



ABDIMAS BERKARYA

Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkarya

DOI : <https://doi.org/10.62668/berkarya.v2i04.718>

PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL, MENENGAH (UMKM) MELALUI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA TEGALREJO KECAMATAN DRINGU KABUPATEN PROBOLINGGO

Renata Dian Kusuma
Wardani^{*1}, Ida Syamsu
Roidah², Taufikurrahman³

^{1,2,3} Universitas Pembangunan Nasional
Veteran Jawa Timur, Indonesia

Article history

Received : 11 Juni 2023

Revised : 12 Juli 2023

Accepted : 1 Agustus 2023

Available Online : 30 Agustus 2023

*Corresponding author

Nama: Renata Dian Kusuma Wardani

Email: 20024010045@student.upn

jatim.ac.id

Licensed Under

a Creative Commons

Attribution 4.0

International License



Abstrak

Peran pembangunan desa adalah pemberdayaan kepada pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Keberadaan Usaha Mikro kecil menengah memiliki kontribusi sangat besar untuk pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui cara pengembangan legalitas usaha, *branding*, dan penyusunan laporan keuangan dengan pembukuan. Metode penelitian yang digunakan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, sedangkan untuk teknik pengumpulan data yang digunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kendala yang ada pada beberapa UMKM di Desa Tegalrejo adalah kurangnya pemahaman tentang pentingnya perizinan usaha, belum memiliki identitas usaha seperti logo, kurangnya pengalaman dalam mengambil foto produk, pemasaran melalui digital marketing seperti sosial media dimana sekarang hanya produksi untuk konsumen terdekat, kurangnya pemahaman tentang labeling, serta kurangnya pengetahuan dan pengalaman tentang pembuatan laporan pembukuan. Sedangkan semua hal itu memiliki peran penting dalam pengembangan usaha. Oleh karena itu, diadakan sosialisasi dan pendampingan terkait NIB, *branding*, dan pembukuan dengan harapan agar pelaku UMKM di Desa Tegalrejo dapat memahami dan mengetahui hal apa saja yang penting dalam suatu usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi dan pendampingan terkait Nomor Induk Berusaha (NIB), *branding*, dan pembukuan agar pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Tegalrejo, Kecamatan Dringu, Kabupaten Probolinggo dapat membantu dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terkait perizinan usaha pengelolaan pemasaran yang dilakukan dengan memanfaatkan pemasaran digital guna meningkatkan penjualan dan mencapai target pasar yang lebih luas.

Kata Kunci: Pengembangan, UMKM, Pemberdayaan

Abstract

The role of village development is empowerment of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). The existence of Micro, Small and Medium Enterprises has a very large contribution to economic growth in Indonesia. The purpose of this research is to find out how to develop business legality, branding, and preparation of financial reports with bookkeeping. The research method used is a qualitative method with a descriptive approach, while the data collection techniques used are interviews, observation, and documentation. The problem with several MSMEs in Tegalrejo Village is a lack of understanding of the importance of business legality, no business identity such as a logo, lack of experience in taking product photos, marketing through digital marketing such as social media where now only production is for the closest consumer, low understanding of labeling, as well as the lack of knowledge and experience about making bookkeeping reports. While all of these things have an important role in business development. Therefore, socialization and assistance was held regarding NIB, branding, and bookkeeping with the hope that MSME actors in Tegalrejo Village, Dringu District, Probolinggo Regency can understand and know what things are important in a business. The results of the study show that socialization and assistance related to Business Identification Numbers (NIB), branding, and bookkeeping so that Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Tegalrejo Village, Dringu District, Probolinggo Regency can assist in the development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) related to licensing marketing management efforts carried out by utilizing digital marketing to increase sales and reach a wider target market.

Keywords: Development, SMEs, Empowerment

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sangat berperan dalam memacu kemajuan ekonomi di Indonesia dalam mengatasi permasalahan pengangguran. Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) diatur dalam undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pasal 5 berisi tentang tujuan pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkeadilan, dan berkembang. Adanya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi penggerak roda perekonomian Indonesia dalam program mengurangi kemiskinan (Kurniawan dan Fauziah, 2014). Oleh karena itu, Usaha Mikro Kecil Menengah harus bisa mengelola dan memberdayakan penggunaannya untuk mengembangkan usahanya sehingga dapat memajukan perekonomian masyarakat.

