

Pembinaan Pemberdayaan Pemasaran Berbasis Online Untuk UMKM Di Kota Batam

Alfannisa Annurrallah Fajrin

Universitas Putera Batam (UPB), Batam, Indonesia
e-mail: alfannisa@puterabatam.ac.id

Tukino

Universitas Putera Batam (UPB), Batam, Indonesia
e-mail: tukino@puterabatam.ac.id

Abstract

The implementation of community service activities that will be carried out is in the form of fostering the preparation of financial reports and marketing empowerment based on e-commerce for small and medium-sized enterprises of Tahu Tempe. Based on the results of interviews in the field, this Mandiri Garbage Bank UMKM has problems in marketing production and financial records. The methods used in coaching the SME Tahu Tempe that will be provided are survey methods, The results of the SME service feel that there is still a need for adjustments to the preparation of financial statements with financial accounting standards for entities without public accountability, there has been a separation of financial reports that have been commonly prepared by SMEs through business profits and personal cash and the availability of SME social media pages that are run by participants and understand it. about what to do with the page to maximize sales.

Keywords— *Coaching, Empowerment, Marketing, Online Based.*

1. PENDAHULUAN

Kota Batam adalah kota terbesar di Kepulauan Riau dan merupakan kota dengan populasi terbesar ketiga di wilayah Sumatera Setelah Medan dan Palembang. Menurut (Dinas & Kependudukan, 2015) populasi Batam mencapai 1.153.860 orang. Batam adalah kota industri terbesar di antara beberapa kota di Indonesia. Dalam bisnis kota Batam tidak asing, baik industri maupun industri rumah tangga. Banyak usaha kecil dan menengah di Batam yang terlibat dan menyerap banyak tenaga kerja (Kementerian, 2014).

UMKM Tahu Tempe adalah usaha jual beli sampah bagian Dinas Kebersihan dan Pertamanan, jasa dibidang menjahit, jasa catering. Dimana terkadang sampah didaur ulang dari kemasan molto, minyak kemasan 2 kg untuk didaur ulang dalam pembuatan tas dan tisu yang akan dipasarkan melalui pameran terbuka. Awalnya, bisnis ini dibentuk, dimulai dengan bantuan Nyat Khadir melalui Dinas Koperasi dalam bentuk bantuan untuk usaha mikro, kecil dan menengah. Ketua UMKM ini yang bernama bu Yarnis yang beralamat Batu Aji Permai Kavling Lama Blok E No 1 RT 03 RW. 04 Kelurahan Sei Lekop

Kecamatan Sagulung Batam. Jumlah tenaga kerja sebanyak 20 orang, yaitu 5 orang bagian membuat kue basah dan 5 orang lagi bagian catering lauk pauk, 6 orang bagian menjahit dari daur ulang sampah, 2 orang bagian pemasaran, 1 orang bagian keuangan. Pada musim Seleksi Tilawatil Qur'an (STQ) dipasarkan kue basah dan aneka tas di pasarkan banyak laku terjual dari pesanan sampai 20 sampai 50 pcs.

Dari pengamatan lapangan dan wawancara, UMKM Tahu Tempe mengalami masalah pemasaran produksi dan pengelolaan keuangan. Secara umum, anggota UMKM memiliki keterbatasan dalam menguasai penggunaan fasilitas teknologi informasi dengan media pemasaran yang tidak diketahui publik. Salah satu bentuk pemasaran sering hanya digunakan dalam bentuk anggota keluarga UMKM dan oleh pameran kepada Dinas Koperasi dan UMKM. Sementara memimpin kebutuhan untuk penggunaan dan penguasaan teknologi ini menjadi semakin mendesak, persaingan diberikan di pasar lokal, regional dan global, di mana setiap pelaku bisnis harus mulai memberikan informasi dengan cepat dan akurat kepada kliennya. Demikian pula dengan kurangnya tingkat pengetahuan anggota dalam memahami sistem informasi atau komputer untuk memasuki persaingan pasar dunia, salah satunya melalui media pemasaran online yang jauh lebih dikenal dibanding pasar konvensional.

