

**Tantangan UMKM dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0
Ditinjau dari Aspek *Marketing* dan *Accounting***

Fauziah

Program Studi Akuntansi, FE Universitas Islam Kediri

fauziah@uniska-kediri.ac.id

Abstract

The Industrial Revolution 4.0 will have an impact on change and work systems in various professional fields. Including MSME business fields, so inevitably MSMEs must be literate with Information Technology that will change work patterns and mindsets. The problems of SMEs that are so complex will have an impact on the development and sustainability of business in the industrial revolution 4.0. This is a challenge for SMEs. The research focused on aspects of Marketing and Accounting, from the survey results it is known that most MSMEs in the Kediri Region have not been able and have not been able to make financial reports properly and marketing problems are still weakly owned by MSMEs. This type of research uses a qualitative method with a case study approach where researchers know firsthand the condition of MSME by observation, observation and interviews. In addition, researchers used the implementation method by creating a model design for e-commerce marketing systems and financial reporting systems. The results showed that MSMEs in the Kediri region were not entirely ready for changes in the 4.0 industrial revolution. Mainly from the marketing and accounting aspects.

Keywords: *Micro, Small and Medium Enterprises, Industrial Revolution 4.0, Technology Information, e-Commerce, Marketing, Accounting*

Abstrak

Revolusi Industri 4.0 akan berdampak pada perubahan sistem kerja di berbagai bidang profesi. Termasuk bidang usaha UMKM, sehingga mau tidak mau UMKM harus melek terhadap Teknologi Informasi yang akan merubah pola kerja dan pola pikir. Permasalahan UMKM yang begitu kompleks akan berdampak pada perkembangan dan keberlanjutan usaha. Hal ini merupakan tantangan bagi UMKM. Penelitian difokuskan pada aspek *Marketing* dan *Accounting*, dari hasil survey diketahui bahwa sebagian besar UMKM di Wilayah Kediri belum bisa dan belum mampu membuat laporan keuangan dengan benar dan permasalahan marketing yang masih lemah dimiliki oleh UMKM. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus dimana peneliti mengetahui secara langsung kondisi UMKM dengan cara observasi, pengamatan dan wawancara. Disamping itu peneliti menggunakan metode penerapan dengan membuat desain model sistem pemasaran *e-commerce* dan sistem laporan keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM di wilayah Kediri belum seluruhnya siap dengan adanya perubahan di masa revolusi industri 4.0. Utamanya aspek *marketing* dan *accounting*.

Kata Kunci: *UMKM, Revolusi Industri 4.0, E-Commerce, Teknologi Informasi, Marketing, Accounting*

Permalink/DOI	: http://dx.doi.org/10.32503/jmk.v5i2.1008
Cara Mengutip	: Fauziyah. (2020). Tantangan UMKM dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0 Ditinjau dari Aspek <i>Marketing</i> dan <i>Accounting</i> . JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan), 5 (2), 155-172 doi: http://dx.doi.org/10.32503/jmk.v5i2.1008
Sejarah Artikel	: Artikel diterima 3 April 2020; direvisi 20 April 2020; disetujui 10 Mei 2020

Pendahuluan

Menghadapi masa digitalisasi ini menjadi tantangan yang cukup berat bagi dunia usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) maupun usaha skala besar. Hadirnya revolusi industri 4.0 akan merubah sistem kerja manual ke sistem kerja berbasis elektronik, seperti superkomputer, robot, transportasi, sistem big data, rekayasa genetika dan perkembangan teknologi baru yang memungkinkan manusia untuk lebih mengoptimalkan fungsi otak dibandingkan fisik. Dengan teknologi baru ini akan berdampak pada perubahan sistem dan mekanisme aliran produksi dan manajemen dari hulu hingga hilir di semua jenis industri.

Revolusi industri akan menjadi *topic trendy* dengan model teknologi yang sangat canggih, yang akan berpengaruh terhadap siklus produksi di semua sektor bisnis. Dampak arus digitalisasi ini akan merubah model perdagangan dan pelayanan *costumer*, diantaranya munculnya *online marketplace*, *travel agent*, *Electronic Fund Transfer (EFT)*, ATM (*automated teller machine*) dimana model perdagangan tersebut berbasis konsep *Electronic Data Interchange (EDI)*, yang mempermudah dan mempercepat pembayaran transaksi, *paperless* dan dianggap lebih efisien dan efektif.

Hadirnya era Revolusi Industri 4.0 akan menimbulkan perubahan pada sistem kerja manusia di berbagai

bidang profesi. Termasuk bidang usaha UMKM akan terkena dampak dengan adanya revolusi industri 4.0. UMKM mau tidak mau harus meleak terhadap Teknologi Informasi yang akan merubah pola kerja dan pola pikir. Salah satu tantangan yang harus dihadapi di era industri adanya disruptif innovation yang akan menjadi pilar/penyangga di setiap aktivitas bisnis, dimana perusahaan kecil dengan sumberdaya yang terbatas harus mampu dan bisa survive memasuki pasar dan menggantikan sistem yang sudah ada. Pada kondisi ini bisa muncul adanya peluang, kesempatan, tantangan dan manfaat bagi keberlanjutan dan kredibilitas sebuah perusahaan termasuk UMKM.

Munculnya era revolusi 4.0 akan merubah pola kerja dunia usaha. Bagi dunia usaha yang sudah memiliki manajemen yang bagus dan teknologi informasi yang memadai, perubahan ini tidak begitu menimbulkan masalah, karena mereka sudah memiliki sumber daya yang baik, seperti sumber daya manusia, perangkat teknologi informasi yang memadai, jaringan bisnis dan sumber dana yang mencukupi. Tetapi bagaimana dengan dunia usaha yang masih skala mikro, kecil dan menengah, (UMKM) apakah mereka telah siap menghadapi era revolusi 4.0. Jangankan persiapan fisik, bahkan mereka pada umumnya masih belum paham apa itu Revolusi 4.0. Bagi UMKM hal ini merupakan

tantangan yang berat bagi UMKM dalam menghadapi revolusi industri 4.0. Permasalahan UMKM begitu kompleks mulai dari permasalahan modal, manajemen yang meliputi manajemen keuangan, manajemen produksi, manajemen pemasaran, sistem akuntansi dan manajemen sumber daya manusia. Munculnya era digitalisasi akan memberikan dampak perkembangan dan pertumbuhan bagi UMKM baik cepat maupun lambat. Namun tidak mungkin apabila UMKM akan merombak secara bersama-sama pada aktivitas usahanya. Dalam penelitian ini, penulis akan mengangkat penelitian dari aspek *accounting* dan aspek *marketing*. Hal ini didasarkan pada survey dan pengamatan di UMKM di wilayah Kediri Jawa Timur, bahwasannya sebagian besar UMKM belum bisa dan belum mampu membuat laporan keuangan dengan benar, padahal laporan keuangan memuat informasi keuangan dari aktivitas bisnis yang dilakukan, dan laporan keuangan yang valid dan berkualitas bisa dipakai untuk pengambilan keputusan dengan tepat. Selain itu permasalahan marketing yang masih lemah dimiliki oleh UMKM, mereka pada umumnya masih melakukan pemasaran secara konvensional, padahal sekarang eranya sudah digital. Sehingga mereka perlu pengetahuan bagaimana bisa melakukan pemasaran produk secara digital, sehingga produk mereka lebih memiliki akses pasar yang lebih luas.

