

**PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK LOKAL MELALUI STRATEGI
PEMASARAN DAN PENGELOLAAN PELAPORAN KEUANGAN BERBASIS
DIGITAL**

**SILMI¹, ELVIRA LUTHAN², FITRIYENI OKTAVIA³, DANNY HIDAYAT⁴, JEFRI
RAHMADONI⁵**

¹²³⁴Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Andalas

⁵Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Andalas

Email Corresponding Author: silmi@eb.unand.ac.id

Abstract: *The purpose of carrying out this service activity is described as follows, (1) holding MBKM, giving students the right to receive learning outside the campus so that students can experience real conditions in the field which is expected to improve students' practical abilities in the field (2) increase the KPI of Andalas University, especially in the IKU 2 (3) answers partner problems related to aspects of digital marketing and management in recording financial reports in accordance with digitalization-based Financial Accounting Standards (SAK). Training on financial recording based on digitalization and digital marketing was carried out in the multi-purpose hall of BumNag Pakandangan Emas Pariaman. The training event was attended by employees from BumNag Pakandangan as well as regional officials from Nagari Pakandangan. The method of implementing the training is through presentation of material by resource persons who are experts in their fields and followed by a discussion session. Apart from training, the service team also provided production support tools in the form of additional trigona bee colonies for the production of galo-galo honey, safety PPE clothing, harvesting machines, storage bottles according to SNI, product display cabinets, labeling, production tools and other supporting marketing tools. The results of this service activity are the implementation of digitalization-based financial reporting in accordance with SAK, understanding digital product marketing for BumNag Pakandangan Emas managers, increasing galo-galo honey production, increasing turnover, inter-regional sales and so on. Our hope in the future is that BumNag Pakandangan Emas can carry out financial records in accordance with digitalization-based Financial Accounting Standards in a sustainable manner, carry out inter-regional marketing by utilizing social media and expand the product marketing network so that it can improve the welfare of the Pakandangan people.*

Keywords: *Financial Reports, Digital Marketing, Nagari-Owned Enterprises*

Abstrak: Tujuan dilaksanakan kegiatan pengabdian ini diuraikan sebagai berikut, (1) menyelenggarakan MBKM, memberikan hak kepada mahasiswa untuk mendapatkan pembelajaran diluar kampus sehingga mahasiswa bisa merasakan kondisi riil dilapangan yang diharapkan dapat meningkatkan kemampuan praktek mahasiswa dilapangan (2) meningkatkan IKU Universitas Andalas terutama dibagian IKU 2 (3) menjawab permasalahan mitra terkait aspek pemasaran digital dan manajemen dalam pencatatan laporan keuangan yang sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang berbasis digitalisasi. Pelatihan pencatatan keuangan berbasis digitalisasi dan pemasaran digital dilakukan di gedung aula serbaguna BumNag Pakandangan Emas Pariaman. Acara pelatihan dihadiri oleh pegawai dilingkungan BumNag pakandangan serta perangkat daerah Nagari Pakandangan. Metode pelaksanaan pelatihan melalui pemaparan materi oleh narasumber yang ahli dibidangnya serta dilanjutkan dengan sesi diskusi. Disamping pelatihan, tim pengabdian juga mengadakan alat pendukung produksi berupa tambahan koloni lebah trigona untuk produksi madu galo-galo, baju APD Safety, mesin panen, botol penyimpanan sesuai SNI, lemari display produk, labelling, alat produksi dan alat pemasaran pendukung lainnya. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah implementasi pelaporan keuangan berbasis digitalisasi yang sesuai dengan SAK, pemahaman digital marketing produk bagi pengelola BumNag Pakandangan Emas, peningkatan produksi madu galo-galo, peningkatan omset, penjualan antar wilayah dan lain sebagainya. Harapan kami

kedepan agar BumNag Pakandangan Emas dapat melakukan pencatatan keuangan yang sesuai Standar Akuntansi Keuangan berbasis digitalisasi secara berkelanjutan, melakukan pemasaran antar wilayah dengan memanfaatkan media sosial dan perluasan jaringan pemasaran produk sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Pakandangan.

