

PENGELOLAAN KEUANGAN UNTUK MODAL USAHA DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI UNTUK PROMOSI DAN TRANSAKSI QRIS PADA UMKM DI KOTA PALEMBANG

Marlina Widiyanti ^{*1}

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, Indonesia
marlinawidiyanti@fe.unsri.ac.id

Imelda

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, Indonesia
imeldazainal@unsri.ac.id

Taufiq

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, Indonesia
taufik@fe.unsri.ac.id

Zakaria Wahab

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, Indonesia
zkwahab01@gmail.com

Abstract

Effective financial management and technology utilization have become crucial aspects in developing Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). This research aims to examine the practice of financial management as business capital and the implementation of technology, especially the use of QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard). The purpose of this community service is to assist MSME players in Palembang City to maximize the use of transaction technology with QRIS to facilitate payment transactions and can immediately practice it. This research uses a descriptive-analytical method by collecting data through interviews and surveys of MSME owners in Palembang City. The results show that most MSMEs in this city face challenges in financial management, especially in financial planning and control. The implementation of QRIS has a positive impact on increasing the visibility of MSMEs in the local market, improving transaction efficiency, and expanding customer reach. In conclusion, good financial management and technology utilization, especially QRIS, have a crucial role in improving the competitiveness of MSMEs in Palembang City.

Keywords: Financial Management, Business Capital, QRIS, MSMEs

¹ Korespondensi Penulis

Abstrak

Pengelolaan keuangan yang efektif dan pemanfaatan teknologi telah menjadi aspek krusial dalam mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji praktik pengelolaan keuangan sebagai modal usaha dan implementasi teknologi, khususnya penggunaan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*). Tujuan dari pengabdian pada masyarakat ini adalah kegiatan pendampingan para pelaku UMKM di Kota Palembang agar dapat memaksimalkan pemanfaatan teknologi transaksi dengan QRIS untuk memudahkan transaksi pembayaran dan dapat langsung mempraktekannya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-analitis dengan mengumpulkan data melalui wawancara dan survei terhadap pemilik UMKM di Kota Palembang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM di kota ini menghadapi tantangan dalam pengelolaan keuangan, terutama dalam perencanaan dan pengendalian keuangan. Penerapan QRIS memberikan dampak positif terhadap peningkatan visibilitas UMKM di pasar lokal, meningkatkan efisiensi transaksi, dan memperluas jangkauan pelanggan. Kesimpulannya, pengelolaan keuangan yang baik dan pemanfaatan teknologi, terutama QRIS, memiliki peran krusial dalam meningkatkan daya saing UMKM di Kota Palembang.

Kata Kunci: Pengelolaan Keuangan, Modal Usaha, QRIS, UMKM

PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UMKM), merupakan salah satu kekuatan pendorong pembangunan ekonomi di Indonesia. UMKM mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru sehingga dapat menyerap tenaga kerja usia produktif. Selain mampu menciptakan lapangan pekerjaan, UMKM juga memberikan kontribusi terhadap perdagangan dalam dan luar negeri (ekspor). UMKM di Indonesia harus dapat mendukung peningkatan daya saing bangsa, pertumbuhan ekonomi, pengurangan kemiskinan, dan peningkatan standar hidup penduduk Indonesia.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia loh. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 99% bentuk usaha di Indonesia adalah UMKM. Meskipun UMKM berperan penting dalam perekonomian Indonesia, namun pengelolaan bisnis UMKM tidak mudah (Isnawan, 2012). Berdasarkan hasil studi yang dikemukakan oleh Forbes.com, terdapat 8 dari 10 pelaku usaha kecil yang mengalami kegagalan di tahun ke-2 (Jaya, 2016).

Efek pandemi Covid-19 selain menggalakkan ekonomi rakyat dengan penjualan secara online sehingga mengharuskan sector UMKM untuk terus menggunakan Teknologi agar dapat memanfaatkan kecanggihan digital untuk meningkatkan penjualannya yang selama covid 19 mengalami penurunan. Sektor ini mengalami tekanan akibat terganggunya *cashflow* perusahaan dan turunnya penjualan sehingga berdampak pada kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban kreditnya (Hery, 2014).

