



## **PEMBERDAYAAN PEREMPUAN MELALUI LITERASI KEUANGAN DAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM JAMU DESA KIRINGAN**

**Zulfatun Ruscitasari<sup>1</sup>, Melvin Rahma Sayuga<sup>1</sup>, Nurna Pratiwi<sup>1</sup>, Yana  
Hendriana<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta

<sup>1</sup> [zzulfatunr@unu-jogja.ac.id](mailto:zzulfatunr@unu-jogja.ac.id); <sup>1</sup> [melvinrahma@unu-jogja.ac.id](mailto:melvinrahma@unu-jogja.ac.id); <sup>1</sup> [nurnapратиwi@unu-jogja.ac.id](mailto:nurnapратиwi@unu-jogja.ac.id)

### **Abstract**

Kiringan Hamlet, Canden Village, Jetis District, Bantul was designated by the Bantul Regent as the center of the carrying herbal industry in 2018. The types of herbs offered are squeezed herbs, instant and dipped herbs. The Herbal Kiringan Tourism Village currently has a website and also social media as a means of digital marketing. However, online marketing is still not done optimally due to limited ability to operate the marketplace and other social media. In addition, business actors do not separate personal money from business money. Business actors do not have accountable financial records, even simple financial records (expenses and income). Business actors assume that in managing finances they are profitable if they can buy herbal raw materials and their daily needs are met, but when they don't have money to buy raw materials, they think they are at a loss. This community service program is carried out by a team of Lecturers and Students at the University of Nahdlatul Ulama Yogyakarta which aims to provide socialization about business financial literacy, as well as training on the use of marketplaces as online promotion media. The method used in the implementation is by (1) providing socialization, especially in recording and financial expenditures and future financial investments to herbal medicine business players, (2) providing marketing strategy assistance through digital media and websites to expand the market. The partners who are fostered are the core members who are included in the management of the White Seruni Herbal Group in the Herbal Tourism Village, which is about 10 people. The results of this activity have an impact on MSME managers in improving business financial management and financial literacy. Financial management focuses on the preparation of financial statements. Then, socialization about the importance of separating personal money from business money in the business activities they run. Training on the use of digital media as an online marketing medium has also gone according to plan.

**Keywords:** MSME, financial aspect, marketing aspect, accounting information system, digital marketing

### **Abstrak**

Dukuh Kiringan, Desa Canden, Kecamatan Jetis, Bantul ditetapkan oleh Bupati Bantul sebagai sentra industri jamu gendong pada tahun 2018. Adapun jenis-jenis jamu yang ditawarkan yaitu jamu peras, sirup jamu, jamu instan dan jamu celup. Desa Wisata Jamu Kiringan saat ini telah memiliki website dan juga media sosial sebagai sarana pemasaran digital. Namun pemasaran online masih belum dilakukan secara optimal karena keterbatasan kemampuan dalam mengoperasikan marketplace dan media sosial lainnya.

Selain itu, para pelaku usaha tidak memisahkan antara uang pribadi dengan uang usaha. Para pelaku usaha tidak memiliki pencatatan keuangan yang akuntabel, bahkan pencatatan keuangan secara sederhana (pengeluaran dan pemasukan). Pelaku usaha berasumsi bahwa dalam mengelola keuangan sudah untung apabila dapat membeli bahan baku jamu dan kebutuhan sehari-hari terpenuhi, namun ketika sudah tidak memiliki uang untuk membeli bahan baku berarti mereka menganggap sedang rugi. Program pengabdian masyarakat ini dilakukan oleh tim Dosen dan Mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta yang bertujuan untuk memberikan sosialisasi mengenai literasi keuangan usaha, serta pelatihan penggunaan marketplace sebagai media promosi online. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan adalah dengan (1) memberikan sosialisasi literasi keuangan terutama dalam pencatatan dan pengeluaran keuangan serta investasi keuangan di masa depan kepada para pelaku usaha jamu, (2) memberikan pendampingan strategi pemasaran melalui media digital dan website untuk memperluas pasar. Adapun mitra yang dibina adalah anggota inti yang masuk dalam kepengurusan Kelompok Jamu Seruni Putih di Desa Wisata Jamu, yaitu sekitar 10 orang. Hasil dari kegiatan ini memberikan dampak kepada pengelola UMKM dalam peningkatan pengelolaan keuangan usaha dan literasi keuangan. Pengelolaan keuangan berfokus pada penyusunan laporan keuangan. Kemudian, sosialisasi mengenai pentingnya pemisahan uang pribadi dengan uang usaha dalam kegiatan usaha yang dijalankannya. Pelatihan penggunaan media digital sebagai media pemasaran online juga telah berjalan sesuai dengan rencana.

