

Peningkatan Ketahanan UMKM dan Kelompok PKK di Kampung Ketupat Kota Samarinda Menghadapi Krisis Pandemi

Adi Wijaya¹, Fitriadi Fitriadi², Yana Ulfah³, Arfiah Busari⁴, Erwin Kurniawan A.⁵

^{1,2,4,5}Program Studi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman, Samarinda

³Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman, Samarinda

¹adi.wijaya@feb.unmul.ac.id, ²fitriadi@feb.unmul.ac.id, ³yana.ulfah@feb.unmul.ac.id,

⁴arfiah.busari@feb.unmul.ac.id, ⁵erwin.kurniawan.a@feb.unmul.ac.id

Abstract

Ketupat Village in Samarinda Seberang is one cluster based on SMEs producing diamonds in Samarinda City. It carried this effort out from generation to generation and to develop it; it is necessary to process nipah leaves into diamonds. During the Covid-19 pandemic, it has become an obstacle and challenge for the development of small and medium-sized diamond craft-workers, which affects the decline in the income of diamond craft-workers. Observations show that there are obstacles and limitations in marketing methods and poor governance to support them when facing the Covid-19. This service strives to improve the performance and competence of MSMEs, both in terms of financial accounting management and digital marketing. The approach uses methods including training and mentoring through bookkeeping, and encouraging the ability to promote through digital marketing for SMEs by providing training and help in online blog creation, to develop the use of online media both through social media such as Instagram, Facebook, WhatsApp, Twitter and the marketplace. It also carried this service out to elaborate the synergy between PKK activities and MSME activities by providing training and entrepreneurial assistance, including by doing crafts by stimulating the production of diamonds and building cooperative relationships with several other economic actors related to the production of diamonds. The results of interviews with MSMEs and PKK showed the service program helped them and hoped for the sustainability of this service program. The findings of this work are expected to optimize the resilience of MSMEs and develop the entrepreneurial potential of PKK women, to maximize family income.

Keywords: digital marketing, Covid-19, governance, MSMEs, PKK, Samarinda.

Abstrak

Kampung Ketupat di Samarinda Seberang adalah salah satu cluster yang berbasis UMKM penghasil komoditi ketupat di Kota Samarinda. Usaha tersebut dilakukan secara turun menurun dan untuk mengembangkannya perlu dengan mengolah daun nipah menjadi ketupat. Pada saat terjadi pandemi Covid-19 telah menjadi hambatan dan tantangan bagi perkembangan UMKM pengrajin ketupat yang berdampak terhadap penurunan pendapatan pengrajin ketupat. Pada hasil observasi menunjukkan adanya hambatan dan keterbatasan pada metode pemasaran dan tata kelola yang kurang baik untuk mendukung ketika menghadapi masa terjadinya pandemi covid 19. Tujuan pengabdian ini adalah untuk berupaya dalam meningkatkan kinerja dan kompetensi UMKM baik dilihat dari tata kelola pembukuan keuangan maupun hal pemasaran digital. Pendekatan menggunakan metode diantaranya pelatihan dan pendampingan melalui jalur pembukuan, dan mendorong kemampuan mempromosikan melalui digital marketing UMKM dengan memberikan pelatihan serta pendampingan pembuatan blog secara online, untuk mengembangkan terhadap penggunaan media online baik melalui media sosial seperti instagram, facebook, whatsapp dan twitter maupun marketplace. Pengabdian ini juga dilakukan untuk mengelaborasi sinergi antara kegiatan PKK dan kegiatan UMKM dengan memberikan pelatihan dan pendampingan

kewirausahaan diantaranya dengan melakukan kerajinan dengan merangsang hasil produksi ketupat serta membangun hubungan kerjasama dengan beberapa pelaku ekonomi lainnya yang berhubungan dengan produksi ketupat. Hasil wawancara pada UMKM dan PKK menunjukkan mereka terbantu dengan program pengabdian dan mengharapkan adanya keberlanjutan program pengabdian ini. Temuan karya ini diharapkan dapat mengoptimalkan ketahanan UMKM maupun mengembangkan potensi kewirausahaan ibu-ibu PKK, sehingga dapat memaksimalkan pendapatan keluarga.

Kata kunci: *digital marketing*, Covid-19, tata kelola, UMKM, PKK, Samarinda.