Pemberdayaan masyarakat merupakan usaha untuk mempersiapkan masyarakat seiring dengan usaha memperkuat struktur sosial agar mereka dapat meraih kemajuan, kemandirian, dan kesejahteraan dalam suasana keadilan sosial yang berkelanjutan (Sumaryadi (2005). Pemberdayaan diartikan sebagai upaya guna memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh para individu, kelompok, dan masyarakat secara luas agar memperoleh kemampuan dalam menentukan suatu pilihan serta bisa mengelola sumber daya yang dimiliki. Dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan merupakan peningkatan keterampilan dan sikap kemandirian masyarakat. (Theresia *et.al.*, 2015)

Berkembangnya Usaha Mikro Kecil Menengah sebagai sumber pertumbuhan kesempatan kerja bagi pengangguran dan meningkatkan pendapatan. Dengan mempekerjakan banyak tenaga kerja, maka Usaha Mikro Kecil Menengah turut serta dalam usaha pemerintah untuk menurunkan angka kemiskinan dan pengangguran. Oleh karena itu, lebih dioptimalkan untuk meningkatkan pembangunan ekonomi masyarakat. Aspek penting dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah salah satunya dengan memiliki perizinan usaha. Karena dapat membuat akses permodalan untuk pengembangan bisnis menjadi lebih mudah dan mampu bersaing. Namun saat ini banyak pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah minim pengetahuan jika legalitas usaha sangat penting sehingga banyak yang belum memiliki izin usaha.

Desa Tegalrejo salah satu desa yang memiliki potensi dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Ada banyak Usaha Mikro Kecil Menengah dengan banyak jenis usaha salah satunya adalah Usaha "Bila Catering" yang bergerak dibidang kuliner dengan melayani pemesanan makanan dan minuman dalam skala kecil maupun besar. Usaha ini memiliki potensi dalam pengembangan perekonomian, namun belum memiliki perizinan usaha. Para pelaku usaha membutuhkan perizinan untuk membuktikan bahwa usaha mereka terdaftar dengan Nomor Induk Berusaha (NIB). Nomor Induk Berusaha (NIB) merupakan tanda pengenal yang dibuat bagi pelaku usaha yang sudah melaksanakan pendaftaran baik usaha perorangan, badan usaha, ataupun badan hukum melalui OSS. Dengan adanya NIB maka UMKM mendapatkan perlindungan hukum yang memadai untuk beroperasi, dan usaha tersebut sudah sah menurut hukum yang berlaku.

Permasalahan yang menjadi penyebab pelaku usaha belum memiliki perizinan usaha antara lain belum mengetahui pentingnya legalitas usaha (NIB) dan belum memahami bagaimana tata cara pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB). Sehingga pemerintah

memiliki program pendaftaran NIB melalui *Online Single Submission* (OSS). Dimana sistem legalitas usaha yang membangun, mengembangkan, dan mengoperasikan yang dijalankan oleh pemerintah pusat dengan pendekatan terpadu dan standar utama dalam menjalankan kegiatan bisnis. Permasalahan lainnya membuat *brand* pada produk. *Branding* proses menciptakan identitas yang berkaitan dengan asumsi, perasaan yang mana mendahului pemasaran dan penjualan. Selain itu pemasaran belum efisien tanpa *brand* yang kuat (Rampersad, 2008).

Branding dapat membuat Usaha Mikro Kecil Menengah lebih diketahui dan dikenal sehingga dapat meningkatkan penjualan dan usahanya berkembang secara luas. Sedangkan untuk penyusunan laporan keuangan menjadi penting karena adanya laporan keuangan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah akan mendapatkan banyak manfaat untuk keberlangsungan usahanya. Terdapat beberapa manfaat yang diperoleh dengan mempelajari laporan keuangan, yaitu: 1) Mengetahui informasi terkait keuangan untuk perencanaan kedepannya 2) Dapat mengetahui adanya pemisahan antara keuangan pribadi dan keuangan untuk usaha 3) Sebagai salah satu bahan pelaporan untuk penetapan harga jual.