Kata Kunci: Laporan Keuangan, Digital Marketing, Badan Usaha Milik Nagari

A. Pendahuluan

Berkembangnya dunia digitalisasi membuat persaingan bisnis semakin kompetitif. Hal ini dapat dilihat dari bervariasinya produk yang ditawarkan. Untuk dapat bersaing, perusahaan atau pelaku usaha harus mempunyai daya saing berupa keunikan produk serta strategi pemasaran yang tepat dalam memperkenalkan produk kepada pelanggan. Pemasaran merupakan serangkaian proses dalam menciptakan, mendistribusikan dan mempromosikan produk untuk kepuasan pelanggan dalam mencapai tujuan (Tjiptono dan Diana, 2020). Kesadaran akan pentingnya strategi pemasaran sangat diperlukan bagi pelaku usaha, baik usaha perseorangan yang dikelola secara mandiri maupun usaha non perorangan.

Salah satu bentuk usaha non perorangan adalah Badan Usaha Milik Nagari (BumNag) yang dikembangkan dengan tujuan memperkuat ekonomi daerah dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitarnya. Menurut hematnya, masyarakat akan lebih mudah maju dan berkembang sesuai dengan potensi yang dimilikinya dilingkungan daerah masyarakat tersebut (Anwar, Goso, & Adil, 2017). Sehingga program BumNag hadir untuk menjembatani daerah dalam berkembang sesuai dengan potensi daerahnya. Hampir diseluruh nagari yang ada dalam kabupaten di wilayah sumatera barat memiliki BumNag salah satunya BumNag Pakandangan Emas. Badan Usaha Milik Nagari (BumNag) Pakandangan Emas merupakan salah satu contoh badan usaha milik masyarakat di daerah Pakandangan Padang Pariaman yang dibentuk dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan ekonomi warga desa dan sumber pendapatan asli desa.

BumNag Pakandangan Emas didirikan pada tanggal 6 Juni 2016 dan mulai aktif pada tahun 2018. BumNag Pakandangan Emas memiliki beberapa kegiatan usaha, diantaranya: rumah bibit, budidaya alpukat, budidaya madu galo-galo, ternak sapi, multipayment dan mitra UMKM. Meskipun sudah cukup lama beroperasi BumNag pakandangan emas belum menunjukkan perkembangan yang signifikan dari hasil usahanya. Penyebab tidak berkembangnya usaha tersebut dapat dilihat dari dua aspek diantaranya, aspek pemasaran dan aspek manajemen.

Dari aspek pemasaran, BumNag Pakandangan Emas belum melakukan pemasaran maupun mempromosikan produk-produk yang dihasilkan secara luas. Salah satu produk yang belum dipromosikan adalah madu galo-galo. Hal ini dapat dilihat dari tidak adanya, media sosial maupun web resmi yang dapat digunakan sebagai sarana untuk promosi. Sehingga produk hanya dikenal dan dijual kepada masyarakat setempat. Disamping belum dipasarkan dan dipromosikan, proses budidaya madu galo-galo masih jauh dari kata ideal karena kondisi pengolahan madu yang masih menggunakan alat tradisional dengan alat bantu produksi seadanya dan itupun status alatnya masih meminjam bukan hak milik sehingga memakan waktu yang cukup lama untuk dapat menghasilkan satu botol madu. Untuk botol madu yang digunakan sekarang masih dalam ukuran 100 ML dan hanya menggunakan botol plastik dengan tutup yang tidak terjamin akan kedap udara sehingga dikhawatirkan akan merusak kualitas madu.

Kemudian dari aspek manajemen, BumNag Pakandangan Emas belum membuat laporan keuangan bulanan dan tahunan yang sesuai dengan SAK ETAP maupun SAK EMKM yang diwajibkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). Sementara IAI mewajibkan setiap badan usaha untuk membuat laporan keuangan yang sesuai dengan standar yang sudah ditetapkan. Dengan tidak dilakukannya pencatatan keuangan oleh BumNag Pakandangan Emas sangat beresiko terhadap kemajuan usaha kedepannya dan tentunya tidak dapat diketahui kejelasan dari perputaran dana yang mereka kelola. Tidak diketahui apakah usaha mereka sudah menghasilkan keuntungan atau bahkan mengalami kerugian. Berangkat dari permasalahan tersebut, perlu

diadakan edukasi dan pelatihan terhadap pengelola BumNag pakandangan emas supaya usaha yang dijalankan dapat berkembang dengan maksimal sehingga bisa meningkatkan pendapatan asli desa secara optimal

