



## Pemanfaatan Media Sosial Dan Aplikasi Keuangan Digital Bagi Anggota Kelompok Pengrajin Batik Difabelpreneur Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi

Ade Jermawinsyah Zebua<sup>1</sup>, Azwar Anas<sup>2</sup>, Ahmad Fithoni<sup>3</sup>, Istiqomah Malinda SB<sup>4</sup>

<sup>1,3</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Graha Karya, Muara Bulian, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Sistem Informasi, Universitas Graha Karya, Muara Bulian, Indonesia

<sup>4</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi, Mendalo, Indonesia

Korespondensi penulis: [adejermawinsyahzebua9@gmail.com](mailto:adejermawinsyahzebua9@gmail.com)

### Article History:

Received: November 12, 2023

Accepted: Desember 13, 2023

Published: Desember 31, 2023

**Keywords:** MSME, Specialpreneur, Social media, Financial application.

**Abstract** The Rindani Jambi Batik Craftsmen Group consists of disabled craftsmen (Specialpreneurs). In carrying out the activities of MSME members, they still use simple bookkeeping records manually, this makes it difficult to manage finances and find out the financial performance of partners. Manual bookkeeping is also less efficient in terms of time, especially as a batik craftsman, most of the time is used for the production process. Facts in the field were also found that members of MSME batik craftsmen in their marketing activities had not made optimal use of social media for business promotion, obtaining information and connecting with consumers. This Community Based Empowerment (PBM) service aims to educate and improve the skills of Specialpreneur MSMEs in using social media and digital financial applications independently. It is hoped that the benefits of PBM will facilitate the business activities of batik craftsmen, which in turn can increase income and improve the welfare of members of the Specialpreneur group. Lecture method and direct practice in creating websites and using financial applications. The results of the service show the ability of disabledpreneurs to utilize the Strawberry Kasir digital financial application in business and use it in real business. The Rindani batik craftsmen group already has a website account <https://rumahrindani.com/> to reach a wider range of consumers and/or potential consumers.

### Abstrak

Abstrak. Kelompok Pengrajin Batik Rindani Jambi beranggota pengrajin difabel (Specialpreneur) dalam menjalankan aktivitas anggota UMKM masih menggunakan catatan pembukuan sederhana secara manual, hal ini mempersulit untuk mengelola keuangan dan mengetahui kinerja keuangan mitra. Pembukuan secara manual juga kurang efisien dalam hal waktu, apalagi sebagai pengrajin batik, sebagian besar waktu dipergunakan untuk proses produksi. Fakta di lapangan juga ditemui bahwa anggota UMKM Pengrajin batik dalam aktivitas pemasaran belum memanfaatkan secara optimal media sosial sebagai promosi bisnis, memperoleh informasi dan keterhubungan dengan konsumen. Pengabdian Pemberdayaan Berbasis Masyarakat (PBM) ini bertujuan untuk mendukung dan meningkatkan ketrampilan UMKM Specialpreneur dalam menggunakan media sosial dan aplikasi keuangan digital secara mandiri. Kebermanfaatannya dari PBM ini diharapkan dapat memudahkan aktivitas bisnis pengrajin batik, yang selanjutnya dapat menambah pendapatan dan meningkatkan kesejahteraan anggota kelompok Specialpreneur. Metode ceramah dan praktek langsung pembuatan website dan penggunaan aplikasi keuangan. Hasil pengabdian menunjukkan kemampuan difabelpreneur dalam memanfaatkan aplikasi keuangan digital Stroberi Kasir dalam usaha dan menggunakan dalam usaha nyata, WhatsApp bisnis. Kelompok pengrajin batik Rindani sudah memiliki akun website <https://rumahrindani.com/> guna menjangkau konsumen dan atau calon konsumen lebih luas.

**Kata kunci:** UMKM, Specialpreneur, Media Sosial, Aplikasi Keuangan.

\*Ade Jermawinsyah Zebua, [adejermawinsyahzebua9@gmail.com](mailto:adejermawinsyahzebua9@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Skala usaha ini sangat populer di kalangan masyarakat. Selain itu UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam memajukan perekonomian masyarakat. Pasalnya, bisnis ini membutuhkan modal yang terjangkau oleh kebanyakan orang.