**Kata Kunci:** *UMKM, aspek keuangan, aspek pemasaran, sistem informasi akuntansi, pemasaran digital*

## PENDAHULUAN

UMKM merupakan bagian dari industri kreatif, yang kegiatannya berfokus pada kreativitas dan inovasi, salah satunya adalah industri jamu. Dukuh Kiringan, Desa Candan, Kecamatan Jetis, Bantul ditetapkan oleh Bupati Bantul sebagai sentra industri jamu gendong pada tahun 2018. Dinas Perindustrian dan Perdagangan telah memberikan penyuluhan-penyuluhan mengenai higienitas produk dan cara pengemasan produk yang baik, selain itu dibentuk pula koperasi perkumpulan penjual jamu gendong bernama Koperasi Seruni Putih (Isdarini, 2011).

Adapun jenis-jenis jamu yang ditawarkan yaitu jamu peras (kunir asam, uyup-uyup, parem minuman, beras kencur, dan temulawak), sirup jamu (sirup jahe wangi, sirup kunir putih, dan secang). Kemudian ada jamu instan (kulit manggis, temulawak, jahe merah, dan kunir putih). Selain itu ada juga produk jamu celup (sari kulit manggis, wedang uwuh, secang, dan jamu diabetes).

Bahan baku yang digunakan biasanya diperoleh dari lingkungan sekitar tempat para produsen jamu dan diperoleh dari *supplier* di Pasar Imogiri, Pasar Pundong ataupun dari pemasok lokal lainnya. Bahan baku yang digunakan untuk membuat jamu harus dipilah

terlebih dahulu agar menghasilkan jamu yang *fresh* dan berkualitas baik.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya dalam memperoleh laba (Aditya, 2019). Upaya pemasaran produk saat ini dilakukan mitra bersamaan dengan penjualan jamu secara langsung menggunakan gerobak, sepeda, motor, maupun tosa. Pemasaran juga dilakukan dengan mengikuti *event-event* seperti kegiatan pameran “Bantul Expo” dan acara serupa lainnya. Adapun pemasaran secara online, masih kurang dioptimalkan dengan alasan sudah tidak ada yang mengelola serta minimnya pengetahuan dan pengalaman para anggota dalam mengelola *marketplace*.

Setelah dilakukan observasi, beberapa permasalahan yang ditemukan pada mitra, yaitu: 1) Para pelaku usaha tidak memiliki pencatatan keuangan yang akuntabel, bahkan pencatatan keuangan secara sederhana (pengeluaran dan pemasukan). Pelaku usaha berasumsi bahwa dalam mengelola keuangan sudah untung apabila dapat membeli bahan baku jamu dan kebutuhan sehari-hari terpenuhi, namun ketika sudah tidak memiliki uang untuk membeli bahan baku berarti mereka menganggap sedang rugi. Padahal salah satu syarat untuk

