



## *Business management training for MSMEs GRD Frozen Food*

Farida✉, Fatma Irmaliya, Yuli Ade Hapsari, Ninda Arumsari, Danang Sarif  
Hidayatullah, Maesaroh

Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang, Indonesia

✉ [farida\\_feb@ummgl.ac.id](mailto:farida_feb@ummgl.ac.id)

doi <https://doi.org/10.31603/ce.5625>

### **Abstract**

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in increasing people's income in Junjungan Hamlet. One of them is the MSME GRD Frozen Food, which is able to employ a large number of people from the surrounding area. However, because these MSMEs haven't marketed digitally and haven't kept track of their finances, their business management isn't ideal. The purpose of this program is to implement social media marketing and simple bookkeeping using Excel. Socialization, training, and continuous assistance with marketing and accounting books are all used to achieve these objectives. The results of the activity show that the MSMEs of GRD Frozen Food are capable of using Instagram for marketing and of compiling simple bookkeeping, both manually and electronically.*

**Keywords:** *Online marketing; Social media; Business bookkeeping; MSMEs*

## **Pelatihan manajemen usaha bagi UMKM GRD Frozen Food**

### **Abstrak**

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Dusun Junjungan memiliki banyak peran dalam meningkatkan pendapatan masyarakat. Salah satunya adalah UMKM GRD Frozen Food, dimana UMKM ini mampu menyerap tenaga kerja dari masyarakat sekitar yang cukup banyak. Akan tetapi UMKM tersebut belum memasarkan secara digital dan belum tertibnya administrasi keuangan, sehingga manajemen usaha kurang optimal. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menerapkan pemasaran melalui sosial media dan pembukuan sederhana dengan *excel*. Pencapaian tujuan tersebut dilakukan dengan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan secara berkelanjutan tentang pemasaran dan pembukuan akuntansi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa UMKM GRD Frozen food mampu menjalankan pemasaran melalui media sosial *Instagram* dan mampu menyusun pembukuan secara sederhana, baik pembukuan manual dan komputer.

**Kata Kunci:** Pemasaran daring; Media sosial; Pembukuan usaha; UMKM

## **1. Pendahuluan**

Peranan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada perekonomian nasional sangat besar, bahkan dalam masa pandemi Covid-19 ini UMKM mampu bertahan dalam menjalankan kegiatannya. Kendati demikian dalam pengimplementasian UMKM di masyarakat sering ditemui masalah terkait proses pemasaran dan pembukuan. Hal tersebut berdampak pada pengembangan usaha UMKM tersebut. Begitu pula yang dialami UMKM Frozen Food GRD. UMKM Frozen Food GRD terletak, Dusun Junjungan, Desa Giliwarno, Kecamatan Kaliangkrik, Kabupaten

Magelang. UMKM Frozen Food GRD mampu membantu masyarakat dalam meningkatkan ekonomi.

Produk *frozen food* adalah makanan beku yang disajikan dengan digoreng terlebih dahulu, makanan siap saji ini sedang banyak digemari karena masih dalam situasi pandemi seperti sekarang ini banyaknya masyarakat yang lebih memilih menyimpan makanan yang bisa bertahan lama di rumah, macam-macam varian produk yang ditawarkan berupa beberapa pilihan *frozen food* yang diminati masyarakat seperti sosis, tempura, dan kaki naga yang terbuat dari perpaduan tepung dan olahan daging giling yang terdiri dari banyak pilihan dan varian. Selain itu harga yang ditawarkan sangat terjangkau. Bahkan dengan harga yang ditawarkan para pelajar juga dapat menikmatinya dengan banyak pilihan varian rasa yang diminati pelajar, ataupun para ibu rumah tangga yang menyajikan untuk keluarga di rumah. Apalagi mengingat situasi saat ini yang masih pandemi, *frozen food* menjadi pilihan banyak orang saat ini.

Namun untuk hal pemasaran dan pembukuan masih memiliki keterbatasan informasi terkait aplikasi basis *online* yang memudahkan hal tersebut seperti penginstalan sistem dan pengoperasian. Dengan pelatihan dan pendampingan diharapkan agar bisnis yang berlangsung menjadi lebih efektif sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan menarik lebih banyak pelanggan baru bahkan dapat menambah banyak lagi *reseller*. Permasalahan yang dihadapi GRD Frozen food terkait perluasan pasar melalui sosial media serta pembukuan yang belum tertata secara rapi. Oleh karena itu, kegiatan ini bertujuan memberikan solusi atas permasalahan tersebut. Salah satu langkah yang diambil adalah memberikan sosialisasi dan pelatihan.