© 2022 Jurnal Pustaka Mitra

1. Pendahuluan

Disaat terjadi pandemi Covid-19 yang melanda di Indonesia maupun secara global, telah mengakibatkan terpuruknya kegiatan ekonomi di masyarakat dan bagi pelaku usaha UMKM baik pelaku usaha mikro, perorangan maupun rumah tangga [1-2]. Dengan penerapan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) serta *social distancing* oleh pemerintah untuk menekan terhadap penyebaran Covid-19, tentu menyebabkan penurunan pendapatan bagi pelaku UMKM. Perubahan dan pergeseran pada pola pembelian, pada kondisi sebelumnya sudah terjadi penjualan secara online namun para konsumen masih tetap menyukai dalam hal pembelian secara langsung ke pengrajin ketupat. Terlebih, kondisi saat pandemi menyebabkan konsumen dan produsen ketupat membatasi diri untuk tidak melakukan penjualan secara langsung bertemu untuk bertransaksi, sehingga pelaku UMKM perlu untuk mengembangkan strategi penjualan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen.

Dengan terjadinya pandemi Covid-19 maka pelaku UMKM seperti Ibu Samsiah dan Ibu Wati yang bertempat tinggal di Kampung Ketupat Samarinda Seberang. Kedua pelaku UMKM tersebut relatif baik untuk memproduksi ketupat di Kampung Ketupat. UMKM ini bergerak dalam bidang hasil produk dari alam yaitu bersumber dari daun nipah yang banyak tumbuh subur di muara sungai Mahakam sebagai bahan utama dalam memproduksi ketupat, yaitu dengan mengolah daun pucuk nipah menjadi ketupat dan jika sudah menjadi ketupat yang siap dipasarkan. Ketupat ini menjadi olahan untuk makanan berat seperti Coto Makassar dan Soto Banjar yang memang menggunakan ketupat sebagai pelengkap lantaran menyajikan dagangannya. Hasil survei pada pelaku UMKM telah menunjukkan bahwa terjadi penurunan terhadap pendapatan pada pelaku UMKM tersebut di masa pandemic Covid-19 [3]. Para pelaku UMKM telah melakukan penjualan produknya secara *offline* dan juga secara *online* walaupun dengan cara yang sederhana. Pelaku UMKM mengalami suatu kendala dari segi pembuatan pembukuan atau akuntansi untuk pencatatan transaksi bisnis yang dilakukan, dalam hal ini akan sejalan dengan kondisi UMKM pada umumnya [4-5]. Pada hasil observasi dibagian awal menunjukkan bahwa informasi belum terjadinya

hubungan kerjasama antara pelaku UMKM dengan organisasi yang ada di masyarakat secara khusus untuk pemberdayaan kesejahteraan keluarga (PKK) dengan harapan untuk dapat meningkatkan pendapatan keluarga pengrajin.

Berdasarkan pengamatan yang ada, maka tim pengabdian melakukan kegiatan untuk mengurangi permasalahan yang ada. Tujuan kegiatan ini, pertama adalah mengembangkan model pemasaran yang mengarah pada *business to business* (B2B) dengan 4 skenario: *customer relationship management* (CRM), *social strategy*, seluler, dan *website*, sehingga jangkauan pasar bisa lebih diperluas [6-9]. Pemanfaatan digital marketing merupakan alternatif strategi pemasaran yang memudahkan UMKM dalam memantau dan menyediakan kebutuhan calon konsumen, sedangkan konsumen dapat menggunakan media digital di dalam pencarian informasi produk yang mereka butuhkan. Strategi digital marketing akan memiliki jangkauan yang luas sehingga akan berdampak positif terhadap peningkatan daya saing maupun pemasaran UMKM [10-11]. Pernyataan tersebut sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa pemanfaatan media sosial mampu meningkatkan penjualan pada UMKM, memudahkan pemasaran produk yang dihasilkan [12]. Strategi *branding* yang diberikan untuk UMKM adalah dengan memperbaiki konten yang menarik calon konsumen.