menjadi profesional adalah dengan melakukan pembuatan sistem pencatatan akuntansi yang berujung pada pembuatan laporan keuangan (Notohatmodjo, 2014). Selain itu, para pelaku usaha tidak memisahkan antara uang pribadi dengan uang usaha. Hal itu mengakibatkan tercampurnya uang usaha dengan uang pribadi karena kurangnya pemahaman para pelaku usaha mengenai literasi keuangan dan minimnya kemampuan dalam melakukan pencatatan maupun pembukuan. 2) Sebagian besar pelaku industri kecil terkendala dalam aspek pemasaran karena lebih memprioritaskan pada aspek produksi dan kurang mampu mengakses fungsi-fungsi pemasaran (Aditya, 2019). Desa Wisata Jamu Kiringan saat ini telah memiliki *website* dan juga media sosial sebagai sarana pemasaran digital. Namun pemasaran *online* masih belum dilakukan secara optimal karena keterbatasan kemampuan dalam mengoperasikan *marketplace* dan media sosial lainnya. Sehingga, saat ini penjualan dan pemasaran produk lebih banyak dilakukan secara langsung (*direct selling*).

Menurut Restyandito & Kurniawan (2017), berikut beberapa alasan utama orang berusia lanjut tidak mau

menggunakan teknologi (diurutkan berdasarkan alasan terbanyak) yaitu:

- Tidak berkemampuan finansial untuk memiliki peralatan berteknologi.
- Merasa tidak berkemampuan untuk belajar hal-hal baru.
- Terbiasa menggunakan alat tradisional atau secara manual.
- Merasa belum membutuhkan.



Gambar 1. Roadmap Pelaksanaan Pengabdian

## METODE DAN PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan beberapa tahapan, diantaranya:

### Tahap Perencanaan

Tahap perencanaan dimulai dengan observasi awal yang dilakukan melalui pengamatan secara langsung di lapangan dan menganalisis permasalahan yang dihadapi para pelaku usaha jamu. Setelah itu, tim melakukan *Fokus Group Discussion* (FGD) dengan para pemangku kepentingan seperti Ibu Dukuh, dan Ibu Ketua Koperasi serta para pelaku usaha jamu. FGD ini bertujuan untuk memudahkan dalam menggali masalah lebih mendalam dengan melalui diskusi dan tanya jawab yang cukup aktif dan responsif.

### Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan yang dilaksanakan dalam pengabdian masyarakat ini diantaranya 1) Sosialisasi Literasi Keuangan bagi Pelaku Usaha Jamu. Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan literasi keuangan terutama dalam pencatatan dan pengeluaran keuangan serta investasi keuangan di masa depan kepada para pelaku usaha jamu. Sehingga mereka dapat mempraktekan dan menformulasikan pengelolaan dalam perencanaan keuangan usaha pada kebutuhan saat ini dan masa depan. Informasi tentang sebuah usaha dapat diketahui melalui laporan keuangan, oleh karena itu penyusunan keuangan sangatlah penting. Penyusunan laporan keuangan bukan perkara yang mudah dan

mudah karena dibutuhkan pengetahuan tentang standar penyusunannya, jika penyusunan telah benar dan sesuai dengan standar yang berlaku maka akan memberikan jalan untuk pengajuan kredit kepada lembaga keuangan (Edo, 2019).

2) Pendampingan Strategi Pemasaran melalui Media Digital dan Website untuk Memperluas Pasar. Kegiatan pemasaran yang direncanakan, diorganisasikan, dikoordinasikan serta diawasi dengan baik akan membuahkan hasil yang memuaskan. (Efelina, Safitri, Sari, & Hakiim, 2015). Pemasaran merupakan interaksi dimana seseorang memperoleh apa yang mereka butuhkan dengan membuat, menawarkan, dan menjual sesuatu yang bernilai kepada orang-orang yang berakhir dengan penyampaian barang dari produsen ke pelanggan (Rofa, Meilani, Hasibuan, Nasution, & Suhairi, 2021). Di masa sekarang, para pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya. UMKM yang memiliki akses online, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan *ecommerce*-nya, biasanya akan menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing

(N, Wardhana, Haryanto, & Pebriyanto, 2020).

