

Bimbingan Mengelola Keuangan dan Strategi Pemasaran UMKM di Kota Ternate

Guidance on Financial Management and Marketing Strategies for MSMEs in Ternate City

Rizki Wahyu Utami Ohorella, Sheila Kusumaningrum, Mahardika Catur Putriwana
Malik, Suwito

Universitas Khairun, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Akuntansi, Ternate

Alamat : Gambesi, Ternate Selatan, Ternate City, North Maluku

Email korespondensi : kiky@unkhair.ac.id

Article History:

Received : May 11, 2024

Accepted : June 15, 2024

Published : Juni 30, 2024

Keywords: MSMEs, Marketing Strategy, Managing Finance

Abstract: Lack of capital and knowledge of technological development to raise capital, the purpose of this service activity is to provide guidance to MSME actors in Ternate city, the method used is FDG, and at the same time direct guidance to fostered MSME actors. The activity participants who attended were 30 people at the implementation of the service. good financial management and effective marketing strategies, MSEs in Ternate City can improve their business performance and contribute more to the national economy. Therefore, continuous training and mentorship are needed to support the growth and sustainability of the MSMEs in Ternate City.

Abstrak: Kekurangan modal dan pengetahuan pengembangan teknologi untuk memasarkan modal, tujuan kegiatan pengabdian ini untuk memberikan bimbingan kepada pelaku UMKM di kota Ternate, metode yang digunakan FDG, dan sekaligus bimbingan langsung kepada pelaku UMKM binaan. Peserta kegiatan yang hadir sebanyak 30 orang pada pelaksanaan pengabdian. pengelolaan keuangan yang baik dan strategi pemasaran yang efektif, UMK di Kota Ternate dapat meningkatkan kinerja bisnis mereka dan berkontribusi lebih besar pada perekonomian nasional. Oleh karena itu, pelatihan dan bimbingan yang berkelanjutan sangat diperlukan untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan

Kata Kunci: UMKM, Strategi Pemasaran, Mengelola Keuangan

PENDAHULUAN

Pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran merupakan elemen penting yang dapat membantu UMKM bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang ketat..(Ahmad et al., 2023). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. UMKM berkontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan, dan pertumbuhan ekonomi. Namun, tantangan yang dihadapi oleh UMKM sangat kompleks, terutama dalam hal pengelolaan keuangan dan pemasaran. Oleh karena itu, bimbingan dalam dua aspek tersebut menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM(Komala Ardiyani, Syafnita, 2021.).

Persaingan bisnis sangat lazim dilakukan oleh para pelaku bisnis. sehingga Menyusun strategi bisnis adalah hal yang sangat perlu dilakukan. Strategi bisnis adalah sebuah atau beberapa upaya yang dilakukan oleh pelaku bisnis dalam mengambil kebijakan dan pedoman yang berkomitmen serta dirancang untuk membangun keunggulan dalam persaingan bisnis

untuk memenuhi serta mencapai tujuan bisnis. Beberapa strategi yang dapat dilakukan adalah strategi di bidang pemasaran, strategi di bidang keuangan, strategi di bidang produksi, dan strategi di bidang sumber daya manusia (Dellaneira et al., 2022)

Kota Ternate merupakan dengan kontribusi sektor jasa yang sangat baik ; berupa sektor informal yang sangat berkembang sangat pesat salah satunya umkm, perkembangan ekonomi kreatif kota Ternate sebanyak 113 dengan pengguna platform digital sebanyak 28 penggunaan web dan media sosial masih sedikit terdapat situs sebanyak 10 serta media sosial 18, perkembangan ini juga terjadi pada industri kecil yang menggunakan platform digital terdapat jumlah industri kecil sebanyak 1.849 terdapat penggunaan platform digital pada industri kecil sebanyak 173, situs web yang mereka gunakan sebanyak, 20 dan media sosial sebanyak 148 dan 3-komersial sebanyak 5 pengguna.