Keberadaan UMKM juga diakui sebagai salah satu pelaku yang mampu bertahan saat terjadinya resesi ekonomi di Indonesia. Kendati demikian, UMKM masih menghadapi berbagai masalah krusial yaitu keterbatasan modal internal dan akses ke sumber permodalan formal seperti perbankan (Juliana, 2003). Kondisi pengelolaan keuangan UMKM yang belum mumpuni tersebut disebabkan oleh beberapa yaitu Pengelolaan keuangan UMKM mencampur adukkan keuangan Bisnis dengan keuangan pribadi, Pengetahuan akuntansi sangat minim, akibatnya tidak mengetahui tata cara pencatatan dan pembukuan keuangan yang baik termasuk perkembangan usahanya, Tidak memiliki perencanaan keuangan yang jelas, Kurang memahami arus kas usaha, dan Kurang menyadari pentingnya Pengelolaan Uang di Awal Usaha (Hanafi, 2010).

Menurut Djarwanto, (2004) transparansi dalam suatu organisasi amatlah penting, terutama dalam hal keuangan. Agar transparansi keuangan bisa dilaksanakan diperlukan suatu ketrampilan dalam hal membuat laporan keuangan. Laporan keuangan UMKM merupakan catatan informasi keuangan suatu perusahaan yang dibuat dalam satu periode akuntansi. Laporan keuangan ini nantinya dapat digunakan untuk menggambarkan kinerja dari suatu perusahaan, tolak ukur pengambilan kebijakan jika ada hal-hal krusial yang terjadi di perusahaan, dan salah satu alat untuk mengurus perpajakan perusahaan itu sendiri (Harahap, 2012). Pembuatan laporan keuangan dalam organisasi kemasyarakatan berbeda dari perusahaan besar. Laporan keuangan yang diperlukan untuk usaha kecil lebih sederhana dari laporan keuangan perusahaan besar. Laporan keuangan UMKM menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan dan dipelajari dengan baik oleh para pelaku bisnis, terutama bagi yang baru terjun ke dunia usaha.

Pasca Covid 19 yang berangsur-angsur menghilang, harus tetap diwaspadai dengan masih melaksanakan masker dan menjaga kebersihan. Bagaimanapun UMKM pada saat ini masih menjadi prioritas pemerintah khususnya wilayah Palembang dalam meningkatkan pembangunan seta

petumbuhan ekonomi, UMKM semakin berkembang ke arah yang positif dari sisi keuntungan/laba dan perkembangan usaha untuk menjadi lebih besar, dan hal ini tak lepas dari kebutuhan modal yang semakin lama semakin besar serta dibutuhkan pengelolaan keuangan yang cermat, dimana dapat diketahui melalui laporan keuangan yang dimiliki oleh masing-masing UMKM (Meythi, 2005). Hal ini merupakan salah satu permasalahan yang dihadapi oleh UMKM dimana pada umumnya mereka tidak pernah melakukan pencatatan keuangan atas usaha yang mereka jalankan maka dari itu Peran pemerintah kota Palembang dengan membantu Pelatihan berupa memberikan pengarahan terkait laporan keuangan sederhana untuk UMKM sehingga dapat meningkatkan pengelolaan keuangan dengan cermat bagi masing-masing UMKM.

Pelaku UMKM di Palembang mengandalkan penjualan secara online untuk mendongkrak omzet yang turun drastis selama masa pandemi. Untuk mengatasi Pemerintah menganggarkan penanganan Covid-19 untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) senilai Rp123,46 triliun, dan berharap pengusaha UMKM yang tergabung dalam ekosistem platform digital dapat mengakses dan memperoleh modal kerja sehingga mampu pulih dan kembali produktif. UMKM menjadi prioritas untuk memastikan roda perekonomian berputar kembali. Menurut Meythi, (2005) teknologi digital juga sangat membantu terbentuknya ekosistem baru dari bisnis usaha seperti *supply* bahan baku, jasa packaging, jasa pengiriman dan jasa pembayaran. Dengan nilai kontribusi yang tinggi dari satu perusahaan saja, apabila digabungkan dengan pelaku usaha lain dan sejenis, maka dampaknya akan terasa.