### **Evaluasi Kegiatan**

Evaluasi tiap tahapan dilakukan untuk mengumpulkan informasi dari masyarakat sehingga diharapkan program berjalan dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan program ini dilaksanakan di Desa Wisata Jamu Kiringan, Canden, Jetis, Bantul. Kegiatan ini dilaksanakan dalam waktu kurang lebih 6 bulan, yaitu dimulai sejak bulan September hingga Februari.

Para penjual jamu tergabung dalam kelompok Seruni Putih atau lebih dikenal dengan nama "SERUPUT" yang pada saat ini berjumlah 80 anggota yang masih aktif memproduksi jamu. Adapun mitra yang dibina adalah anggota inti yang masuk dalam kepengurusan Kelompok Jamu Seruni Putih di Desa Wisata Jamu, yaitu sekitar 10 orang. Pelaku usaha jamu yang notabene adalah ibu rumah tangga, memiliki tanggungjawab dalam mengatur kebutuhan rumah tangga dan memastikan usahanya dapat berjalan dengan baik. Semua pengeluaran harus dikelola secara efektif sehingga menunjukkan keterampilan dalam

membuat keputusan keuangan rumah tangga dan usaha.

Rangkaian kegiatan pengabdian di Desa Wisata Jamu diawali dengan diskusi kepada pengurus di kelompok Jamu Seruni Putih untuk mengidentifikasi permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh UMKM dan bagaimana penyelesaiannya. Berdasarkan hasil diskusi, disepakati adanya serangkaian kegiatan pengabdian meliputi sosialisasi tentang literasi keuangan usaha, serta pelatihan penggunaan marketplace sebagai media promosi *online*.



Gambar 2. Pertemuan tim pengabdian dengan pengurus Kelompok Seruput

Kegiatan pengabdian pertama adalah sosialisasi tentang pentingnya literasi keuangan dan bagaimana mengelola keuangan usaha. Kegiatan ini diawali dengan sosialisasi tentang pemisahan uang pribadi dengan uang usaha, pencatatan keuangan, dan pelatihan pembuatan laporan keuangan yang dihadiri oleh pengurus kelompok

Seruput. Kegiatan ini dilaksanakan di rumah dukuh Kiringan. Setelah dilakukan pelatihan manajemen keuangan, terjadi peningkatan pengetahuan pengelola UMKM dalam menyusun laporan keuangan.

Setiap pelaku usaha menginginkan tidak mengalami kesulitan keuangan di masa mendatang ataupun di masa setelah tidak produktif lagi dalam menghasilkan uang. Materi yang disampaikan meliputi pengertian pencatatan keuangan, pengertian literasi keuangan, cara merencanakan keuangan. Pertanyaan pembuka dengan diberikan pada para ibu-ibu “apakah ibu-ibu melakukan pencatatan keuangan dalam usaha jamu?” Para pelaku usaha mendominasi tidak melakukan pencatatan keuangan. Pencatatan secara sederhana seperti mencatat kas masuk dan keluar tidak pula dilakukan. Hal tersebut disebabkan karena pemilik usaha merasa kesulitan (terlalu rumit), tidak memiliki waktu karena telah tersita untuk bekerja sehingga sulit melakukan pencatatan pada usahanya.

Selain itu, pertemuan tersebut sekaligus sosialisasi tentang pemisahan uang pribadi dengan uang usaha. Berdasarkan hasil diskusi tim pengabdian beserta pengurus koperasi, diketahui jika selama ini para pengelola UMKM masih

mencampur penggunaan uang pribadi untuk uang usaha. Hal itu menyebabkan tidak diketahuinya dengan pasti jumlah pendapatan bersih yang diperoleh dari penjualan jamu. Untuk itu, perlu dilakukan sosialisasi tentang pemisahan uang pribadi dengan uang usaha yang bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai pentingnya pemisahan uang pribadi dari uang usaha agar pengelola UMKM dapat mengetahui keuntungan bersih dalam menjalankan usahanya.