Kedua adalah memberikan pelatihan dan pendampingan dalam laporan keuangan karena mereka otomatis harus cekatan dalam mengakses perangkat (*software*) transaksi yang kini cenderung menonjol dikreasikan oleh bisnis skala sedang dan besarsehingga bisa diperoleh informasi yang dapat digunakan di dalam mengambil keputusan, serta dapat mengetahui persediaan yang ada secara real time dan tata kelola keuangan yang lebih baik [13]. Ketiga membangun budaya kewirausahaan di Kecamatan Samarinda Seberang dan inisiasi kerjasama kelompok PKK dengan UMKM.

Permasalahan yang ditemukan dalam program pengabdian ini adalah bagaimana meningkatkan kembali pendapatan UMKM pada masa pandemi, membangun kerjasama antara UMKM dengan pelaku ekonomi di masyarakat, hingga memperkuat pemahaman dalam melakukan pembukuan keuangan

secara sederhana, dan juga menambah penjualan dengan menggunakan sistem *online*?

2. Metode Pengabdian

Motivasi acara ini merupakan bagian dari kegiatan yang rutin dilakukan oleh para peneliti dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda. Pendekatan kegiatan dilakukan secara luring (luar jaringan) untuk dapat langsung bertemu dengan para pelaku pengraji ketupat. Dari sisi lain, disetiap akhir pelatihan dan pendampingan dilakukan tanya jawab [14]. Pendekatan secara luring tentu saja dengan memperhatikan protokol kesehatan sesuai anjuran pemerintah. Dalam hal ini membantu mengurangi permasalahan yang terjadi dalam melakukan hubungan pemasaran, menghindari terjadinya penurunan pendapatan pada pelaku UMKM pengrajin ketupat serta membangun kerjasama UMKM dan PKK dengan beberapa kegiatan yang dilakukan diantaranya: (1) Memberikan pelatihan dan pendampingan pembuatan blog untuk pemasaran secara online; (2) Mempromosikan fotografi produk yang dihasilkan; (3) Pengarahan dalam pemotretan hasil produk; (4) Pelatihan mengelola pembukuan keuangan secara sederhana; dan (5) Mendorong pembuatan cinderamata berbahan baku dari limbah daun nipah.



Gambar 1. Objek kegiatan
Sumber: [15].

Selanjutnya, dalam upaya untuk mendapatkan informasi dan mengetahui tentang dampak pengabdian ini terhadap pelaku mitra usaha baik kegiatan UMKM maupun kegiatan PKK, maka dalam tahap akhir pengabdian diterapkan wawancara kepada para informan pelaku usaha baik di kegiatan UMKM maupun dari kegiatan PKK di Kampung Ketupat. Fokus atau luaran PKM tertuju di Kampung Ketupat yang berlokasi di Kecamatan Samarinda Seberang, Kota Samarinda, Kalimantan Timur (simak Gambar 1).

3. Pembahasan

Kegiatan pengabdian dimulai pada pertengahan Januari 2022 sampai dengan pertengahan April 2022 bersamaan dengan bulan Ramadhan. Adapun kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan informasi dan meningkatkan pemahaman mitra UMKM Ibu Samsiah dan UMKM Ibu Wati mengenai pembukuan keuangan secara sederhana. Kegiatan pelatihan dasar pembukuan dilakukan secara luring dan tempat pelaksanaan di Rumah Ibu Samsiah sebagai pelaku pengrajin Ketupat (Di Kampung Ketupat Di Samarinda Seberang). Pelatihan dasar pembukuan keuangan berisi tentang penjelasan mengenai pengertian laporan keuangan, pentingnya pencatatan keuangan dalam menjalankan usaha dan tahapan-tahapan yang harus dilakukan dalam melakukan pencatatan keuangan usaha, dasar pengukuran unsur-unsur laporan keuangan, asumsi dasar dalam menyusun laporan keuangan dan komponen-komponen laporan keuangan. Pada sesi terakhir di buka sesi tanya jawab dan sharing bagi peserta untuk menambah pemahaman mengenai pencatatan dasar pembukuan keuangan secara sederhana.

Untuk mengatasi terjadinya penurunan pendapatan dapat dilakukan dengan berbagai cara dan diantaranya adalah dengan memanfaatkan dan menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk yang dihasilkan dan perlu adanya konten video ataupun photo agar menginformasikan dan menarik calon konsumen [16]. Pengabdian yang dilakukan dengan melakukan pendampingan yang dilakukan berupa pelatihan menggunakan handphone untuk mengambil photo dan video produk yang dihasilkan, mendesain dan optimalisasi penggunaan media sosial untuk mempromosikan produk.

