



JURNAL ABDI INSANI

Volume 11, Nomor 3, September 2024

<http://abdiinsani.unram.ac.id>. e-ISSN : 2828-3155. p-ISSN : 2828-4321



PENERAPAN TATA KELOLA KEUANGAN DAN MANAJEMEN YANG BAIK UNTUK MENINGKATKAN KINERJA UMKM HIMPUNAN PENGUSAHA NAHDLIYIN KABUPATEN BANYUMAS

*Implementation of Good Financial and Management to Improve the Performance of
MSMEs Regency Nahdliyin Entrepreneurs Association*

**Abdullah Muksin, Marhalinda, Adji Suratman, Nursina, Dwi Erianto, M. Iman Nugroho,
Lely Indriati**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPI Y.A.I

Jl. P. Diponegoro 74 Jakarta Pusat DKI Jakarta

*Alamat Korespondensi: abdullah.muksin@upi-yai.ac.id

(Tanggal Submission: 20 April 2024, Tanggal Accepted : 10 Juni 2024)



Kata Kunci :

*Pelatihan,
bimbingan,
pendampingan,
Tata kelola
usaha*

Abstrak :

Latar belakang: Pelaku usaha mikro, kecil dan menengah yang tergabung dalam Himpunan Pengusaha Nahdliyin (HPN) Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah terbentuk pada bulan April 2023 di Purwokerto Banyumas. Mereka dalam mengelola usahanya sebagian besar terbelang masih dengan cara sederhana. Permasalahan prioritas yang dihadapi pelaku UMKM adalah, kapasitas pelaku UMKM yang belum mampu mengelola usahanya, belum mampu mengelola keuangan usahanya dan belum optimal memasarkan produk/jasanya serta belum mampu membuat promosi dengan *digital marketing*. Untuk meningkatkan kualitas dan kapabilitas pelaku UMKM dalam mengatasi masalah prioritas yang dihadapinya. Untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha yang mampu menyusun laporan keuangan, digital marketing di medsos dan dipublikasikan di jurnal. Metode pendekatan yang digunakan adalah pelatihan, bimbingan/konsultasi, pendampingan, dan supervisi. Selain itu menentukan prosedur, langkah-langkah solusi dalam pemecahan masalah yang melibatkan pakar-pakar bidang manajemen bisnis, keuangan dan kewirausahaan yang berpengalaman dalam pengelolaan usaha yang efektif, efisien dan berdaya saing. Hasil kegiatan PkM ini, pertama, pelaku usaha dapat meningkatkan kualitas dan kapabilitas dalam mengelola usahanya. Yang kedua, mampu melakukan perubahan mindset, sikap dan perilaku sukses dan komitmen sehingga dapat mengelola usahanya dengan efektif dan efisien. Yang ketiga, pelaku usaha telah mampu menyusun anggaran dan laporan keuangan sesuai standar PSAK ETAP. Yang keempat pelaku usaha telah mampu membuat iklan produk/jasanya dengan digital marketing di media sosial, website/blog sendiri. Kualitas pelaku usaha meningkat, mampu mengelola



keuangan usahanya dengan standar PSAK ETAP dan mampu membuat iklan produk/jasanya dengan digital marketing.

Key word :

Training, guidance, mentoring, business governance.

Abstract :