Melalui data dan informasi yang akurat, mitra UMKM baik merchants dan mitra pengemudi di dalam ekosistem platform digital akan lebih mudah untuk dikelola baik dan transparan. Platform digital seperti halnya Gojek dapat membantu Pemerintah menyalurkan bantuan secara cepat dan tepat dengan menyediakan data mitra UMKM sebagai “alternatif” dasar pemberian bantuan. Bagi Pemerintah, sumber data tersebut mempermudah proses penyaluran bantuan tanpa mengabaikan akuntabilitasnya. Ragam solusi tersebut dapat langsung digunakan oleh semua tipe UMKM, dari yang berskala mikro hingga besar. Selain menyediakan solusi yang komprehensif untuk UMKM seperti layanan pengiriman GoSend dan GoBox, Gojek juga bekerja sama dengan berbagai pihak lainnya termasuk mitra pembayaran seperti QRIS dan Link Aja, dan penyedia logistik Pos Indonesia, Paxel, dan JNE (Utama, 2018).

Dengan terintegrasinya berbagai platform dalam satu layanan pembelian bahan baku, pencatatan, pembayaran, promosi bahkan peminjaman modal bagi UMKM, tentunya akan semakin mempermudah UMKM sehingga dapat fokus pada produk yang dihasilkannya. Kemudahan ini juga dapat menambah kesempatan bagi UMKM untuk menambah produknya karena adanya perluasan jangkauan waktu, wilayah dan permodalan. Pemerintah terus memberikan atensinya kepada UMKM melalui bantuan permodalan, pemasaran, maupun promosi. Diakui, UMKM mengeluarkan biaya yang cukup besar untuk promosi di berbagai platform digital, seperti endorsement melalui *food vlogger* atau *food influencer*.

Untuk memudahkan dalam transaksi Bank Sentral memberi Standarisasi QR Code dengan QRIS yang memberikan banyak manfaat, antara lain: Bagi pengguna aplikasi pembayaran: *just scan and pay!* Cepat dan kekinian. Tidak perlu repot lagi membawa uang tunai. Dengan adanya QRIS, harapannya transaksi pembayaran bisa lebih efisien atau, kemudian inklusi keuangan di Indonesia lebih cepat, serta bisa memajukan UMKM, dan hingga pada akhirnya akan mendorong pertumbuhan ekonomi.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan oleh tim pengabdian Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, kegiatan pemaparan dan pelatihan Pengelolaan Keuangan untuk Modal Usaha Dan Pemanfaatan Teknologi Untuk Promosi dan transaksi QRIS UMKM Di Kota Palembang, Lokasi : Palembang Square, Gedung Pegadaian, Jl. Angkatan 45, Lorong Pakjo, Kec. Ilir Barat I Kota Palembang, Sumatera Selatan. Kegiatan pelatihan akan dilakukan di Gedung Pegadaian dekat PS Mall, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Pihak-pihak terkait dengan kegiatan ini adalah Universitas Sriwijaya melalui Fakultas Ekonomi sebagai pelaksana pengabdian kepada masyarakat dan tim pelaksana kegiatan dan Kelompok UMKM yaitu UMKM Asyiker Palembang yang ada di Palembang. Keberhasilan kegiatan ini akan dievaluasi berdasarkan tujuan yang ingin dicapai. Kegiatan ini juga akan diakhiri dengan permintaan respon dalam bentuk pengisian kuesioner untuk *feedback* kegiatan di masa yang akan datang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa Pengelolaan Keuangan untuk Modal Usaha Dan Pemanfaatan Teknologi Untuk Promosi dan transaksi QRIS UMKM Di Kota Palembang dan bagaimana memanfaatkan sumber daya manusia dan sumber alam yang ada agar dapat dimanfaatkan maksimal untuk menjadi peluang lapangan pekerjaan baru dan diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dengan memberikan pelatihan pemanfaatan Teknologi untuk promosi penjualan online dan transaksi Qris pada UMKM di Kota Palembang. Pengabdian Masyarakat ini diharapkan untuk memotivasi UMKM untuk dapat tertib administrasi pembukuan keuangan untuk keperluan penambahan Modal kerja dengan mengajukan pinjaman dana KUR yang ditawarkan pihak Perbankan kepada UMKM. Sedangkan Teknologi digital sebagai media promosi dan penjualan online dan transaksi pembayaran dengan menggunakan QRIS.