Tinjauan Pustaka

Sejarah revolusi industri

Sejarah revolusi Industri yang dikutip dari situs web Menperin : Revolusi Industri 1.0 (abad 18), yang

dimulai dengan penemuan mesin uap untuk mendukung mesin industri kereta api dan kapal layar. Revolusi Industri 2.0 (abad 19) ditandai dengan penemuan energi listrik dan konsep pembagian kerja untuk menghasilkan produksi dalam jumlah besar. Revolusi Industri 3.0 (awal abad 20) ditandai dengan penemuan teknologi industri/komputer dan proses industri yang dikendalikan secara otomatis. Revolusi Industri 4.0 mengalami puncaknya saat ini yang melahirkan teknologi digital yang berdampak pada seluruh kehidupan manusia. Mendorong semua aktivitas dikendalikan secara otomatis.

Kriteria UMKM

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan usaha yang masih dikategorikan usaha kecil dan menengah. Kriteria dari UMKM dilihat dari besarnya modal yang dimiliki menurut (Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dimiliki sebagai berikut :

Tabel 1. Kriteria UMKM

No	USAHA	ASET	OMSET
1	Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
2	Usaha Kecil	Lebih dari 50 juta sampai 500 juta	Lebih dari 300 juta sampai 2,5 miliar
3	Usaha Menengah	Lebih dari 500 juta sampai 10 miliar	Lebih dari 2,5 miliar sampai 50 miliar

Laporan Keuangan EMKM

Laporan keuangan merupakan pedoman yang dikeluarkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) untuk menyusun laporan keuangan untuk UMKM yang diperlakukan per 1 Januari 2018. Laporan keuangan EMKM menurut SAK EMKM (2018:11) suatu bentuk laporan yang menyajikan informasi keuangan dari setiap aktivitas bisnis, pelaku usaha wajib mempertanggungjawabkan kegiatan bisnisnya untuk mengetahui kondisi dan posisi keuangan perusahaan. Tujuan laporan keuangan adalah untuk menyediakan informasi posisi keuangan dan kinerja suatu entitas yang bermanfaat bagi sejumlah besar pengguna dalam pengambilan keputusan ekonomik. Laporan keuangan menunjukkan pertanggungjawaban manajemen atas sumber daya yang dipercayakan kepadanya. Laporan keuangan terdiri atas: (1) Posisi keuangan, informasi posisi keuangan entitas terdiri dari informasi manajemen aset, liabilitas dan ekuitas, (2) Laporan laba/rugi, yang memuat informasi : Pendapatan, beban keuangan dan beban pajak, (3) Catatan atas laporan keuangan yang menyajikan informasi dalam laporan keuangan.

E-Commerce

E-Commerce menurut Indrajit (2001) merupakan bentuk perdagangan secara elektronik, dimana penjual melakukan transaksi mulai dari pembelian, penjualan dan pembayaran dilakukan dengan elektronik dengan fasilitas internet.

Dengan hadirnya Revolusi Industri 4.0 dan sekaligus membantu para UMKM agar bisa *Survive* dalam menghadapi adanya perubahan model perdagangan secara *E-Commerce*, peneliti termotivasi untuk melakukan

riset yang berhubungan dengan UMKM dari aspek Marketing dan Accounting.

Pemasaran On Line

Pemasaran On Line Menurut Indrajit (2001), adalah segala usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media internet.

Jenis pemasaran On Line

Jenis pemasaran On Line menurut Indrajit (2001) diantaranya :

1. Email Marketing dan Sales Letter

Pemasaran melalui email dan surat penawaran atau sales letter saat ini menjadi andalan para marketer kelas dunia dalam memasarkan produk-produknya secara online di internet.

2. Video Marketing

Mendapatkan pengunjung dengan menggunakan video sebagai media marketing adalah salah satu terbaik saat ini.

3. Social Media Marketing

Seperti kita ketahui pengguna social media seperti facebook, twitter, dan bbm begitu banyak jauh di atas melampaui media lain di internet.

4. Partnership/Affiliate Marketing

Jenis internet marketing ini adalah dengan cara memanfaatkan para pengiklanan. Para pengiklanan yang menjual produknya dengan cara online.

Kelebihan Pemasaran On Line

Kelebihan pemasaran on line menurut Indrajit (2001) meliputi:

1. Pemasaran online memberi akses yang luas bagi para pelanggan.
2. Internet merupakan media yang mampu melintas batas-batas geografi.

3. Pemasaran online memungkinkan bisnis anda akan tersedia 24x7 hari.
4. Biaya lebih efisien.
5. Menghemat banyak waktu dan usaha.

Kekurangan Pemasaran On Line

Kekurangan pemasaran on line menurut Indrajit (2001) meliputi:

1. Ketergantungan pada teknologi.
2. Isu keamanan dan privasi.
3. Akses teknologi yang belum merata.
4. Transparansi harga, sehingga berakibat meningkatnya kompetisi harga.

RELASI BISNIS

Relasi bisnis menurut Finger (2000) adalah suatu hubungan yang dibangun dengan orang lain tujuannya untuk membangun dan membuat jaringan. Menurut Finger (2000), ada 4 jenis relasi bisnis:

1. Relasi dengan Pemasok
2. Relasi dengan Distributor
3. Relasi dengan rekanan
4. Relasi dengan konsumen

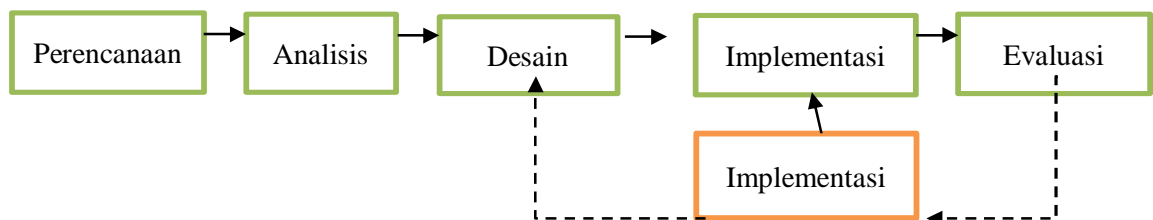
Metodologi Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Dimana penelitian dilakukan secara langsung di lapangan. Teknik

pengumpulan data diperoleh melalui observasi, pengamatan dan wawancara kepada pelaku UMKM di wilayah Kediri. Dengan ini penulis memperoleh data yang valid dengan penyajian data dan hasil penelitian dalam bentuk narasi berupa diskripsi-diskripsi dan bukan dalam bentuk angka-angka. Disamping itu penulis menggunakan metode penerapan dengan membuat desain model sistem pemasaran *e-commerce* dan sistem laporan keuangan. Hasil penelitian dalam bentuk narasi dan model desain sistem *E-Commerce* dan model desain sistem laporan keuangan.

