

Assistance in Simple Financial Preparation and the Use of E-Peken for MSMEs in Pakal Subdistrict

(Pendampingan Penyusunan Keuangan Sederhana Dan Penggunaan *E-Peken* Pada UMKM Kecamatan Pakal)

Novita Ramadhani Sukma Cahyanti, Sugeng Purwanto

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Email: 21012010177@student.upnjatim.ac.id

Abstract - This activity aims to assist MSMEs in Pakal Subdistrict in preparing simple financial reports and optimizing the use of the *E-Peken* platform to improve financial management and market access. The method used is an action research approach involving problem identification, assistance, implementation and mentoring, and evaluation. The results of the mentoring program indicate that the assistance successfully enhanced the MSMEs ability to prepare simple financial reports, understand and utilize the features of *E-Peken*, and improve market access and revenue. This assistance provides recommendations for the government and related stakeholders in encouraging the development of MSMEs through mentoring programs and the use of digital technology.

Keywords: MSMEs, Assistance, Simple Financial, *E-Peken*

Abstrak – Kegiatan ini bertujuan untuk mendampingi UMKM di Kecamatan Pakal dalam menyusun laporan keuangan sederhana dan mengoptimalkan penggunaan *platform E-Peken* untuk meningkatkan pengelolaan keuangan dan akses pasar. Metode yang digunakan adalah pendekatan *action research* dengan melibatkan identifikasi masalah, pendampingan, implementasi dan mentoring, dan evaluasi. Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa pendampingan berhasil meningkatkan kemampuan UMKM dalam menyusun laporan keuangan sederhana, memahami dan memanfaatkan fitur *E-Peken*, serta meningkatkan akses pasar dan pendapatan. Pendampingan ini memberikan rekomendasi bagi pemerintah dan *stakeholder* terkait dalam mendorong pengembangan UMKM melalui program pendampingan dan pemanfaatan teknologi digital.

Kata kunci: UMKM, Pendampingan, Keuangan Sederhana, *E-Peken*

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting dalam perekonomian Indonesia, memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Dengan kondisi lingkungan eksternal yang sangat fluktuatif, jenis usaha berbentuk UMKM terbukti menjanjikan dan sulit dimatikan [1]. Namun, banyak UMKM di Indonesia masih menghadapi kendala dalam pengelolaan keuangan dan akses pasar. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan dalam manajemen keuangan dan pencatatan akuntansi yang sistematis [2]. Keterbatasan pemahaman tentang akuntansi dan manfaatnya menyebabkan pencatatan akuntansi di UMKM dilakukan dengan cara yang tidak sistematis, sehingga informasi yang ada tidak dimanfaatkan secara optimal untuk pengambilan keputusan strategis [3].

Program pendampingan dapat menjadi solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut. Pendampingan merupakan proses terstruktur yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan UMKM dalam mengelola usaha. Program pendampingan dapat mencakup berbagai aspek, termasuk penyusunan laporan keuangan, penggunaan teknologi digital, dan akses pasar.

Kegiatan terdahulu menunjukkan bahwa pendampingan merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan kinerja UMKM. Program pendampingan dapat meningkatkan pemahaman keuangan dan strategi pemasaran UMKM [4]. Pemanfaatan teknologi digital seperti *platform E-Peken* dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional [5]. Dalam hal ini, perencanaan pemasaran memainkan peran penting dengan menyediakan pendekatan sistematis dan terstruktur bagi perusahaan. Tujuan dari perencanaan adalah untuk, 1)

menyeimbangkan dan menelaraskan kegiatan pemasaran untuk memastikan tercapainya tujuan dan sasaran; 2) menggunakan metode pemasaran secara insentif dan optimal; dan 3) mengendalikan dengan cepat, tepat, dan teratur catatan, gagasan, serta aktivitas pemasaran dalam perusahaan [6].

Kegiatan ini berfokus pada pendampingan penyusunan keuangan sederhana dan penggunaan *platform E-Peken* pada UMKM di Kecamatan Pakal. Pemanfaatan *E-Peken* diharapkan dapat meningkatkan akses pasar dan pendapatan UMKM, serta mendorong digitalisasi UMKM. Kegiatan ini penting untuk dilakukan, khususnya untuk mengukur dampak pendampingan dan penggunaan *E-Peken* terhadap kemampuan UMKM dalam mengelola keuangan dan akses pasar. Hasil pendampingan diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi pemerintah dan *stakeholder* terkait dalam meningkatkan dukungan terhadap UMKM di Indonesia.

