

Pelatihan Kewirausahaan dan Akuntansi Pada Pedagang Di Distri I Kota Ho Chi Minh Vietnam

Mu'ah¹⁾, Siti Musarofah²⁾, Rita Nataliawati³⁾, Mesra Surya Arifien⁴⁾

Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan¹⁾²⁾³⁾⁴⁾

Email: sitimusarofah254@gmail.com²⁾ rita12natalia@gmail.com³⁾ mesrasuryaarifien@gmail.com⁴⁾

Diterima: Mei 2024 | Dipublikasikan: Agustus 2024

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat internasional di Ho Chi Minh, Vietnam, bertujuan untuk meningkatkan kapasitas usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) melalui pelatihan kewirausahaan, pengelolaan keuangan, dan penggunaan platform digital. Kota Ho Chi Minh, sebagai kota terbesar dan pusat ekonomi di Vietnam, memiliki potensi besar dalam pertumbuhan UMKM, namun masih menghadapi tantangan seperti dominasi transaksi tunai, rendahnya pengetahuan pembukuan, inovasi bisnis yang terbatas, dan kemampuan pemasaran yang kurang efektif. Metode pengabdian meliputi ceramah, pelatihan keuangan, pelatihan media sosial, dan diskusi partisipatif. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan dalam penjualan dan ekspansi pasar UMKM, serta kesadaran merek yang lebih baik. Disarankan agar pedagang Vietnam terus meningkatkan kemampuan teknologi dan bisnis digital melalui pelatihan lanjutan dan pendampingan berkelanjutan untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan dan daya saing yang lebih kuat di pasar global.

Kata Kunci : Akuntansi, Kewirausahaan, Pedagang

Abstract

A supportive business environment, and sustainable infrastructure development, offer a lot of potential for those who want to participate in its economic growth. Ho Chi Minh is not only a tourist center in Vietnam but also a famous destination for shopping lovers. Economic growth is growing very rapidly with marked shopping centers throughout the city with international brands, we will find a variety of products in Saigon Square. The ability to carry out the marketing process is also a relatively underrated part of culinary trading business activities. Simple Financial Reporting Training for their Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) Entrepreneurs who generally carry out promotion, maintaining the quality of goods, pricing strategies and product distribution are carried out traditionally according to their knowledge. The international community service team has successfully carried out the International PKM at Ho Chi Minh Al Musulmane Mosque, Vietnam can be said to be successful and get positive responses from participants, this can be seen from the attendance rate of 337 participants from all over Indonesia and Malaysia both offline and online. This International PKM activity can increase participants' knowledge, understanding and skills on how to increase sales for Vietnamese Traders and Business Financial Management of Vietnamese Traders so that they can reach a wider market and can compete with other traders.

Keywords: Accounting, Entrepreneurship, Traders

Pendahuluan

Ho Chi Minh, kota terbesar di Vietnam, terletak di sepanjang Sungai Saigon (juga disebut Song Sai Gon) di sebelah utara. Ini dekat dengan Delta Sungai Mekong dan sekitar 50 mil (80 km) dari Laut Cina Selatan. Pada abad ke-15, Vietnam menaklukkan kota ini, yang dulunya merupakan pelabuhan utama di Kamboja. Nama awalnya adalah Prey Nokor, yang berarti "Kota Hutan", tetapi setelah Perang Vietnam berakhir, SAIGON menjadi Ibu Kota Kolonial. Saigon diduduki oleh Jepang pada Tahun 1940, namun otoritas kolonial Prancis terus memerintah Vietnam hingga tahun 1945, Ketika mereka diasingkan oleh Jepang. Saigon sendiri sebagian besar tidak terpengaruh oleh Perang Dunia II. mempunyai populasi 15 juta jiwa dan terbagi ke dalam beberapa distrik Di Sepanjang Sungai Saigon, juga dikenal sebagai Song Sai Gon, Ho Chi Minh adalah kota terbesar di Vietnam dan masih memiliki banyak bangunan bergaya Barat. Di dekat Delta Sungai Mekong dan sekitar 50 mil (80 km) dari Laut Cina Selatan. Pada abad ke-15, Vietnam menaklukkan kota ini, yang dulunya merupakan pelabuhan utama di Kamboja. Nama awalnya adalah Prey Nokor, yang berarti "Kota Hutan", tetapi setelah Perang Vietnam berakhir, SAIGON menjadi ibu kota Koloni Indochina Perancis. Saigon diduduki oleh Jepang pada Tahun 1940, namun otoritas kolonial Prancis terus memerintah Vietnam hingga tahun 1945, Ketika mereka diasingkan oleh Jepang. Saigon sendiri sebagian besar tidak terpengaruh oleh Perang Dunia II. Lokasi Ho Chi Minh adalah 2.094 km², 60 km dari Laut Cina Selatan. mempunyai populasi 15 juta jiwa dan terbagi ke dalam beberapa distrik. Kota Ho Chi Minh juga mempertahankan tampilan kota Eropa yang memudar, banyak bangunan bergaya Barat.