Micro, small and medium business actors who are members of the Nahdliyin Entrepreneurs Association (HPN) Banyumas Regency, Central Java were formed in April 2023 in Purwokerto Banyumas. Most of them still manage their business in a simple way. The priority problem faced by MSME actors is the capacity of MSME actors who are not yet able to manage their business, are not yet able to manage their business finances and are not yet optimal in marketing their products/services and are not yet able to create promotions with digital marketing. To improve the quality and capability of MSME actors in overcoming the priority problems they face. To increase the capacity of business actors who are able to prepare financial reports, digital marketing on social media and publish them in journals. The approach method used is training, guidance/consultation, mentoring, and supervision. Apart from that, determining procedures and solution steps in solving problems involving experts in the fields of business management, finance and entrepreneurship who are experienced in effective, efficient and competitive business management. The results of this PkM activity are, firstly, business actors can improve the quality and capability in managing their business. Second, being able to change your mindset, attitude and successful behavior and commitment so that you can manage your business effectively and efficiently. Third, business actors have been able to prepare budgets and financial reports according to PSAK ETAP standards. Fourthly, businesses have been able to advertise their products/services using digital marketing on social media, their own websites/bloqs. The quality of business actors has increased, they are able to manage their business finances using PSAK ETAP standards and are able to advertise their products/services using digital marketing.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Muksin, A., Marhalinda., Suratman, A., Nursina., Erianto, D., Nugroho, M. I., & Indriati, L. (2024). Penerapan Tata Kelola Keuangan Dan Manajemen Yang Baik Untuk Meningkatkan Kinerja Umkm Himpunan Pengusaha Nahdliyin Kabupaten Banyumas. *Jurnal Abdi Insani*, 11(3), 272-280. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i3.1548>

PENDAHULUAN

Pelaku UMKM di kabupaten Banyumas seperti yang dipublis pada website dinas koperasi kabupaten Banyumas, bahwa jumlah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang terekam sampai tahun 2023 adalah 8.551 pelaku usaha, dimana didalamnya terdapat pekerja berjenis kelamin laki-laki sebanyak 2.216 pelaku usaha dan pekerja perempuan sebanyak 411 pelaku usaha. Memang dari sekiang banyak UMKM di Banyumas tersebut memiliki bebrapa kelebihan dan kekurangan dari kualitas produk/jasanya, ukuranya, penhasilannya, dan kinerja usahanya. Seharusnya UMKM yang mau bekerja keras dan ingin berkembang, setidaknya memiliki keunggulan kompetitif, pertama *Strength*, terutama motivasi yang kuat dalam mengembangkan usahanya sebagai sumber utama penghasilan keluarganya. Sehingga pelaku usaha tersebut secara terus menerus membuat perubahan strateginya untuk menghadapi pasar yang terus berubah. Kedua *product*, dalam hal keunggulan produk/jasa, terutama dalam meningkatkan kualitas produk, difrensiasi produk, inovasi produk dan keunikan lainnya sebagai keunggulan daya saing dalam pasar yang sangat kompetitif, meskipun UMKM di Indonesia lebih banyak mempunyai budaya ketrampilan kolaboratif, misalnya dalam pembuatan anyaman bambu dan produk ukiran dari kayu. Ketiga, *Creativity*, usaha mikro, kecil dan menengah



Indonesia umumnya berbentuk usaha padat karya, akibatnya dalam proses produksi, sehingga mengandalkan pekerja yang memiliki kemampuan menggunakan mesin untuk alat produksinya. Keempat, *Skills*, produk/jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia sebagian besar berupa produk sederhana. Dengan demikian banyak diperlukan keahlian khusus, tetapi tidak membutuhkan pelatihan formal. Keahlian khusus tersebut, biasanya diwariskan secara turun-menurun dalam keluarga. Kelima, berbasis *Agricultural*, yaitu usaha yang berhubungan dengan bidang pertanian. Kebanyakan UMKM di Indonesia berbasis budaya, sehingga banyak produk pertanian yang bisa diproduksi dengan jumlah yang kecil tanpa menghabiskan biaya produksi yang mahal. (Muhammad, Iqbal : 2020). UMKM yang ada di wilayah Banyumas bisa mempunyai daya saing ditingkat nasional, karena menghasilkan produk unggulan dan sistem jaringan yang luas. Contohnya pendirian Asosiasi pengusaha Mikro, kecil dan menengah kabupaten Banyumas, ini didasari karena di Banyumas belum organisasi yang menjadi wadah bagi para pelaku UMKM, hal ini bisa menjadi mitra kerja dinas koeprasi dan UMKM untuk memberikan pembinaan dan bantuan kepada para pelaku usaha, supaya optimal kinerjanya dan bisa mengangkat indeks perekonomian kabupaten Banyumas.