Desain Penelitian

Penelitian ini melaksanakan beberapa tahapan kegiatan, yaitu: (1) Melakukan pengamatan dan pengumpulan data UMKM yang belum bisa membuat laporan keuangan dengan benar, (2) Melakukan pengamatan dan pengumpulan data UMKM yang masih memiliki sistem marketing konvensional, (3) Membuat desain laporan keuangan UMKM, (4) Merancang media pemasaran on line bagi UMKM, (5) Melakukan analisis terhadap desain sistem yang dibutuhkan UMKM, (6) Melakukan implementasi desain sistem serta melakukan evaluasi terhadap desain sistem.



Gambar 1. Diagram Alur Desain Sistem

Hasil

Pada penelitian ini yang dilakukan adalah: (1) Perencanaan desain sistem keuangan UMKM, (2) Desain sistem marketing, (3) Mengalisis desain sistem, (4) Perancangan sistem, (5) Implementasi sistem.

a. Pengumpulan data,

mendapatkan data tentang :

- Jenis entitas bisnis UMKM dan karakteristik UMKM yang meliputi : jenis usaha jasa, dagang dan industri.
- UMKM yang belum pernah membuat laporan keuangan, UMKM sudah bisa membuat laporan keuangan namun belum benar dan UMKM yang sudah bisa menyusun atau membuat laporan keuangan dengan benar.
- Informasi keuangan UMKM (transaksi penerimaan, transaksi pengeluaran, transaksi produksi, transaksi keuangan)
- Melakukan verifikasi data keuangan dan non keuangan.
- Bentuk/format laporan keuangan terdiri dari :Laporan Neraca atau Posisi keuangan, Laporan Laba atau Rugi, Laporan Ekuitas atau Perubahan modal, Laporan Arus Kas dan Catatan atas Laporan Keuangan (CALK).

b. Mengidentifikasi Data

Melakukan identifikasi data berdasarkan : (1) Jumlah UMKM yang terdapat di wilayah Kediri yang berjumlah sekitar 39.000 usaha yang terdiri dari usaha jasa, dagang dan industri dengan omset yang beragam mulai dari 50 juta – 10 milyar. Dari jumlah UMKM tersebut terdapat UMKM yang aktif dan pasif. (2) Mengidentifikasi UMKM yang

belum pernah membuat laporan keuangan dan sudah pernah membuat laporan keuangan. (3) Mengidentifikasi UMKM dari aspek marketing. UMKM yang masih menerapkan penjualan secara konvensional dan UMKM yang sudah menerapkan penjualan dengan marketplace.

c. Analisa sistem,

Melakukan analisis kelemahan pada desain sistem informasi akuntansi UMKM. Menganalisa desain sistem laporan keuangan yang dibutuhkan oleh UMKM. Analisis ini tujuannya untuk mengetahui desain sistem keuangan yang bagaimana yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM disesuaikan dengan bidang usaha. Sehingga desain sistem laporan keuangan tersebut nantinya bisa memberikan manfaat dan nilai tambah bagi UMKM dalam bidang finance. Desain sistem akuntansi yang memberikan kemudahan bagi UMKM untuk memahami laporan keuangan. Menganalisa desain sistem marketing untuk memberikan kemudahan akses pasar yang lebih luas.

d. Perancangan sistem

Melakukan perancangan sistem informasi akuntansi untuk membuat laporan keuangan, yaitu dengan :

1. Mengumpulkan Bukti Transaksi

Pada kegiatan ini mengumpulkan bukti transaksi/dokumen dari kegiatan bisnis/aktivitas ekonomi yang meliputi : Bukti penjualan, Bukti Pembelian, Bukti Penerimaan Kas, Bukti Pengeluaran Kas, Bukti Pemakaian Bahan dan bukti

lain yang terkait dengan transaksi bisnis. Disamping itu mengumpulkan data area penjualan, kuantitas barang, tipe barang, harga, wilayah pemasaran dan model pemasaran yang sudah dilakukan oleh UMKM.

2. Model desain sistem informasi akuntansi keuangan

Menggambarkan model desain sistem yang sesuai dengan kebutuhan UMKM, yang meliputi model sistem informasi akuntansi penerimaan kas, model sistem informasi pengeluaran kas, model format laporan keuangan.

Desain tampilan (*interface*) untuk aplikasi sistem informasi akuntansi UMKM. Model desain output sistem laporan keuangan. Model komunikasi antara user dengan aplikasi menggunakan *Data Flow Diagram* (DFD)

e. Pembuatan Prototipe Aplikasi

Prototipe aplikasi merupakan suatu kerangka atau layout bentuk fisik dari desain aplikasi sistem informasi akuntansi UMKM. Tahap ini merupakan implementasi hasil desain sistem informasi akuntansi pembuatan laporan keuangan untuk UMKM.

f. Implementasi Desain Sistem

Implementasi desain sistem merupakan uji coba penerapan sistem, pada tahap ini desain sistem informasi keuangan UMKM di uji coba kepada pelaku UMKM, pada saat uji coba dipersiapkan sumber daya manusia sebagai orang yang mengoperasikan sistem dan bertanggung jawab terhadap keberlangsungan sistem, selain itu dilakukan pelatihan terhadap

karyawan /pemilik UMKM. Pada tahap ini apabila terjadi kesalahan dari sistem maka akan di perbaiki supaya sistem benar-benar siap untuk digunakan.

g. Penggunaan Sistem, Pada tahap ini aplikasi sudah digunakan oleh UKM untuk membuat laporan keuangan. Keluaran dari tahapan ini adalah aplikasi sistem laporan keuangan untuk UKM dan desain sistem marketing secara on line. UMKM sudah mampu mengoperasikan aplikasi sistem laporan keuangan secara elektronik.

l. Evaluasi Sistem, Melaksanakan monitoring dan penilaian terhadap penggunaan aplikasi sistem informasi akuntansi untuk UKM, melakukan peninjauan apakah masih terdapat kesulitan atau traoubel dalam menggunakan aplikasi sistem akuntansi, melakukan evaluasi di lapangan dan menentukan program kegiatan selanjutnya.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis dapatkan bahwa UMKM yang ada di wilayah Kediri yang memiliki UMKM lebih kurang 39.000 unit usaha yang terdiri dari usaha jasa, dagang maupun industri sebagian besar belum bisa dan belum mampu membuat laporan keuangan dengan benar. UMKM belum memiliki pengetahuan tentang akuntansi dan menyusun laporan keuangan. Selama ini mereka belum pernah membuat laporan keuangan. Mereka hanya mencatat pembukuan sederhana yang terdiri dari penerimaan dan pengeluaran.