Unit Usaha mikro, kecil dan Menengah di Kota Ternate terus berkembang. Data yang dimiliki Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Maluku Utara menyebutkan, jumlah UMKM di Kota Ternate sebanyak 14.692 salam tahun 2024, unit usaha, sedangkan yang memanfaatkan platform digital dalam pemasarannya adalah sebanyak 173 unit usaha, di antaranya terdapat 20 unit usaha yang telah memiliki website, sedangkan pengguna media sosial sebanyak 148 unit usaha, serta e-commers sebanyak 5 unit usaha

Pengelolaan keuangan yang baik adalah fondasi bagi keberhasilan setiap bisnis. Bagi UMKM, pengelolaan keuangan yang efektif melibatkan beberapa aspek penting seperti pencatatan keuangan, pengelolaan arus kas, pengendalian biaya, dan perencanaan keuangan. Tanpa pengelolaan keuangan yang baik, UMKM rentan terhadap kebangkrutan dan kesulitan mendapatkan pendanaan. (Rivaldo et al., 2023). strategi pemasaran yang efektif sangat penting untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pasar. UMKM sering kali menghadapi keterbatasan dalam hal sumber daya dan akses ke pasar, sehingga mereka memerlukan strategi pemasaran yang kreatif dan efisien

Dengan pengelolaan keuangan yang baik dan strategi pemasaran yang efektif, UMKM dapat meningkatkan kinerja bisnis mereka dan berkontribusi lebih besar pada perekonomian nasional. Oleh karena itu, pelatihan dan bimbingan yang berkelanjutan sangat diperlukan untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM yang ada di kota Ternate,

METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di kota Ternate Selatan, dengan melakukan koordinasi pada UMKM yang berada kota Ternate untuk keterwakilan, UMKM yang dipilih terdapat

umkm yang tidak mengalami perkembangan dari sisi pengelolaan manajemen keuangan serta strategi pemasaran. Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode; FDG : Ceramah, Praktek dan Pendampingan Peserta,(Fahri et al., 2023): dengan materi kegiatan pengabdian terdiri dari:

1. Membuat perencanaan keuangan UMKM
2. Memberikan pencatatan akuntansi pada UMK
3. Perencanaan pemasaran UMKM pada perkembangan UMKM

HASIL

Pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada hari kamis tanggal 06 bulan juni, bertempat di kelurahan Gambesi atau kampus Unkhair, peserta kegiatan yang hadir pada kegiatan ini sebanyak 30 orang pelaku UMKM, selain itu juga mahasiswa yang mengembangkan usaha dan masih mencari mencari ide untuk membuat usaha, mahasiswa pada fakultas ekonomi terlibat pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Gambar.1. Kordinasi dengan Pelaku UMKM



Sumber: Dokumentasi,2024

DISKUSI

Pada penyampaian kegiatan materi, peserta yang hadir mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat sampai selesai kegiatan, narasumber menyampaikan materi disimak peserta

kegiatan pengabdian sampai selesai, dengan menyampaikan materi terkait, pensunan laporan keuangan umkm serta strategi pemesaran umkm.

Berbagai tanggapan dan pertanyaan yang disampaikan oleh peserta kepada narasumber terkait persoalan yang dihadapi untuk mengembangkan usaha di era yang penuh dengan kemajuan teknologi, terkait dengan keterbatasan anggaran, kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital, dan persaingan yang ketat.



Gambar.2. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

Sumber: Dokumentasi, 2024.

Mengelola keuangan dan strategi pemasaran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) adalah aspek penting untuk memastikan kelangsungan dan pertumbuhan bisnis. Mengelola Keuangan UMKM yang harus dilakukan para pelaku usaha terdiri ; Pencatatan Keuangan yang Rapi, Pentingnya Pencatatan: Memastikan semua transaksi keuangan dicatat dengan baik untuk memudahkan pemantauan arus kas dan kondisi keuangan.. Alat dan Software: Menggunakan alat bantu seperti software akuntansi (contoh: QuickBooks, Xero) untuk memudahkan pencatatan dan analisis (Patmawati & Muharsih, 2023).