METODE PELAKSANAAN

Pada bagian metode pelaksanaan, uraikanlah dengan jelas dan padat metode yang digunakan untuk mencapai tujuan yang telah dicanangkan dalam kegiatan pengabdian. Hasil pengabdian itu harus dapat diukur dan penulis diminta menjelaskan alat ukur yang dipakai, baik secara deskriptif maupun kualitatif. Jelaskan cara mengukur tingkat ketercapaian keberhasilan kegiatan pengabdian. Tingkat ketercapaian dapat dilihat dari sisi perubahan sikap, sosial budaya, dan ekonomi masyarakat sasaran

1. Sosialisasi.

Sosialisasi tentang pentingnya perizinan Usaha. Sosialisasi atau penyuluhan ini dilakukan dengan pengadaan workshop yang diadakan di Kantor Kepala Desa Tegalrejo, Kecamatan Dringu dengan cara memberikan undangan kepada kepala desa, pemateri, pelaku UMKM, ibu PKK, dan lain-lain. Diadakannya workshop ini memiliki tujuan agar UMKM dapat mengetahui tentang pentingnya Legalitas Usaha dengan pendaftaran NIB melalui OSS.

Workshop ini dilaksanakan dengan mengundang pemateri Ibu Nurul Khotimah yang merupakan owner Hunay. Sosialisasi terkait pentingnya branding untuk pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kegiatan sosialisasi branding ini dilakukan secara *door to door* dengan mendatangi langsung rumah pemilik usaha Bila Catering dan tahu tempe Pantura dengan memberikan materi terkait *branding* seperti pengertian, pentingnya *branding*, strategi dalam melakukan *branding* serta unsur yang ada dalam *branding* seperti logo, foto produk, *labeling*, dan media sosial. Tujuan diadakannya sosialisasi *branding* agar pelaku UMKM berperan penting dalam pengembangan usahanya serta memotivasi pelaku UMKM agar lebih kreatif. Selain itu dapat menambah wawasan pelaku usaha mengenai media digital untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan.

Sosialisasi penyusunan laporan keuangan dengan membuat pembukuan. Kegiatan sosialisasi laporan keuangan dilakukan dari rumah ke rumah dengan

mendatangi langsung rumah pemilik usaha "Bila Catering" dan tahu tempe Pantura dengan memberikan materi pentingnya laporan keuangan dan pendampingan pembuatan pembukuan sederhana.

2. Pendampingan.

Kegiatan pendampingan untuk pembuatan NIB dilaksanakan di kantor kepala desa Tegalrejo, dengan pembukaan posko pengadaan pembentukan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepala para pemilik UMKM yang berkeinginan mendaftarkan legalitas usaha melalui Online Single Submission (OSS) dengan membawa persyaratan yang sudah ditentukan sebelumnya. Pembuatan NIB juga dilakukan dengan cara *home to home* karena pemilik usaha tidak dapat hadir saat pengadaan posko dikarenakan ada kendala.

Pendampingan untuk branding dilakukan secara *home to home* dengan tahap foto produk untuk menambah daya tarik konsumen. Foto produk merupakan salah satu bentuk fotografi komersial yang memiliki tujuan menghadirkan tampilan produk berupa foto dengan sebaik mungkin. Selain itu juga dilakukan pendampingan untuk pembuatan sosial media. Pendampingan dilakukan setelah kegiatan sosialisasi selesai. Pendampingan untuk pembuatan laporan keuangan dengan pembukuan sederhana dilakukan secara *home to home*. Pendampingan dan pelatihan dilakukan dengan cara mengunjungi UMKM untuk mencari informasi terkait keuangan UMKM tersebut kemudian dilanjutkan dengan pencarian buku yang mempunyai format secara sederhana agar mudah untuk dipahami oleh pelaku UMKM.

HASIL PEMBAHASAN

1. Tahap Penyuluhan

a. Sosialisasi Pentingnya Legalitas Usaha

Sosialisasi tentang pentingnya legalitas usaha ini dilakukan dengan cara pengadaan workshop yang dilaksanakan di Kantor Desa Tegalrejo. Sosialisasi yang diadakan dalam satu hari yaitu pada tanggal 04 April 2023 pada pukul 08.30 – 12.00. Pada kegiatan ini dilakukan dengan memberikan materi tentang pengenalan mengenai Nomor Induk Berusaha (NIB), mengenai pentingnya dan kegunaan Nomor Induk Berusaha untuk pengembangan usaha yang dimiliki oleh pelaku UMKM, serta memberikan edukasi tentang apa itu legalitas usaha dan mengapa setiap pelaku UMKM itu diharuskan mempunyai legalitas usaha untuk usahanya.