Orientasi mereka selama ini bagaimana mereka dapat menjual

produk, belum sampai pada tahap bagaimana cara membuat laporan keuangan. Padahal perkembangan usaha dapat di lihat dari laporan keuangan yang merupakan informasi keuangan dari kegiatan bisnis. Melalui laporan keuangan mereka bisa mengetahui berapa keuntungan yang mereka peroleh atau mereka mengalami kerugian, berapa aset yang mereka miliki dan bagaimana cara mengontrol dan mengendalikan kas

supaya kondisi keuangan mereka aman dan stabil. Untuk Usaha Mikro hampir semua belum pernah dan belum bisa membuat laporan keuangan. Usaha Kecil sebagian sudah membuat laporan keuangan namun masih ada kesalahan. Usaha Menengah sebagian besar sudah bisa membuat laporan keuangan. Berikut adalah daftar UMKM yang terdapat di wilayah Kediri Jawa Timur.

Tabel 1. Data UKM di Wilayah Kediri

No.	Nama UKM	Alamat
1	Perusahaan Tahu Taqwa UD. Maju Jaya Sejahter	Kel. Tinalan Gg 4 n0 47 Kediri
2	Industri Makanan Opak Gambir "Jempol"	Ds. Siti Merto Kec. Pagu Kab. Kediri An. Ibu Tutik.
3	Kerajinan Tempurung Kelapa dan Lilin Aroma Terapi	Ibu Umi Sylva Ds. Banjarejo, Kec. Plemahan Kab. Kediri . Hp. 081 234 011 75 / 0354-395946
4	Kerajinan Bambu Lampu Hias "SRIWIJAYA LAMP"	Bpk. M. Rofi'i Jl.Sriwijaya RT/RW. 01/09 Ds. Kaliboto Kec. Tarokan.
5	Aneka Alat Peraga Edukatif	Bpk. Ahmadi Aridlo Ds. Mukuh Kec. Kayen Kidul, Kab. Kediri.Telp. 081 234 00 145
6	Kerajinan Kotak dari Pasir "BASEMAN"	Bpk. Ali Rahmawanto. Ds. Menang Kec. Pagu Kab. Kediri Telp. 081 359 891 596
7	Kerajinan Senapan Angin	Bpk. An. Nur Sodiq. Jl. Lamtana Pare Dsn. Mulyoasri Ds. Tulungrejo Kec. Pare . 081 335 933 693
8	Kerajinan Bedug dari Kulit	Bpk. Imam Muchsin. Ds. Mondo Kec. Mojo Kediri . Telp. 085 856 533 154
9	Kerajinan Jaranan " K-EMPAT"	Bpk. Kusdari. Dusun Karangrejo RT/RW.03/03 Desa Karangrejo Kec. Kandat . 085 736 417 756
10	Kerajinan Alat dan Soevenir dari Tempurung Kelapa "TEMPURUNG MANUNGGAL JATI"	Bpk. Sudarmanto Desa.Tengger Kidul RT/RW.04/03 Kec.Pagu. Telp. 081 359 306 585 / 081 234 075 994
11	Seni Ukir "UD. PANGESTU"	Bpk. Muntoha. Jl.Kartini 24 Ds.Doko, Kec.Ngasem Kota Kediri . Telp. 085 755 574 27 / 082 564 914 2109
12	Seni Ukir Kaligrafi " GALLERY KALIGRAFI"	Bpk. Hendrayana. Desa. Gurah Kec. Gurah Kab. Kediri. Telp. 81 234 140 90
13	Kerajinan Tasbih "JAYA ABADI"	Ibu Siti Badiyah. Dusun Jurangwuluh Ds.Kedawung Kec.Mojo Kab. Kediri. Telp. 085 725 684 837
14	Kerajinan Kain Batik Tulis	Ibu Wiwin Munawaroh. Desa. Surat Kec. Mojo. Kab. Kediri. Telp. (0354) 7040 544
15	Kerajinan Batik Tulis dan Cap "ESRI BATIK"	Ibu Herlin Puspitasari. Jl. Raya Ds. Besuk, Kec. Gurah, Kediri. Telp. 081 335 872 828
16	Kerajinan Batik Tulis "SUMINAR BATIK DAN BUTIK"	Bpk. Sugeng Sundoro. Jl. KH. Dewantoro 74 Ds. Sekoto Kec. Badas. Kab. Kediri. Telp. 081 234 146 31
17	Kerajinan Batik Tulis dan Painting " BUNGA TERATAI"	Ibu Anik dan Bpk. Budi Irianto. Dsn. Dadapan Ds. Sumberejo Kec. Ngasem. Kota Kediri. Telp. 081 335