Implikasi praktisnya adalah memberikan suatu pemahaman tentang tata cara pemasaran menggunakan jejaring sosial dan digital marketing di masa terjadinya pandemi Covid-19. Sedangkan kegiatan pelatihan dalam pembuatan blog dijejaring sosial ini diikuti oleh UMKM dan juga masyarakat umum. Pemateri dalam kegiatan ini menyampaikan beberapa materi tentang sejarah Blog, tujuan penggunaan blog, memanfaatkan dan mempunyai blog dan terpenting adalah mengerti tentang langkah-langkah dalam pembuatan blog. Pada praktiknya pembuatan blog dapat dilakukan pada kegiatan pengabdian ini. Disesi terakhir acara, diselenggarakan sesi tanya jawab dan diskusi bagi peserta dan pemateri untuk memperjelas tentang pemahaman mengenai penggunaan blog dan proses pembuatan blog itu sendiri.

Pemateri memberikan tentang pelatihan Fotografi dan juga kegiatan lainnya dari sebuah program pengabdian yang telah direncanakan dan disusun dengan baik. Tujuan kegiatan ini adalah untuk

memberikan wawasan dan membuat desain pesan dan periklanan tentang produk agar dapat menarik konsumen dan membelinya. Pelatihan fotografi menjelaskan bagaimana dasar fotografi dan cara mengambil gambar dengan baik dan hasil yang sempurna meliputi Pengenalan Kamera, Segitiga Exposure, dan photo produk yang akan dipromosikan. dan pemateri menjelaskan dengan baik, selanjutnya masuk dalam sesi tanya jawab dan diskusi mengenai hasil fotografi produk tersebut. Sesi terakhir melakukan praktik fotografi dan peserta yang hadir didampingi pemateri untuk menggunakan kamera handpone. Dalam kegiatan fotografi ini telah diikuti dengan baik dan kegiatan tambahan yaitu pemotretan foto produk yang ingin dipromosikan. Kegiatan pengabdian ini telah dilaksanakan dengan baik dan mempunyai tujuan yaitu untuk meningkatkan pemasaran produk bagi pelaku UMKM Ibu Samsiah dan Ibu Wati. Pemotretan dan dokumentasi berupa produk dari limbah lidi daun nipah yang diolah kembali oleh Ibu Wati menjadi sebuah produk piring yang biasa digunakan di restoran dan perhotelan sedangkan untuk Ketupat Ibu Wati dilakukan beberapa kali pemotretan. Dalam pembuatan video dokumenter untuk promosi dari masing-masing produk yang berbahan baku daun nipah ini. Hasil dari melakukan pemotretan produk kemudian masuk tahap pengeditan dan selanjutnya dibagikan melalui sosial media seperti Facebook, WhatsApp, Instagram serta platform belanja online (Tokopedia, Blibli, Shopee, dan sosial media lainnya) dengan tujuan akhir untuk meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk dihasilkan oleh Ibu Samsiah dan Ibu Wati diharapkan jumlah penjualan produk dapat meningkat secara signifikan.

Tim pengabdian juga akan membantu dalam melakukan promosi produk di jejaring sosial tersebut. Program tersebut dilakukan dengan tujuan akhir adalah untuk meningkatkan dan memperluas jaringan pemasaran produk agar banyak diketahui oleh masyarakat dengan promosi produk melalui baik melalui jejaring sosial dengan media *online*.

Aktualisasi pengabdian diimplementasikan dengan kegiatan lainnya berupa pelatihan dan pembuatan kerajinan *ecoprint* bertujuan untuk membentuk suatu sikap kemandirian pada Ibu-Ibu PKK dalam menghasilkan sebuah produk yang mempunyai nilai ekonomi dan menginisiasi hubungan kerjasama dengan pelaku UMKM. Adapun materi yang telah disampaikan antara lain menjelaskan tentang pengertian *ecoprint*, cara menggunakannya dan penerapannya, serta manfaat dari *ecoprint* dan langkah-langkah pembuatan kerajinan *ecoprint* dengan mewarnai lidi untuk bahan baku membuat piring dan mangkok. Pada praktiknya, pembuatan *ecoprint* tertuju pada produk atau komoditas ketupat (perhatikan Gambar 2).



