilities and marketing media that are not well-known to the public. Conventional business owners feel that accounting recording is a cumbersome task. The training method used is to provide training through an online website. The methods used in the development of UMKM Rafflesia include survey methods, lecture methods, discussion methods, and training methods. The sustainability of the results of this coaching activity is expected to enable UMKM Rafflesia to manage online marketing effectively.*

**Keywords:** Coaching; Empowerment; Marketing; Based on E-Commerce.

## Abstrak

The implementation of community service activities to be carried out will take the form of *Online Marketing Empowerment* located at Rindang Garden Block B2 No. 04, Buliang Village, Batu Aji Subdistrict, Batam. Based on the field interview results, the Rafflesia Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) face challenges in marketing their products. In general, these MSMEs have limitations in mastering information technology facilities and marketing media that are less familiar to the community. Conventional entrepreneurs also find accounting recording to be a cumbersome task. The training method to be used is providing training through an *online* website. The methods used in the development of Rafflesia MSMEs will include survey methods, lecture methods, discussion methods, and training methods. The sustainability of the results of this mentoring activity is expected to enable Rafflesia MSMEs to manage *online* marketing.

**Kata Kunci:** Pembinaan; Pemberdayaan; Pemasaran; Berbasis E-Commerce.

## 1. Pendahuluan

Kota Batam adalah kota terbesar di Kepulauan Riau dan merupakan kota dengan populasi terbesar ketiga di wilayah Sumatera Setelah Medan dan Palembang. Menurut (Dinas & Kependudukan, 2015) populasi Batam mencapai 1.153.860 orang. Batam adalah kota industri terbesar di antara beberapa kota di Indonesia. Dalam bisnis kota Batam tidak asing, baik industri maupun industri rumah tangga. Banyak usaha kecil dan menengah di Batam yang terlibat dan menyerap banyak tenaga kerja (Kementerian, 2014).

Berdasarkan hasil analisis pengabdian (Shoes & Windys, 2018) berjudul Pelatihan Keuangan dan Pembinaan Teknologi Informasi di Jondy Shoes dan Windys Shoes, dari hasilnya menyatakan bahwa pengetahuan

terbatas mitra manajemen keuangan dan penguasaan teknologi informasi, terutama teknologi pemasaran internet, telah diidentifikasi, kurangnya inovasi dalam manajemen bisnis. Serta kurangnya pemahaman para pelaku bisnis dalam penyusunan laporan keuangan.

Berdasarkan hasil analisis pengabdian (Khairunnisa, 2017) dengan judul pengabdian Inisiasi Pemasaran Daring di Kelompok Usaha Melur di Desa Sambirejo, Kecamatan Precut Sei Tuan yang menyatakan bahwa perlunya pendampingan pemasaran berbasis internet dilakukan dengan memberikan wawasan untuk memaksimalkan teknologi yang ada untuk memasarkan produk mereka. (Ade Octavia, Erida, 2016) dengan judul Pelatihan Kewirausahaan Dan Manajemen Bagi Ibu

Rumah Tangga, Remaja Putri Dan Kelompok Usaha Bersama Mutiara Kota Jambi melalui kegiatan pengabdian ini memotivasi mitra untuk menggalakkan produk lokal menjadi produk unggulan dari kota Jambi dalam rangka menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) tahun 2015. (Ernani Hadiyati, Gunadi, 2018) dengan judul pengabdian Pelatihan Tata Kelola Pemasaran Produk Berbasis *Mobile Marketing* UKM Industri Perak yang menyatakan bahwa adanya peningkatan kemampuan dalam tata kelola pemasaran produk dan pemasaran berbasis *mobile marketing*. Maka kinerja pengelola Usaha Kecil Menengah (UKM) menunjukkan peningkatan yang signifikan.

