

---

## PELATIHAN MANAJEMEN USAHA DAN KEUANGAN BERBASIS DIGITAL BAGI PELAKU USAHA PERTANIAN DI DESA JABONG

### *DIGITAL BASED BUSINESS AND FINANCE MANAGEMENT TRAINING FOR AGRICULTURAL BUSINESS ACTORS IN JABONG VILLAGE*

Asti Istiqomah<sup>1</sup>, Nuva<sup>2</sup>, Nia Kurniawati Hidayat<sup>3</sup>, Dea Amanda<sup>4</sup>, Osmaleli<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Departemen Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor, Bogor

E-mail correspondence: [asti.istiqomah@apps.ipb.ac.id](mailto:asti.istiqomah@apps.ipb.ac.id)<sup>1</sup>

---

#### Article History:

Received: 02.11.2024

Revised: 01.12.2024

Accepted: 01.01.2025

**Abstrak:** Pertanian merupakan sektor yang penting bagi keberlangsungan hidup masyarakat. Permintaan produk pertanian meningkat, tetapi sejalan dengan adanya kompetisi penggunaan lahan dengan non pertanian. Salah satu alternatif pertanian dengan pemanfaatan lahan yang terbatas yaitu hidroponik. Salah satu kelompok tani yang menerapkan sistem hidroponik dan pengolahan hasil produk yaitu Jabong Hydro Farm di Desa Jabong Kabupaten Subang. Kegiatan pelatihan bertujuan untuk peningkatan kapasitas petani dan pelaku usaha pertanian dalam manajemen usaha dan keuangan berbasis digital. Pelatihan dilaksanakan di area Jabong Hydro Farm dan dihadiri oleh 26 petani dan pelaku usaha. Pelaksanaan kegiatan dibagi ke dalam beberapa tahapan, yakni tahap pra-pelatihan dan persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa pelatihan Standarisasi Produk UMKM Berbasis Pertanian mendorong 88% dari peserta petani akan mengurus Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT). Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dan Penentuan Harga Jual Produk menunjukkan bahwa setelah mengikuti pelatihan sebanyak 100% peserta mengetahui apa itu HPP, komponen HPP dan cara menghitung HPP. Selanjutnya, Pelatihan Pemasaran Digital menyebabkan Peningkatan pemahaman terbesar adalah mengenai berbagai jenis pemasaran digital. Pelatihan Pembukuan Sederhana UMKM berbasis digital menyatakan bahwa petani akan mengaplikasikan pencatatan keuangan usaha secara digital dengan aplikasi pada handphone karena dirasa sangat membantu dan mudah dilakukan.

**Kata Kunci:** Harga Pokok Produksi, Hidroponik, Pembukuan Keuangan, Standarisasi Produk

**Abstract:** Agriculture is an important sector for the survival of the community. The number of agricultural products is increasing, but in line with the competition for land use with non-agricultural ones. One alternative for agriculture with limited land use is hydroponics. One of the farmer groups that implements the hydroponic system and product processing is Jabong Hydro Farm in Jabong Village, Subang Regency. The training activities aim to increase the capacity of farmers and agricultural business actors in digital-based business and financial management. The training was held in the Jabong Hydro Farm area and was attended by 26 farmers and business actors. The results of the training showed that the Agricultural-Based MSME Product Standardization training encouraged 88% of farmer participants to take care of the Household Industry Food Production Certificate. The

*training on Calculating the Cost of Goods Sold (HPP) and Determining the Selling Price of Products showed that after participating in the training, 100% of participants knew what HPP was, the components of HPP and how to calculate HPP. Furthermore, Digital Marketing Training caused the greatest increase in understanding regarding various types of digital marketing. The digital-based Simple Bookkeeping Training for MSMEs stated that farmers will implement digital business financial recording with applications on mobile phones because it is considered very helpful and easy to do.*

**Keywords:** Cost of Production, Hydroponics, Financial Accounting, Product Standardization

## PENDAHULUAN

Pertanian merupakan sektor yang penting bagi keberlangsungan hidup masyarakat karena merupakan sektor yang penting untuk memenuhi kebutuhan manusia akan sandang dan pangan. Peningkatan populasi penduduk meningkatkan kebutuhan produk hasil pertanian. Sementara untuk memenuhi permintaan produk pertanian yang meningkat, kita dihadapkan pada permasalahan kompetisi penggunaan lahan dengan non pertanian. Ketersediaan lahan pertanian menjadi semakin menurun dikarenakan adanya konversi lahan ke non pertanian (Widhiantini, 2018).

Salah satu alternatif pertanian dengan pemanfaatan lahan yang terbatas yaitu Hidroponik. Hidroponik merupakan salah satu seni menanam tumbuhan tanpa menggunakan media tanah. Pertanian dengan system hidroponik dapat ditanam di berbagai lokasi, termasuk ladang yang luas, kota, desa, bahkan di atas apartemen sehingga dapat mengatasi kekurangan lahan (Radinka et al., 2023).