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk menyelenggarakan MBKM, meningkatkan IKU Universitas Andalas, dan menjawab permasalahan yang sedang dihadapi oleh mitra sasaran BumNag Pakandangan Emas. Diantara bantuan yang diberikan kepada BumNag Pakandangan Emas melalui bantuan untuk media pemasaran terkhusus untuk produk galo-galo dengan mendesign media sosial official, pengadaan Banner, Web Resmi pemesanan produk, mendesign ulang kemasan merek, design botol dan wadah, Pengadaan alat-alat proses produksi yang lebih modern untuk percepatan hasil pemerasan madu dan pengadaan penambahan koloni madu.

Selanjutnya, dengan adanya kegiatan pengabdian ini dapat memberikan literasi bagi pengelola BumNag Pakandangan Emas dalam mencatat dan membuat setiap transaksi yang terjadi dan mencatatnya ke dalam Laporan keuangan yang sesuai dengan SAK yang ditetapkan oleh IAI, baik berpedoman kepada aturan SAK ETAP maupun SAK EMKM.

B. Metodologi Penelitian

Tujuan utama dari pemasaran digital adalah untuk meningkatkan angka penjualan, awareness produk dan memperluas pasar. Untuk mencapai itu semua, mitra harus terlebih dahulu membenahi kualitas produk dan memiliki kapasitas dan sumber daya untuk menyediakan permintaan dengan jumlah produksi tertentu. Setelah semuanya terpenuhi, mitra diharapkan dapat memahami pentingnya penguatan branding melalui kemasan dan packaging untuk menambah nilai suatu produk sehingga dapat menarik minat konsumen.

Metode yang digunakan untuk mencapai tujuan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat pada BumNag Pekandangan Emas yaitunya: 1. Pengadaan alat spiner panen madu dan komponen produksi lainnya untuk meningkatkan volume produksi 2. Sosialisasi dan pelatihan a. Sosialisasi dan pelatihan strategi pemasaran berbasis digital untuk meningkatkan daya saing produk lokal Sosialisasi dan pelatihan akan diberikan oleh Dosen Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang memiliki keahlian di bidang kewirausahaan. Pelatihan berupa pengenalan dan teknis penggunaan iklan online, media sosial, email dan website marketing dan pemasaran konten. b. Sosialisasi dan pelatihan Pengelolaan Pelaporan Keuangan untuk meningkatkan daya saing produk lokal. Sosialisasi dan pelatihan akan diberikan oleh Dosen Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang memiliki keahlian dalam pengelolaan laporan keuangan. Pelatihan berupa pengelolaan keuangan berupa pembukuan dan penyusunan laporan keuangan. Keterlibatan mitra pada pelaksanaan pengabdian ini yaitu mengikuti secara langsung setiap pelaksanaan pelatihan yang diadakan seperti, terlibat langsung dalam pemakaian alat produksi baru yaitu spiner untuk memanen madu.

C. Pembahasan dan Analisa

Kegiatan pengabdian telah dilakukan pada BumNag pakandangan emas yang diawali dengan mengkomunikasikan kepada pihak tersebut terkait kapan jadwal pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan diadakan. Komunikasi diawali dengan surat formal dan diikuti dengan komunikasi *WhatsApp* sehubungan dengan waktu pelaksanaannya.

Pada hari Senin tanggal 09 September 2024 pukul 7:00 WIB tim pengabdian berangkat menuju BumNag Pakandangan Emas. Tim sampai dilokasi pukul 9:00 WIB dan Kegiatan sosialisai dimulai pukul 10:00 WIB dikarenakan hari hujan lebat sehingga perangkat nagari banyak yang belum datang. Acara soasialisasi dihadiri oleh lima dosen dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNAND dan beberapa pegawai di lingkungan BumNag. Selanjutnya, acara dimulai dengan kata sambutan yang diwakili oleh sekretaris nagari. Dalam kata sambutannya, pihak BumNag mengucapkan terimakasih dan sangat antusias dengan kehadiran tim pengabdian dari UNAND.