Strategi pemasaran online dapat membantu bisnis beroperasi selama 24 jam dan mengakses dunia tanpa batas waktu. Jika mereka tidak mengikuti perkembangan teknologi informasi akan tertinggal jauh dan kalah dalam persaingan. E-commerce merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha Kecil dan Menengah (UMKM) untuk memasarkan produknya selain dapat memperluas akses pasar. Pemasaran berbasis e-commerce dapat menjual berbagai produk secara elektronik dari perusahaan atau UMKM lainnya maupun kepada konsumen dengan menggunakan komputer sebagai perantara transaksi bisnis.

Berdasarkan hasil analisis pengabdian (Shoes & Windys, 2018) berjudul Pelatihan Keuangan dan Pembinaan Teknologi Informasi di Jondy Shoes dan Windys Shoes, dari hasilnya menyatakan bahwa pengetahuan terbatas mitra manajemen keuangan dan penguasaan teknologi informasi, terutama teknologi pemasaran internet, telah diidentifikasi, kurangnya inovasi dalam manajemen bisnis. Serta kurangnya pemahaman para pelaku bisnis dalam penyusunan laporan keuangan.

(Khairunnisa, 2017) dengan judul pengabdian Inisiasi Pemasaran Daring Di Kelompok Usaha Melur Di Desa Sambirejo, Kecamatan Precut Sei Tuan yang menyatakan bahwa perlunya pendampingan pemasaran berbasis internet dilakukan dengan memberikan wawasan untuk memaksimalkan teknologi yang ada untuk memasarkan produk mereka. (Ade Octavia, Erida, 2016) dengan judul Pelatihan Kewirausahaan Dan Manajemen Bagi Ibu Rumah Tangga, Remaja Putri Dan Kelompok Usaha Bersama Mutiara Kota Jambi melalui kegiatan pengabdian ini memotivasi mitra untuk menggalakkan produk lokal menjadi produk unggulan dari kota Jambi dalam rangka menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) tahun 2015. (Ernani Hadiyati, Gunadi, 2018) dengan judul pengabdian Pelatihan Tata Kelola Pemasaran Produk Berbasis Mobile

Marketing UMKM Industri Perak yang menyatakan bahwa adanya peningkatan kemampuan dalam tata kelola pemasaran produk dan pemasaran berbasis mobile marketing. Maka kinerja pengelola Usaha Kecil Menengah (UMKM) menunjukkan peningkatan yang signifikan.

Berdasarkan hasil pengabdian (Titus, Eka, Rachman, & Hidayat, 2018) yang berjudul Peningkatan Layanan untuk Kualitas Pencetakan Produksi UMKM di Karangpilang Surabaya dan Krian Sidoarjo dengan solusi layanan disediakan oleh mesin cetak dan mesin cetak hot press, bantuan pemasaran, pelatihan manajemen produksi dan pemasaran untuk mengembangkan media pangsa pasar yang lebih luas.

Masalah lain dengan catatan keuangan harian, kelemahan sumber daya manusia dalam mencatat keuangan bisnis dengan standar akuntansi keuangan entitas tanpa akuntabilitas publik. Seringkali UMKM menganggap akuntansi hal yang merepotkan. Manfaat dari pembukuan dan pemasaran online adalah memfasilitasi operasi bisnis sebagai dasar untuk menganalisis perkembangan bisnis di kalangan masyarakat. Ini membuat UMKM lebih mudah meyakinkan orang lain jika mereka ingin membangun kolaborasi dan kemitraan dan membuktikan kredibilitas UMKM untuk melakukan kredit. Salah satu cara untuk mewujudkannya adalah dengan melakukan Pembinaan Penyusunan Laporan Keuangan Dan Pemberdayaan Pemasaran Berbasis E-commerce Pada UMKM Tahu Tempe Kota Batam