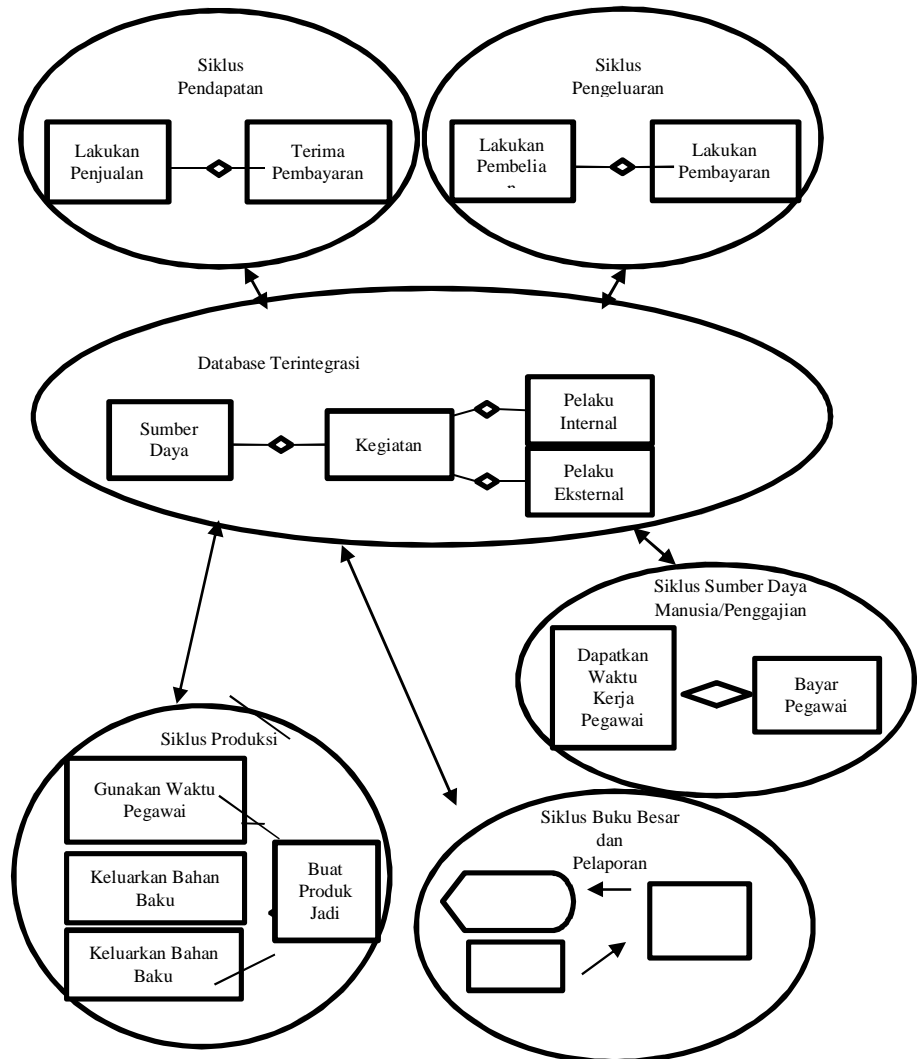
		817 071 / (0354) 547 415
18	Sentra Bordir Mukena, bantal Kursi, Blaco, Taplak CV. Sang Purnama Jaya:	Ibu Purwaningtyas (Bu Lurah Kuwik). Alamat. Desa. Kuwik Kunjang Kab. Kediri.
19	Kerajinan Bambu Ramah Lingkungan	Bpk. Roni. Desa Pehkulon. Kec. Papar. Kabupaten Kediri. Telp. 085 234 393 066
20	Kerajinan Sepatu dan Tas "INDAH COLLECTION"	Ibu Indah. Jl. Ontoseno Gg.IV Parerejo Kec.Pare. Kabupaten Kediri. Telp. 085 815 556 504 / (0354) 761 9237
21	Sarung Tenun " ATBM BHS"	Bpk. Samsi dan Bpk. Matoni. Desa. Bululawang Kec.Semen,Kab.Kediri . Telp. 085 749 542 456
22	Sentra Kerajinan Hanger Kawat / Stenlish	Bpk. Siswanto, Desa. Ngebrak Kec. Gampengrejo, Kab. Kediri.
23	Kerajinan Tenun Ikat Bandar	Jl. Agus Salim Gg. 8 Bandar Kidul An. Bp Erwin
24	Kerajinan Anyaman Bambu	Ds. Pehkulon Kec. Kayen Kidul Kab Kediri An. Roni
25	Kerajinan "Genitri Besuki"	Ds. Besuki Kec. Semen Kab. Kediri An. Dadang
26	Kerajinan Hanger Kawat	Ds. Ngebrak Kec. Gampeng Rejo Kab Kediri
27	Dst.	

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Kab. Kediri

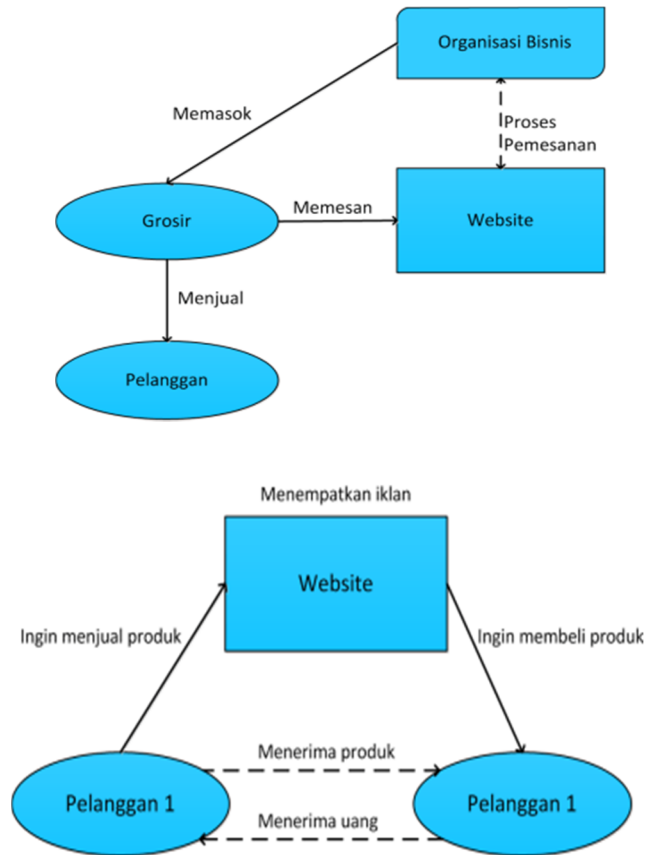
Yang menjadi Produk Unggulan Kota /Kabupaten Kediri adalah :

1. Produk Kerajinan Tenun Ikat Khas Kediri Bandar
2. Produk Kerajinan Bambu
3. Produk Hanger Kawat
4. Produk Makanan Opak Gambir
5. Produk Hasil Industri Sepatu Kulit
6. Produk Makanan Tahu
7. Produk Makanan Kripik