PEMBAHASAN

Kota Palembang adalah kota perdagangan dan sekaligus ibu kota Provinsi Sumatera Selatan, Indonesia. Sebagai pusat perniagaan kota Palembang sangat dipengaruhi dengan adanya pandemi covid 19 dan pasca pandemi covid 19 yang masih melakukan aktivitas perdagangan. Upaya UMKM masih tetap melaksanakan kegiatan penjualan online saat ini merupakan Upaya untuk meningkatkan pendapatan para penggiat ekonomi di lapisan masyarakat kecil maupun pengusaha.

Pemerintah Kota Palembang dalam upaya mewujudkan unit-unit usaha rakyat yang tangguh dan mandiri dengan prinsip manajemen bisnis yang berorientasi pasar, kredibel, dan bertanggung jawab sangat diperlukan pada saat ini. Untuk itu kegiatan pengabdian Masyarakat dalam Pengelolaan Keuangan Untuk Modal Usaha Dan Pemanfaatan Teknologi Untuk Promosi Dan Transaksi QRIS Pada UMKM Di Kota Palembang, adalah dalam Upaya melaksanakan pendampingan dan pembinaan agar para UMKM dapat pengetahuan dan praktek membuat laporan keuangan yang dapat sebagai dasar perencanaan Modal Kerja untuk menambah modal usaha, melakukan aktivitasnya berdagang dengan memanfaatkan teknologi digital untuk jualan online dan memudahkan transaksi dengan menggunakan QRIS.

Kondisi pada saat pandemi, UMKM mengalami permasalahan keuangan yang cukup berat, karena penurunan pendapatan. Menurunnya

pendapatan menyebabkan UMKM mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan. UMKM harus tetap mengeluarkan biaya operasional untuk tetap berproduksi ditengah menurunnya pendapatan usaha. Permasalahan keuangan ini, menjadi salah satu permasalahan yang perlu diatasi agar tidak meluas pada persoalan lainnya. Pelaku usaha harus memiliki kemampuan dalam mengelola keuangan dengan baik, serta memisahkan asset usaha dengan asset pribadi, merencanakan, mengelola biaya, dan melakukan evaluasi atas biaya yang sudah dikeluarkan. Di tengah pandemi dan pasca pandemic seperti sekarang ini, UMKM perlu menerapkan manajemen keuangan, agar tidak terjebak pada kesalahan yang umumnya dilakukan oleh pelaku usaha mikro maupun kecil dalam mengelola keuangan usahanya.

Pasca Covid 19 yang berangsur-angsur menghilang, harus tetap diwaspadai dengan masih melaksanakan masker dan menjaga kebersihan. Bagaimanapun UMKM pada saat ini masih menjadi prioritas pemerintah khususnya wilayah Palembang dalam meningkatkan pembangunan serta pertumbuhan ekonomi, UMKM semakin berkembang ke arah yang positif dari sisi keuntungan/laba dan perkembangan usaha untuk menjadi lebih besar, dan hal ini tak lepas dari kebutuhan modal yang semakin lama semakin besar serta dibutuhkan pengelolaan keuangan yang cermat, dimana dapat diketahui melalui laporan keuangan yang dimiliki oleh masing-masing UMKM (Meythi, 2005).