Hidroponik merupakan soilless culture atau budi daya tanaman tanpa tanah (Rusli et al., 2021) atau cara bercocok tanam tanpa menggunakan tanah sebagai media tanamnya, termasuk bercocok tanam di dalam pot atau wadah lainnya yang menggunakan air atau bahan psous lainnya, seperti pecahan genting, pasir kali, kerikil, dan gabus putih/Styrofoam (Herwibowo dan dan Budiana, 2014). Hidroponik menjadi salah satu solusi bagi masyarakat untuk mempertahankan lahan hijau dengan lahan yang tidak terlalu luas. Penerapan hidroponik juga menjadi salah satu alternatif untuk mendukung pencapaian ketahanan pangan.

Salah satu kelompok tani yang menerapkan system hidroponik yaitu Jabong Hydro Farm di Desa Jabong, Kabupaten Subang. Produk pertanian yang dibudidayakan yaitu produk pertanian hortikultura seperti tomat, kangkung, bayam dan lainnya. Penggunaan input tentunya berbeda dengan pertanian konvensional karena media yang digunakan pun berbeda yang relative mahal sehingga dalam harga tentu akan berbeda dengan produk pertanian

konvensional. Namun, petani di sana belum memiliki pengetahuan bagaimana menentukan harga output (baik hasil panen maupun pasca panen) sehingga perlu ada transfer pengetahuan dalam penentuan harga produk.

Kelompok tani Jabong Hydro Farm tidak hanya melakukan budidaya pertanian hidroponik, akan tetapi juga melakukan pengolahan hasil produknya menjadi suatu usaha. Produk olahan yang dikembangkan diantaranya keripik bayam dan dodol tomat. Adanya kegiatan usaha pengolahan produk pertanian juga akan memberikan pengaruh bagi pendapatan rumah tangga. Namun, pemasaran saat ini masih sangat terbatas hanya di lingkungan sekitar sehingga perlu dikembangkan lebih jauh. Perlu adanya pemanfaatan konsep pemasaran melalui penggunaan teknologi digital sehingga diharapkan pelaku usaha pertanian mampu berkembang dan memperluas pasar sehingga bisa meningkatkan kesejahteraan para petani dan pelaku usaha pertanian (Febriyanto dan Arisandi, 2018). Strategi berupa komunikasi pemasaran yang tepat digunakan untuk meraih pangsa pasar sehingga dapat meningkatkan penjualan (Pradiani, 2017). Hal ini tentunya sejalan dengan Sustainable Development Goals (SDGs) tujuan 1 dan 2 yakni pengentasan kemiskinan dan kelaparan.

Di samping itu, perlu upaya peningkatan kemampuan poktan sekaligus UMKM hasil olahan produk hidroponik, khususnya dalam mengatur keuangan atau manajemen keuangan. Manajemen keuangan merupakan salah satu ilmu yang sangat berkaitan dengan pengelolaan, pengendalian, penyimpanan, perencanaan, dan pemeriksaan dana yang digerakkan oleh individu, organisasi, maupun perusahaan. Selain itu, di dalam manajemen keuangan juga mencakup aktivitas lain seperti pengelolaan aset, penggunaan dana, dan juga cara mendapatkan dana. Manajemen keuangan penting untuk diterapkan pemilik UMKM. Usaha UMKM yang keuangannya dikelola dan diinformasikan secara transparan dan akurat akan memberikan dampak positif terhadap UMKM tersebut (Ediraras, 2010) dan dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar (Falih et al., 2019).

## **METODE PELAKSANAAN KEGIATAN**

Kegiatan pelatihan peningkatan kapasitas petani dan pelaku usaha pertanian dalam manajemen usaha dan keuangan berbasis digital di laksanakan di Jabong Hydro Farm Kabupaten Subang selama dua hari, pada tanggal 2-3 Juli 2022. Target dari pelatihan ini adalah petani dan pelaku usaha olahan hasil pertanian Jabong Hydro Farm. Pelatihan

dilaksanakan ditempat pertemuan kelompok tani Jabong Hydro Farm dan dihadiri oleh 26 petani dan pelaku usaha.

#### 1. Alat dan Bahan

Alat yang digunakan dalam kegiatan ini adalah alat tulis menulis, proyektor infokus, laptop, dan alat perekam. Adapun bahan yang digunakan adalah lembar kuisisioner, contoh kemasan produk olahan pertanian.

#### 2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dibagi ke dalam beberapa tahapan, yakni tahap pra-pelatihan dan persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi:

##### 2.1 Tahap pra-pelatihan dan persiapan

Pada tahap pra-pelatihan dan persiapan dilakukan audiensi dan pengurusan administrasi dengan kelompok tani Jabong Hydro Farm di Kabupaten Subang. Audiensi dilaksanakan secara daring. Pada tahap ini dilakukan koordinasi tentang perizinan dan identifikasi pihak-pihak yang terlibat dan yang diundang dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan. Disamping itu, juga didiskusikan teknis pelaksanaan kegiatan seperti lokasi kegiatan, waktu dan durasi pelaksanaan pelatihan. Pada tahap ini juga diidentifikasi substansi pelatihan yang dibutuhkan oleh kelompok tani Jabong Hydro Farm. Hal tersebut dilakukan untuk menjamin kebermanfaatan serta daya tarik kegiatan pelatihan bagi petani dan pelaku usaha.