Workshop dilakukan dengan mengundang Nurul Khotimah selaku owner bawang goreng Hunay sebagai pemateri yang sudah berpengalaman. Pemilik Hunay tersebut telah sukses mengeksport hingga di beberapa daerah Luar Negeri dan juga sudah mempunyai banyak legalitas usaha salah satunya adalah Nomor Induk Berusaha. Sehingga memungkinkan dapat memberi motivasi bagi pelaku UMKM untuk membuat legalitas usaha, yang banyak sekali dihindari oleh para pelaku UMKM dikarenakan takut jika kena pajak.

Materi lain yang diberikan yaitu berkaitan tentang karakteristik UMKM itu sendiri, terkait permasalahan yang sering terjadi hingga cara penanganan yang harus dijalankan.



Gambar 1. Workshop Kewirausahaan

b. Sosialisasi Branding

Sosialisasi tentang branding ini dilakukan dengan metode home to home dengan mengunjungi rumah pelaku UMKM diantaranya adalah UMKM “Bila” catering dan tahu tempe pak Sugik “Pantura”. Sosialisasi pada “Bila Catering” catering diadakan dalam satu hari pada tanggal 18 Mei 2023 berlokasi di rumah pelaku UMKM “Bila catering” Dusun Krajan Rt 005 Rw 001, Desa Tegalrejo Kecamatan Dringu Kabupaten Probolinggo pada pukul 14.00-18.00. Sedangkan sosialisasi pada tahu tempe “Pantura” diadakan pada tanggal 17 Mei 2023 di rumah pelaku UMKM di Dusun Tegalgede Kulon Desa Tegalrejo. Sosialisasi branding dilakukan dengan memberikan materi tentang pentingnya branding bagi suatu usaha serta unsur apa saja yang ada pada branding seperti logo, foto produk, sosial media, serta labeling. Branding merupakan bagian penting dari suatu bisnis salah satunya pada UMKM. Membangun suatu usaha tentunya membutuhkan merek produk atau jasa untuk dapat menjalankan dan mengembangkan usahanya hingga dapat bersaing di pasar. Oleh karena itu, branding adalah proses untuk meningkatkan kesadaran merek dan dapat meningkatkan loyalitas para pelanggan. Dengan memiliki citra yang baik dimata konsumen, tentunya dapat meningkatkan daya tarik pada konsumen.



Gambar 2. Sosialisasi Branding

c. Sosialisasi pembukuan

Sosialisasi pembukuan sederhana dilakukan secara home to home dengan mengunjungi rumah pelaku UMKM “Bila Catering” dan tahu tempe “Pantura”. Pada UMKM “Bila Catering” sosialisasi dilakukan pada tanggal 29 Mei 2023 sedangkan pada tahu tempe “Pantura” dilakukan pada tanggal 2 juni 2023. Sosialisasi dilakukan dengan tujuan untuk menumbuhkan kesadaran UMKM akan pentingnya penerapan praktek pembukuan sederhana. Sosialisasi ini memaparkan materi tentang pencatatan pembukuan sederhana secara manual maupun digital. Sosialisasi ini diberikan karena penyusunan laporan keuangan penting dilakukan agar UMKM dapat mengetahui keluar masuknya keuangan.