Gambar 3. Diskusi tim pengabdian bersama pengurus Kelompok Seruput

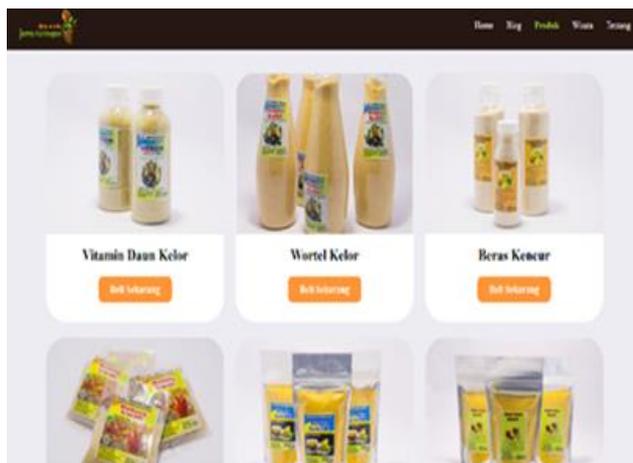
Kegiatan selanjutnya yaitu Pendampingan pemasaran melalui media digital dan website. Kegiatan ini dilakukan di pendopo pertemuan Dukuh Kiringan. Pengelola kelompok Seruni Putih yang *notabene* ibu-ibu rumah tangga dan sebagian besar telah berusia lebih dari 40 tahun merasa kesulitan jika harus mengoperasikan atau menjalankan

media digital yang ada. Sehingga pemasaran belum dilaksanakan dengan optimal karena saat ini penjualan dan pemasaran produk lebih banyak dilakukan secara langsung (*direct selling*).

Dalam pelatihan ini, peralatan yang digunakan adalah handphone beserta paket data ataupun jaringan internet yang berguna untuk mengakses media digital pelaku UMKM.



Gambar 4. Tampilan Akun Instagram UMKM Jamu Kiringan



Gambar 5. Tampilan Website UMKM  
Jamu Dusun Kiringan

Kegiatan yang direncanakan oleh tim pengabdian telah berjalan dengan lancar dan sukses. Hasil kegiatan pengabdian pada masyarakat yang telah dilakukan secara garis besar mencakup beberapa komponen, yaitu:

1. Keberhasilan target jumlah peserta pelatihan
2. Ketercapaian target materi yang telah direncanakan
3. Ketercapaian tujuan pelatihan
4. Kemampuan peserta dalam penguasaan materi

Ketercapaian target jumlah peserta dapat dilihat dari jumlah peserta yang ditargetkan adalah 20 sehingga target jumlah peserta hanya sebesar 100% terpenuhi. Semua peserta dapat mengikuti seluruh proses pelatihan dari awal sampai selesai, kegiatan yang dirancang 100% terlaksana, dan kehadiran narasumber 100%. Target penyampaian materi

pelatihan juga tercapai karena materi dapat disampaikan secara keseluruhan dan antusiasme peserta dalam mengikuti pelatihan sangat mendukung kegiatan ini. Dengan demikian maka tujuan kegiatan pengabdian masyarakat dapat terpenuhi. Hasil pengabdian ini mendukung hasil pengabdian Novianti dan Fathonah (2020) serta Wakyu dkk. (2020).



Gambar 6. Kerjasama Mitra dengan UNU  
Yogyakarta

## PENUTUP

### Simpulan

Kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan oleh Tim Pengabdian Masyarakat kepada kelompok Seruni Putih, Desa Wisata Jamu, telah berhasil diselesaikan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Berdasarkan pada pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini memberikan dampak kepada pengelola UMKM dalam peningkatan pengelolaan keuangan usaha dan literasi keuangan. Pengelolaan

keuangan berfokus pada penyusunan laporan keuangan. Kemudian, sosialisasi mengenai pentingnya pemisahan uang pribadi dengan uang usaha dalam kegiatan usaha yang dijalankannya. Pelatihan penggunaan media digital sebagai media pemasaran online juga telah berjalan sesuai dengan rencana.