Usaha Kecil Menengah (UKM) Rafflesia adalah kelompok UKM yang bergerak dalam bidang usaha kerajinan dan keterampilan yaitu *recycle craft*. Pada prosesnya yang melakukan daur ulang dari kemasan tisu, bungkus kopi, deterjen dan semua yang berbahan plastik. Sehingga menghasilkan tas, dompet, tempat tisu dan lainnya. Serta dilakukan penjahitan dengan beberapa anggota tim yang berjumlah 7 orang dari kelompok ibu-ibu rumah tangga. Awalnya, bisnis ini dibentuk pada tahun 2014 melalui bantuan modal dari Dinas Koperasi dalam bentuk bantuan untuk usaha mikro, kecil dan menengah. Ketua UKM ini yang bernama bu Sri Hartati yang beralamat Rindang Garden Blok B2 No. 04 Kelurahan Buliang Batu Aji Batam. Proses pemasarannya dilakukan pada musim Seleksi Tilawatil Qur'an (STQ) Kota, STQ Kecamatan, Bazar UKM di Radisson, Bazar Bank Sampah. Adapun hasil kerajinan dari tempat tisu, tas dan dompet dijual dengan harga Rp 10.000 sampai Rp 200.000. *Omzet* yang dihasilkan menjelang akhir tahun 2019 mencapai Rp 6.651.000. Sehingga diharapkan dapat meningkat menjelang akhir tahun.

Dari pengamatan lapangan dan wawancara, UKM Rafflesia mengalami masalah pemasaran produksi. Secara umum, anggota UKM memiliki keterbatasan dalam menguasai penggunaan fasilitas teknologi informasi dengan media pemasaran yang tidak diketahui publik. Salah satu bentuk pemasaran sering hanya digunakan dalam bentuk anggota keluarga UKM dan oleh pameran kepada Dinas Koperasi dan UKM. Sementara memimpin kebutuhan untuk penggunaan dan penguasaan teknologi ini menjadi semakin mendesak, persaingan diberikan di pasar lokal, regional dan global, di mana setiap pelaku bisnis harus mulai memberikan informasi dengan cepat dan akurat kepada kliennya. Demikian pula dengan kurangnya tingkat pengetahuan anggota dalam memahami sistem informasi

atau komputer untuk memasuki persaingan pasar dunia, salah satunya melalui media pemasaran *online* yang jauh lebih dikenal dibanding pasar konvensional.

Strategi pemasaran *online* dapat membantu bisnis beroperasi selama 24 jam dan mengakses dunia tanpa batas waktu. Jika mereka tidak mengikuti perkembangan teknologi informasi akan tertinggal jauh dan kalah dalam persaingan. *E-commerce* merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk memasarkan produknya selain dapat memperluas akses pasar. Pemasaran *online* dapat menjual berbagai produk secara elektronik dari perusahaan atau UKM lainnya maupun kepada konsumen dengan menggunakan komputer sebagai perantara transaksi bisnis.

Berdasarkan hasil pengabdian (Titus, Eka, Rachman, & Hidayat, 2018) yang berjudul Peningkatan Layanan untuk Kualitas Pencetakan Produksi UKM di Karangpilang Surabaya dan Krian Sidoarjo dengan solusi layanan disediakan oleh mesin cetak dan mesin cetak *hot press*, bantuan pemasaran, pelatihan manajemen produksi dan pemasaran untuk mengembangkan media pangsa pasar yang lebih luas.

Masalah lain dalam pemasaran *online* adalah memfasilitasi operasi bisnis sebagai dasar untuk menganalisis perkembangan bisnis di kalangan masyarakat. Ini membuat UKM lebih mudah meyakinkan orang lain jika mereka ingin membangun kolaborasi dan kemitraan dan membuktikan kredibilitas UKM untuk melakukan kredit.

## 2. Solusi Yang Ditawarkan

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di BAB I, maka melalui program pengabdian masyarakat yang akan dilakukan dapat memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi salah satu Usaha Kecil Menengah Rafflesia. Adapun permasalahan yang telah di dapatkan berupa:

- a) Untuk memaksimalkan pemasaran *online*, hal utama yang harus dilakukan pengusaha UKM adalah memilih saluran pemasaran *online* yang tepat, lalu fokus memasarkan di saluran tersebut, dan terus mengoptimasinya.
- b) Seorang pengusaha kerajinan tangan sebaiknya memasarkan produknya melalui Instagram. Memang tidak ada salahnya memasarkan produk tersebut ke saluran lain, misalnya *Facebook* atau situs *marketplace*.
- c) Namun, sebagai permulaan, sebaiknya fokus memasarkan di satu saluran saja. Lalu, lakukan optimasi secara berkala

agar pemasaran di saluran tersebut menghasilkan peningkatan konversi. Setelah fokus di satu saluran, Anda bisa lanjut mengoptimasi saluran yang lain, sehingga penjualan produk Anda semakin meningkat.