Gambar 3. Sosialisasi Pembukuan

2. Tahap Pendampingan dan pelatihan

a. Pendampingan Pembuatan NIB

Sosialisasi dengan pengadaan workshop dilanjutkan dengan pendampingan pembuatan NIB yang penerbitannya dilakukan oleh lembaga OSS. Dengan pembuatan NIB diharapkan dapat membantu pelaku UMKM untuk mendapatkan izin dalam menjalankan usaha yang sah dimata pemerintah. Pendampingan pembuatan NIB dilakukan dengan pengadaan posko yang dilakukan di Kantor Desa Tegalrejo pada tanggal 5 April 2023 sampai 8 April 2023. Tujuan dari pendampingan pembuatan NIB ini adalah agar pelaku UMKM dapat lebih mudah dalam membuat NIB. Pada kegiatan pendampingan ini pelaku UMKM sebelumnya sudah diberi informasi untuk membawa persyaratan apa saja yang dibutuhkan seperti NIK dan Kartu keluarga serta dokumen yang mendukung lainnya seperti BPJS, NPWP, BPJS Ketenagakerjaan, dan lain sebagainya). Pembuatan NIB dilakukan dengan pembuatan akun OSS terlebih dahulu. Langkah selanjutnya yaitu dengan menginput data usaha, data yang diisikan adalah berupa data pribadi pelaku yang mengajukan, jenis usahanya, modal yang dibutuhkan diawal, dan pendapatan per tahun. Setelah itu dilakukan submit data usaha dengan menunggu proses verifikasi data dan menunggu penerbitan setrifikat NIB. Dengan diadakannya posko NIB ini banyak UMKM yang mau untuk dibantu dalam pembuatan NIB, yakni sebanyak 18 pelaku UMKM. Dalam pendampingan pembuatan NIB ini akan dilakukan pada pemilik usaha yang ingin menerbitkan NIB hingga terbit. Berikut ini adalah dokumentasi saat kegiatan pendampingan:



Gambar 4. Pendampingan Pembuatan NIB



Gambar 5. Contoh Dokumen NIB



Gambar 6. Penyerahan NIB

b. Pendampingan Branding

Pendampingan branding dilakukan setelah pelaku UMKM diberikan sosialisasi terkait dengan apa itu branding, apa pentingnya branding, unsur apa saja yang ada pada branding. Tahap pendampingan dilakukan setelah dilakukannya sosialisasi branding pada tanggal 18 Mei 2023. Pendampingan ini dilakukan dengan pelatihan dalam pembuatan logo, cara foto produk, hingga pembuatan sosial media. Berikut merupakan beberapa hasil kegiatan pendampingan branding diantaranya adalah:

1. Pembuatan Logo

Pendampingan yang pertama yaitu pembuatan logo pada “Bila Catering” dan tahu tempe “Pantura”. Pada suatu usaha yang melakukan branding pasti membutuhkan logo karena logo merupakan salah satu elemen terpenting dalam branding. Logo tentunya terdiri dari elemen yang digabungkan menjadi gambar aset seperti kartu nama, situs web, media sosial, pasar, serta dalam iklan pemasaran bisnis. Logo melambangkan arti tersendiri atau ciri khas produk UMKM tersebut. Logo “Bila Catering” dibuat dengan menggunakan aplikasi Canva dengan elemen sederhana dan arti bila catering juga merupakan nama singkatan dari anak pemilik UMKM tersebut, dimana hal ini sesuai dengan permintaan dari pelaku usaha. Sedangkan pembuatan logo pada UMKM tahu tempe “Pantura” juga menggunakan aplikasi Canva. Arti “Pantura” tersebut diambil dari pengalaman beliau saat sebelum mendirikan usaha tahu tempe yaitu bekerja menjadi sopir truk yang sering melaju dijalan Pantura.

Gambar 7. Hasil Logo Branding



2. Foto Produk

Tahap pendampingan yang selanjutnya dilakukan dengan pendampingan pengambilan foto produk pada UMKM “Bila Catering”. Proses pengambilan foto produk ini menggunakan properti yang sederhana seperti kertas manila, lakban, piring, daun pisang, sendok, garpu, dan pengambilan gambar produk dilakukan pada produk kue basah terlebih dahulu karena pada saat itu pelaku UMKM sedang menerima pesanan kue basah seperti kue lapis, kue pastel, dan rollcake. Pada saat pengambilan foto produk tentunya terdapat teknik yang perlu diperhatikan, antara lain:

- 1) Pengaturan *Background*, gunakan latar foto dengan warna netral atau hanya satu warna saja seperti hitam, putih, cokelat atau motif kayu agar foto menjadi lebih fokus pada tata letak dan juga dapat membuat pembeli menjadi fokus ke produk. Pemilihan background yang tepat juga akan memudahkan dalam proses editing.
- 2) Atur tata letak produk, mengatur tata letak produk harus memastikan produk mendapat pencahayaan, posisi, dan angle yang tepat. Pengaturan tata letak produk juga bisa menambahkan aksesoris atau properti yang mendukung dengan tema dan warna produk.
- 3) Pencahayaan, dalam melakukan foto produk harus memperhatikan pencahayaan karena diperlukan pencahayaan yang cukup. Sebisa mungkin mendapatkan cahaya alami dari sinar matahari, jika tidak bisa maka menggunakan cahaya buatan dengan lampu.
- 4) Foto dari berbagai angle, pengambilan gambar dari berbagai angle yang berbeda dari setiap pemotretan akan menghasilkan foto produk yang menarik dan berkesan. Pengambilan gambar dilakukan dari berbagai sudut, jarak, dan posisi yang berbeda akan menjadikan foto produk menjadi lebih berkesan. Pengambilan angle juga harus memperhatikan objek atau produk yang ingin dipotret.
- 5) Editing, dengan editing maka foto yang telah diambil tentunya akan menjadi lebih menarik. Editing dapat menjadikan warna foto lebih berkesan, menghapus objek yang tidak diinginkan, dan dapat menyesuaikan pencahayaan. Tetapi tidak perlu editing yang berlebihan hanya cukup agar warna produk yang difoto tersebut menjadi lebih berkesan.

Gambar 8. Hasil Foto Produk

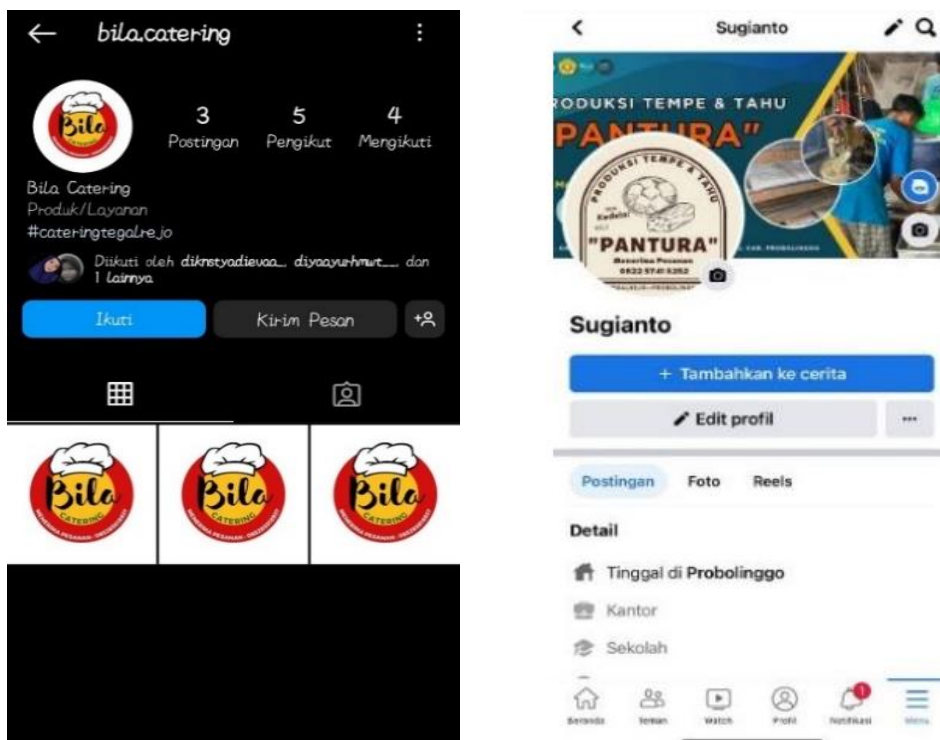


3. Pembuatan Sosial Media

Tahap pendampingan adalah pembuatan sosial media untuk UMKM “Bila Catering” dan tahu tempe “Pantura”. Berdasarkan hasil observasi yang sudah dilakukan, UMKM “Bila Catering” dan tahu tempe “Pantura” terdapat kendala dalam pemasaran produknya dimana pada penjualan dan pemasarannya masih kurang luas dan hanya sebatas lingkungan sekitar. Dengan mengetahui hal itu, maka dilakukan pendampingan dalam pembuatan sosial media melalui instagram, website, dan marketplace shopee dengan harapan agar pelaku UMKM

dan produk UMKM nya dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas hingga lebih dapat mengembangkan usahanya. Proses pembuatan media sosial ini dilakukan dengan membuat gmail yang digunakan untuk mendaftarkan akun UMKM.