2. METODE

2.1. Waktu Dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan melakukan pembinaan akan dilaksanakan selama 3 Bulan (Dari Bulan Mei 2019-Juli 2019), dimana kegiatan kunjungan untuk memberikan latihan pembinaan diberikan sebanyak 2 kali. Pada hari Senin dan Kamis pukul 13.00 WIB sampai dengan 15.30 WIB yang bertempat di Batu Aji Permai Kavling Lama Blok E No 1 RT 03 RW. 04 Kelurahan Sei Lekop Kecamatan Sagulung Batam. Kegiatan ini memiliki peran sebagai narasumber dari pendamping 2 orang Dosen dan 1 orang Mahasiswa Pelaksanaan kegiatan pembinaan bertempat di Batu Aji Permai Kavling Lama Blok E No 1 RT 03 RW. 04 Kelurahan Sei Lekop Kecamatan Sagulung Batam. Kegiatan ini akan memberikan solusi untuk masalah UMKM. Menawarkan panduan akuntansi berdasarkan situasi kehidupan nyata dalam bisnis UMKM dan menggunakan pendekatan yang tepat akan dengan mudah dan cepat memperhitungkan UMKM dan menjawab komunikasi pemasaran *online* dengan pembauran sistem *e-commerce*. Pemahaman akuntansi diharapkan dapat membantu UMKM mengelola sumber dana mereka dan menggunakannya dengan hati-hati serta efektif. Sehingga UMKM dapat lebih mengembangkan dan meningkatkan perekonomian Indonesia dan memahami komunikasi pemasaran email dan menggunakan pemasaran produk berbasis web.

2.2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa pembinaan dapat memberikan manfaat dengan menerapkan beberapa metode pelaksanaan kegiatan. Penjelasan penggunaan metode dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut:

Kegiatan ini memiliki peran sebagai narasumber dari pendamping 2 orang Dosen dan 1 orang Mahasiswa pada setiap pertemuan yang dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1 Kegiatan Pembinaan

Pertemuan Ke-	Jadwal Pelaksanaan	Kegiatan	Narasumber
1	Mei 2019 Minggu Ke-3	Sosialisasi tentang gambaran umum tentang akuntansi UKM dan peran penting akuntansi bagi UKM. Disertai Penjelasan Siklus akuntansi dari jurnal umum, buku besar, neraca saldo sampai dengan laporan keuangan	Ketua dan Anggota (2) Mahasiswa
2	Juni 2018 Minggu Ke-3	Penjelasan materi pemasaran berbasis <i>E-commerce</i> dengan memasarkan produk berbasis web bagi para pelaku UKM dan pembinaan UKM untuk mempunyai surel (e-mail) sebagai saran komunikasi data dengan konsumen.	Anggota (1) Dosen

Tabel 2 Metode Pelaksanaan

Permasalahan	Solusi	Metode	Pertemuan Ke-
Minimnya pengetahuan tentang pembukuan keuangan sesuai standar entitas tanpa akuntabilitas publik	Memberikan pelatihan dalam menyusun laporan keuangan usaha kecil menengah secara tahunan ataupun bulanan.	Wawancara dan Pelatihan	1
Minimnya pengetahuan UMKM dalam mengadopsi perkembangan teknologi baru berbasis <i>e-commerce</i>	Memberikan pembinaan mengelola pemasaran <i>online</i> atau <i>e-commerce</i> melalui e-mail, skype dan manajemen pemasaran <i>online</i> atau berbasis web.	Pelatihan dan diskusi	2

Sumber: Penulis (2019)

Peserta diberikan seperangkat ATK (Alat Tulis Kantor) untuk memaksimalkan pelatihan. Selain itu, dalam melaksanakan kegiatan ini, UMKM akan menerima modul yang berisi materi yang terkait dengan konsep dan teknik dasar untuk menyiapkan laporan keuangan dan pemasaran *online* atau media *e-commerce* yang disiapkan oleh tim pengabdian. Kegiatan ini dibagi menjadi beberapa fase. Fase pertama adalah penyediaan bahan oleh tim layanan tentang konsep dasar kesetaraan dasar akuntansi UMKM, survei praktis dan teknik akuntansi untuk UMKM, dari penyelesaian kasus transaksi penjualan UMKM dan biaya yang terdiri dari jurnal, neraca hingga laporan keuangan. Kemudian fase kedua adalah aktivitas diskusi dan tanya jawab tentang materi yang ditawarkan oleh Tim pengabdian. Setelah diskusi, Latihan dan bimbingan diciptakan oleh pemasaran berbasis web, mengingat pentingnya menggunakan teknologi informasi melalui *e-commerce*, tidak ketinggalan jauh dalam persaingan ditingkat global.