- d) Membuka peluang *reseller/ dropshipper* juga tidak ada salahnya untuk Anda coba. Dengan semakin banyaknya orang yang mempromosikan produk Anda,

### 3. Metode Pengabdian

#### A. Waktu Dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan melakukan pembinaan akan dilaksanakan selama 3 Bulan (Dari Bulan Nopember 2020-Februari 2022), dimana kegiatan kunjungan untuk memberikan latihan pembinaan diberikan sebanyak 5 kali. Pada pukul 13.00 WIB sampai dengan 15.30 WIB yang bertempat di Batu Aji Permai Rindang Garden Blok B2 No. 04 Kelurahan Buliang Batu Aji Batam. Kegiatan ini memiliki peran sebagai narasumber dari pendamping 3 orang Dosen dan 5 orang Mahasiswa pada setiap pertemuan yang dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut:

**Tabel 1** Kegiatan Pembinaan

Jadwal	Kegiatan	Narasumber
Januari 2022 Minggu Ke-3	Sosialisasi tentang gambaran umum tentang pemasaran <i>online</i> .	Ketua (Tukino, S.Kom., M.SI)
Januari 2022 Minggu Ke-4	Penjelasan materi pemasaran <i>online</i> dan pembinaan UKM untuk mempunyai surel ( <i>e-mail</i> ) sebagai saran komunikasi data dengan konsumen.	Anggota (1) (Erlin Elisa, S.Kom, M.Kom)
Februari 2022 Minggu Ke-1	Latihan promosi dan pemasaran <i>online</i>	Anggota (2) (Alfannisa Annurrallah Fajrin, S.Kom, M.Kom)
Februari 2022 Minggu Ke-2	Latihan promosi dan pemasaran <i>online</i> .	Anggota (1, 2, 3, 4 & 5) Ecce Yolanda Octavia, Isabela Rifka Wahyuni, Larisma Nursinta Nainggolan, Calvin, dan Melissa Mathilda Laurenzia Polii

Jadwal	Kegiatan	Narasumber
Februari 2022 Minggu Ke-3	Latihan promosi dan pemasaran <i>online</i>	Anggota (1, 2, 3, 4 & 5) Ecce Yolanda Octavia, Isabela Rifka Wahyuni, Larisma Nursinta Nainggolan, Calvin, dan Melissa Mathilda Laurenzia Polii

**Sumber:** Penulis (2022)

Pelaksanaan kegiatan pembinaan bertempat di Batu Aji Permai Rindang Garden Blok B2 No. 04 Kelurahan Buliang Batu Aji Batam. Kegiatan ini akan memberikan solusi untuk masalah UKM. Menawarkan panduan pemasaran berdasarkan situasi kehidupan nyata dalam bisnis UKM dan menggunakan pendekatan yang tepat akan dengan mudah dan cepat memperhitungkan UKM dan menjawab komunikasi pemasaran *online* dengan pembauran sistem *e-commerce*. Sehingga UKM dapat lebih mengembangkan dan meningkatkan perekonomian Indonesia dan memahami komunikasi pemasaran *email* dan menggunakan pemasaran produk berbasis *web*.

#### B. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa pembinaan dapat memberikan manfaat dengan menerapkan beberapa metode pelaksanaan kegiatan.

Peserta diberikan seperangkat ATK (Alat Tulis Kantor) untuk memaksimalkan pelatihan. Selain itu, dalam melaksanakan kegiatan ini, UKM akan menerima modul yang berisi materi yang terkait dengan konsep dan teknik dasar pemasaran *online* atau media *e-commerce* yang disiapkan oleh tim pengabdian. Setelah diskusi, Latihan dan bimbingan diciptakan oleh pemasaran berbasis *web*, mengingat pentingnya menggunakan teknologi informasi melalui *e-commerce*, tidak ketinggalan jauh dalam persaingan ditingkat global.