## 2. Metode

---

Kegiatan pengabdian masyarakat (PPMT) dilakukan pada 27 Juni 2021 di Dusun Giriwarno, Desa Junjungan, Kaliangkrik, Magelang, Jawa Tengah. Pembukaan PPMT dihadiri oleh kepala dusun, ketua RT, dan mitra. Kegiatan ini dilakukan dengan dua tahapan, diantaranya:

a. Sosialisasi

Sosialisasi dilaksanakan untuk mengedukasi pentingnya pembukuan keuangan dalam suatu usaha dan untuk mengenalkan tren pemasaran saat ini yang semakin canggih dan mudah dengan adanya media sosial.

b. Pelatihan

- 1) Pelatihan sistem pembukuan akuntansi UMKM. Pelatihan dilakukan dengan memberikan arahan bagaimana proses/langkah pencatatan arus kas keluar masuk serta laba rugi.
- 2) Pelatihan penggunaan media sosial. Pelatihan penggunaan media sosial dilaksanakan sebagai sarana penjualan/ pemasaran produk dan strategi memikat pembeli lewat media sosial.
- 3) Pelatihan fotografi dan *branding* produk. Pelatihan Fotografi dan *branding* sebagai sarana untuk dapat memasarkan produk lebih optimal karena pengemasan yang baik dapat meningkatkan penjualan.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Fokus pada kegiatan pelatihan dan diskusi permasalahan pada pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat mencakup pemanfaatan kreativitas yang dimiliki untuk menciptakan *branding* produk, pelatihan penggunaan teknologi berupa media sosial untuk pemasaran produk dan pelatihan manajemen usaha, pembukuan usaha dan pelatihan kepada Kelompok UMKM dan rencana pengembangan usaha.

#### 3.1. Pelatihan pemasaran digital

Setelah melakukan survei dan berkunjung ke rumah bapak Kepala Dusun Junjungan untuk meminta izin melakukan kegiatan PPMT di Dusun Junjungan. Pada tanggal 27 Juni 2021 dilaksanakan pembukaan PPMT yang dihadiri Kepala Dusun, Ketua RT dan tokoh masyarakat.

Kegiatan pertama adalah pelatihan konsep pemasaran digital. Kegiatan ini dimaksudkan agar pasar yang dijangkau semakin luas. Konsep pemasaran yang digunakan adalah media sosial berupa Instagram ([Gambar 1](#)), mengingat saat ini Instagram merupakan salah satu sosial media yang sering digunakan oleh masyarakat dari berbagai macam usia. Pemasaran digital ini mampu meningkatkan jangkauan di seluruh masyarakat ([Karlina et al., 2020](#)) dan mampu meningkatkan omset dan pendapatan UMKM ([Anugrah, 2020](#)).

Pelatihan penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran produk dan apa serta bagaimana cara memikat pembeli lewat media sosial. Tujuan dari pelatihan ini agar pemilik dapat mendapatkan pasar yang lebih banyak lagi dengan adanya media sosial yang membuat produknya lebih dikenal. Pelatihan fotografi dan *branding* sebagai sarana untuk dapat memasarkan produk lebih optimal karena pengemasan yang baik dapat meningkatkan penjualan, konsumen lebih memilih produk yang menarik untuk dibeli, fotografi dinilai sangat efektif untuk membuat penjualan lebih meningkat.



Gambar 1. Media sosial UMKM GRD frozen food

#### 3.2. Pelatihan pembukuan UMKM

Pelatihan dilakukan dengan memberikan arahan bagaimana proses/langkah pencatatan arus kas keluar masuk serta laba rugi ([Gambar 2](#)). Pelatihan ini bertujuan

untuk membantu pemilik agar dapat mengetahui catatan keuangan usahanya secara rinci, apakah usaha itu mengalami kenaikan laba dari bulan sebelumnya atau sebaliknya. Pelatihan dan pendampingan pembukuan ini mampu meningkatkan keterampilan pelaku usaha dalam menertibkan administrasi dan membantu UMKM dalam pengembangan modal usaha melalui perbankan (Murni et al., 2014).



Gambar 2. Pelatihan pembukuan

## 4. Kesimpulan

Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa mitra yaitu UMKM GRD Frozen food mampu menjalankan dan mengoperasikan pemasaran melalui sosial media Instagram. Dengan demikian informasi produk dapat diakses lebih luas, sehingga diharapkan mampu meningkatkan omzet penjualannya. Selain itu, mitra juga mampu menyusun pembukuan secara sederhana, baik pembukuan keuangan dengan manual buku maupun dengan komputer, sehingga administrasi menjadi lebih rapi dan terukur.

## Daftar Pustaka

- Anugrah, R. J. (2020). Efektifitas Penerapan Strategi Online Marketing Oleh UMKM Dalam Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Corona Viruses Disease 2019 (Covid-19). *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 55–65. <https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.302>
- Karlina, N., Halim, H. A., Azizi, M. F., Athusholihah, A., & Tarliyah, A. (2020). Pemberdayaan Jiwa Kewirausahaan Masyarakat Desa Cisempur Dan Pendampingan Kewirausahaan Berbasis Ecommerce. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3). <https://doi.org/10.24198/kumawula.v2i3.24592>
- Murni, S., Seventi P, I. S., Octoria, D., & Rahmawati. (2014). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Wawasan Keuangan dan Perancangan Website untuk Meningkatkan Profit dan Pemasaran Industri Minyak Atsiri di Wonogiri. *Prosiding Seminar Nasional FE UNY*.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License