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode ceramah, tutorial, dan diskusi serta latihan. Adapun sistematika pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

a. Langkah 1 (Metode Ceramah):

Peserta termotivasi oleh kesediaan untuk menggunakan akuntansi dalam operasi bisnis mereka. Selain itu, peserta diberikan materi tinjauan umum tentang akuntansi UMKM dan peran penting akuntansi untuk UMKM. Langkah pertama diadakan selama 1 jam. Serta pelatihan menggunakan e-mail atau skype dan dilengkapi pembuatan situs web online.

b. Langkah 2 (Metode Tutorial):

Peserta pelatihan menerima materi akuntansi mulai dari bukti-bukti fisik yang diinput kedalam jurnal hingga pelaporan keuangan, disertai dengan pelatihan untuk membuat web untuk memasarkan produk digital. Langkah kedua diadakan selama 2 jam.

c. Langkah 3 (Metode diskusi):

Para peserta dalam pelatihan memiliki kesempatan untuk membahas isu-isu terkait keuangan UMKM dan teknologi informasi yang dihadapi sejauh ini. Langkah ketiga diadakan selama 1 jam.

d. Langkah 4 (Metode Latihan)

Kegiatan pembinaan ini dilakukan untuk mempromosikan dan melatih UMKM untuk menganalisis transaksi secara riil ke dalam proses menyiapkan laporan keuangan dan memasarkan barang yang diproduksi secara online melalui sistem *e-commerce*. Tujuan dari laporan keuangan ini tidak hanya ditawarkan oleh pihak internal, tetapi juga pihak eksternal, terutama jika usaha kecil dan menengah ingin memperluas bisnis mereka untuk menambah modal dengan memberikan pinjaman kepada debitur dan mengembangkan bisnis dan produk mereka secara lebih luas.



Gambar 1. Penyampaian Materi Pengabdian



Gambar 2. Penyampaian Materi dan Solusi Pengabdian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Pengabdian

Pengabdian masyarakat yang berupa pembinaan telah direalisasikan sebanyak 2 kali pertemuan yang dilaksanakan setiap pukul 14.00 sampai dengan 17.00 WIB. Pembinaan dilakukan oleh 8 orang dari ibu-ibu kelompok UMKM Tahu Tempe. Teknis pelaksanaan pembinaan dilakukan dengan metode ceramah, diskusi dan latihan penyusunan laporan Keuangan dan pemasaran berbasis *e-commerce*. Berdasarkan metode tersebut maka Tim pengabdian secara langsung memandu dan membina UMKM dalam penyusunan laporan keuangan sesuai dengan SAK-ETAP dan pemasaran berbasis *online* atau *e-commerce*. Adapun penjelasan pada setiap pertemuan sebagai berikut:

1) Pertemuan Pertama

Pelaksanaan pengabdian masyarakat pertemuan pertama dilaksanakan pada Kamis, 11 Juli 2019, dimana kegiatan pertemuan saat itu diawali dengan pembukaan oleh Ketua, dilanjutkan penyampaian materi topik materi Pengantar Akuntansi UMKM disertai penyusunan laporan keuangan. Materi ini membahas pentingnya akuntansi UMKM disertai membahas soal terkait transaksi UMKM serta membahas soal dan jawaban pelaporan keuangan sehari-hari untuk para pelaku UMKM. Kegiatan ini disampaikan oleh Ketua.

Materi kedua ini juga disampaikan oleh Anggota 2 dengan topik siklus akuntansi yang dimulai dari transaksi yang di input pada jurnal umum, buku besar dan neraca saldo. Sedangkan materi ketiga yang disampaikan oleh Anggota 1 terkait transaksi-transaksi keuangan yang berupa laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas dan laporan posisi keuangan.