2. METODE PELAKSANAAN

Pendampingan ini menggunakan pendekatan *action research*, yang bertujuan untuk memecahkan masalah praktis yang dihadapi oleh UMKM di Kecamatan Pakal sambil mengumpulkan data dan bukti untuk tujuan akademis. *Action research* adalah metode yang mencakup siklus aksi, refleksi, umpan balik, dan evaluasi [7]. Proses ini dilakukan secara kolaboratif antara penulis dan peserta untuk mencapai hasil yang lebih baik dan praktis.

Identifikasi Masalah

Pada tahap awal, dilakukan survei untuk mengidentifikasi kebutuhan utama UMKM di Kecamatan Pakal. Survei ini mencakup wawancara yang berfokus pada pemahaman tentang keuangan sederhana dan penggunaan teknologi digital seperti *E-Peken*. Data yang diperoleh digunakan untuk merancang materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM.

Pendampingan

Pendampingan dibagi menjadi dua sesi utama. Sesi pertama fokus pada penyusunan laporan keuangan sederhana. Sesi kedua berfokus pada penggunaan *platform E-Peken* untuk pemasaran produk. Pelatihan ini mencakup demonstrasi langsung dan latihan mandiri oleh peserta dengan bimbingan dari Tim.

Implementasi dan Monitoring

Setelah pendampingan, UMKM diberikan waktu untuk menerapkan pengetahuan yang

telah diperoleh dalam kegiatan sehari-hari. Tim melakukan monitoring berkala untuk memberikan bimbingan tambahan dan memastikan bahwa UMKM dapat mengatasi kendala yang dihadapi selama proses implementasi.

Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas program pendampingan. Evaluasi dalam *action research* melibatkan refleksi terhadap aksi yang telah dilakukan dan hasil yang diperoleh [8]. Evaluasi ini dilakukan melalui wawancara yang sama seperti pada tahap identifikasi masalah, untuk membandingkan perubahan yang terjadi.

Metode *action research* yang digunakan dalam pelatihan ini memungkinkan adanya interaksi yang intensif antara Tim dan peserta, sehingga hasil yang diperoleh lebih relevan dan dapat diterapkan secara praktis oleh UMKM di Kecamatan Pakal.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan Pemahaman dan Keterampilan dalam Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana

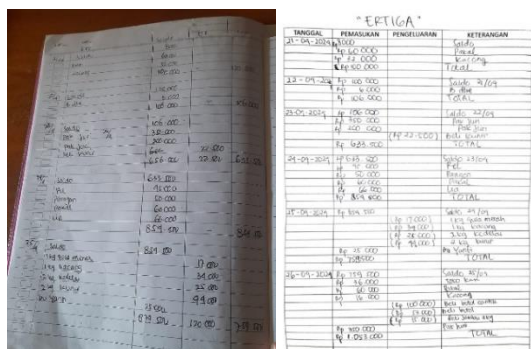
Kegiatan ini mencakup pelatihan intensif yang meliputi penjelasan konsep dasar akuntansi, teknik pencatatan transaksi keuangan, serta penyusunan laporan keuangan sederhana yang terdiri atas tanggal, pemasukan, pengeluaran dan keterangan. Sebelum kegiatan dimulai, dilakukan survei awal untuk mengidentifikasi pemahaman dasar pelaku UMKM tentang pencatatan keuangan. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih memiliki pemahaman yang terbatas tentang pentingnya pencatatan keuangan yang baik. Banyak di antara mereka yang hanya melakukan pencatatan secara asal-asalan dan banyak juga yang tidak melakukan pencatatan sama sekali. Hal ini menyebabkan informasi keuangan yang dihasilkan kurang akurat dan tidak dapat digunakan secara optimal dalam pengambilan keputusan bisnis.

Selama pendampingan (Gambar 1), peserta diberikan materi mengenai pentingnya pencatatan keuangan yang baik, teknik pencatatan transaksi harian, dan cara menyusun laporan keuangan sederhana. Materi disampaikan dengan metode ceramah, diskusi interaktif, dan praktik langsung untuk memastikan peserta memahami dan mampu menerapkan materi yang diajarkan.