Kondisi tersebut sepertinya menjadi peluang serta tantangan untuk warga Banyumas, terutama pelaku UMKM untuk lebih kreatif serta inovatif saat memproduksi barang atau jasa dalam rangka mengembangkan dan meningkatkan kegiatan ekonomi, yang sampai saat ini cuma sebagai pembeli, saat ini sedang diupayakan untuk beralih menjadi pembuat produk minuman kesehatan, sehingga bisa memicu kenaikan ekonomi keluarga.

Pelatihan atau workshop pengelolaan keuangan bagi UMKM ini mempunyai tujuan untuk berbagi pemahaman bagi pengelola UMKM agar mampu mengelola keuangan, strategi dan solusi dalam meningkatkan kinerja pemasaran, serta cara membuat laporan keuangan yang sesuai standar Akuntansi Keuangan EMKM.

Program pengabdian masyarakat ini diharapkan memberikan manfaat bagi pelaku usaha, agar dapat memahami dan mengetahui pentingnya mengelola Keuangan UMKM yang benar, mampu menerapkan strategi bisnis yang tepat untuk meningkatkan kinerja pemasaran, mampu menyajikan laporan keuangan dengan standar Akuntansi Keuangan EMKM dan meningkatkan peran dosen LPT Y.A.I dalam memberdayakan pengelola UMKM dari hasil kajian dan penelitiannya

Mitra kegiatan PkM ini adalah pelaku UMKM HPN Kabupaten Banyumas Jawa Tengah. Mengacu kepada hasil kunjungan ke kantor HPN Kabupaten Banyumas, bisa digambarkan kondisi dan beberapa masalah berikut ini:

a. Kualitas Pelaku UMKM

Kondisi pelaku UMKM HPN Kabupaten Banyumas masih kurang kurang mampu mengelola usaha dengan baik. Masih banyak pelaku UMKM yang belum berpengalaman mengelola usahanya, terutama yang baru memulai usaha. Pendidikan yang relative rendah setingkat SLTA dan ketrampilan manajemen bisnis yang ala kadarnya membuat pengelolaan usahanya kurang berhasil bahkan terkadang merugi.

b. Pengelolaan Keuangan UMKM

Hampir semua pelaku usaha mikro dan kecil bermasalah dalam menyajikan laporan keuangan usahanya. Kondisi tersebut mengakibatkan ketidakjelasan kinerja usahanya, hal tersebut mengakibatkan pengelolaan usahanya kurang berjalan dengan baik, bahkan tidak bisa tumbuh dan berkelanjutan. Terlihat banyaknya usaha mikro dan kecil yang tutup dan berganti usaha yang lain. Padahal pengelolaan keuangan yang baik dan sesuai standar PSAK EMKM dibutuhkan untuk menilai kinerja usahanya baik atau tidak, disamping dapat menjadi penilaian bagi stakeholder, terutama pemerintah dan Lembaga keuangan yang akan membantu modal usahanya.

c. Pemasaran produk/jasa UMKM

Permasalahan pemasaran dan distribusi produk/jasa UMKN HPN Banyumas hampir sama dengan permasalahan yang dialami pelaku UMKM di daerah lain, penyebab utamanya produk belum berkualitas/memenuhi standar nasional, kurang memiliki jaringan kemitraan yang luas, kurangnya daya saing, inovasi dan keahlian membuat konten pada *digital marketing* serta penjualan online.

METODE KEGIATAN

Metode Pendekatan

Untuk mendapatkan Solusi dan Target Luaran dari rencana pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat pada pelaku UMKM HPN Kabupaten Banyumas yang telah ditentukan, maka kami menetapkan metode pendekatan sebagai berikut :

1. Waktu dan Tempat Kegiatan

Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan pada bulan Januari hingga Februari 2024, bertempat di Ruang Aula kantor DPC Himpunan Pengusaha Nahdliyin (HPN), Jl. Tentara Pelajar No. 7 Purwokerto Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah.