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode ceramah, tutorial, dan diskusi serta latihan. Adapun sistematika pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

- a. Langkah 1 (Metode Ceramah):  
 Peserta termotivasi oleh kesediaan untuk menggunakan e-mail atau *skype* dan dilengkapi pembuatan situs *web online*.
- b. Langkah 2 (Metode Tutorial):  
 Peserta pelatihan menerima materi pelatihan untuk membuat *web* untuk memasarkan produk digital. Langkah kedua diadakan selama 2 jam.
- c. Langkah 3 (Metode diskusi):

Para peserta dalam pelatihan memiliki kesempatan untuk membahas isu-isu terkait teknologi informasi yang dihadapi sejauh ini. Langkah ketiga diadakan selama 1 jam.

d. Langkah 4 (Metode Latihan)

Kegiatan pembinaan ini dilakukan untuk mempromosikan dan memasarkan barang yang diproduksi secara *online* melalui sistem *e-commerce*.

C. Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pembinaan pada UKM Rafflesia akan dilakukan evaluasi rutin bersama tim pengabdian, agar diketahui seberapa jauh keberhasilan dari kegiatan pembinaan ini. Evaluasi dalam pembinaan pemasaran *online* pada UKM dalam meningkatkan pemahaman dalam pemasaran produk *online* dapat dilihat pada tabel 2 sebagai berikut:

**Tabel 2** Evaluasi Dalam Pembinaan

Tujuan	Indikator Ketercapaian	Tolak Ukur
Memberikan pelatihan melalui media komunikasi dengan konsumen melalui <i>email</i> , <i>skype</i> dan pemasaran produk berbasis <i>web</i> .	UKM tahu pentingnya pemasaran <i>online</i> sehingga barang atau produk yang diproduksi oleh UKM dapat lebih mudah diketahui publik di seluruh dunia dan meningkatkan persaingan dalam globalisasi informasi.	UKM dapat menjadikan <i>email</i> atau <i>skype</i> sebagai sarana berkomunikasi dengan pelanggan dan menggunakan media pemasaran melalui <i>blog</i> dan <i>web</i> sehingga produk lebih dikenal masyarakat.

Sumber: Penulis (2022)

Pada tahap ini, kegiatan observasi dan evaluasi dilakukan. Observasi dilakukan tentang pemasaran *online* atau *e-commerce* yang disiapkan oleh UKM. Instrumen yang digunakan adalah pelatihan pemasaran *online* dalam bentuk *e-mail*, *blog* dan *web*.

D. Keberlanjutan Kegiatan

Keberlanjutan dari hasil kegiatan pembinaan pada UKM Rafflesia setelah dilakukan kegiatan pembinaan ini oleh tim pengabdian masyarakat hendaknya memiliki nilai positif diberbagai pihak terutama pihak usaha kecil menengah dalam pemasaran pada UKM Rafflesia. Penguasaan teknologi informasi dengan mudah dan cepat akan memberikan manfaat bagi UKM Rafflesia dalam hal pengelolaan pemasaran berbasis *web*. Penyajian pelatihan pemasaran yang mendasarkan pada keadaan yang sebenarnya di dalam bisnis UKM dan penggunaan

pendekatan yang tepat akan menjadikan pelaku UKM memahami teknologi informasi secara mudah dan cepat. Pemahaman terhadap pengelolaan pasar dengan *e-commerce* diharapkan akan membantu pelaku UKM untuk mengelola sumber dana dan penggunaan serta memudahkan untuk masuk akses pasar di era global secara cermat dan efisien sehingga UKM dapat berkembang lebih baik dan dapat meningkatkan kinerja pemasaran.

Keberlanjutan hasil kegiatan pembinaan di UKM Rafflesia dengan kegiatan pembinaan yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat harus memiliki nilai positif di beberapa pihak, terutama usaha kecil dan menengah dalam pemasaran UKM Rafflesia. Penguasaan teknologi informasi yang mudah dan cepat akan menguntungkan UKM Rafflesia dalam hal manajemen pemasaran berbasis *web*. Penyajian pembinaan manajemen pasar *e-commerce* diharapkan dapat membantu UKM mengelola sumber daya membuatnya lebih mudah untuk memasuki akses pasar global dan secara akurat dan efektif sehingga UKM dapat lebih mengembangkan dan meningkatkan kinerja pemasaran.