Pada umumnya permasalahan yang dialami UMKM meliputi beberapa hal mendasar seperti; lemahnya mental berwirausaha, tidak memiliki laporan keuangan sebagai wujud aktivitas produksi dan penjualan, tertutup dan ketidakjelasan entitas, akuntabilitas, pemasaran, keterikatan yang kuat pada tradisi sehingga kurang tanggap dan adaptif terhadap tuntutan perubahan, ketertinggalan teknologi, dan cenderung mengabaikan mutu serta kurang memahami manfaat transaksi QRIS untuk memudahkan pembayaran. Permasalahan ini mencuat kepermukaan sejalan dengan kondisi lingkungan bisnis yang semakin kompleks dan penuh ketidakpastian pada akhir-akhir ini dan ke depan. Oleh karena itu perlu diupayakan program berkelanjutan untuk menumbuhkan mentalitas dan budaya bisnis, mencatatkan aktivitas produksi dalam laporan keuangan dan modal kerja, kreativitas desain produk, penyerapan kemajuan teknologi, serta pengetahuan dan keterampilan manajerial yang sesuai dengan tuntutan lingkungan bisnis yang terus berubah dan memanfaatkan teknologi digital dan

transaksi QRIS dengan membuat tampilan produk yang akan dijual menarik konsumen dan menggunakan aplikasi pembayaran dengan transaksi QRIS.

Keberadaan UMKM juga diakui sebagai salah satu pelaku yang mampu bertahan saat terjadinya resesi ekonomi di Indonesia. Kendati demikian, UMKM masih menghadapi berbagai masalah krusial yaitu keterbatasan modal internal dan akses ke sumber permodalan formal seperti perbankan (Juliana, 2003). Kondisi pengelolaan keuangan UMKM yang belum mumpuni tersebut disebabkan oleh beberapa yaitu Pengelolaan keuangan UMKM mencampur adukkan keuangan Bisnis dengan keuangan pribadi, Pengetahuan akuntansi sangat minim, akibatnya tidak mengetahui tata cara pencatatan dan pembukuan keuangan yang baik termasuk perkembangan usahanya, Tidak memiliki perencanaan keuangan yang jelas, Kurang memahami arus kas usaha, dan Kurang menyadari pentingnya Pengelolaan Uang di Awal Usaha (Hanafi, 2010).

Hasil dari pendampingan dalam praktek pembuatan laporan keuangan sederhana untuk para UMKM kuliner dan pengrajin tangan sebagai sumber pendapatan masyarakat di kota Palembang dalam hal ini pengabdian masyarakat ini mengambil satu kelompok UMKM binaan Asyik Suka. Kegiatan ini menyadarkan masyarakat setempat dapat memanfaatkan sumber daya alam yang ada serta dapat mengembangkan keahlian ibu rumah tangga dibidang kuliner dan kerajinan tangan yang bernilai ekonomis serta pentingnya laporan keuangan secara rutin yang dapat juga digunakan sebagai syarat jika ingin mengembangkan usaha dengan meminjam kredit di Bank dan melakukan penjualan online dan pemanfaatan teknologi digital dan transaksi QRIS. Hasil yang didapati sejalan dengan pendapat dari Wichramaratne et al. (2014) menyimpulkan bahwa kompetensi kewirausahaan ada 5 jenis, yaitu kompetensi melihat peluang, kompetensi mengorganisasi, kompetensi membuat strategi, kompetensi menjalin hubungan, dan kompetensi membuat komitmen.

Pemberian materi-materi mengenai pembuatan laporan keuangan sederhana dan modal kerja, memberikan materi-materi kewirausahaan atas potensi desa serta bagaimana memanfaatkan sumber daya manusia dan sumber alam yang ada merupakan upaya untuk memberi dorongan semangat dan motivasi agar dapat memanfaatkan potensi yang ada dengan memaksimalkan peluang pekerjaan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dengan mengaktifkan jiwa wirausaha usaha kecil menengah di

pedesaan. Hal ini setidaknya sebagian karena; dalam konteks kewirausahaan fokusnya adalah pada individu (Hunt dan Meech, 1991).