2. Metode Pelatihan

Metode pelatihan, dimaksudkan guna memberikan ilmu pengetahuan dan teknologi (Ipteks) untuk menyelesaikan persoalan dengan memberikan penambahan wawasan, dan pemahaman manajemen bisnis bagi mitra. Disamping itu, metode pelatihan ini dirumuskan tim guna menyelesaikan permasalahan dan solusi serta mencapai target luaran seperti :

- a. Penjelasan secara langsung tentang pengelolaan usaha UMKM sesuai konsep dan teori manajemen bisnis modern dan kegiatan tanya jawab serta diskusi yang intensif, setelah penyampaian materi dari para dosen, sehingga pelaku usaha dapat pembekalan tentang urgensinya menaikkan kinerja usahanya.
- b. Pelatihan Menyusun Laporan Keuangan
 - 1) Menyampaikan Konsep dan Teori Dasar-dasar Akuntansi
 - 2) Menjelaskan tentang Prosedur penyusunan Laporan Keuangan berdasarkan PSAK EMKM
 - 3) Pelatihan membuat jurnal umum, jurnal penyesuaian, buku besar dan laporan keuangan
 - 4) Praktek Menyusun laporan keuangan dengan Aplikasi SI APIK
- c. Membuat konten dengan digital marketing
 - 1) Membuat akun di Facebook
 - 2) Membuat konten promosi produk/jasa dengan photoshop
 - 3) Membuat status di Fitur buat cerita, upload konten promosi dan tambahkan musik/tulisan
 - 4) Melakukan posting konten promosi produk/jasa di Facebook

3. Metode Bimbingan Teknis dan Pendampingan

Metode pembimbingan teknis dan pendampingan pada para pelaku usaha UMKM HPN kabupaten Banyumas, sebanyak 22 orang, ditujukan untuk memastikan bahwa rekan pelaku usaha dapat mengimplementasikan hasil pelatihan dan bimbingan teknis serta pendampingan dari ahlinya, yang mana metode tersebut, dipakai nantinya di lokasi mitra. Nara sumber PKM, melaksanakan tugas secara aplikatif untuk mengarahkan, membimbing setiap proses dan tahapan, memberi contoh kepada Mitra dalam mengatasi permasalahan dan mencapai target dan luaran dari Peningkatan Kualitas pelaku usaha melalui Pelatihan dan bimbingan usaha, Peningkatan kemampuan mengelola keuangan UMKM yang sesuai standar PSAK EMKM yang efektif dan efisien, Peningkatan kemampuan membangun jaringan bisnis dan membuat konten digital marketing untuk mempromosikan barang dagangannya.

4. Metode Pendekatan Fasilitasi dan Media

Metode pendekatan fasilitas ini, dimaksud untuk memfasilitasi pelaku UMKM agar kegiatan pengabdian masyarakat ini, berjalan, memperlancar, dengan baik, lancar dan memuaskan harapan pelaku usaha/mitra. Pendekatan ini diterapkan untuk menyelesaikan permasalahan dan menggapai target dan luaran sebagai berikut :

- a. Fasilitas pelatihan tata Kelola bisnis UMKM
- b. Fasilitas pelatihan pengelolaan keuangan UMKM
- c. Fasilitas pelatihan membuat konten promosi produk/jasa dengan digital marketing di website/blog mitra.

Media yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini, adalah ruang kelas/aula kantor HPN, media pembelajaran seperti LCD Proyektor, papan tulis dan internet/WiFi. Sedangkan media untuk Latihan *digital marketing*, menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, youtube dan blog.

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pelaksanaan Kegiatan

1. Peningkatan Kapasitas Pelaku UMKM

Dalam rangka meningkatkan kapasitas pelaku UMKM HPN kabupaten banyumas, maka diawali dengan pemberian pemahaman tentang bisnis UMKM, dengan metode ceramah, dimana nara sumber mempresentasikan konsep manajemen bisnis terutama dalam menerapkan strategi pengelolaan usaha berskala mikro, kecil dan menengah, seperti strategi bauran pemasaran, strategi keunggulan bersaing dan bisnis model kanvas selama 45 menit.

Setelah pemaparan teoritis, narasumber memberikan kesempatan kepada peserta pelatihan untuk bertanya, dan beberapa pertanyaan disampaikan oleh peserta kepada nara sumber. Semua pertanyaan dijawab dengan baik oleh para narasumber dan peserta yang bertanya merasa puas dengan jawaban tersebut.