**4. Hasil dan Pembahasan**

A. Hasil Pengabdian

Pengabdian masyarakat yang berupa pembinaan telah direalisasikan sebanyak 5 kali pertemuan yang dilaksanakan setiap pukul 14.00 sampai dengan 17.00 WIB. Pembinaan dilakukan oleh 8 orang dari ibu-ibu kelompok UKM Rafflesia. Teknis pelaksanaan pembinaan dilakukan dengan metode ceramah, diskusi dan latihan penyusunan laporan Keuangan dan pemasaran *online*. Berdasarkan metode tersebut maka Tim pengabdian secara langsung memandu dan membina UKM dalam penyusunan laporan keuangan sesuai dengan SAK-ETAP dan pemasaran berbasis *online* atau *e-commerce*. Adapun penjelasan pada setiap pertemuan sebagai berikut:

a) Pertemuan Pertama dan Kedua

Pelaksanaan pengabdian masyarakat pertemuan pertama dilaksanakan pada Kamis, 30 Januari dan 06 Februari 2022 Jam 13.30 s.d 16.30, dimana kegiatan pertemuan saat itu diawali dengan pembukaan oleh Ketua, dilanjutkan penyampaian materi topik materi Pengantar Akuntansi UKM disertai penyusunan laporan keuangan. Materi ini membahas pentingnya akuntansi UKM disertai membahas soal terkait transaksi UKM serta membahas soal dan jawaban pelaporan keuangan sehari-hari untuk para pelaku UKM. Kegiatan ini disampaikan oleh Ketua.

Materi kedua ini juga disampaikan oleh 2 Anggota Dosen dengan topik siklus akuntansi

yang dimulai dari transaksi yang di input pada jurnal umum, buku besar dan neraca saldo. Sedangkan materi ketiga yang disampaikan oleh 4 Anggota Mahasiswa terkait transaksi-transaksi keuangan yang berupa laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas dan laporan posisi keuangan.

b) Pertemuan Ketiga, Keempat dan Kelima

Pelaksanaan pengabdian masyarakat pertemuan kedua dilaksanakan pada Senin, 09, 16 dan 23 Februari 2022. Kegiatan pertemuan ini dengan membina para pelaku UKM untuk mengimplementasikan *e-commerce* menuntut pergeseran paradigma fundamental yang disampaikan oleh Ketua pada pukul 14.00 serta dilanjutkan oleh 2 Anggota Dosen terkait penjelasan materi pada *marketplace* yang menekankan interaksi secara fisik antara penjual dan pembeli menjadi *marketspace* yang mengandalkan transaksi elektronik. Dalam tradisional *marketplace*, lalu lintas informasi, produk atau jasa dan pembayaran bersifat fisik. Sebaliknya, dalam dunia *virtual marketplace*, aliran informasi produk, proses komunikasi antara produsen dan konsumen, distribusi barang atau jasa dan transaksi berlangsung dalam dunia maya atau *virtual*. Kemudian setelah itu selesai pada pukul 15.00 sampai dengan 16.00 WIB dilanjutkan pembahasan materi dan contoh bentuk media *e-commerce* untuk pemberdayaan pemasaran *online* yang dipaparkan oleh Anggota 1 diantaranya melakukan pemasaran di *website* usaha kecil dan menengah, pemasaran produk di *facebook* dan *instagram* serta membahas bentuk pemasaran tradisional yang masih sampai sekarang terjadi di UKM yaitu penjualan *catering* berdasarkan pesanan keluarga, tetangga serta kerabat. Penjualan tas dan tempat tisu pada saat diadakannya pameran terbuka dan Seleksi Tilawatil Qur'an (STQ). Tepat pada jam 16.00. Tim pengabdian memberikan sesi latihan terkait transaksi bisnis UKM secara mandiri yang didampingi oleh Anggota 1 dan Anggota 2. Tujuannya agar mendapatkan *feedback* dari yang sudah disampaikan. Serta memberikan latihan untuk pemasaran *online* melalui media *facebook*, *instagram* dan pemasaran *website*.

Selanjutnya sisa pembinaan peserta diberikan kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan yang berkaitan dengan usaha yang sudah mereka jalani yang didampingi oleh Ketua, 2 Anggota Dosen dan 4 Anggota Mahasiswa.