Dalam melaksanakan pengabdian, tim merasa sangat terbantu dengan sikap terbuka dari masyarakat Dukuh Kiringan dan pengelola UMKM khususnya, sehingga memudahkan dalam menjalankan kegiatan ini bersama. Akan tetapi tim juga menemukan sedikit kendala di lapangan, salah satunya yaitu karena faktor usia. Sebagian besar pengrajin jamu telah berusia lebih dari 40 tahun. Hal ini menyebabkan pelatihan-pelatihan yang dilaksanakan membutuhkan waktu lebih lama dari yang direncanakan.

### **Saran**

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, maka saran untuk ke depannya yaitu penggunaan media digital sebagai media pemasaran dapat dibantu oleh pemuda sekitar sehingga lebih efektif dalam menunjang kegiatan pemasaran usaha UMKM serta dapat meningkatkan penjualan usaha UMKM.

### **Ucapan Terima Kasih**

Ucapan terimakasih disampaikan kepada LPPPM UNU Yogyakarta dan Pemerintah Desa Wisata Jamu Kiringan, dan Kelompok Jamu Seruni Putih. Selain itu, tidak lupa diucapkan terimakasih kepada masyarakat Dukuh Kiringan yang sangat terbuka dan kooperatif dengan kehadiran kami sehingga terlaksana kegiatan pengabdian ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aditya, F. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Mikro Jamu Kota Semarang. Skripsi Univesitas Negeri Semarang.
- Edo, J. (2019). Evaluasi Penerapan Laporan Keuangan Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil dan Menengah (SAK-EMKM) pada UMKM (Studi Kasus pada UD. Arjuno). Skripsi Universitas Tribhuwana Tungadewi.
- Efelina, V., Safitri, S., Sari, D., & Hakiim, A. (2015). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan PT. RPM dengan Menggunakan Analisis SWOT. Prosiding Seminar Nasional & CFP I IDRI, 274-279.
- Isdarini. (2011). Perbedaan Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Kampung Kiringan Sebelum dan Sesudah

- Menjadi Sentra Industri Jamu Gendong (Studi Kasus Desa Kiringan, Canden, Jetis, Bantul). Skripsi Universitas Sanata Dharma.
- N, R., Wardhana, M., Haryanto, R., & Pebriyanto, A. (2020). Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Impact: Implementation and Action*, Vol. 2, No. 2.
- Notohatmodjo, T. (2014). Evaluasi terhadap Sistem Pencatatan Akuntansi pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Studi Kasus di Kota Semarang). Skripsi Universitas Diponegoro.
- Novianti, D. dan Fathonah, S. (2020). LITERASI MEDIA PROMOSI UMKM PKK RW 017 BABADAN BANGUNTAPAN, KAB BANTUL, DI YOGYAKARTA. *Dharma, Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 1, No. 2 (2020)
- Restyandito, & Kurniawan, E. (2017). Pemanfaatan Teknologi oleh Orang Lanjut Usia di Yogyakarta. *Prosiding Seminar Nasional XII Rekayasa Teknologi Industri dan Informasi 2017 Sekolah Tinggi Teknologi Nasional Yogyakarta*, 49-53.
- Rofa, I., Meilani, A., Hasibuan, N., Nasution, A., & Suhairi. (2021). Analisis Aspek Pemasaran dalam Studi Kelayakan Bisnis. *VISA: Journal of Visions and Ideas*, Vol. 1, No. 1, 14-27.
- Wahyu, E.E., Herijanto, P., Masreviastuti, M., Hasan, H., Suyono, A. (2020). PELATIHAN PEMASARAN PUDING MELALUI MEDIA SOSIAL BAGI IBU-IBU WARGA ASRAMA BRIMOB AMPELDENTO KABUPATEN MALANG. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 1, No. 2 (2020)