Kemudian nara sumber menentukan salah satu permasalahan usaha yang dimiliki peserta untuk dijadikan topik bahasan diskusi, semua peserta diberikan kesempatan untuk memberikan masukan/solusi atas permasalahan tersebut, nara sumber menyimpulkan dan memberikan rekomendasi yang mudah diterapkan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.

Diakhir sesi pelatihan ini, peserta diberikan tugas untuk Menyusun perencanaan pemasaran dan strategi bisnis bagi usaha mikro, kecil dan menengah. Kemudian peserta dilatih menyusun bisnis model kanvas sesuai dengan jenis usahanya masing-masing peserta.

2. Pengelolaan Keuangan UMKM

Pada sesi pelatihan pengelolaan keuangan usaha, nara sumber menggunakan metode ceramah, tanya jawab dan latihan/praktek.

Nara sumber memberikan pemahaman melalui presentasi mengenai teori dasar-dasar akuntansi, administrasi Jurnal, administrasi buku besar, dan laporan keuangan serta Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Entitas Mikro Kecil dan Menengah (EMKM) selama 45 menit.

Sesi tanya jawab berlangsung hangat, karena banyak peserta yang belum memahami akuntansi dan laporan keuangan usahanya, bahkan beberapa peserta meminta pelatihan Menyusun laporan keuangan ditambah pada waktu yang lain. Narasumber mampu menjawab semua pertanyaan dengan baik, sedangkan untuk pelatihan selanjutnya dikoordinasikan saja dengan pengurus HPN kabupaten Banyumas.

Sesi terakhir digunakan untuk pelatihan menyusun laporan keuangan dengan aplikasi Si APIK yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia. Aplikasi ini diperuntukkan bagi UMKM Indonesia, yang dapat diinstal di App store bagi Handphone berbasis android dan klik link <https://www.bi.go.id/siapik/v110> bagi pengguna PC/laptop berbasis web. Latihan ini sekaligus sebagai tugas praktek membuat laporan keuangan menggunakan aplikasi Si APIK yang dilakukan selama 60 menit.

3. Pemasaran dan *digital marketing* produk/jasa UMKM

Pada sesi pelatihan pemasaran dan *digital marketing*, digunakan metode ceramah, tanya jawab dan pemberian tugas praktek.

Sesi pendahuluan, narasumber mempresentasikan materi tentang manajemen pemasaran dan digital marketing agar peserta mendapat pengetahuan secara teoritis tentang strategi promosi, alat-alat promosi dan teknologi informasi untuk mempromosikan produk/jasa selama 45 menit.

Kemudian dibuka sesi tanya jawab kepada peserta pelatihan, beberapa peserta dengan antusias menanyakan bagaimana penerapan strategi promosi yang efektif dan efisien, karena sebagian besar permasalahan UMKM adalah pada lemahnya strategi memasarkan produknya. Nara sumber menjelaskan beberapa strategi promosi yang tepat untuk barang dan jasa disertai beberapa contoh

promosi yang mudah diterapkan bagi produk/jasa UMKM.

Pada sesi terakhir diberikan latihan membuat konten digital marketing dan tugas membuat iklan di media sosial, seperti Instagram, facebook, Tiktok dan blog pribadi selama 60 menit.



Gambar 1. Foto Kegiatan PkM di HPN kabupaten Banyumas

3.2 Monitoring dan Evaluasi kegiatan

1. Monitoring kegiatan

Sebelum pelatihan dimulai, tim pelaksana PkM menyiapkan daftar hadir peserta pelatihan, kemudian nara sumber memonitor peserta pelatihan selama kegiatan berlangsung baik pada saat mendengarkan ceramah, tanya jawab, diskusi dan mengerjakan tugas. Sebagai dokumen monitoring kegiatan PkM ini, tim pelaksana menyiapkan proposal dan laporan kegiatan PkM kepada pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPI Y.A.I dan hasil kegiatan disampaikan juga ke pengurus DPC HPN kabupaten Banyumas Jawa Tengah.