B. Pembahasan

Kegiatan yang sudah dilaksanakan sebanyak 5 kali pertemuan dapat dijelaskan bahwa kegiatan dapat dijalankan sesuai dengan rencana. Dosen dan satu orang mahasiswanya yang memberikan bantuan

kepada UKM dalam penyusunan laporan keuangan dan pemberdayaan pemasaran *online*. Materi pertama yang diberikan adalah pengenalan atau pendahuluan mengenai akuntansi. Pemateri memberikan penjelasan pentingnya akuntansi bagi UKM serta membahas materi dan soal-soal dari jurnal umum sampai dengan laporan keuangan. Sebagian besar *audiens* belum mengerti fungsi akuntansi, bahkan sebagian besar peserta pembinaan menganggap bahwa akuntansi adalah bidang yang rumit, susah, merepotkan, menghabiskan waktu.

Materi pertama dan kedua diisi dengan penguatan pentingnya akuntansi bagi usaha kecil (UKM) dan data-data transaksi yang harus dimasukan didalam jurnal umum. Pada sesi ini terjadi diskusi yang menarik antara *audience* dengan pemateri mengenai konsep dasar terkait usaha yang UKM tekuni. Dilanjutkan materi kedua mengenai transaksi-transaksi akuntansi UKM yaitu transaksi pembelian dan transaksi penjualan dan transaksi pembelian yang terjadi pada kegiatan usaha. Selanjutnya diidentifikasi aktivitas-aktivitas ekonomi terkait pencatatan akuntansi. Aktivitas yang diidentifikasi tersebut diawali dari aktivitas memulai usaha (investasi awal), transaksi pembelian bahan baku, pembelanjaan atau pengeluaran, pemasukan atau penerimaan. Setelah mencatat transaksi akuntansi, materi berikutnya menyusun laporan keuangan. Sebagai latihan, peserta pembinaan diminta untuk menjawab soal latihan yang telah disediakan oleh Tim Pengabdian dengan menjawabnya menggunakan bantuan *form* jurnal umum, posting buku besar sampai *form* yang menghasilkan laporan keuangan. Sesi terakhir peserta diberikan diskusi terkait pencatatan keuangan di usaha UKM.

Pembinaan hari ketiga, keempat dan kelima dilaksanakan hari Senin, 09, 16 dan 23 Februari 2022, peserta diberikan gambaran tentang materi dan praktik laporan keuangan yang terdiri dari laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas serta transaksi pembelian dan transaksi penjualan. Pada sesi awal peserta bertanya dan berdiskusi tentang transaksi dan pencatatan yang telah mereka buat. Beberapa dari peserta masih kebingungan mencatat transaksi akuntansi. Sambil beristirahat dan menyantapi *snack* yang ada, diskusi dilanjutkan membahas penyusunan laporan keuangan dalam prakteknya. Kemudian dilanjutkan pada sesi pembahasan materi pelatihan pembukuan pemasaran *online*. Sebelumnya, tim mengevaluasi hasil kerja peserta dengan tugas pembukuan yang telah diberikan. Setelahnya, tim memulai pelatihan pemasaran *online* dengan terlebih dahulu menyampaikan keutamaan strategi pemasaran bagi UKM dan

untuk memaksimalkan sosial media dalam pemasaran produk. Materi tersebut disampaikan oleh anggota tim 1. Kemudian setelah menyampaikan keutamaannya maka peserta dilatih dan didampingi untuk membuat laman sosial media untuk aktivitas bisnisnya dan melakukan langkah-langkah strategis pada laman sosial media tersebut dalam upaya memaksimalkan penjualan produk peserta pembinaan. Pembinaan tersebut dilakukan oleh anggota tim lainnya yaitu anggota 2. Pelatihan pemasaran dilakukan dengan pengelolaan *facebook*, *instagram* dan laman *website* sebagai sarana dalam melakukan proses promosi.

Indikator tercapainya tujuan pengabdian ini adalah telah dibuatnya catatan transaksi usaha yang di catat dengan rapi dan benar ke dalam buku besar kas masuk dan keluar, buku pembelian dan penjualan serta laporan keuangan. Sementara itu, indikator tercapainya pembinaan pemasaran *online* adalah dengan tercapainya pembinaan pemasaran *online* yaitu telah tersedianya laman media sosial UKM yang dijalankan peserta dan pahamiya peserta mengenai yang harus dilakukan dengan laman tersebut untuk memaksimalkan penjualan. Hasil dari pelaksanaan kegiatan ini, akan menjadi masukan untuk keberlanjutan pengabdian di tahun yang akan datang.