UMKM tidak hanya dikelola oleh individu dan rumah tangga, tetapi juga oleh usaha komunitas atau asosiasi. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jambi pada tahun 2021 sebanyak 165.491, terdiri dari Usaha Mikro 152.373, Usaha Kecil 10.708 dan Usaha Menengah 2.410. Sumbangan tenaga kerja sebanyak 289.569 orang dengan nilai Rp. 58.032.528.826.122,- UMKM di Kota Jambi, total usaha mikro yang tercatat sebanyak 44.307, usaha kecil sebanyak 3.506 dan usaha menengah tidak ada. Kontribusi pelaku UMKM dalam penyerapan tenaga kerja, mempekerjakan 143.439 orang dengan nilai aset Rp. 1.195.325.000.000.

UMKM berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal, karena sebagian besar menggunakan bahan baku lokal dan teknologi tepat guna. Oleh karena itu, seluruh pemangku kepentingan baik pemerintah maupun swasta serta pihak-pihak yang peduli terhadap keberlangsungan UKM harus mendukung keberadaan UKM di daerah. Kepedulian masyarakat dan individu terhadap UMKM diwujudkan dengan terbentuknya komunitas yang beranggotakan pengrajin batik *Specialpreneur* di Jambi.



**Gambar 1. Anggota Komunitas *Specialpreneur* dan Pengusul PBM**

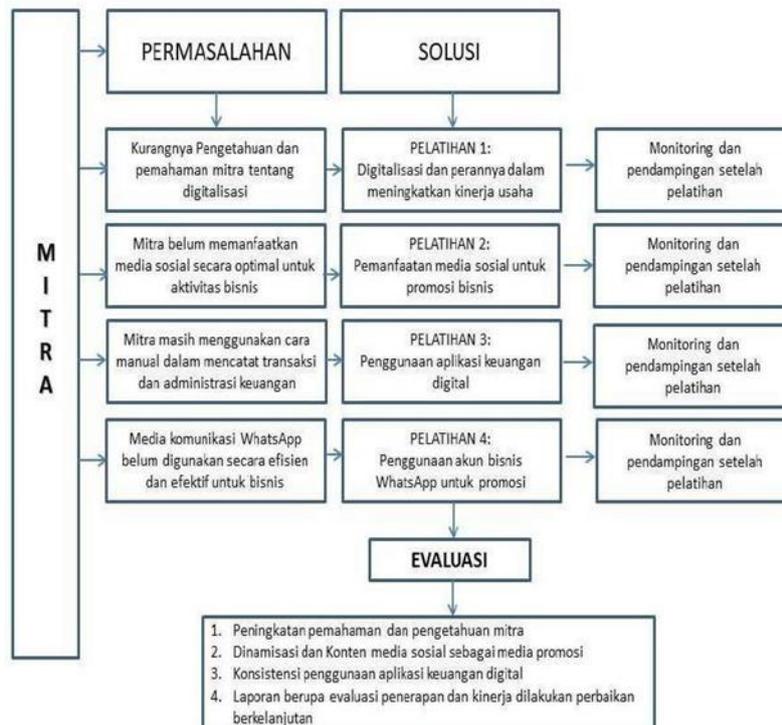
Berdasarkan hasil pengamatan pendahuluan, anggota komunitas berbisnis dalam upaya menambah penghasilan keluarga. Wilayah pemasaran masih berkisar lingkup terbatas, omset penjualan berada pada posisi bertahan dan belum memanfaatkan media sosial sebagai media bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa anggota komunitas *Specialpreneur* mempunyai peluang untuk berkembang dan meraih pelanggan potensial yang lebih banyak.

Secara umum, pemahaman akuntansi keuangan di kalangan UMKM masih kurang (Fujianti dkk, 2021). Begitu juga dengan anggota mitra *specialpreneur* masih kurang. Semua anggota masih menggunakan pencatatan secara manual sederhana, mencatat transaksi uang

masuk dan keluar, bahkan ada yang tidak mencatat transaksi sama sekali. Oleh karena itu, anggota komunitas belum dapat mengetahui kinerja usahanya dan informasi aspek keuangan lainnya. Pembukuan secara manual belum menggunakan aplikasi teknologi informasi (Meilisa, 2021) dan resiko lebih tinggi (Putri, 2022), apalagi sebagai pengrajin batik, sebagian besar waktu dipergunakan untuk proses produksi. Informasi kinerja keuangan lebih lambat diketahui dan membutuhkan proses pengumpulan berkas yang relatif lama bila pembukuan dilakukan secara manual (Wiratama, 2019). UMKM masih kurang dalam menggunakan media sosial dalam mempromosikan usahanya, sedangkan promosi penting dalam meningkatkan omset (Zebua, 2018).