2. Evaluasi kegiatan

Tim pelaksana PkM melakukan evaluasi setelah kegiatan selesai meliputi, kedisiplinan peserta, sikap dan perilaku peserta, tingkat pemahaman peserta melalui pre-test dan post-test, aktivitas dalam diskusi/tanya jawab dan hasil pekerjaan tugas pada setiap materi pelatihan yang diberikan.

3.3 Hasil Kegiatan

1. Kualitas Pelaku Usaha

Setelah pelaku usaha melaksanakan pelatihan peningkatan tata kelola bisnis UMKM, sebagian besar pelaku usaha melakukan:

a. Perubahan mindset.

Pelaku UMKM sudah memiliki pola pikir sukses, mereka terbiasa membuat visi dan misi bisnisnya, mereka meyakini bahwa keberhasilan usahanya karena kerja keras, bukan karena Nasib baik saja. Bila ada permasalahan pada usahanya, mereka berpikir mencari solusinya, terus membangun mitra/relasi untuk mengembangkan usahanya. Memiliki kebiasaan selalu berpikir positif sehingga tidak mudah menyalahkan orang lain. Pola pikir untuk terus maju dengan selalu belajar dari pengalaman dan sumber belajar lainnya, sehingga terbiasa menghadapi resiko dalam bisnisnya.

b. Sikap dan perilaku sukses.

Sikap dan perilaku pelaku usaha ditunjukkan dengan tindakan profesional dalam mengelola usahanya, mereka meyakini bahwa dengan sikap profesional akan meraih kesuksesan dalam bisnisnya.

c. Komitmen

Semakin banyak belajar dan berkonsultasi dengan ahlinya, pelaku UMKM menyadari bahwa dalam menjalankan usahanya untuk melayani stakeholder dibutuhkan komitmen yang kuat, sehingga mereka akan percaya dan memberikan apresiasi atas keberhasilan usahanya.

d. Mampu menyiapkan, melaksanakan, dan mengendalikan bisnisnya secara efektif dan efisien.

Setelah belajar dan melaksanakan pelatihan, pelaku UMKM lebih memahami pentingnya manajemen bisnis, sehingga mereka mampu menyusun perencanaan usahanya, menjalankan bisnisnya sesuai dengan standar operasional prosedur yang ditetapkan serta mampu mengontrol dan mengevaluasi usahanya secara efektif dan efisien untuk mencapai keberhasilan usahanya.

2. Pengelolaan Keuangan UMKM

Setelah pelaku usaha mengikuti pelatihan pengelolaan keuangan, maka setiap pelaku usaha aktif dalam membukukan keuangannya secara tertib dan rapi, baik laporan kas harian, mingguan, bulanan dan tahunan. Disamping itu pelaku UMKM mampu membuat rencana anggaran dan belanja usahanya, dan mampu menyusun laporan keuangan sesuai standar PSAK EMKM, terutama laporan neraca, laporan laba rugi, laporan arus kas dan laporan perubahan modal usaha.

3. Pemasaran dan digital marketing

Setelah mengikuti pelatihan digital marketing, pelaku usaha mampu bermitra dengan stakeholder baik dari kabupaten Banyumas maupun diluar wilayah Banyumas, seperti dengan dinas koperasi dan UMKM, Kandinda kabupaten banyumas, Lembaga swadaya Masyarakat/ormas dan HPN Provinsi maupun HPN Pusat di Jakarta guna memperluas pemasaran produk/jasanya. Selain itu pelaku UMKM mampu membuat konten iklan produk/jasa yang menarik, atraktif dan diharapkan bisa viral di Masyarakat dengan teknologi digital marketing di media sosial, website/blog sendiri.