2) Pertemuan Kedua

Pelaksanaan pengabdian masyarakat pertemuan kedua dilaksanakan pada Senin, 15 Juli 2019. Kegiatan pertemuan ini dengan membina para pelaku UMKM untuk mengimplementasikan *e-commerce* menuntut pergeseran paradigma fundamental yang disampaikan oleh Ketua pada pukul 14.00 serta dilanjutkan oleh Anggota 1 terkait penjelasan materi pada *marketplace* yang menekankan interaksi secara fisik antara penjual dan pembeli menjadi *marketspace* yang mengandalkan transaksi elektronik. Dalam tradisional *marketplace*, lalu lintas informasi, produk atau jasa dan pembayaran bersifat fisik. Sebaliknya, dalam dunia *virtual marketplace*, aliran informasi produk, proses komunikasi antara produsen dan konsumen, distribusi barang atau jasa dan transaksi berlangsung dalam dunia maya atau *virtual*. Kemudian setelah itu selesai pada pukul 15.00 sampai dengan 16.00 WIB dilanjutkan pembahasan materi dan contoh bentuk media *e-commerce* untuk pemberdayaan pemasaran *online* yang dipaparkan oleh Anggota 1 diantaranya melakukan pemasaran di *website* usaha kecil dan menengah, pemasaran produk di *facebook* dan *instagram* serta membahas bentuk pemasaran tradisional yang masih sampai sekarang terjadi di UMKM yaitu penjualan *catering* berdasarkan pesanan keluarga, tetangga serta kerabat. Penjualan tas dan tempat tisu pada saat diadakannya pameran terbuka dan Seleksi Tilawatil Qur'an (STQ). Tepat pada jam 16.00. Tim pengabdian memberikan sesi latihan terkait transaksi bisnis UMKM secara mandiri yang didampingi oleh Anggota 1 dan Anggota 2. Tujuannya agar mendapatkan *feedback* dari yang sudah disampaikan. Serta memberikan latihan untuk pemasaran *online* melalui media *facebook*, *instagram* dan pemasaran *website*.

Selanjutnya sisa pembinaan peserta diberikan kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan yang berkaitan dengan usaha yang sudah mereka jalani yang didampingi oleh Ketua, Anggota 1 dan Anggota 2.

B. Pembahasan

Kegiatan yang sudah dilaksanakan sebanyak 2 kali pertemuan dapat dijelaskan bahwa kegiatan dapat dijalankan sesuai dengan rencana. Dosen dan satu orang mahasiswanya yang memberikan bantuan kepada UMKM dalam penyusunan laporan keuangan dan pemberdayaan pemasaran berbasis *e-commerce*. Materi pertama yang diberikan adalah pengenalan atau pendahuluan mengenai akuntansi. Pemateri memberikan penjelasan pentingnya akuntansi bagi UMKM serta membahas materi dan soal-soal dari jurnal umum sampai dengan laporan keuangan. Sebagian besar *audiens* belum mengerti fungsi akuntansi, bahkan sebagian besar peserta pembinaan menganggap bahwa akuntansi adalah bidang yang rumit, susah, merepotkan, menghabiskan waktu.

Materi pertama diisi dengan penguatan pentingnya akuntansi bagi usaha kecil (UMKM) dan data-data transaksi yang harus dimasukkan didalam jurnal umum. Pada sesi ini terjadi diskusi yang menarik antara *audience* dengan pemateri mengenai konsep dasar terkait usaha yang UMKM tekuni. Dilanjutkan materi kedua mengenai transaksi-transaksi akuntansi UMKM yaitu transaksi pembelian dan transaksi penjualan dan transaksi pembelian yang terjadi pada kegiatan usaha. Selanjutnya diidentifikasi aktivitas-aktivitas ekonomi terkait

pencatatan akuntansi. Aktivitas yang diidentifikasi tersebut diawali dari aktivitas memulai usaha (investasi awal), transaksi pembelian bahan baku, pembelanjaan atau pengeluaran, pemasukan atau penerimaan. Setelah mencatat transaksi akuntansi, materi berikutnya menyusun laporan keuangan. Sebagai latihan, peserta pembinaan diminta untuk menjawab soal latihan yang telah disediakan oleh Tim Pengabdian dengan menjawabnya menggunakan *form* jurnal umum, posting buku besar sampai *form* yang menghasilkan laporan keuangan. Sesi terakhir peserta diberikan diskusi terkait pencatatan keuangan di usaha UMKM.