##### 2.2 Tahap pelaksanaan

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan pada tahap pra-pelaksanaan, pelatihan difokuskan pada empat materi utama yakni pelatihan tentang standarisasi produk, penentuan Harga Pokok Penjualan (HPP), pelatihan tentang pemasaran digital dan pembukuan sederhana untuk UMKM. Pelatihan dilaksanakan selama dua hari. Hari pertama dilaksanakan pelatihan tentang standarisasi produk dan penentuan HPP dan hari kedua dilakukan pelatihan tentang pemasaran digital dan pembukuan sederhana untuk UMKM. Pelatihan dilakukan dengan mengkombinasikan metode penyuluhan disertai dengan berbagai ilustrasi dengan demonstrasi dan praktik secara langsung. Berikut adalah tahapan pelaksanaan setiap materi pelatihan:

##### a. Pelatihan penentuan Harga Pokok Produksi (HPP)

Pelatihan akan dilakukan dalam satu hari dengan materi yaitu penentuan Harga Pokok Penjualan (HPP) dari produk yang dihasilkan oleh Jabong Hydro Farm (baik hasil budidaya maupun hasil olahan produk pertanian hidroponik). Pelatihan diisi

dengan pemberian materi pelatihan secara offline di Desa Jabong. Praktek perhitungan akan menggunakan perangkat excel untuk memudahkan perhitungan.

b. Pelatihan manajemen keuangan

Pada pelatihan ini akan disampaikan materi tentang pencatatan keuangan sederhana termasuk alasan pentingnya melakukan pencatatan keuangan, apa saja informasi dasar yang perlu diketahui dalam mencatat keuangan dalam usaha pertanian. Selain itu, peserta akan diberikan pengetahuan dasar tentang akuntansi tentang Neraca dan Laporan Laba Rugi. Peserta juga akan diberikan ilustrasi sesuai dengan usaha yang dikembangkan, sehingga dapat dengan mudah diterapkan pada bidang usaha yang dilakukan masing-masing peserta.

c. Pelatihan standarisasi produk

Pada pelatihan ini akan disampaikan materi tentang bagaimana packaging yang baik (menarik) serta persyaratan produk dilakukan sebagai upaya untuk mendapatkan jaminan keamanan produk dan memenuhi standar produk khususnya produk pangan agar layak dijual dan dikonsumsi. Pada pelatihan ini juga diberikan materi mengenai pentingnya mengajukan izin produk industri rumah tangga, tahapan pengajuan izin produk industri rumah tangga dan diskusi mengenai pengajuan izin produk industri rumah tangga.

d. Pelatihan pemasaran digital

Pelatihan pemasaran digital akan disampaikan dalam bentuk penyampaian materi, simulasi dan praktik penggunaan platform digital untuk aktivitas pemasaran. Selain memberikan pemahaman dan pengetahuan mengenai internet dan Digital Marketing, pada pelatihan ini juga akan melatih peserta untuk memanfaatkan media digital untuk pemasaran yang lebih efektif dan efisien.

### 2.3 Tahap evaluasi

Tahap evaluasi merupakan salah satu bagian penting dalam rangkaian kegiatan pelatihan untuk mengetahui perubahan pengetahuan petani terkait manajemen usaha dan keuangan. Evaluasi dilakukan dengan melihat hasil pre-test dan post-test yang diberikan kepada peserta diawal dan akhir pelatihan setiap topik pelatihan yaitu standarisasi produk, perhitungan HPP, pemasaran digital dan pembukuan keuangan digital. Pre-test diberikan kepada peserta untuk mengetahui tingkat pengetahuan awal peserta dan post-test diberikan untuk mengetahui tingkat pengetahuan peserta setelah mendapatkan pelatihan. Evaluasi juga dilakukan melalui penugasan yang diberikan kepada peserta setelah narasumber memberikan materi. Tujuannya untuk

melihat peningkatan kemampuan peserta mengimplementasikan materi pelatihan dalam setiap usahanya. Dalam pelatihan HPP peserta diberikan kesempatan untuk menghitung HPP usaha yang dimiliki peserta dan dalam pelatihan pembukuan keuangan, peserta diberi kesempatan untuk secara langsung melakukan pencatatan keuangan usaha dalam aplikasi keuangan digital seperti Aplikasi Buku Warung.