Teknologi yang berkembang saat ini sangat membantu. Salah satu peran teknologi digital dan transaksi QRIS dalam mempengaruhi konsumen adalah dengan memberikan pencapaian yang baik. Kemampuan dalam memproyeksikan pelanggan yang lebih jelas dan menjadikan pelanggan sebagai target yang dapat dipantau dan dievaluasi setiap saat adalah sebuah hal yang luar biasa. Segala aktivitas pelanggan terkait *brand* juga dapat kita perhatikan. Digital marketing saat ini juga memiliki kemampuan untuk menemukan calon pelanggan secara langsung berdasarkan minat pelanggan yang tergambar dari kebiasaan di internet. Dengan mengidentifikasi hal ini, teknologi digital akan mengumpulkan data dari para pelanggan. Mulai dari umur, jenis kelamin, kebiasaan, perilaku terkait brand, bahkan hubungan para pelanggan dengan brand tersebut bisa diketahui dengan jelas. Hal ini bisa Anda gunakan untuk mempengaruhi para pelanggan, terutama yang sesuai dengan target Anda.

Keberadaan UMKM juga diakui sebagai salah satu pelaku yang mampu bertahan saat terjadinya resesi ekonomi di Indonesia. Kendati demikian, UMKM masih menghadapi berbagai masalah krusial yaitu keterbatasan modal internal dan akses ke sumber permodalan formal seperti perbankan (Juliana, 2003). Kondisi pengelolaan keuangan UMKM yang belum mumpuni tersebut disebabkan oleh beberapa yaitu Pengelolaan keuangan UMKM mencampur adukkan keuangan Bisnis dengan keuangan pribadi, Pengetahuan akuntansi sangat minim, akibatnya tidak mengetahui tata cara pencatatan dan pembukuan keuangan yang baik termasuk perkembangan usahanya.

Digital marketing adalah sebuah strategi yang bisa membantu Anda di era digital saat ini. Dengan berbagai macam strategi yang ditawarkan, maka Anda bisa menarik keuntungan yang besar, salah satunya untuk mempengaruhi konsumen Anda. Peran digital marketing dalam mempengaruhi konsumen sangatlah penting. Ini bisa memberikan Anda berbagai keuntungan yang luar biasa. Beberapa peran digital marketing dalam mempengaruhi konsumen adalah pertama, memberikan targetting yang baik dan kedua membangun komunikasi antara produsen (*publisher*) dan konsumen.

“Strategi bisnis, mengatur segala aspek mulai dari keuangan, sumber daya, sampai ke layanan konsumen. Digital marketing masuk ke dalam salah

satu bagian strategi bisnis, yaitu strategi marketing. Fungsi utamanya adalah bagaimana menyebarkan produk perusahaan ke konsumen. Beberapa keuntungan beralih ke digital marketing memiliki peluang yang cukup besar untuk mengembangkan usaha. Karena itu saat ini banyak pengusaha yang mendalami tren baru sehingga jumlah pesaing atau kompetitor juga bertambah. Oleh sebab itu, strategi hadapi persaingan merupakan hal penting yang wajib dibuat oleh para pelaku usaha.

Konsumen dalam digital marketing adalah sekelompok orang yang mengakses suatu informasi, hiburan, atau literature dari media digital baik sosial media, search engine, Youtube, blog, email, dan website tertentu. Setiap konsumen mempunyai ketertarikan yang berbeda-beda bergantung media digital yang diaksesnya. Teknik digital dapat menjangkau konsumen berdasarkan ketertarikannya, sehingga iklan yang ditampilkan dapat menyesuaikan diri dengan orang yang mengaksesnya. Hal ini bertujuan untuk mengurangi pengeluaran iklan untuk orang yang tidak tepat.

Sementara Publisher adalah pihak yang mempunyai konten kreatif berupa informasi, hiburan, dan literatur yang diminati sekelompok publik dan menyediakan ruang iklan untuk pengiklan pada konten tersebut. Contoh publisher adalah media online, blogger, youtuber, sosial media, dan lain-lain.