Gambar 2. Produk UMKM yang dihasilkan

Dari 10 orang peserta melakukan praktik membuat motif *ecoprint* pada lidi dari limbah daun nipah. Selain pembuatan kerajinan *ecoprint*, pelaku UMKM diberi pelatihan pembuatan cinderamata yang berbahan dari lidi limbah daun nipah untuk menjadi beberapa benda yang mempunyai nilai ekonomi, seperti untuk gantungan kunci, hiasan dinding dari lidi daun nipah. Pembuatan lukisan cinderamata ini menggunakan bahan dasar lidi daun nipah yang biasa menjadi bahan utama pembuatan ketupat dan lidi daun nipah ini akan ditempel di atas kain kanvas dengan menggunakan lem fox dan membentuk suatu motif bunga atau apapun yang dikehendaki. Sebelum melakukan penempelan lidi daun nipah, maka perlu dilakukan pembuatan berupa sketsa yang berbentuk bunga dan Ibu Samsiah dan Ibu Wati. Lidi daun nipah ini akan ditempel di atas kanvas mengikuti sketsa berbentuk bunga tersebut, sehingga akan menghasilkan sebuah lukisan yang aestethik. Adapun *output* yang dihasilkan dari pembuatan sebuah lukisan cinderamata itu adalah sebuah lukisan yang terbuat dari lidi daun nipah yang sering dibuang sebagai limbah dan ditangan orang yang memiliki kreatifitas akan dapat dimanfaatkan sebagai hiasan dinding.



Gambar 3. Sesi diskusi dan tatap muka

Evaluasi dampak pengabdian kepada masyarakat ini untuk mengetahui tentang usaha UMKM yang dilakukan dengan cara melakukan wawancara kepada beberapa pihak yang berhubungan langsung dengan program pengabdian ini yaitu si pemilik UMKM Ibu Samsiah dan Ibu Wati serta Ibu-ibu PKK di Kampung Ketupat Samarinda Seberang.

Adapun aktivitas yang akan disampaikan dan dilaksanakan bertujuan untuk membantu dalam menjalankan usaha UMKM dengan baik, terutama di Program Pelatihan pada Pembukuan keuangan secara sederhana dan setelah adanya Program Pelatihan Pembukuan Keuangan secara sederhana ini dalam rangka membantu permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM dapat teratasi sehingga program pengabdian ini dapat membantu dalam mengelola keuangan yang sederhana (lihat Gambar 3).

Dari mengelola keuangan UMKM, Ibu Samsiah dan Ibu Wati lebih tertata dengan baik daripada sebelum pelatihan. Hasil dari evaluasi program pelatihan dan pendampingan pembukuan telah membantu pelaku UMKM dalam mencatat transaksi debit dan kredit yang terjadi disetiap transaksi dan terutama dalam menghitung atas persediaan barang dengan menggunakan sistem konsinyasi. Target pasar usaha ketupat Ibu Samsiah dan Ibu Wati pada awalnya hanya di pasarkan di daerah Kota Samarinda saja, diharapkan dengan adanya kegiatan pengabdian ini maka target pasar akan semakin luas dan terutama ke daerah disekitar kota Samarinda seperti Tenggarong, Balikpapan, Bontang, Sangatta, Tanjung Selor bahkan bisa mencapai Kota Tarakan dan Tanjung Redeb. Terkait dalam pengelolaan blog secara online melalui media sosial, Ibu Samsiah dan Ibu Wati telah mendapat pelajaran dengan pelatihan cara pembuatan blog media sosial dan mengenai cara pengelolaan blog serta cara mendapatkan *royalty*. Untuk tahap selanjutnya maka rencana ke depannya adalah memposting produk-produk di blog ke media sosial, sehingga blog yang dibuat sebelumnya yang bersifat secara personal kini telah menjadi sebuah blog yang menyampaikan informasi kepada konsumen tentang kegiatan UMKM dan produk-produk yang dihasilkan.