Gambar 2. Desain aplikasi sistem informasi akuntansi keuangan untuk UMKM



Model e.commerce yang akan diterapkan di UMKM



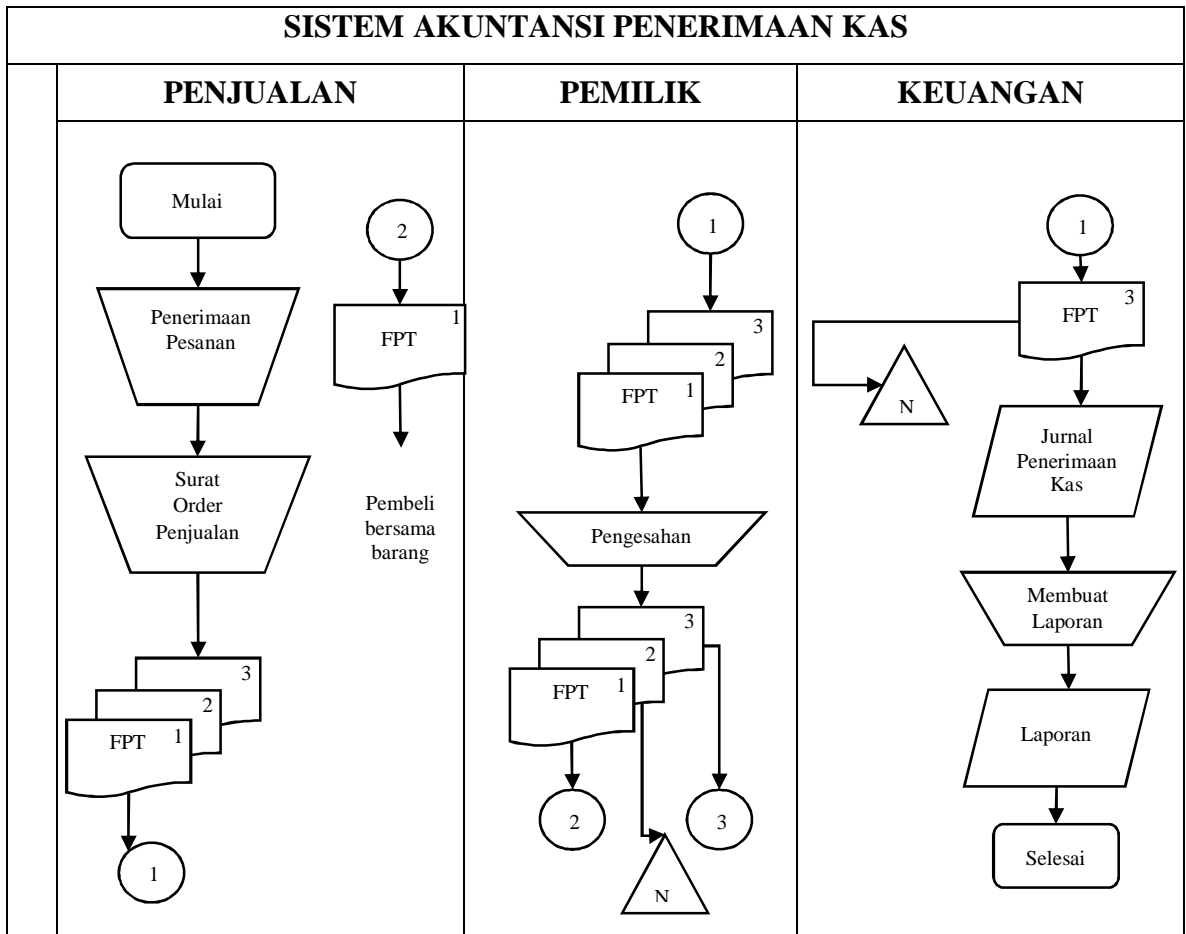
Manfaat *E-Commerce* bagi konsumen

1. Bisa dilakukan sewaktu-waktu
2. Varian produk lebih banyak
3. Harga bisa langsung diketahui oleh konsumen
4. Distribusi barang mudah di kontrol
5. Akses informasi lebih mudah
6. Kebebasan konsumen untuk ikut berpartisipasi
7. Sebagai media komunikasi elektronik
8. Pilihan sesuai selera konsumen
9. Bebas pajak penjualan

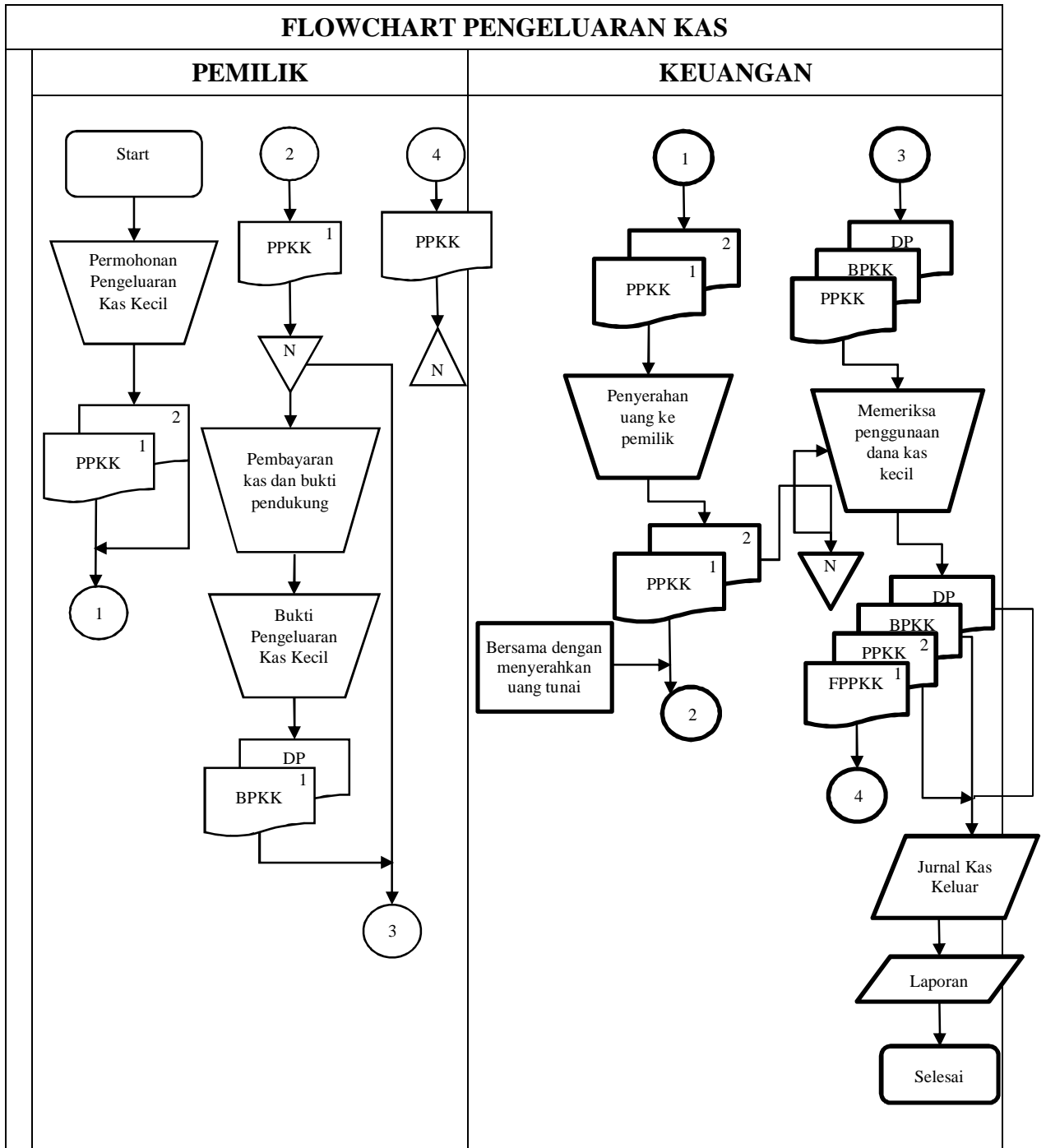
Manfaat *E-Commerce* bagi UMKM

1. Akses pasar lebih luas
2. Mengurangi beban pengeluaran
3. Mempermudah dan mempercepat rantai pasokan
4. Menambah jam kerja, bisa dilakukan sewaktu-waktu
5. Model bisnis baru
6. Efisien waktu