3.4 Dampak dan Luaran Kegiatan

1. Tata Kelola UMKM Yang Efektif dan Efisien

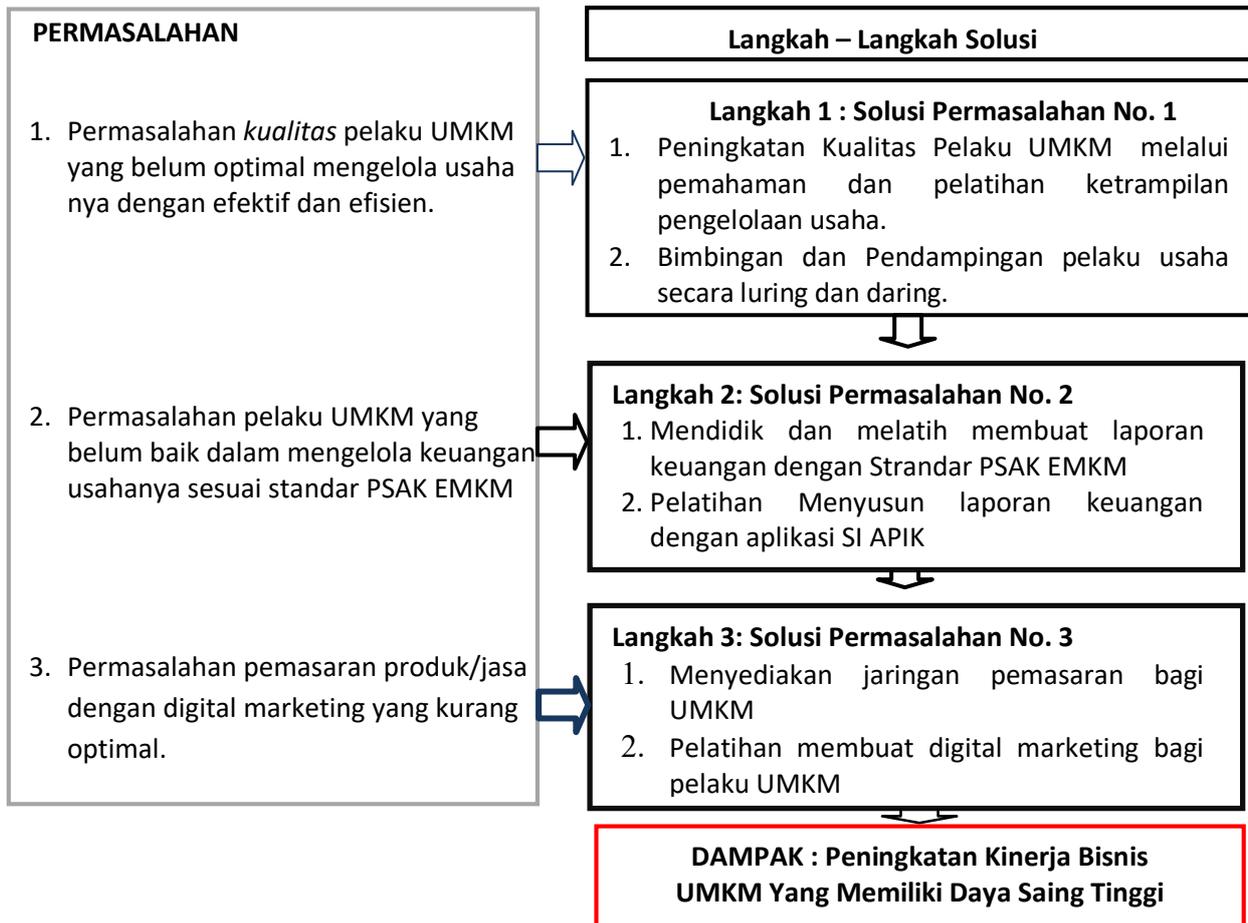
Dengan kapasitas dan kemampuan manajemen bisnis, sebagian besar kegiatan usaha dilaksanakan dengan baik dan hasilnya terukur, sehingga berdampak peningkatan pendapatan usahanya.

2. Luaran Kegiatan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan tema pengelolaan keuangan UMKM, menghasilkan; buku pedoman pengelolaan keuangan UMKM dan laporan kegiatan yang dibuat artikel dan dipublikasikan pada jurnal nasional

3.5 Solusi Atas Permasalahan UMKM HPN Kabupaten Banyumas.

Tahapan atau langkah-langkah mengatasi permasalahan prioritas yang telah ditetapkan dalam target luaran PkM pada mitra bisa jelaskan pada gambar 2.