Gambar 9. Hasil Pembuatan Sosial Media



c. Pendampingan Pembukuan

Pendampingan pembukuan dilakukan pasca sosialisasi pembukuan pada tanggal 29 Mei dan 2 Juni 2023 yang berlokasi di kediaman Ibu Surah dan Ayuk selaku pemilik UMKM “Bila Catering” di Dusun Krajan serta tahu “Pantura” milik Pak Sugik yang berada di Dusun Galgede Kulon. Pembukuan sederhana sendiri merupakan metode pencatatan yang dilaksanakan secara teratur menggunakan cara yang sederhana seperti pencatatan kas umum. Pelatihan pembukuan sederhana ini bertujuan agar UMKM dapat mengetahui pemasukan dan pengeluaran yang dihasilkan dan juga mengetahui HPP Pencatatan sederhana dengan kas umum ini meliputi Kredit (Pengeluaran), Debit (Pemasukan), dan Saldo. Pelatihan ini dilakukan dengan menggunakan dua metode yaitu metode manual melalui buku kas dan digital melalui aplikasi buku warung.

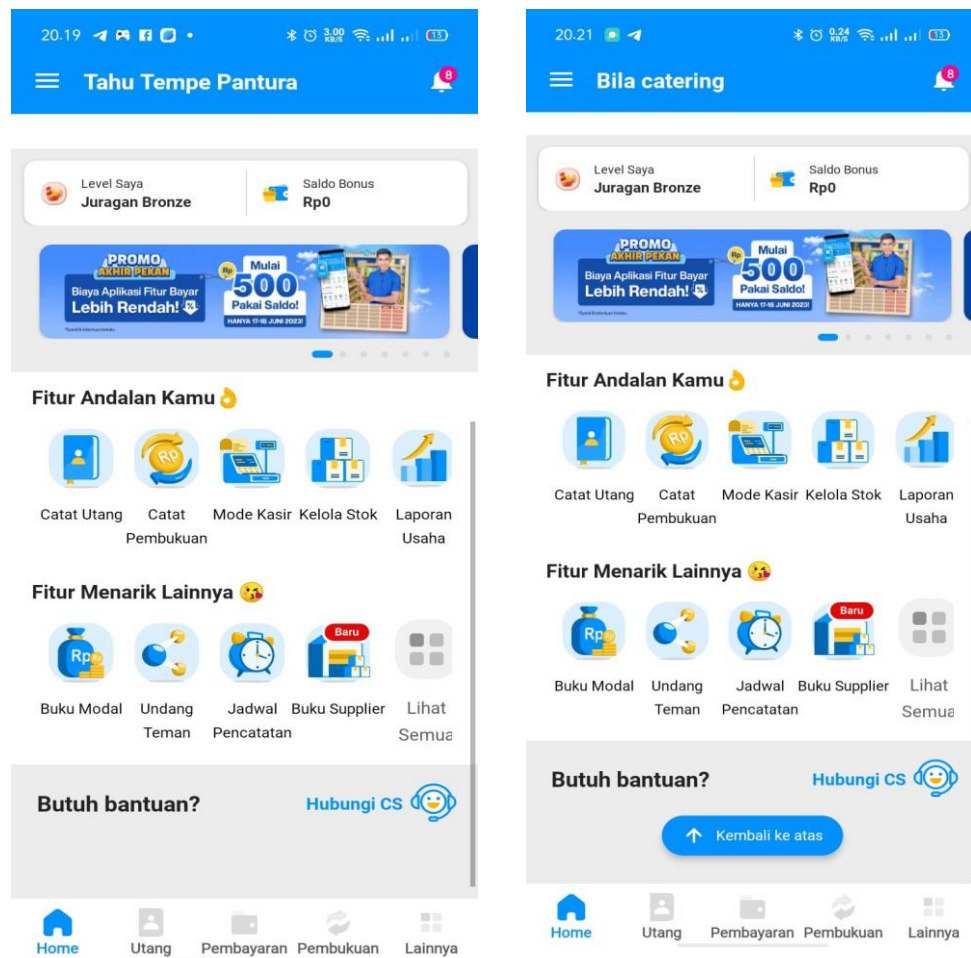
Gambar 10. Pendampingan Pembukuan



Gambar 11. Contoh Buku



Gambar 12. Contoh Pembukuan Digital (Aplikasi Buku Warung)