Hasil wawancara terhadap pelaku UMKM Ibu Samsiah, menunjukkan bahwa mereka menyatakan terbantuan dari sisi pemasaran melalui blog dan pelaku UMKM telah mendapatkan wawasan baru bagaimana cara yang benar dalam pengambilan photo produk hasil dari produksi untuk menjadi materi/content dan disampaikan melalui digital marketing. Pendampingan fotografi dan pembuatan video dengan durasi singkat juga membantu mereka dalam memperbaiki konten di media sosial baik facebook, whatsapp serta instagram, maupun konten-konten mereka yang ditampilkan dalam *marketplace* lainnya. Para pelaku UMKM juga terbantuan karena mereka telah memiliki beberapa

stock photo maupun video yang berdurasi singkat dan akan mereka keluarkan secara bertahap melalui media sosial. Di sisi lainnya jangkauan dalam pemasaran mereka mengatakan bahwa jangkauan pemasarannya menjadi lebih luas dan tidak hanya di daerah Samarinda Seberang saja tetapi sudah meluas sampai ke beberapa kota dan kabupaten di sekitar Kota Samarinda, dikarenakan adanya program pengabdian ini dan membantu dalam hal promosi yang telah di ajarkan oleh tim pengabdian.

Terkhusus bagi Ibu-Ibu PKK, dari program pengabdian ini telah memperoleh pengetahuan dan membuka wawasan tentang kewirausahaan. Mereka berharap pembuatan kerajinan ecoprint pada lidi daun nipah dapat menjadi sebuah aktivitas baru dan menjadi aktivitas rutin bagi ibu-ibu PKK di Kampung Ketupat Samarinda Seberang, sehingga produk yang dihasilkan pada kerajinan ecoprint dikemudian hari dapat dikembangkan dan akan menjadi ciri khas dari Kampung Ketupat Samarinda Seberang. Terkait rencana adanya kerjasama dengan beberapa pelaku UMKM yang berada di Kota Samarinda maka Ibu-Ibu PKK Kampung Ketupat Samarinda Seberang bisa memberikan kesempatan kepada UMKM lainnya di Kota Samarinda untuk bekerjasama dalam mengembangkan produk dari hasil kerajinan ecoprint. Kelompok Ibu-Ibu PKK Kampung Ketupat Samarinda Seberang memproduksi kerajinan ecoprint sedangkan UMKM lainnya akan bertugas untuk memasarkan hasil produk ecoprint tersebut, selain adanya kerjasama dengan UMKM lainnya.

4. Kesimpulan

Di pengabdian kali ini tentang pelatihan peningkatan ketahanan UMKM di masa pandemi Covid-19 berjalan dengan lancar, dan mendapat sambutan yang baik dari pelaku UMKM dan diapresiasi oleh UMKM serta ibu-ibu PKK yang berada di Kampung Ketupat Kecamatan Samarinda Seberang Kota Samarinda. Mengacu jejak dari sesi wawancara dengan para pelaku UMKM dan Ibu PKK, bahwa mereka mengatakan dalam kegiatan pengabdian ini sangat membantu dengan program-program yang diberikan, maka memberikan manfaat dan menambah wawasan serta diharapkan agar omset, jangkauan penjualan, dan pemasaran produk yang dihasilkan mereka semakin meluas dan tidak hanya di Kota Samarinda saja tetapi mulai dikenal di luar Kota Samarinda itu sendiri.

5. Rekomendasi dan Kontribusi

Diharapkan bagi para pelaku UMKM dan Ibu-Ibu PKK yang berada di Kampung Ketupat Samarinda Seberang mampu melakukan perubahan dengan cara berpikir menemukan inovasi terbaru dari berbagai hal dalam menunjang produktivitas UMKM dan diharapkan dapat memberikan pendapatan sehingga Pengrajin ketupat bisa hidup dengan sejahtera.

Disamping itu, mereka mampu untuk menyesuaikan dengan keadaan terjadinya pandemi, sehingga UMKM bisa memproduksi seperti biasanya. Pelaku UMKM juga diharapkan mampu melakukan pembukuan keuangan secara sederhana dengan agar mampu mengelola keuangan dari hasil penjualan dengan baik. Idealnya, aplikasi kegiatan ini juga dalam melakukan pemasaran bisa memanfaatkan medsos dengan agar promosi dan hasil penjualan bisa langsung berkomunikasi dengan konsumen melalui medsos dengan baik untuk fokus memiliki pelanggan yang tetap atas produk yang dihasilkan.