Hal ini juga tidak terlepas dari Mengelola Keuangan UMKM, sehingga di perlukan sebuah Pengelolaan Arus Kas untuk melihat pengeluaran dan pendapatan, Memantau Arus Kas: Memastikan arus kas positif dengan mengelola pendapatan dan pengeluaran secara efisien. Pengelolaan Hutang dan Piutang: Mengelola pembayaran hutang tepat waktu dan memastikan piutang dari pelanggan dikumpulkan dengan baik (Ayu Prabashinta Candradewi et

al., 2023). Perencanaan dan Penganggaran; Anggaran Operasional: Membuat anggaran untuk berbagai aspek operasional bisnis agar pengeluaran terkendali. Investasi dan Tabungan: Menyisihkan sebagian pendapatan untuk investasi dan tabungan darurat. Pembiayaan dan Modal Terdapat dari Sumber Modal: Memanfaatkan sumber modal seperti pinjaman bank, investor, atau modal sendiri. Manajemen Pinjaman: Mengelola pinjaman dengan bijak, memahami bunga dan jadwal pembayaran untuk menghindari masalah keuangan.

Strategi Pemasaran UMKM, yang perlu dilakukan untuk mengembangkan usaha, yang harus dilkukan untuk dikembangkan segmentasi pasar, penawaran nilai, pemasaran digital, promosi dan diskon untuk menarik masyarakat, kerjasama dengan jejaring untuk memberikan informasi kepada masyarakat terkait produk yang dibuat. (Amri & Safitri, 2023)

KESIMPULAN

Bimbingan dalam pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran merupakan elemen penting yang dapat membantu UMKM bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang ketat yang berada di kota Ternate. Dengan pengelolaan keuangan yang baik dan strategi pemasaran yang efektif, UMK di Kota Ternate dapat meningkatkan kinerja bisnis mereka dan berkontribusi lebih besar pada perekonomian nasional. Oleh karena itu, pelatihan dan bimbingan yang berkelanjutan sangat diperlukan untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM yang berada di kota Ternate.

DAFTAR REFERENSI.

- Ahmad, E. Y., Nasution, Y. S. J., & Nurwani, N. (2023). Pengelolaan Keuangan Dan Strategi Pemasaran Dalam Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Pada Azhar Abdullah Tenun Songket Di Kabupaten Batu Bara). *Journal on Education*, 5(4), 13369–13379. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.2344>
- Amri, S., & Safitri, D. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Media Sosial Pada Pelaku Home Industry Tempe. *GERVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 38–46. <https://doi.org/10.31571/gervasi.v7i1.4325>
- Ayu Prabashinta Candradewi, I., Andriyani, I., Octavia, S., & Cita Ihtisan T.P, T. (2023). Pengembangan Sistem Arus Kas Untuk Meningkatkan Efisiensi Pengelolaan Keuangan di Tempat Wisata Mekarsari. *Kemas Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 36–45. <https://doi.org/10.31851/kemas.v1i1.11496>

- Dellaneira, K., Afandi, M. I., & Junjuran, M. I. (2022). Peningkatan Kemampuan UMKM Goolagaram Kabupaten Sidoarjo di Tengah Pandemi COVID-19 melalui Strategi Pemasaran`. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 389–397. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v2i3.2001>
- Fahri, J., Hartaty Hadady, & Musdar Muhammad. (2023). Penyeluhan Literasi Keuangan Rumah Tangga Istri Nelayan Kelurahan Guraping Kecamatan Oba Utara Kota Tidore Kepulauan. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 3(4).
- Komala Ardiyani, Syafnita, L. A. (2021). Peningkatan Kinerja UMKM Ditinjau Dari Model Pengolahan Keuangan, Sumber Daya Manusia, Strategi Pemasaran, Dukungan Pemerintah Dan Umur Usaha. *JEBI*, 24(September), 103–111.
- Patmawati, N., & Muharsih, L. (2023). Pelatihan Pembukuan Keuangan Digital Menggunakan Aplikasi Buku Kas Bagi Pelaku Umkm. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(2), 7811–7818.
- Rivaldo, Samsiah, S., & Marlina, E. (2023). Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Pada Umkm Rumah Makan Dan Restoran Di Kota Pekanbaru. *Sneba*, 3, 79–88. [file:///C:/Users/User/Downloads/5910-Article Text-18394-1-10-20231017.pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/5910-Article%20Text-18394-1-10-20231017.pdf)