Pembinaan hari kedua dilaksanakan hari Senin, 15 Juli 2019, peserta diberikan gambaran tentang materi dan praktik laporan keuangan yang terdiri dari laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas serta transaksi pembelian dan transaksi penjualan. Pada sesi awal peserta bertanya dan berdiskusi tentang transaksi dan pencatatan yang telah mereka buat. Beberapa dari peserta masih kebingungan mencatat transaksi akuntansi. Sambil beristirahat dan menyantapi *snack* yang ada, diskusi dilanjutkan membahas penyusunan laporan keuangan dalam prakteknya. Kemudian dilanjutkan pada sesi pembahasan materi pelatihan pembukuan pemasaran *online*. Sebelumnya, tim mengevaluasi hasil kerja peserta dengan tugas pembukuan yang telah diberikan. Setelahnya, tim memulai pelatihan pemasaran *online* dengan terlebih dahulu menyampaikan keutamaan strategi pemasaran bagi UMKM dan untuk memaksimalkan sosial media dalam pemasaran produk. Materi tersebut disampaikan oleh anggota tim 1. Kemudian setelah menyampaikan keutamaannya maka peserta dilatih dan didampingi untuk membuat laman sosial media untuk aktivitas bisnisnya dan melakukan langkah-langkah strategis pada laman sosial media tersebut dalam upaya memaksimalkan penjualan produk peserta pembinaan. Pembinaan tersebut dilakukan oleh anggota tim lainnya yaitu anggota 2. Pelatihan pemasaran dilakukan dengan pengelolaan *facebook*, *instagram* dan laman *website* sebagai sarana dalam melakukan proses promosi.

Indikator tercapainya tujuan pengabdian ini adalah telah dibuatnya catatan transaksi usaha yang di catat dengan rapi dan benar ke dalam buku besar kas masuk dan keluar, buku pembelian dan penjualan serta laporan keuangan. Sementara itu, indikator tercapainya pembinaan pemasaran *online* adalah dengan tercapainya pembinaan pemasaran *online* yaitu telah tersedianya laman media sosial UMKM yang dijalankan peserta dan pahamiannya peserta mengenai yang harus dilakukan dengan laman tersebut untuk memaksimalkan penjualan. Hasil dari pelaksanaan kegiatan ini, akan menjadi masukan untuk keberlanjutan pengabdian di tahun yang akan datang.

Pelaksanaan pengabdian yang dilaksanakan ditemukan kendala yang signifikan, namun dapat diatasi setelah kegiatan dilaksanakan sampai selesai, kendala yang terjadi adalah:

1. Sebagian besar peserta menyusun laporan keuangan belum sesuai standar akuntansi keuangan entitas tanpa akuntabilitas publik.
2. Belum ada pemisahan laporan keuangan yang telah biasa disusun oleh UMKM melalui keuntungan usaha dan kas pribadi.
3. Media promosi penjualan masih digunakan pasar tradisional atau *marketplace* serta layanan produk dan jasa pembayaran bersifat fisik.

Permasalahan yang dihadapi Tim Pengabdian diatas dapat dievaluasi dengan cara sebagai berikut:

1. Pelaksanaan ini dapat dijelaskan secara *continue*, sampai dengan usaha kecil menengah mengerti dengan penjelasan setiap pertemuan yang dilaksanakan sampai dengan UMKM Tahu Tempe dapat secara mandiri menyusun laporan keuangan usaha mereka dengan akuntansi keuangan entitas tanpa akuntabilitas publik.
2. Perbedaan antara keuntungan usaha dan kas pribadi dapat dipraktekan di transaksi yang terjadi di sehari-hari, sehingga terlihat perbedaan catatan keuangan usaha dengan catatan keuangan pribadi.
3. Media promosi penjualan masih menggunakan pasar tradisional, sehingga dengan adanya pemberdayaan pemasaran *e-commerce* diharapkan dapat memperluas pasar hingga taraf global, mengurangi biaya pembuatan, pendistribusian, meningkatkan *brand* usaha, mempercepat dan efisiensi proses bisnis. Begitu halnya keuntungan yang diberikan bagi masyarakat ataupun pelanggan dapat memberikan layanan tanpa ada batasan waktu 1x24 jam, mampu memberikan pilihan serta kecepatan dalam pengiriman, dapat melakukan *review* komentar terkait produk dan dapat memberikan informasi lebih cepat.
- 1) Tim pengabdian selalu melakukan koordinasi dan berkomunikasi serta mengevaluasi setiap selesai kegiatan pengabdian masyarakat. Pelaksanaan evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui kendala yang dihadapi saat pengabdian dilaksanakan. Hasil evaluasi akan ditindaklanjuti sesuai dengan kendala yang sedang dihadapi.

4. KESIMPULAN

Dari beberapa kegiatan yang telah kami laksanakan, tim pengabdian dapat memberikan beberapa kesimpulan:

- a) Usaha Kecil Menengah (UMKM) yang sudah dibina dapat melakukan penyusunan laporan keuangan secara mandiri, sehingga UMKM Tahu Tempe mampu menyusun laporan keuangan berstandar SAK-ETAP.
- b) Kegiatan pembinaan akuntansi UMKM bagi usaha mikro, kecil, menengah dalam pemisahan keuntungan sistem keuangan usaha dan kas pribadi, perlu adanya latihan-latihan keberlanjutan dalam keuangan usaha dan kas pribadi sehari-hari dalam usaha kegiatan pelaku UMKM.
- c) Pelaku Usaha Kecil Menengah (UMKM) Tahu Tempe yang telah dibina dalam pembinaan pemasaran *e-commerce*, perlu adanya latihan-latihan secara mandiri dalam prakteknya sehari-hari yang dilakukan ibu-ibu UMKM dalam hal melakukan media promosi produk untuk meningkatkan penjualan. Sehingga dapat membiasakan dalam kebutuhan usahanya sehari-hari.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada LPPM Universitas Putera Batam sebagai pemberi dana dalam pengabdian ini sehingga pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik. Terima kasih kepada UMKM Kota Batam yang menjadi objek pengabdian penulis

DAFTAR PUSTAKA

Ade Octavia, Erida, S. I. S. (2016). Pelatihan Kewirausahaan Dan Manajemen

Bagi Ibu Rumah Tangga, Remaja Putri Dan Kelompok Usaha Bersama Mutiara Kota Jambi. *Jurnal ABDIMAS Unmer Malang*, 31(6), 43–53. <https://doi.org/ISSN: 2548-7159>

Dinas, & Kependudukan. (2015). *Catatan Sipil Kota Batam, Jumlah Penduduk Batam*. Kota Batam.

Ernani Hadiyati, Gunadi, I. A. (2018). Pelatihan Tata Kelola Pemasaran Produk Berbasis Mobile Marketing UMKM Industri Perak. *Jurnal ABDIMAS Unmer Malang*, 3(2), 33–43. <https://doi.org/ISSN: 2548-7159>

Kementerian, K. (2014). *UMKM Berpotensi Meningkatkan Pendapatan Negara*.

Khairunnisa, I. dan T. (2017). Inisiasi Pemasaran Daring Di Kelompok Usaha Melur Di Desa Sambirejo, Kecamatan Precut Sei Tuan. *Jurnal ABDIMAS Unmer Malang*, 23(1), 1–12. <https://doi.org/ISSN:2548-7159>

Shoes, J., & Windys. (2018). pelatihan keuangan dan teknologi informasi pada usaha pengrajin sepatu Jondy Shoes dan Windys Shoes. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 2(1), 15–22. <https://doi.org/ISSN: 2548-7159>

Titus, Eka, Rachman, & Hidayat, S. (2018). Peningkatan kualitas produksi UMKM percetakan di Karangpilang Surabaya dan Krian Sidoarjo. *Aksiologinya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 33–38. <https://doi.org/ISSN: 2528-4967>.