Gambar 2. Tahapan mengatasi Permasalahan Prioritas Pada UMKM HPN Kabupaten Banyumas.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berjalan dengan lancar dan hasilnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Kualitas pelaku usaha meningkat sehingga mampu mengelola UMKM secara efektif dan efisien
- b. Pelaku UMKM mampu mengelola keuangan usahanya, terutama dalam menyusun laporan keuangan yang sesuai standar PSAK ETAP.
- c. Pelaku UMKM mampu membuat iklan produk/jasa dengan digital marketing di media sosial, website/blog sendiri.

2. Saran

- a. Beberapa pelaku usaha/peserta masih belum menguasai manajemen bisnis, oleh karena itu perlu dilakukan pendampingan dan supervisi setiap semester, sampai mampu mengelola usahanya dengan efektif dan efisien.
- b. Dalam penyusunan laporan keuangan yang sesuai standar PSAK ETAP, diperlukan monitoring setiap bulannya, sehingga harus dilakukan pendampingan dan konsultasi yang intensif agar laporan keuangan yang disajikan dapat dipertanggungjawabkan.
- c. Untuk membantu pelaku usaha dalam membuat konten promosi produk/jasanya, perlu dibuat *platform/market place*

DAFTAR PUSTAKA

- DRPM. Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi RI. (2021). *Panduan Pelaksanaan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Edisi XIII*.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2019. *Standar Akuntansi Keuangan*, Jakarta
- Kieso, D. E., Weygandt, J., & Warfield, T. (2018). *Third Edition Intermediate Accounting IFRS Edition*. United States. Wiley.
- Fasa, M. I., Febrianty, F., & Santoso, I. R. (2020). *Eksistensi Bisnis Islam di Era Revolusi Industri 4.0*. Bandung: Widina Bhakti Persada
- Supriyati. (2016). *Audit Laporan Keuangan Usaha Kecil dan Menengah Berbasis Akuntansi dan Perpajakan*. Yogyakarta. CV Andi Offset
- Supriadi, A., Arisonaha, E., & Sari, T. N. (2023). *Pengelolaan Keuangan dan Pengembangan Usaha Pada UMKM*, Bandung. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Muksin, A., Nana, T., Herminda., & Limakrisna, N. (2022). *Business Management Model to Improve the Performance of Small and Medium Enterprises in West Java*, International Journal Of Special Education, Vol. 37 Nomor 3, Maret 2022. *International Journal Of Special Education*, 37 (3), 9741-9750. ISSN 0827 3383
- Muksin, A. (2021). *The Improve small and medium enterprises performance with Holistic marketing models*, Dinasti International Journal Of Management Science, Vol. 2 Issue 5, Juni 2021. Pp. 703-712. ISSN 2686 5211.
- Herminda., & Muksin, A. (2021). Competitive Advantage Strategies and Culinary Business Success. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2 (4), 580-582. ISSN 2715 4203.
- Boufim, M., Barka, H. (2021). Digital Marketing: Five Stages Maturity Model for Digital Marketing Strategy Implementation. *International Journal of Business and Technology Studies and Research*, 3(3), 1-15. ISSN 2665 7716.
- Ki-Heiyung, Y. (2020). A Study on Digital Marketing Promotion Strategy and Implementation Strategy Implementation Plan of Global SMEs. *Journal of Digital Convergence*, 18(11), 195-205, ISSN 2713 6442.
- Yusnita, M., & Wahyudin, N. (2019). Strategi Peningkatan Keunggulan Kompetitif Umkm Melalui Kapasitas Inovasi Dengan Perspektif Gender. *Journal of Economics and Banking Volume*, 1(2), 174-183, ISSN 2685-3698
- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 terhadap UMKM di Indoensia. *Jurnal Brand*, 2(1), 123-130, e-ISSN 2715 4920.
- Herminda., Nugroho, M., Muksin, A. (2023). Built Competitive Advantage Models On Cofee Shop Business In Jakarta. *Dinasti International Journal Of Management Science*, 4(3), 489-495. ISSN 2686 5211.
- Diana W. R., Uyung, S. I., Roy, B., Muksin, A. et al., (2023), *Manajemen Keuangan*, Surabaya, CV. Global Aksara Pers.