Pelaksanaan pengabdian yang dilaksanakan ditemukan kendala yang signifikan, namun dapat diatasi setelah kegiatan dilaksanakan sampai selesai, kendala yang terjadi adalah:

- a) Sebagian besar peserta menyusun laporan keuangan belum sesuai standar akuntansi keuangan entitas tanpa akuntabilitas publik.
- b) Belum ada pemisahan laporan keuangan yang telah biasa disusun oleh UKM melalui keuntungan usaha dan kas pribadi.
- c) Media promosi penjualan masih digunakan pasar tradisional atau *marketplace* serta layanan produk dan jasa pembayaran bersifat fisik.

Permasalahan yang dihadapi Tim Pengabdian diatas dapat dievaluasi dengan cara sebagai berikut:

- a) Pelaksanaan ini dapat dijelaskan secara *continue*, sampai dengan usaha kecil menengah mengerti dengan penjelasan setiap pertemuan yang dilaksanakan sampai dengan UKM Rafflesia dapat secara mandiri menyusun laporan keuangan usaha mereka dengan akuntansi keuangan entitas tanpa akuntabilitas publik.
- b) Perbedaan antara keuntungan usaha dan kas pribadi dapat dipraktekan di transaksi

yang terjadi di sehari-hari, sehingga terlihat perbedaan catatan keuangan usaha dengan catatan keuangan pribadi.

- c) Media promosi penjualan masih menggunakan pasar tradisional, sehingga dengan adanya pemberdayaan pemasaran *e-commerce* diharapkan dapat memperluas pasar hingga taraf global, mengurangi biaya pembuatan, pendistribusian, meningkatkan *brand* usaha, mempercepat dan efisiensi proses bisnis. Begitu halnya keuntungan yang diberikan bagi masyarakat ataupun pelanggan dapat memberikan layanan tanpa ada batasan waktu 1x24 jam, mampu memberikan pilihan serta kecepatan dalam pengiriman, dapat melakukan *review* komentar terkait produk dan dapat memberikan informasi lebih cepat.
- d) Tim pengabdian selalu melakukan koordinasi dan berkomunikasi serta mengevaluasi setiap selesai kegiatan pengabdian masyarakat. Pelaksanaan evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui kendala yang dihadapi saat pengabdian dilaksanakan. Hasil evaluasi akan ditindaklanjuti sesuai dengan kendala yang sedang dihadapi.

## 5. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan penjelasan hasil dan pembahasan, maka didapatkan simpulan sebagai berikut:

- a) Usaha Kecil Menengah (UKM) Rafflesia yang sudah dibina dapat melakukan penyusunan laporan keuangan secara mandiri, sehingga UKM Rafflesia mampu menyusun laporan keuangan berstandar SAK-ETAP.
- b) Kegiatan pembinaan akuntansi UKM bagi usaha mikro, kecil, menengah dalam pemisahan keuntungan sistem keuangan usaha dan kas pribadi, perlu adanya latihan-latihan keberlanjutan dalam keuangan usaha dan kas pribadi sehari-hari dalam usaha kegiatan pelaku UKM Rafflesia.
- c) Pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) Rafflesia yang telah dibina dalam pembinaan pemasaran *e-commerce*, perlu adanya latihan-latihan secara mandiri dalam prakteknya sehari-hari yang dilakukan ibu-ibu UKM Rafflesia dalam hal melakukan media promosi produk untuk meningkatkan penjualan. Sehingga dapat membiasakan dalam kebutuhan usahanya sehari-hari.