## METODE

Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini digambarkan dalam kerangka dan langkah-langkah dalam mengatasi masalah mitra, dapat digambarkan dalam alur berikut:



**Gambar 2. Tahapan Mengatasi Masalah Mitra**

Tim pengabdian setelah mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra, *Specialpreneur* sebagai pengrajin batik difabel, merancang tahapan pelatihan yang akan diberikan guna memberisolusi terhadap masalah mitra.

**Tabel 1. Metode Solusi Penyelesaian Masalah Kegiatan PBM 2023**

No	Aspek Bisnis	Solusi Penyelesaian Masalah	Metode Kegiatan
1	Pengetahuan Digitalisasi	Perlu sosialisasi tentang arti penting dan peran digitalisasi bisnis guna meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mitra	Metode pendampingan dan ceramah tentang Digitalisasi bisnis dan perannya dalam meningkatkan kinerja bisnis secara efisien dan efektif.
2	Pemasaran	Perlu pendampingan dalam memanfaatkan media sosial secara optimal untuk aktivitas bisnis	Metode praktek, pelatihan dan pendampingan cara membuat akun instagram dan pengayaan konten promosi bisnis
3	Keuangan	Perlu pendampingan dalam menggunakan aplikasi keuangan digital	Metode praktek, pelatihan dan pendampingan cara meinstal aplikasi keuangan STROBERI dan penggunaan transaksi bisnis serta pelaporan kinerja keuangan
4	Komunikasi	Perlu pendampingan dalam komunikasi produk dengan menggunakan WhatsApp bisnis	Metode praktek, pelatihan dan pendampingan cara mendaftarkan akun bisnis WhatsApp dan penggunaannya untuk promosi produk.

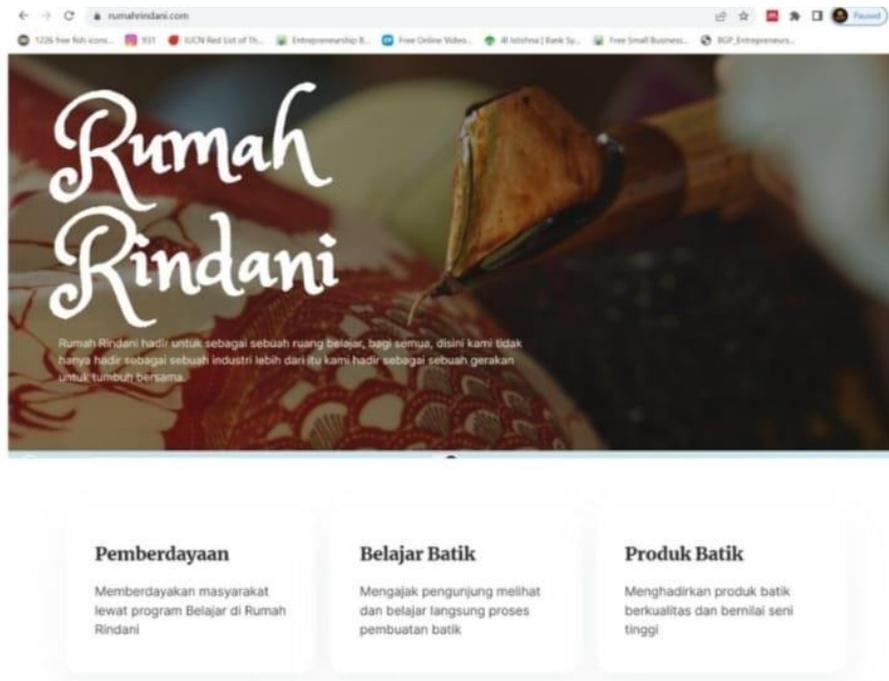
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian Pemberdayaan Berbasis Masyarakat (PBM) yang dikoordinasikan oleh Universitas Graha Karya Muara Bulian. PBM ini berfokus pada mengedukasi serta meningkatkan keterampilan anggota Specialpreneur dalam menggunakan media sosial dan aplikasi keuangan digital dengan lebih mandiri. Diharapkan, melalui kegiatan ini, anggota kelompok UMKM Specialpreneur dapat lebih mudah mengelola bisnis mereka, yang pada gilirannya akan berdampak pada peningkatan pendapatan dan kesejahteraan mereka.

Pada tahap pertama dari PBM ini melibatkan optimalisasi penggunaan media sosial. Ibu Ida Maryanti, pemimpin Kelompok Pengrajin Batik Rindani dan UMKM specialpreneur, mengikuti secara langsung kegiatan ini. Hadir sebagai narasumber Drs. Agus Syarif, MBS, yang memberikan pelatihan tentang pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk dan

jasa. Materi lebih dititikberatkan kepada bimbingan teknis yang bersifat praktek penggunaan media sosial sebagai sarana untuk mengembangkan usaha.