Beberapa contoh kegiatan pemasaran digital antara lain;

1. Menggunakan marketplace untuk menjual barang, contoh Tokopedia dan Bukalapak.
2. Menggunakan FB Ads untuk mempromosikan barang atau jasa.
3. Membuat website untuk menjual barang atau jasa, contohnya toko online.
4. Menggunakan search engine untuk mempromosikan barang atau jasa berdasarkan kata kunci tertentu.
5. Memasang iklan banner melalui Ad Network, misalnya Google AdWords.
6. Membuat artikel review produk di suatu blog yang relevan, hal ini biasa disebut article placement.
7. Menggunakan iklan video Youtube untuk mempromosikan produk.
8. Membuat akun sosial media terkait usaha yang dimiliki, misalnya akun Facebook dan Instagram.
9. Membangun list email pelanggan untuk menawarkan produk dan promo-promo tertentu.
10. Menerapkan teknik SEO untuk menjangkau konsumen organik.

Meskipun digital marketing cocok untuk strategi pemasaran secara modern, namun digital marketing juga bisa terintegrasi dengan strategi pemasaran secara tradisional. Maksudnya, kita bukan hanya mengandalkan perkembangan digital untuk mempromosikan produk dan layanan jasa, atau menggunakan media sosial untuk merangkul pelanggan baru yang lebih banyak. Namun, strategi pemasaran secara tradisional tetap bisa digunakan, sehingga strategi pemasaran yang dimiliki perusahaan akan semakin kuat.

Memanfaatkan teknologi informasi sebagai media promosi melalui teknologi yang ada sangatlah penting, karena aktivitas promosi pada suatu usaha menjadi lebih mudah dan menjangkau konsumen (Rahmana, 2009). Berdasarkan uraian di atas maka diharapkan pada kegiatan ini adalah usaha mereka lebih dikenal oleh masyarakat Kota Palembang sehingga dapat meningkatkan penjualan produknya dengan transaksi QRIS.

Saat ini transaksi menggunakan QRIS sedang marak digunakan oleh masyarakat karena kemudahannya. QRIS adalah metode pembayaran yang hanya memerlukan satu QR Code saat transaksi. QRIS adalah singkatan dari Quick Response Code Indonesian Standard. Saat ini penggunaan QRIS (dibaca Kris) marak digunakan sebagai sistem pembayaran berupa kode QR yang biasanya tertera di berbagai tempat saat Anda ingin melakukan transaksi.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait yaitu penduduk setempat untuk meningkatkan perekonomian keluarga dengan memulai usaha sebagai wirausaha dengan membuat laporan keuangan sederhana dari proses produksi sampai penjualan secara rutin. Bagi mereka selain dapat memperlihatkan arus kas dan modal kerja mereka, sebagai pelaku bisnis dalam lingkup UMKM dan bagi pihak lain misalnya Bank dengan program KUR yang ingin menambah ilmu pengetahuan tentang Kewirausahaan Bagi Pelaku Usaha Kecil untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dan akhirnya para pelaku bisnis UMKM ini dapat meningkatkan ekonomi keluarga.

UMKM menjadi prioritas untuk memastikan roda perekonomian berputar kembali. Keberadaan UMKM juga diakui sebagai salah satu pelaku yang mampu bertahan saat terjadinya resesi ekonomi di Indonesia. Kendati demikian, UMKM masih menghadapi berbagai masalah krusial yaitu

keterbatasan modal internal dan akses ke sumber permodalan formal seperti perbankan. Kondisi pengelolaan keuangan UMKM yang belum mumpuni tersebut disebabkan oleh beberapa yaitu Pengelolaan keuangan UMKM mencampur adukkan keuangan Bisnis dengan keuangan pribadi, Pengetahuan akuntansi sangat minim, akibatnya tidak mengetahui tata cara pencatatan dan pembukuan keuangan yang baik termasuk perkembangan usahanya.

Mengelola keuangan adalah hal yang sangat penting bagi sebuah usaha. Semakin berkembang usaha yang dijalankan, maka semakin rumit pula dalam mengatur keuangan usaha tersebut. Dengan demikian, pengelolaan keuangan dapat membantu merapihkan masalah keuangan usaha sedini mungkin sebelum bertambah besar.