KESIMPULAN

1. Terjadi peningkatan terkait pemahaman pelaku UMKM terkait legalitas usaha (NIB) setelah diadakannya workshop dan pendampingan. Hal itu dibuktikan dengan adanya 18 UMKM yang mendaftarkan legalitas usahanya dengan membuat NIB.
2. Dengan adanya sosialisasi dan pendampingan terkait branding dapat memberikan dampak positif pada UMKM agar usahanya lebih berkembang. Karena dapat menambah pemahaman dan pengalaman pelaku UMKM serta UMKM sudah mempunyai logo dan nama sendiri untuk usahanya.
3. Sosialisasi dan pendampingan terkait pembukuan sederhana sangat membantu UMKM dalam peningkatan pemahaman dalam pengelolaan keuangannya agar lebih baik lagi karena dapat melakukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran serta dapat mengetahui HPP untuk produk dalam usahanya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Desa Tegalrejo karena telah bekerja sama sebagai mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Tim Lembaga Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UPN “Veteran” Jawa Timur, Dosen Pembimbing, dan Pelaku UMKM yang ada di Desa Tegalrejo.

DAFTAR PUSTAKA

- Diana, L., Akbhari, I., Fadhilah, A., & Hidayaturracman, H. 2022. PEMBUATAN NOMOR INDUK BERUSAHA (NIB) UNTUK KESADARAN LEGALITAS USAHA BAGI UMKM KELURAHAN DUKUH SUTOREJO. *Jurnal Penyuluhan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 81-88.
- Hakim, L., Junaidi, J., Fidiyanti, E., Deni, A., Regitasari, M., Husna, A., Yulanda, S., & Khotimah, K. (2022). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PENYULUHAN PENINGKATAN KINERJA UMKM DAN PENDAMPINGAN PEMBUATAN NIB. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 3(1), 394-400
- Hidayanti, W., Puspita, E. A., Dieva, D. P., & Dzurriyah, A. 2023. SOSIOLOGI PENTINGNYA KARAKTERISTIK UMKM DAN LEGALITAS USAHA SERTA PENDAMPINGAN NIB MELALUI OSS DI DESA TEGALREJO. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkarya*, 2(02 April), 54-60.
- Mustanir, A., & Rappang, S. 2019. PEMBERDAYAAN MASYARAKAT KEWIRAUSAHAAN ENTREPRENEURSHIP COMMUNITY EMPOWERMENT. *Jurnal, February*, 1-14.
- Rahmatika, A. D., Maulana, M. R., Cendrawati, V., Wardani, R. D. K., & Rahmawati, D. A. 2023. ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MELALUI DIGITAL MARKETING PADA UMKM DESA TEGALREJO, KABUPATEN PROBOLINGGO.. *AT TARIIZ: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(01 Mei), 349-361.
- Sukaris, S., Ernawati, E., Rahim, A. R., Arwantini, K. F. P., & Fitria, N. L. 2022. SOSIALISASI PEMBUKUAN SEDERHANA DAN PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK PADA UMKM DESA BETOYOGUCI. *DedikasiMU: Journal of Community Service*, 4(3), 349-357.
- Swissia, P. 2023. PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA CILIMUS KECAMATAN TELUK PANDAN MELALUI PENGEMBANGAN UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*2(1)73-80.
- Theresia, A., Andini, K. S., Nugraha, P. G., & Mardikanto, T. (2014). *PEMBANGUNAN BERBASIS MASYARAKAT: ACUAN BAGI PRAKTISI, AKADEMISI, DAN PEMERHATI PENGEMBANGAN MASYARAKAT*. Penerbit Alfabeta.
- Sumaryadi, I Nyoman, 2005. PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH OTONOM DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT. CV. Citra Utama, Jakarta