Ucapan Terimakasih

Penulis berterima kasih kepada peserta pelaku UMKM dan Ibu-Ibu PKK yang berada di Kampung Ketupat Samarinda Seberang telah menerima program pengabdian ini dengan penuh apresiasi kepada tim pengabdian ini. Selain itu juga tim pengabdian ingin mengharapkan agar diprogram pengabdian selanjutnya juga bisa dilakukan di Kampung Ketupat Samarinda Seberang dengan tema dan program yang berbeda dan harapannya agar pelaku UMKM dan elemen PKK yang berada di Kampung Ketupat Samarinda Seberang semakin sukses kedepannya.

Daftar Rujukan

- [1] Rosmadi, M. L. N. (2021). Inovasi dan kreativitas pelaku usaha UMKM di era Covid-19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(2), 87-94. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v4i2.1021>
- [2] Taufik, T., & Ayuningtyas, E. A. (2020). Dampak pandemi Covid-19 terhadap bisnis dan eksistensi platform online. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(01), 21-32. <http://dx.doi.org/10.33370/jpw.v22i01.389>
- [3] Kurniawan, E. (2021). Penurunan kesejahteraan akibat Covid-19: pengabdian melalui survey di Kota Samarinda (Indonesia). *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdikan Terhadap Masyarakat)*, 1(2), 60-67. <https://jurnal.pustakagalerimandiri.co.id/index.php/pustakamitra/article/view/44>
- [4] Anggraini, D., & Nasution, S. (2013). Peranan kredit usaha rakyat (KUR) bagi pengembangan UMKM di Kota Medan (studi kasus Bank BRI). *Ekonomi dan Keuangan*, 1(3), 105-116. <https://jurnal.usu.ac.id/index.php/edk/article/view/1850>
- [5] Ningrum, E. P., Yoganingsih, T., Ratriningtyas, N., Winarso, W., & Setyawati, N. W. (2019). Pelatihan pembukuan sederhana, sosialisasi perpajakan dan pengelolaan manajemen bagi UMKM ibu-ibu catering Perumahan Jatimulya RW. 012. *Jurnal ABDIMAS (Pengabdian kepada Masyarakat) UBJ*, 2(2), 126-130. <http://dx.doi.org/10.31599/jabdimas.v2i2.498>
- [6] Suswanto, P., & Setiawati, S. D. (2020). Strategi komunikasi pemasaran Shopee dalam membangun positioning di tengah pandemi Covid-19 di Indonesia. *LINIMASA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 16 - 29. <http://dx.doi.org/10.23969/linimasa.v3i2.2754>
- [7] Lestari, D., Darma, D. C. & Muliadi, M. (2020). Fintech and micro, small and medium enterprises development: Special reference to Indonesia. *Entrepreneurship Review*, 1(1), 1-9. <http://dx.doi.org/10.38157/entrepreneurship-review.v1i1.76>
- [8] Urbanskienė, R., Žostautienė, D., & Chreptavičienė, V. (2008). The model of creation of customer relationship management (CRM) system. *Engineering Economics*, 3(58), 51-59. <https://inze.ktu.lt/index.php/EE/article/view/1155>
- [9] Yadav, M., Joshi, Y., & Rahman, Z. (2014). Mobile social media: the new hybrid element of digital marketing communications. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 189, 335-343. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.229>
- [10] Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan digital marketing sebagai strategi pemasaran pada UKM dalam menghadapi era industri 4.0. *Journal of Character Education Society*, 3(3), 651-659. <https://doi.org/10.31764/jces.v3i3.2799>
- [11] Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan usaha UMKM di masa pandemi melalui optimalisasi penggunaan dan pengelolaan media digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108-123. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>
- [12] Pradiani, T. (2018). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46-53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- [13] Eliyanora, Surya, F., & Ihsan, H. (2016). Penyajian laporan keuangan sekolah berbasis database pada sekolah Dhuafa. *Akuntansi Dan Manajemen*, 11(1), 18-24. <https://doi.org/10.30630/jam.v11i1.96>
- [14] Wahyuningsih, D., Pratidhina, P., A., E., & Darma, D. (2022). Studi tentang dorongan minat beli ulang oleh pengunjung Kampung Tulip (Bandung). *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1238-1251. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.654>
- [15] Kurniawan, E., Hasid, Z., & Fitriadi, F. (2021). Problems of social, economic, and educational – case in “Kampung Ketupat” (Samarinda City, Indonesia). *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(4), 8432-8444. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i4.2784>
- [16] Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157. <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79>