### 3. Metode Pengumpulan, Pengolahan, dan Analisis Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan yaitu observasi atau pengamatan langsung baik pada saat pelatihan maupun pada saat pendampingan kepada kelompok tani Jabong Hydro Farm serta menggunakan kuesioner. Kuesioner dibagikan kepada peserta pelatihan untuk menggali informasi baik pada saat sebelum materi disampaikan (pre-test) maupun setelah pemberian materi (post-test). Pengolahan data dilakukan dengan cara mentabulasi hasil kuesioner untuk mengetahui perubahan pengetahuan dan kemampuan peserta. Data dianalisis dengan analisis deskriptif kualitatif maupun kuantitatif. Analisis deskriptif dilakukan untuk menggambarkan proses pelaksanaan dan hasil kegiatan pelatihan, sedangkan analisis kuantitatif dilakukan untuk menilai hasil capaian pelatihan sesuai tujuan pelatihan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat dilakukan untuk meningkatkan kapasitas petani dan pelaku usaha pertanian khususnya dalam manajemen usaha dan keuangan berbasis digital. Petani dan pelaku usaha pertanian dimotivasi untuk melakukan manajemen usaha dan manajemen keuangan serta didorong untuk menjadi wirausaha (entrepreneur), bukan hanya usaha ala kadarnya. Motivasi untuk selalu terus berkembang dan terus meningkatkan nilai tambah juga disampaikan. Hal-hal yang perlu dilakukan secara umum oleh wirausaha juga disampaikan sebelum pelatihan secara teknis dilakukan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terdiri dari empat jenis kegiatan pelatihan yaitu Pelatihan tentang standarisasi produk UMKM, Pelatihan penentuan Harga Pokok Produksi (HPP), Pelatihan Pemasaran Digital (Digital Marketing), dan Pelatihan Pembukuan sederhana berbasis digital.

### 1. Pelatihan Standarisasi Produk UMKM Berbasis Pertanian

Salah satu kendala yang dihadapi usaha kecil, utamanya yang bergerak di bidang produksi industri rumah tangga adalah tuntutan kualitas dan output produksi (Susanto et al., 2017). Industri lokal masih memiliki kemampuan rendah dan belum dapat memenuhi



standar nasional (Khoryanton, 2015) sehingga membuat produk akan sulit untuk bersaing. Hal ini menyebabkan perlunya UMKM meningkatkan daya saing produk melalui sertifikasi produk yang akan menentukan mutu produk sesuai standar mutu yang berlaku (Karim et al., 2021). Pada pelatihan ini disampaikan tentang urgensi standarisasi produk, konsep Standarisasi Produk, SNI (Standar Nasional Indonesia) serta bagaimana alur dalam pengurusan standarisasi produk. Pelatihan standar produk ini sangat bermanfaat bagi Jabong Hydro Farm, karena dari semua produk olahan pertanian yang dihasilkan belum ada standarisasi produk. Dengan adanya pelatihan ini, kelompok tani Jabong Hydro Farm menjadi terdorong untuk mengurus terutama di tahap awal ini yaitu Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT). Dengan adanya PIRT ini produk akan lebih terjamin mutunya dan meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga bisa memperluas pasar atau meningkatkan hasil penjualan. Dengan peningkatan penjualan, maka bisa meningkatkan keuntungan kelompok tani Jabong Hydro Farm dan tentunya akan berdampak pada kesejahteraan para anggotanya.

Pelatihan standarisasi produk UMKM berbasis pertanian ini dilaksanakan pada hari Sabtu, 2 Juli 2022 dihadiri kurang lebih 26 peserta (Gambar 1). Berdasarkan hasil post-test dan pre-test, terdapat peningkatan pengetahuan peserta dalam hal pengetahuan standarisasi produk (seperti PIRT, Halal MUI, dan SNI). Dari semula hanya 38% yang mengetahui tentang standarisasi produk, setelah pelatihan 100% peserta mengetahui tentang apa itu standarisasi produk. Terjadi peningkatan pengetahuan tentang hal yang harus diperhatikan dalam standarisasi pembuatan produk olahan pertanian untuk dijual sebanyak 75%.



Gambar 1 Pelatihan Standarisasi Produk UMKM Berbasis Pertanian

Peserta pelatihan seluruhnya telah mengetahui atau mendengar tentang apa itu SNI, namun hanya 25% yang mengetahui manfaat dari SNI. Setelah pelatihan, seluruh peserta baru memahami manfaat dari SNI. Sebelumnya, sebanyak 75% peserta pelatihan yang

menyatakan bahwa pelatihan pengemasan produk bagi pelaku usaha itu penting. Namun, setelah selesai pelatihan, seluruh peserta setuju bahwa pelatihan pengemasan produk bagi pelaku usaha itu menjadi hal yang penting. Sebelum pelatihan, hanya 75% yang menyatakan bahwa penulisan label dalam produk pangan itu penting. Setelah pelatihan, seluruh peserta menyadari pentingnya penulisan label dalam produk pangan olahan. Setelah selesai pelatihan, sebanyak 88% dari peserta menyatakan akan mendaftarkan produknya minimal PIRT (Tabel 1).