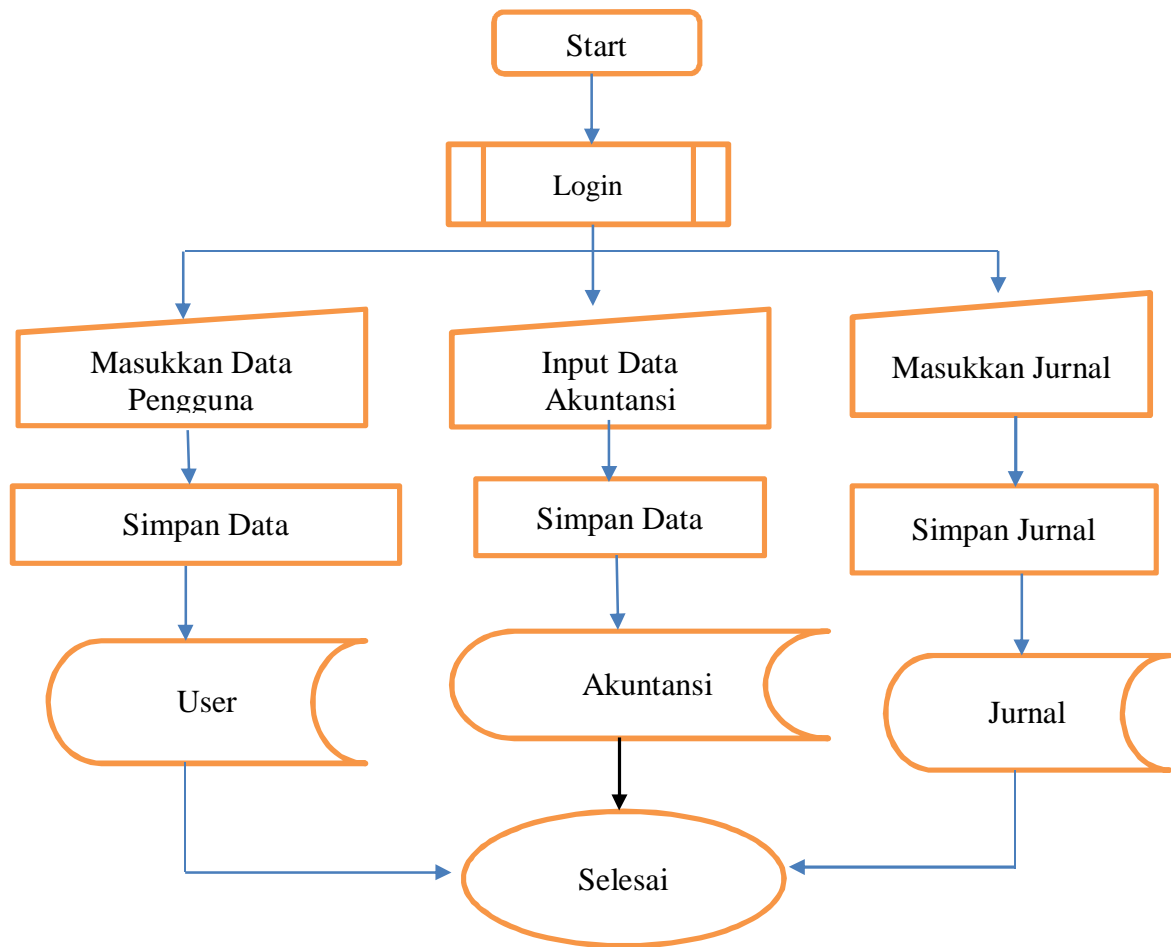
Gambar 3. Rancang Bangun Aplikasi Sistem Laporan Keuangan UMKM
a. Flowchart Penerimaan Kas