Gambar 1. Tim Pengabdian dari UNAND Beserta Pegawai Dilingkungan BumNag

Selanjutnya, diikuti dengan kata sambutan dari ketua pengabdian oleh Ibu Silmi, S.E., M.Ak., CTT. Dalam sambutannya, Ibu Silmi menyampaikan bahwa penting bagi BumNag untuk memaksimalkan strategi pemasaran agar setiap produk yang dihasilkan terkhusus produk madu galo-galo dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat sehingga meningkatkan pangsa pasar sampai keluar provinsi bahkan internasional. Hal ini mengingat peningkatan pemakaian teknologi digital turut mempengaruhi aktifitas masyarakat dalam berbelanja. sehingga pilihan untuk mempromosikan produk secara digital menjadi pilihan tepat (Yacub dan Wahyu, 2020).

Kegiatan berikutnya, pemaparan materi dari narasumber yang juga disampaikan oleh Ibu Silmi tentang pelaporan keuangan berbasis digital. Salah satu aplikasi yang dapat digunakan untuk membuat laporan keuangan yang benar sesuai standar salah satunya Sistem Informasi Aplikasi Pencatatan Informasi Keuangan yang disingkat dengan SIAPIK. Aplikasi SIAPIK merupakan aplikasi akuntansi yang dirancang oleh Bank Indonesia (BI). SIAPIK menyediakan siklus akuntansi, menyusun laporan keuangan sampai menyajikan hasil analisis laporan keuangan serta menunjukkan kinerja keuangan secara lebih komperhensif (Zahro, et al, 2019). Menurut Arie Pratama Anggota Tim Implementasi Standar Akuntansi Keuangan (TISAK) SIAPIK mewadahi para pelaku UMKM untuk dapat membuat laporan keuangan secara SMASH, standar, mudah, aman, sederhana dan handal.

Setelah pemaparan materi, acara dilanjutkan dengan kegiatan diskusi terkait pelaporan keuangan yang sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan berbasis digitalisasi, pertanyaan seputar penggunaan aplikasi dan standar yang berlaku mewarnai diskusi. Setelah diskusi selesai, acara sosialisasi ditutup. Pelatihan dan Pendampingan akan dilakukan secara berkelanjutan kedepannya.



Gambar 2. Koloni Galo-Galo

D. Penutup

Pendekatan strategi pemasaran sangat penting dilakukan bagi BumNag Pakandangan emas mengingat produk yang selama ini dihasilkan hanya sebatas disampaikan pada masyarakat sekitar. Pengolahan desain produk juga menjadi hal yang urgen dilakukan dalam rangka meningkatkan nilai tambah prroduk metode pendampingan dan penyiapain alat dilakuakn dengan tujuan memberikan kecakapan bagi pegawai BumNag untuk dpat menggunakan alat yang sesuai dalam pemberdayaan berbagai produk serta bisa membukukan laporan keuangan secara tepat dengan bantuan aplikasi yang mudah yakni SIAPIK. Hasil dari kegiatan pengadian ini adalah terbantunya bumnag pakandangan emas dalam mendesign strategi pemasaran baik dari sisi design maupun media promosi. Serta hal yang juga urgen adalah membantu BumNag Pakandangan untuk membukukan keuangan sesuai dengan standar. Selanjutnya, diharapkan kepada BumNag Pakandangan untuk terus berinovasi dalam pengembangan produk.

Daftar Pustaka

- Anwar, S. M., Goso, & Adil. (2017). Penguatan Ekonomi Desa melalui BUMDES di Desa Poreang Kecamatan Tana Lili Kabupaten Luwu Utara Sulawesi Selatan. *Resona Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 6–12
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana (2020) *Pemasaran* : Penerbit Andi Yogyakarta
- Yacub, R., & Wahyu, M. (2020). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) terhadap Brand Awareness pada E-Commerce. *Jurnal Manajerial*.12(2).198-20
- Zahro, NA. Indrianasari, NT. Yatminiwati, M. “Analisis Penerapan Aplikasi Akuntansi Berbasis Android SI Apik Untuk Memenuhi Kebutuhan Sistem Informasi Akuntansi di

Usaha Kecil (Studi Kasus pada Alfin Souvenir Lumajang)". Progress Conference. hal. 685-693. 2019. EISSN :2622-304X, P-ISSN : 2622-3031.
<https://pppk.kemenkeu.go.id/in/post/si-apik:-piranti-lunak-yang-mendukung-kemajuan-umkm-indonesia>