Tabel 1 Tingkat Pengetahuan Peserta tentang Standarisasi Produk Sebelum dan Sesudah Pelatihan

Uraian	Sebelum	Sesudah
Pengetahuan standarisasi produk olahan/UMKM	38%	100%
Pengetahuan tentang hal yang harus diperhatikan dalam standarisasi pembuatan produk olahan pertanian untuk dijual	13%	88%
Pengetahuan SNI	88%	88%
Pengetahuan Manfaat dari SNI	25%	100%
Pengetahuan pentingnya pelatihan pengemasan produk bagi pelaku usaha	75%	100%
Pengetahuan pentingnya penulisan label dalam produk pangan olahan penting	75%	100%
Setelah pelatihan akan mendaftarkan PIRT/MUI/SNI		88%

Sumber : Data primer diolah (2022)

## 2. Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dan Penentuan Harga Jual Produk

Pelatihan berikutnya yaitu pelatihan perhitungan HPP dan penentuan harga jual produk. Harga pokok produksi mencerminkan total keseluruhan biaya barang yang dapat diselesaikan selama periode berjalan (Hansen dan Mowen, 2009). Harga pokok produksi akan menentukan karakteristik manajemen dan menjadi dasar pengendalian biaya produksi. Sementara, harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk ataupun jasa atau dari jumlah nilai tukar konsumen terhadap manfaat dan fungsi barang tersebut (Kotler dan Keller, 2009). Harga jual merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas produk ataupun jasa dari jumlah nilai yang ditukar konsumen atas manfaat bagi pengguna produk atau jasa tersebut (Kotler dan Armstrong, 2008). Hal yang perlu diperhatikan dalam penentuan harga jual adalah harga jual yang ditetapkan harus mampu menutup semua unsur biaya yang ditimbulkan untuk menghasilkan sebuah laba.



Pelatihan penentuan HPP dan harga jual sangat penting dikarenakan dalam penentuan harga jual produk di Jabong Hydro Farm ini masih hanya pakai perkiraan tanpa ada perhitungan secara rinci dan hanya mengacu atau melihat produk lain yang mirip atau sejenis tanpa adanya melakukan perhitungan modal peralatan. Semakin meningkatnya persaingan dalam dunia bisnis menuntut perusahaan untuk meningkatkan efisiensi dalam menghitung biaya produksi karena harga pokok produksi sangatlah penting untuk menentukan harga jual produknya (Maslikah et al., 2018). Dengan adanya pelatihan HPP ini, para peserta menjadi paham pentingnya menghitung HPP sebagai dasar harga jual produk hasil olahan pertanian. Pada sesi awal disampaikan bagaimana cara menghitung HPP dengan merinci komponen-komponen dari HPP itu sendiri. Para peserta diberikan pemahaman bentuk-bentuk biaya HPP yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik variabel, biaya overhead tetap, biaya administrasi dan umum, serta biaya pemasaran. Setelah semua peserta memahami komponen-komponen HPP, peserta juga diajarkan bagaimana menghitung margin dan harga jual berdasarkan HPP yang sudah dihitung. Setelah selesai materi disampaikan, para peserta dibagi menjadi enam kelompok, lalu diminta untuk praktik langsung menghitung HPP dan harga jual dari produk olahan hasil pertanian yang mereka usahakan. Dari hasil pengerjaan kelompok, diketahui bahwa, terdapat kelompok yang yang hasil harga jual melebihi dari harga jual yang mereka tetapkan saat ini, ada yang lebih kecil dan ada juga yang sama (impas). Dengan praktik langsung yang dilakukan oleh peserta, mereka bisa melakukan evaluasi dan melakukan penyesuaian harga sehingga potensi merugi bisa diminimalisir.



Gambar 2 Pelatihan Penentuan Harga Pokok Produksi dan Penentuan Harga Jual Produk

Kegiatan pelatihan ini dilakukan di hari Sabtu, 2 Juli 2022 bertempat di Kebun Jabong Hydro Farm. Kegiatan ini dihadiri oleh peserta kurang lebih 26 Peserta (Gambar 2). Berdasarkan hasil post-test dan post-test, terdapat peningkatan pengetahuan peserta dalam hal pengetahuan apa itu Harga Pokok Produksi (HPP), komponen HPP dan cara menghitung

HPP. Sebelum peserta mengikuti pelatihan, hanya 13% dari peserta yang mengetahui atau pernah mendengar HPP. Namun, setelah mengikuti pelatihan sebanyak 100% peserta mengetahui apa itu HPP, komponen HPP dan cara menghitung HPP (Tabel 2).

Tabel 2 Tingkat Pengetahuan Peserta tentang Harga Pokok Produksi Sebelum dan Sesudah Pelatihan

Uraian	Sebelum	Sesudah
Pengetahuan komponen harga pokok produksi secara lengkap	13%	100%
Pengetahuan cara menghitung HPP	13%	100%
Setelah pelatihan akan menghitung HPP		100%
Setelah pelatihan akan menghitung harga jual produk berdasarkan HPP		100%

Sumber : Data primer diolah (2022)

### 3. Pelatihan Pemasaran Digital (Digital Marketing)

Rangkaian pelatihan ketiga yang diberikan adalah pelatihan pemasaran digital atau Digital Marketing. Pelatihan ini dilakukan di hari kedua yakni pada tanggal 3 Juli 2022 dan dihadiri oleh 20 orang peserta (Gambar 3). Pemahaman mengenai pemasaran digital sangat diperlukan bagi Jabong Hydro Farm, mengingat saat ini, transaksi jual-beli tidak hanya dilakukan secara konvensional namun juga secara digital. UMKM saat ini harus mampu meningkatkan daya saingnya dengan meningkatkan penguasaan teknologi informasi dalam melakukan pemasaran (Febriyantoro dan Arisandi, 2018). Meskipun demikian, kondisi saat ini menunjukkan masih banyak UMKM yang belum memiliki kesadaran akan pentingnya pemanfaatan teknologi tersebut, sehingga memerlukan panduan dan bimbingan dalam mempelajari dan memilih teknologi informasi yang tepat sesuai dengan jenis usaha dan kebutuhannya.