Gambar 1. Pendampingan pada UMKM Kecamatan Pakal

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta. Peserta mampu menyusun laporan keuangan sederhana, yang terdiri atas tanggal, pemasukan, pengeluaran dan keterangan (Gambar 2). Selain itu, mereka juga memahami pentingnya konsistensi dan ketepatan dalam pencatatan transaksi keuangan sehari-hari.



Gambar 2. Catatan Keuangan Sebelum dan Sesudah Pendampingan

Implementasi Penggunaan E-Peken untuk Pemasaran Produk

Penggunaan internet menjadi salah satu pusat *online digital marketing* dan media pemasaran yang sangat kuat, terjangkau dan efektif untuk mendapatkan umpan balik langsung dengan proses interaksi dan monitoring yang lebih mudah [9]. *E-Peken*, sebuah *platform* digital yang dikembangkan oleh Pemerintah Kota Surabaya, bertujuan untuk mempermudah UMKM dalam mengakses pasar dan melakukan transaksi *online* [10].

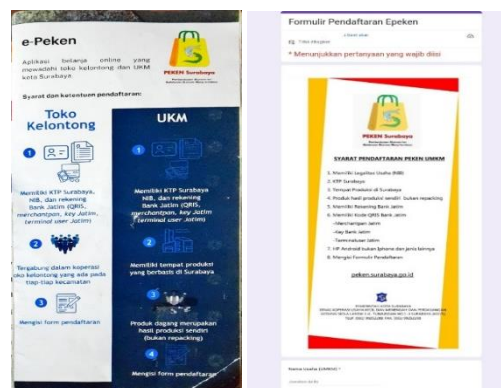
Sebelum pelatihan, sebagian besar pelaku UMKM di Kecamatan Pakal belum familiar dengan penggunaan *E-Peken* untuk pemasaran. Mereka masih mengandalkan metode pemasaran konvensional seperti penjualan langsung di pasar dan toko fisik. Oleh karena itu, pelatihan ini difokuskan pada pengenalan *E-Peken*, cara mengunggah produk, dan strategi pemasaran digital yang efektif.

Selama pelatihan, peserta diajarkan cara membuat akun di *E-Peken*, mengunggah foto

produk, menulis deskripsi produk yang menarik, dan mengelola transaksi penjualan secara *online*. Peserta juga diberikan tips dan trik untuk meningkatkan visibilitas produk mereka di *platform* tersebut, seperti penggunaan kata kunci yang tepat, promosi melalui media sosial, dan pengelolaan ulasan pelanggan.

Adapun syarat – syarat untuk pendaftaran *E-Peken* yang telah disosialisasikan kepada UMKM sebagai berikut (Gambar 3) :

- Toko Kelontong
 - Memiliki KTP Surabaya, NIB, dan rekening Bank Jatim (*QRIS*, *merchantpan*, *key Jatim*, *terminal user* Jatim).
 - Tergabung dalam koperasi toko kelontong yang ada pada tiap-tiap toko kelontong.
 - Mengisi form pendaftaran (Gambar 3).
- UKM
 - Memiliki KTP Surabaya, NIB, dan rekening Bank Jatim (*QRIS*, *merchantpan*, *key Jatim*, *terminal user* Jatim).
 - Memiliki tempat produksi yang berbasis di Surabaya.
 - Produk dagang merupakan hasil produksi sendiri (bukan *repacking*).
 - Mengisi form pendaftaran.



Gambar 3. Syarat dan formulir Pendaftaran *E-Peken*

Hasil dari pelatihan ini menunjukkan antusiasme yang tinggi dari peserta untuk mulai memanfaatkan *E-Peken* dalam pemasaran produk mereka. Beberapa peserta langsung mengunggah produk mereka ke *platform* tersebut dan mulai menerima pesanan secara *online*. Penggunaan *E-Peken* diharapkan dapat membantu UMKM di Kecamatan Pakal meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar mereka.

Tantangan dan Solusi dalam Pendampingan

Meskipun hasil pelatihan menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman

dan keterampilan peserta, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi selama proses pendampingan. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan waktu pendampingan. Proses pendampingan hanya dilakukan dalam waktu satu hari pada setiap UMKM, sehingga belum cukup optimal untuk memberikan pemahaman yang mendalam kepada peserta. Untuk mengatasi hal ini, digunakan *WhatsApp* sebagai media komunikasi lanjutan dan melakukan kunjungan ke UMKM setelah 1 bulan.