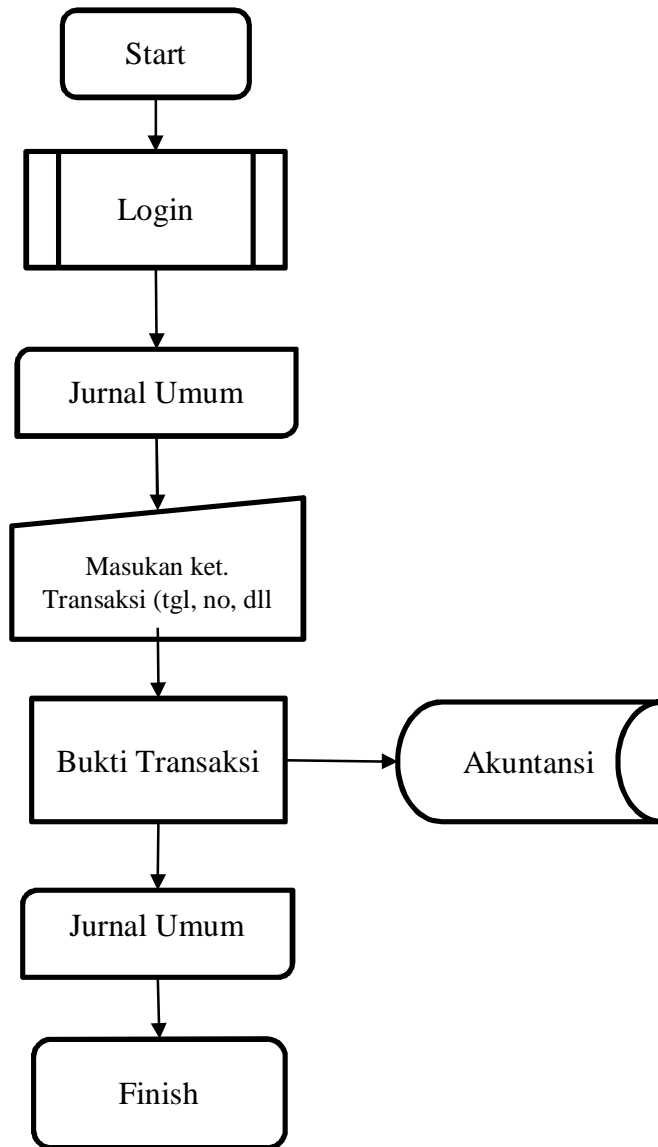
b. Flowchart Pengeluaran Kas



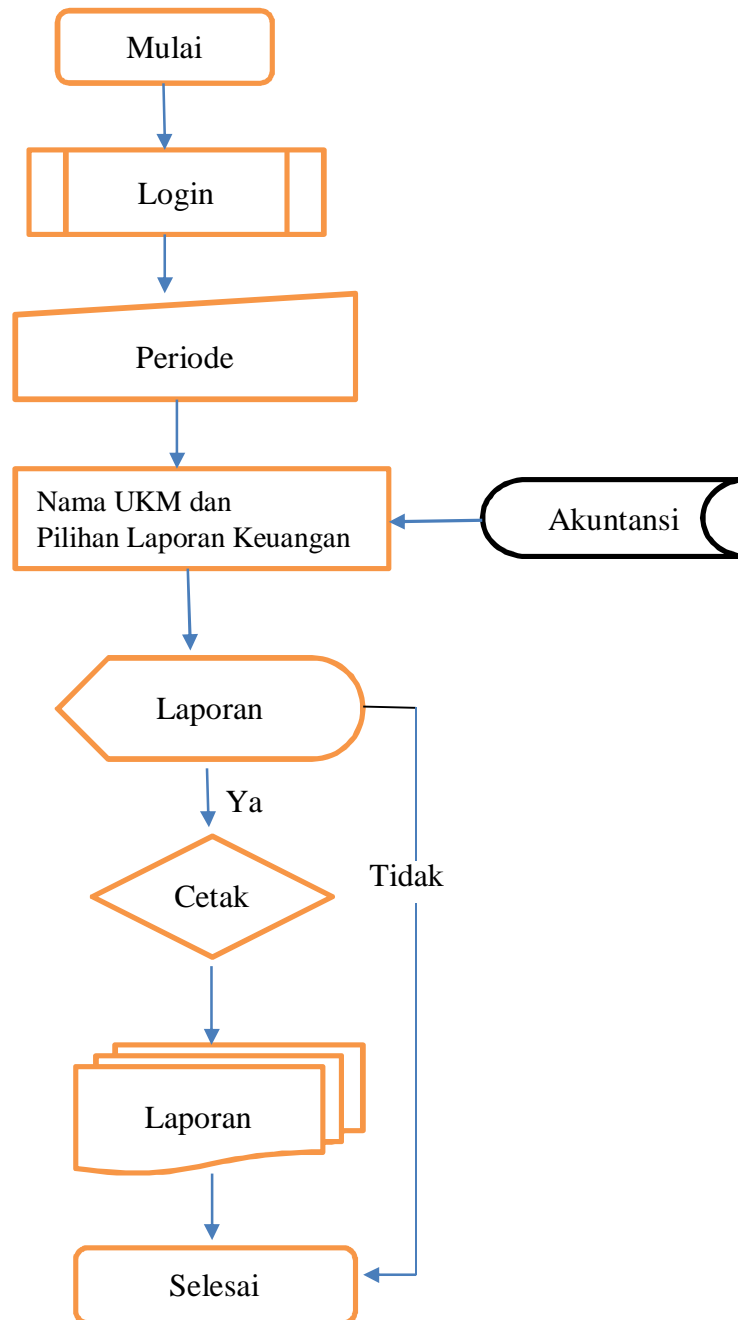
c. Sistem Proses Data



d. Sistem Akuntaansi



e. Sistem Pembuatan Laporan Keuangan



Simpulan

Dari hasil penelitian yang didapatkan oleh penulis dapat disimpulkan bahwa :

- a. Dengan kehadiran Revolusi Industri 4.0 ternyata menimbulkan dampak bagi UMKM. Mereka belum siap menghadapi perubahan teknologi dalam dunia usaha.
- b. UMKM di wilayah Kediri sebagian besar masih belum mampu membuat laporan keuangan dengan benar.
- c. Pada umumnya pemasaran produk masih dilakukan secara konvensional, walaupun sudah ada UMKM yang memasarkan secara on line tetapi presentasinya masih kecil, lebih banyak yang dipasarkan secara konvensional, seperti dengan mengikuti pameran baik tingkat lokal maupun regional.
- d. Banyak permasalahan yang belum terselesaikan seperti tata kelola manajemen yang belum baik, terbatasnya sumber daya yang dimiliki.
- e. Lemahnya pemahaman terhadap Teknologi Informasi, mereka masih belum terpikirkan untuk investasi di bidang Informasi Teknologi. Prioritas mereka membuat produk, menjual dan memperoleh pendapatan.
- f. Masih banyak UMKM yang baru berdiri, sehingga sangat memerlukan pendampingan, perhatian dan perlindungan dari pemerintah.
- g. Persaingan UMKM sangat ketat terutama dengan adanya gempuran produk impor yang bisa mematikan produk lokal, sehingga perlu adanya pemahaman dan kesadaran

masyarakat untuk menggiatkan untuk mencintai produk lokal terutama produk UMKM.

Daftar Pustaka

- Chopra, Vivek. Li, Sing. Jones, Rupert. Eaves, Jon&Bell, J.T.2005. *Begining Java Server Pages*. Indianapolis: Wiley Publising Inc.
- Fauziyah, dkk (2013), *Produk Kerajinan Dari Limbah Kawat*, Penerbit Ilmu Media Surabaya
-, dkk (2015), *Produk Kerajinan Kain Tenun Ikat Khas Kediri*, Penerbit Dimar Intermedia Kediri
-, dkk (2016), *Produk Hasil Kerajinan Bambu Ramah Lingkungan*, Penerbit Dimar Intermedia Kediri
-, dkk (2019), *Aneka Produk Olahan Bawang Merah*, Penerbit Indomedia Pustaka Sidoarjo
- Finger, Peter, et all, *Enterprise E-Commerce*, Tampa, Florida: Meghan-Kiffer Press, 2000
- George H. Bodnar and William S. Hopwood. 2001. *Accounting Information System*. Prentice Hall, New Jersey.Hall, J.A (2001).
- IAI, 2018, *SAK EMKM*, Jakarta
- Indrajit, Richardus E. *Kumpulan Artikel Bisnis di Internet*, Jakarta Indonesia, 2000
- Jogiyanto H.M, 2008, *Sistem Teknologi Informasi*, Andi Offset
- Kadir. A, 2009, *Mastering Ajax dan PHP*, Andi Offset, Yogyakarta
- McLeod Jr.R. 1996 *Sistem Informasi Manajemen*, Jilid 1, edisi Bahasa Indonesia Terjemahan Teguh, H, Prehanlindo, Jakarta

O'Brien, J.A, 2002. Introduction To Information System : Essential For The E-Business Enterprise, 11th edition, Mc-Grow Hill, New York.

Romney, Marshall, 2012, Accounting Information Systems, Salemba Empat

Widjajanto, Nugroho, 2007, Sistem Informasi Akuntansi, Erlangga, Jakarta