Gambar 3 Pelatihan Pemasaran Digital

Pelatihan pemasaran digital dimulai dengan mengukur tingkat penguasaan teknologi dan pengetahuan mengenai pemasaran digital dari para peserta pelatihan. Selanjutnya, pelatihan memberikan edukasi mengenai pengertian dari pemasaran digital, yaitu strategi pemasaran dengan menggunakan media digital dan internet yang bertujuan untuk mempromosikan merek, membentuk preferensi konsumen dan meningkatkan penjualan. Pada pelatihan juga disampaikan pentingnya pemasaran digital, manfaat yang dapat diperoleh dengan melakukan pemasaran digital, kekurangan dan kelebihan serta jenis-jenis pemasaran digital yang dapat dijalankan oleh peserta pelatihan.

Pada pelatihan, disampaikan bahwa terdapat beberapa jenis pemasaran digital yang dapat dicoba oleh peserta, diantaranya adalah melalui website, search engine marketing, social media marketing, online advertising, email marketing dan video marketing. Pemasaran digital melalui website dapat dilakukan dengan sebelumnya membuat website khusus untuk Jabong Hydro Farm. Sementara itu, pemasaran melalui search engine dilakukan untuk membuat website tersebut mudah untuk ditemukan dalam search engine atau mesin pencari. Pemasaran juga dapat dilakukan dengan mudah melalui social media seperti Facebook, Twitter, Instagram dan Youtube yang dapat dilakukan dengan mudah dan biaya yang minimum bahkan gratis. Pada website dan social media usaha, dapat ditampilkan produk-produk yang dijual dalam bentuk gambar maupun video produk yang menarik, yang mengandung konten mengenai keterangan produk, cara penggunaan produk hingga testimonial pelanggan. Setelah konsumen tertarik untuk membeli produk, transaksi dapat dilakukan melalui aplikasi chat seperti Whatsapp atau dengan memanfaatkan sistem yang telah tersedia di website atau melalui marketplace/e-commerce, baik melalui marketplace horizontal maupun vertikal.

Sebelum pelatihan diakhiri, peserta pelatihan diajarkan mengenai cara memulai pemasaran digital serta strategi kesalahan yang perlu dihindari dalam melaksanakan pemasaran digital. Strategi Digital Marketing berpengaruh hingga 78% terhadap keunggulan bersaing UMKM dalam memasarkan produknya (Wardhana, 2015). Dalam tahap ini, dilakukan identifikasi mengenai potensi pemasaran digital yang dapat dilakukan oleh setiap peserta pelatihan.

Setelah pelatihan selesai, dilakukan pengukuran tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan. Tabel 3 menggambarkan peningkatan pemahaman dari peserta dengan adanya pelatihan pemasaran digital. Dari data terlihat bahwa pada dasarnya peserta pelatihan telah memiliki pemahaman yang baik mengenai pemasaran digital. Hampir seluruh komponen pemahaman peserta pelatihan mengalami peningkatan setelah dilaksanakannya pelatihan. Peningkatan terbesar yang dirasakan oleh peserta pelatihan adalah pada

pemahaman mengenai berbagai jenis pemasaran digital. Dengan adanya peningkatan pemahaman ini, peserta pelatihan menjadi lebih paham akan berbagai opsi pemasaran digital yang dapat dilakukan dan dapat dipilih sesuai dengan karakteristik produk yang akan dipasarkan serta kemudahan dari pemilik usaha. Setelah pelatihan, seluruh peserta menyatakan bahwa akan mengaplikasikan pemasaran melalui media digital.

Tabel 3 Tingkat Pemahaman Peserta tentang Pemasaran Digital Sebelum dan Sesudah Pelatihan

No.	Uraian	Sebelum	Sesudah
1.	Pemahaman mengenai definisi pemasaran digital	85,71	92,86
2.	Pemahaman tentang keuntungan pemasaran digital	92,86	92,86
3.	Pemahaman tentang kekurangan pemasaran digital	85,71	85,71
4.	Pemahaman tentang berbagai jenis pemasaran digital	78,57	100,00
5.	Pemahaman tentang berbagai media sosial untuk pemasaran digital	50,00	64,29
Rata-rata		78,57	87,14

Sumber : Data primer diolah (2022)

#### 4. Pelatihan Pembukuan Sederhana UMKM berbasis Digital

Keuangan usaha merupakan salah satu hal penting dan sensitif dalam pelaksanaan suatu usaha dan dapat berakibat fatal bagi UMKM apabila tidak dijalankan dengan baik (Azizah et al., 2021). Pada era 4.0, pencatatan dan pengelolaan keuangan dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi yang dapat mempermudah pencatatan keuangan dibandingkan pencatatan konvensional. Kelemahan catatan pembukuan yang masih dilakukan secara manual diantaranya adalah terjadinya ketidaktepatan dalam perhitungan, perbedaan yang tidak seimbang antara uang masuk dan keluar, tidak efisien serta kurang teratur dan sistematis (Suyati, 2020).