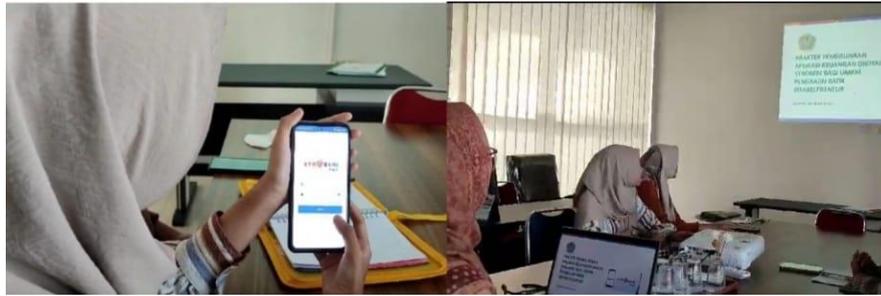
Lebih lanjut narasumber juga memberikan materi tentang pemasaran melalui website Rumah Rindani, untuk memperluas pasar melalui platform online yang dibantu oleh Riyanto, S.Kom dalam membuat website rumah rindani. <https://rumahrindani.com/>. Website agar membuka peluang baru bagi pengrajin Specialpreneur



**Gambar 3. Website Kelompok Pengrajin Batik Rindani**

Pada tahap pertama dari PBM ini melibatkan optimalisasi penggunaan media sosial. Ibu Ida Maryanti, pemimpin Kelompok Pengrajin Batik Rindani dan UMKM specialpreneur, mengikuti secara langsung kegiatan ini. Hadir sebagai narasumber Drs. Agus Syarif, MBS, yang memberikan pelatihan tentang pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk dan jasa. Materi lebih dititikberatkan kepada bimbingan teknis yang bersifat praktek penggunaan media sosial sebagai sarana untuk mengembangkan usaha.

Materi kedua PBM lebih menitikberatkan pada pemanfaatan aplikasi keuangan digital. Dengan narasumber Istiqomah Malinda SB, S.E., M.M, seorang dosen ekonomi dan sekaligus penggerak UMKM, yang memberikan panduan mengenai cara menggunakan aplikasi keuangan digital untuk membantu pengrajin Specialpreneur dalam mengelola keuangan mereka secara lebih efisien dan akurat. Pelatihan ini diharapkan mampu membantu mereka memahami dan mempersiapkan diri dan usahanya agar sukses dalam menggunakan aplikasi keuangan digital. Peserta pelatihan merupakan admin keuangan digital yang ditunjuk oleh Ketua Kelompok Pengrajin Batik Rindani.



**Gambar 4. Pelatihan Aplikasi Keuangan Digital Bagi Pengrajin Batik Rindani**

## **KESIMPULAN**

Pengabdian masyarakat dalam rangka digitalisasi UMKM Kelompok Pengrajin Difabel Rumah Rindani telah dilaksanakan dengan menghasilkan kehadiran akun website, instagram, whatsApp bisnis. Anggota kelompok menunjuk admin keuangan dalam menggunakan aplikasi keuangan digital stroberi kasar.

Kehadiran media sosial semoga tetap digunakan secara aktif oleh anggota UMKM Difabel Rindani dan secara konsisten memanfaatkan aplikasi keuangan dalam semua transaksi bisnis ke depan.

## **REFERENSI**

- Choi, N., Huang, K-Y., Palmer, A., & Horowitz, L. (2014). Web 2.0 use and knowledge transfer: how social media technologies can lead to organizational innovation. *Electronic Journal of Knowledge Management* 12 (3): 174-184.
- Haryadi, R. N., Rojali, A., & Fauzan, M. (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 10-16.
- Kaplan, A.M. & Haenlein, M. (2010) Users of the world, united The challenges and opportunities of social media. *Business Horizon* 53 (1): 59-68.
- Juhaeri, Et Al. (2021). Peranan Digital Marketing Dalam Memasarkan Produk Umkm Intermoda Bsd City Dimas Covid-19. *Abdi Laksana*, 2 (2), 376-382.
- Wijastuti, S., Et Al. (2021). Pengenalan Digital Marketing, Pelatihan Sosial Media Dan E-Commerce Dan Merancang Konten Pemasaran Yang Baik Bagi Pelaku Usaha Umkm Di Yayasan Amal Bakti Sudjono Taruno Baki Sukoharjo. *Padma*, 1 (4), 258-260
- La Moriansyah. 2015. Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents Dan Consequences. Vol 19, No 3 (2015): *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia, Indonesia.*