Selain itu, tingkat literasi digital yang bervariasi di kalangan peserta juga menjadi tantangan. Beberapa peserta yang belum familiar dengan teknologi digital mengalami kesulitan dalam menggunakan *platform E-Peken*. Untuk mengatasi masalah ini, pelatihan dilakukan dengan metode yang sederhana dan mudah dipahami, serta diberikan contoh praktik langsung. Peserta yang lebih mahir dalam teknologi juga didorong untuk membantu peserta lain yang mengalami kesulitan.

Evaluasi dan Dampak Pendampingan

Evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas program pendampingan. Evaluasi ini mencakup penilaian terhadap pemahaman peserta tentang materi yang diajarkan, keterampilan dalam menyusun laporan keuangan, dan penggunaan *platform E-Peken*. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta merasa puas dengan pelatihan yang diberikan dan merasakan manfaat langsung dari kegiatan ini.

Peserta yang sebelumnya tidak memiliki pemahaman tentang akuntansi kini mampu menyusun laporan keuangan sederhana dengan baik. Mereka juga mulai menyadari pentingnya pencatatan keuangan yang baik untuk kelangsungan usaha. Selain itu, penggunaan *E-Peken* memberikan pengalaman baru bagi peserta dalam memasarkan produk secara *online*, yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Dalam jangka panjang, kegiatan pendampingan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi UMKM di Kecamatan Pakal.

4. PENUTUP

Kegiatan pendampingan penyusunan keuangan sederhana dan penggunaan *E-Peken* pada UMKM di Kecamatan Pakal telah berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan

peserta dalam manajemen keuangan dan pemasaran digital. Meskipun terdapat beberapa tantangan seperti keterbatasan waktu pendampingan dan variasi tingkat literasi digital peserta, diharapkan dengan kemampuan yang lebih baik dalam manajemen keuangan dan pemasaran digital, UMKM di Kecamatan Pakal dapat berkembang lebih baik, meningkatkan daya saing, dan memberikan kontribusi lebih signifikan terhadap perekonomian lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. S. Dwiyanti dan AN. Sifa, "Pendampingan Penerapan Pencatatan Keuangan Sederhana Pada Rehat & Singgah Coffee," vol. 5, no. 2, 2024.
- [2]. R. Maulina, Ika Rahmadani, Sari maulida vonna, Linda rahmazaniati, and Lilis marlina, "Pelatihan Manajemen Keuangan Bagi UMKM Kerajinan Aceh," *J. Abdimas Indep.*, vol. 4, no. 1, pp. 55-62, 2023, doi: 10.29303/independen.v4i1.579.
- [3]. Y. Yuliati and R. Ulfa, "Pendampingan Pelaporan Keuangan Sederhana Untuk Umkm Sektor Usaha Perikanan Jie Toom," *J. Community Serv. Consort.*, vol. 3, no. 1, pp. 29-38, 2023, doi: 10.37715/consortium.v3i1.3646.
- [4]. A. Smith, G. Nabi, and M. Mir, "The Impact of Mentoring Programs on Small Business Performance," *J. Small Bus. Manag.*, vol. 45, pp. 78-89, 2019.
- [5]. B. Johnson, "Digital Technology Adoption and Small Business Growth.," *Int. J. Bus. Innov. Res.*, vol. 12, pp. 112-125., 2021.
- [6]. P. Kotler and K. L. Keller, *Manajemen Pemasaran*, 13th ed. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2013.
- [7]. S. Madya, *Metode Penelitian Action Research*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya., 2006.
- [8]. R. N. Rapoport, "Three Dilemmas in Action Research," *Human Relations*, vol. 23, no. 6, pp. 499-513, 1970.
- [9]. Hestanto, "Strategi Pemasaran dalam Digital Marketing," *hestanto.web.id*. [Online]. Available:<https://www.hestanto.web.id/strategi-pemasaran-dalam-digital-marketing>. [Accessed: Aug. 25, 2024].
- [10]. J. Caron and J. R. Markusen, *Peken Surabaya Pemberdayaan Iain Ketahanan Ekonomi Nang Suroboyo*. Peken.surabaya.go.id, 2016.