Peserta pelatihan merupakan pengelola Jabong Hydro Farm, yang juga memiliki usaha pribadinya masing-masing (Gambar 4). Sebelum pelatihan, peserta pelatihan menyampaikan bahwa hanya sebagian kecil saja yang sudah melakukan pencatatan keuangan dan mayoritas masih secara konvensional dan tidak dicatat dengan rutin. Dengan demikian, peserta kesulitan dalam mengetahui aliran kas usaha yang selama ini dijalankan. Pelatihan pembukuan



berbasis digital perlu dipelajari oleh UMKM karena berguna sebagai suatu sistem dalam suatu UMKM serta dapat pula digunakan sebagai kontrol dan meminimalisir resiko kerugian.



Gambar 4 Pelatihan Pembukuan Sederhana berbasis Digital

Pelatihan dibuka dengan mengukur tingkat pemahaman peserta pelatihan terkait dengan pembukuan keuangan. Dalam pelatihan, dijelaskan terlebih dahulu mengenai pengertian dan manfaat dari pembukuan usaha. Pembukuan bermanfaat untuk mengetahui perkembangan/progress usaha/bisnis yang dijalankan, mengontrol biaya yang dikeluarkan dalam operasional usaha, mengetahui jika terdapat utang atau piutang dan meminimalkan risiko kehilangan asset, produk atau uang. Dengan pencatatan tersebut, pemilik usaha akan dengan mudah dapat mengetahui besarnya keuntungan atau kerugian, mengetahui detail transaksi, memudahkan untuk pelaporan pajak serta pembukuan ini akan bermanfaat apabila pemilik usaha ingin mengajukan pinjaman usaha di bank. Dalam pembukuan keuangan usaha, peserta pelatihan diajarkan cara memisahkan uang pribadi dan uang usaha, serta pemahaman mengenai poin-poin penerimaan (debit) dan pengeluaran kas (kredit). Selanjutnya, peserta pelatihan dilatih untuk mencatat aktivitas transaksi dari usahanya masing-masing kemudian dilakukan perhitungan saldo usaha untuk satu periode tertentu. Terakhir, pada akhir periode dilakukan perhitungan laba per satuan waktu dari usaha yang dijalankan.

Setelah menjelaskan konsep pembukuan keuangan, selanjutnya peserta pelatihan diinformasikan beberapa aplikasi pencatatan keuangan untuk UMKM yang dapat diakses secara gratis dan digunakan pada handphone masing-masing untuk melakukan pencatatan keuangan digital. Dalam pelatihan, dilakukan demo pencatatan keuangan digital dengan menggunakan salah satu aplikasi yaitu aplikasi Buku Warung. Setelah menonton video tutorial penggunaan aplikasi, peserta pelatihan diberikan contoh langsung mengenai tahapan pencatatan keuangan di aplikasi dan selanjutnya peserta ditantang untuk melakukan pencatatan keuangan digital secara mandiri. Selama 15 menit, peserta pelatihan mempelajari cara mengunduh, mengatur aplikasi pada handphone, serta melakukan pencatatan transaksi

keuangan usahanya dalam waktu 1 bulan terakhir. Pelatihan ditutup dengan melakukan pengukuran tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan.

Tabel 4 Tingkat Pemahaman Peserta tentang Pembukuan Sederhana Berbasis Digital Sebelum dan Sesudah Pelatihan

No.	Uraian	Sebelum	Sesudah
1.	Pemahaman mengenai manfaat pembukuan usaha digital	64,29	85,71
2.	Pemahaman tentang tahapan pembukuan usaha	64,29	78,57
3.	Pemahaman tentang komponen kas masuk	85,71	92,86
4.	Pemahaman tentang komponen kas keluar	71,43	85,71
5.	Pemahaman tentang perhitungan saldo	85,71	85,71
	Rata-rata	74,29	85,71

Sumber : Data primer diolah (2022)

Tabel 4 menggambarkan peningkatan pemahaman dari peserta dengan adanya pelatihan pembukuan sederhana berbasis digital.. Dari data terlihat bahwa pada dasarnya peserta pelatihan telah memiliki pemahaman yang baik mengenai pembukuan usaha. Hampir seluruh komponen pemahaman peserta pelatihan mengalami peningkatan setelah dilaksanakannya pelatihan. Peningkatan terbesar yang dirasakan oleh peserta pelatihan adalah pada pemahaman mengenai manfaat pembukuan keuangan berbasis digital serta tahapan pembukuan berbasis digital. Setelah pelatihan, seluruh peserta menyatakan bahwa akan mengaplikasikan pencatatan keuangan usaha secara digital dengan aplikasi pada handphone karena dirasa sangat membantu dan mudah dilakukan.