## Saran

Berdasarkan kesimpulan kegiatan di atas, maka disarankan kepada semua pihak agar terutama bagi:

- a) Bagi Pelaku Usaha Kecil Menengah diharapkan dapat menerapkan penyusunan laporan keuangan sesuai dengan standar akuntansi yang diterapkan saat ini serta dapat menginputnya dan memiliki fungsi dan manfaat buat internal dan eksternal atau semua pihak-pihak yang berkepentingan.
- b) Tim Pengabdian yang akan melaksanakan pengabdian berikutnya, maka disarankan dapat dilaksanakan kembali dengan peserta (audience) yang lebih banyak atau luas, dengan topik pajak penghasilan UKM Rafflesia yang harus dibayarkan, mengingat UKM Rafflesia akan dikenakan pajak sebesar 0,5 sampai dengan 2% dari total omzetnya melalui penginputan data keuangan. Serta membina pelatihan dasar-dasar manajemen dan kewirausahaan bagi para pelaku usaha kecil menengah untuk meningkatkan kinerja usaha.

#### Ucapan Terima Kasih

Pengabdian mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan dorongan dalam melakukan penelitian ini. Penghargaan dan ucapan terima kasih kepada LPPM Universitas Putera Batam yang telah mendanai pengabdian ini Sehingga memudahkan pengabdian untuk mengumpulkan data sesuai dengan data yang pengabdian butuhkan.

#### Daftar Pustaka

- Bagi Ibu Rumah Tangga, Remaja Putri Dan Kelompok Usaha Bersama Mutiara Kota Jambi. *Jurnal ABDIMAS Unmer Malang*, 31(6), 43–53. <https://doi.org/ISSN: 2548-7159>
- Dinas, & Kependudukan. (2015). *Catatan Sipil Kota Batam, Jumlah Penduduk Batam*. Kota Batam.
- Ernani Hadiyati, Gunadi, I. A. (2018). Pelatihan Tata Kelola Pemasaran Produk Berbasis Mobile Marketing UKM Industri Perak. *Jurnal ABDIMAS Unmer Malang*, 3(2), 33–43. <https://doi.org/ISSN: 2548-7159>
- Efriyenti, D., & Tukino, T. (2020). Pembinaan Pengelolaan Keuangan Dengan Aplikasi ABSS Accounting Pada UKM Snack dan Cookies di Kota Batam. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT (AbdiMas)*, 2(2), 73-85.
- Fajrin, A. A., & Tukino, T. (2021). Pembinaan Pemberdayaan Pemasaran Berbasis Online Untuk UMKM Di Kota Batam. *PUAN*

INDONESIA, 3(1), 83–92.  
<https://doi.org/10.37296/jpi.v3i1.57>

Harahap, Baru dan Tukino. (2020). *Akuntansi Biaya*. Batam: Batam Publisher.

Harahap, B., (2020), *Akuntansi Biaya*, Edisi 1, Kepulauan Riau : Batam Publisher

Khairunnisa, I. dan T. (2017). Inisiasi Pemasaran Daring Di Kelompok Usaha Melur Di Desa Sambirejo, Kecamatan Precut Sei Tuan. *Jurnal ABDIMAS Unmer Malang*, 23(1), 1–12.  
<https://doi.org/ISSN:2548-7159>

Tukino, T., Effendi, S., Annurrullah Fajrin, A., & Harry Mardika, N. (2022). Pembinaan Pembuatan Laporan Keuangan Dan Pemasaran Online Pada UKM Rafflesia Kota Batam. *Jurnal Pengabdian Bareleng*, 4(2).  
<https://doi.org/10.33884/jpb.v4i2.5534>

., T., & Harahap, B. (2021). Pembinaan Siklus Akuntansi Perusahaan Dagang Dan Jasa Dengan MYOB Accounting V17 Pada SMK Batam Business School. *Jurnal Pengabdian Bareleng*, 3(02), 63–69.  
<https://doi.org/10.33884/jpb.v3i02.3649>

Tukino, T., Effendi, S., Annurrullah Fajrin, A., & Harry Mardika, N. (2022). Pembinaan Pembuatan Laporan Keuangan Dan Pemasaran Online Pada UKM Rafflesia Kota Batam. *Jurnal Pengabdian Bareleng*, 4(2). <https://doi.org/10.33884/jpb.v4i2.5534>

Tukino, T., Harahap, B., & Maulana, A. (2021). Pembinaan Akuntansi Berbasis SAK ETAP Untuk Perusahaan Manufaktur Menggunakan MYOB Accounting V17 Di SMK Batam Business School. *PUAN INDONESIA*, 3(1), 7–18.  
<https://doi.org/10.37296/jpi.v3i1.54>