Teknologi Digital marketing merupakan strategi untuk memasarkan suatu produk dengan memanfaatkan teknologi digital. Didalam digital marketing juga dapat dilakukan digital marketing advertising, yaitu dimana anda beriklan untuk produk atau jasa anda dengan menggunakan media digital.

Teknologi yang berkembang saat ini sangat membantu. Salah satu peran teknologi digital dan transaksi QRIS dalam mempengaruhi konsumen adalah dengan memberikan pencapaian yang baik. Kemampuan dalam memproyeksikan pelanggan yang lebih jelas dan menjadikan pelanggan sebagai target yang dapat dipantau dan dievaluasi setiap saat adalah sebuah hal yang luar biasa. Segala aktivitas pelanggan terkait brand juga dapat kita perhatikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agoes, S. & T. (2013). Sukrisno Agoes Akuntansi Perpajakan Edisi 3. In *Jakarta: Salemba Empat*.
- Baridwan, Z. (2011). Intermediate Accounting. Edisi 3. In *Yogyakarta: BPFE*.
- Barlian. (2012). Manajemen Keuangan Edisi Kelima Cetakkan Kedua Buku Satu. In *Penerbit: Literata Lintas Media, Jakarta*.
- Brigham, E. F. (2010). Dasar-dasar Manajemen Keuangan, Edisi 11. In *Salemba Empat, Jakarta*.
- Djarwanto. (2004). Pokok-pokok Analisa Laporan Keuangan. In *Badan Penerbit Fakultas Ekonomi-Yogyakarta. Yogyakarta*.
- Efferin, et al. (2004). Metode Penelitian Untuk Akuntansi. In *Banyumedia Publishing. Malang*.
- Ghozali, I. dan A. C. (2007). Teori Akuntansi. In *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.

- Halim, M. M. H. dan A. (2000). Analisis Laporan Keuangan. Edisi Ketiga. In *Yogyakarta: UPP STIM YKPN*.
- Hanafi, M. M. dan A. H. (2010). Analisis laporan keuangan. In *Yogyakarta: UPPSTIM YKPN*.
- Harahap, S. S. (2012). Analisis Kritis atas Laporan Keuangan. In *Jakarta: Rajawali Pers*.
- Hery. (2014). Mengenal dan Memahami Dasar-Dasar Laporan Keuangan. In *Jakarta: PT Grasindo*.
- Isnawan, G. (2012). Akuntansi Praktis Untuk UMKM. In *Jakarta: Laskar Aksara*.
- Juliana, R. U. dan S. (2003). Manfaat Rasio Keuangan Dalam Memprediksi Perubahan Laba Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Bisnis & Manajemen.*, 3(2).
- Kasmir. (2012). Laporan Keuangan. In *PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta*.
- Meythi. (2005a). Analisis Rasio Keuangan Dalam Memprediksi Perubahan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEJ. In *Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang*.
- Meythi. (2005b). Rasio Keuangan yang paling baik Untuk Memprediksi Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis.*, XI(2).
- Muchid, A. (2012). Penyusunan Laporan Keuangan UMKM berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan-Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK-ETAP) (Kasus pada UD . Mebel Novel ' 1 di Banyuwangi). Preparation of Financial Statements UMKM Financially Accounting Standards- Entitie. *Jember: Universitas Jember*.
- Pudjo, M. T. (1999). Analisa Laporan Keuangan Untuk Perbankan. In *Edisi Revisi Cetakan 6. Jakarta Djambatan*.
- Rahmana, A. (2009). Peranan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah. In *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2009 (SMATI 2009)*.
- Riwayadi. (2014). Akuntansi Biaya Pendekatan Tradisional dan Kontemporer. In *Jakarta: Salemba Empat*.
- Riyanto. (2009). Manajemen Keuangan Teori, Konsep, dan Aplikasi. In *Yogyakarta*.
- Utama, S. T. (2018). Perancangan Sistem Promosi Elektronik Untuk Aplikasi Mobile Berbasis Android di Kota Palembang. In *Tugas Akhir Universitas Sriwijaya*.