Pada bulan September 2022, Kelompok tani Jabong Hydro Farm telah memperoleh SPP-IRT untuk dua produk yaitu untuk produk dodol dan keripik. Dengan adanya SPP-IRT ini diharapkan bisa memperluas pasar dari produk tersebut.

## **SIMPULAN**

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat dilakukan untuk meningkatkan kapasitas petani dan pelaku usaha pertanian khususnya dalam manajemen usaha dan keuangan berbasis digital. Pelatihan dilaksanakan di area Jabong Hydro Farm dan dihadiri oleh 26 petani dan pelaku



usaha. Pelatihan Standarisasi Produk UMKM Berbasis Pertanian mendorong 88% dari peserta petani akan mengurus Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT). Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dan Penentuan Harga Jual Produk menyebabkan 100% peserta mengetahui apa itu HPP, komponen HPP dan cara menghitung HPP. Selanjutnya, Pelatihan Pemasaran Digital memberikan peningkatan pemahaman terbesar mengenai berbagai jenis pemasaran digital. Pelatihan Pembukuan Sederhana UMKM berbasis Digital menyatakan bahwa peserta akan mengaplikasikan pencatatan keuangan usaha secara digital dengan aplikasi pada handphone karena dirasa sangat membantu dan mudah dilakukan.

Saran dari pelatihan ini yaitu perlu kolaborasi praktek dalam proses penanaman tanaman secara hidroponik dan pembuatan produk olahan dari beberapa sumber pangan seperti tomat, bayam dan buah naga. Masih rendahnya peserta dalam implementasi tentang pemasaran digital, sehingga perlu ada pelatihan khusus tentang praktik pemasaran digital disertai langsung demo produk sendiri sehingga tidak hanya contoh tapi memang secara langsung riil mempraktikkan sesuai produk yang dimiliki.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM IPB yang telah memberi dukungan moral dan dana terhadap program pengabdian masyarakat ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Azizah NL, Indahyati U, Latifah FN, Sumadyo SB. 2021. Pemanfaatan Pembukuan Digital pada Kelompok UMKM di Sidoarjo Sebagai Media Perencanaan Keuangan. *Community Empowerment*. 6(1):64-70.
- Ediraras, DT. 2010. Akuntansi dan Kinerja UMKM. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. 2(15):152-158
- Falih MSHA, Rizqi RM, Ananda NA. 2019. Pengelolaan Keuangan Dan Pengembangan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus Pada Umkm Madu Hutan Lestari Sumbawa). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 2(1):1-8
- Febriyantoro MT dan Arisandi D. 2018. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Manajemen Dewantara*. 1(2): 62-76.
- Hansen DR, Mowen M.M. 2009. *Akuntansi Manajerial*. Jakarta: Salemba Empat.
- Herwibowo K. dan Budiana N. 2014. *Hidroponik Sayuran*. Jakarta Timur: Penebar Swadaya.
- Karim K, Suriyanti, Ramlawati. 2021. Edukasi standarisasi mutu produk bagi pelaku UMKM pada masa new normal covid 19 di Desa Paddinging, Kabupaten Takalar. *Jurnal Abdi Insani Universitas Mataram*. 8(3): 287-294.
- Khoryanton A. 2015. Standarisasi produk guna meningkatkan daya saing industri kecil

- menengah komponen kapal di Kabupaten Tegal. *National Engineering*. 15–24.
- Kotler P dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip pemasaran. Edisi keduabelas*. Jakarta: Erlangga
- Kotler P dan Keller KL. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Maslikah S, Saskara IAN, Jember IM. 2018. Analisis ekonomis kelapa dalam di Kecamatan Mendoyo Kabupaten Jembrana. *E-Jurnal EP Unud*. 7 (11): 2401-2429.
- Pradiani T. 2017. Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Jibeka*. 11(2), 46–53.
- Radinka S., Naufal Z., Grace N., Najmi A., Cicilia M., Dike Y. 2023. Peran Mahasiswa dalam Menjaga dan Membudidayakan Tanaman Hidroponik di Jurusan PKK. *Indonesian Journal of Conservation*. 12(1): 24-32
- Rusli MA, Samputri S, Afiq MH, Yuliani, Khazanah NA, Hajrah. 2021. Budidaya Hidroponik Perpaduan Wyck System dan Nutrient Film Technique (NFT) dengan Media Rockwool. *Jurnal Lepa-lepa Open*. 1(1):112-117.
- Susanto PC, Murna IM, Gusti I, Manik N. 2017. Standardisasi Produksi dan Pemasaran Produk lbM Ladrang Bawang. *Jurnal Paradharma*. 1(1): 6–16.
- Suyati. 2020. Tata Kelola Keuangan Sekolah. Al-Idarah: *Jurnal Kependidikan Islam*. 10(1):1-12.
- Wardhana A. 2015. Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia. Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV (pp. 327–337). Universitas Pendidikan Indonesia.
- Widhianthini. 2018. Kajian Teoritis Dinamika Konversi Lahan Pertanian. *Jurnal Manajemen Agribisnis*. 6(2):54-61.