Ho chi minh tidak hanya menjadi pusat wisata di Vietnam tetapi juga menjadi destinasi terkenal bagi pecinta Belanja. Pertumbuhan ekonomi yang berkembang sangat pesat dengan ditandainya pusat-pusat perbelanjaan di seluruh kota dengan merk-merk internasional, kita akan banyak menemukan beragam produk - produk di Saigon Square. Beberapa Pasar yang sering dikunjungi oleh Turis Untuk Berbelanja adalah SAIGON SQUARE, Ben Thanh Market, Market Makanan di Jalan Ben Nghe, Pasar Binh Tay dan banyak lagi. Di Jalanan Kota Ho chi Minh kita juga akan banyak menemukan pedagangpedagang yang menjual Jajanan Kuliner Vietnam. Pada malam hari sangat disarankan untuk mencoba jajanan lokal yang dijajakan di Jalan-Jalan Pasar yang ada di Ho Chi Minh. Berbisnis di Jalanan sudah menjadi kebiasaan masyarakat Vietnam dan mejadi esensial dalam kehidupan masyarakat Vietnam. Kita akan takjub melihat bagaimana orang Vietnam bisa berbisnis di setiap sudut jalan. Ada banyak pedagang kaki lima yang berjualan mulai

sore hingga tengah malam sehingga kita bisa memilih dan membeli barang yang cocok dengan banyak jenis dan ukuran. Jika ingin harga lebih murah, Para Turis bisa mencoba untuk menawar dan bernegosiasi kepada para pedagang, mungkin jika mereka merasa lucu mereka akan memberikan diskon untuk barang-barang tersebut.

Ho Chi Minh dengan segala potensinya memberikan peluang kepada para pedagang di sana untuk memulai bisnisnya. Namun Sebagian besar Pedagang terutama pedagang kecil masih banyak yang memiliki kelemahan dalam berwirausaha. Salah satu kelemahannya adalah Di Vietnam Para Pedagang masih melakukan Transaksi Jual Beli dengan menggunakan Uang Tunai atau Uang Cash. Tidak ada kartu kredit atau pembayaran online yang diterima untuk membayar barang. Berbeda hal dengan di Indonesia, Pedagang- pedagang Kecil di Indonesia sudah banyak menggunakan Pembayaran online. Di tengah perkembangan Teknologi seperti saat ini cara bertransaksi dengan menggunakan Aplikasi Wallet, QRIS, dan Sebagainya sangat berpengaruh terhadap Pendapatan para pedagang. Pedagang harus siap dengan Perkembangan Teknologi yang ada terutama untuk proses transaksi pembayaran. Dalam era globalisasi dan transformasi ekonomi, peran kewirausahaan menjadi semakin vital, terutama bagi pedagang yang beroperasi di lingkungan bisnis yang dinamis dan kompetitif. Wilayah 66 Dong Du Ward Ben Nge, Distrik 1, Kota Ho Chi Minh, Vietnam, sebagai bagian dari kota metropolitan yang berkembang, menjadi saksi dari kompleksitas tantangan yang dihadapi oleh para pedagang di dalamnya. Oleh karena itu, pemahaman dan penerapan prinsip kewirausahaan tidak hanya menjadi kebutuhan, melainkan juga suatu keharusan bagi para pelaku usaha lokal. Sebagian besar orang di masyarakat bekerja sebagai buruh pabrik dan buruh lepas; sebagian lainnya menjalankan bisnis dagang, yang menjual makanan dan non-makanan. Ketahuian pedagang tentang Pembukuan dan pencatatan, serta perhitungan sesuai standar akuntansi, masih dianggap sederhana atau bahkan tidak dilakukan sama sekali. Akibatnya, pedagang tidak tahu berapa banyak biaya yang dikeluarkan dari bisnis mereka, serta pengeluaran masuk dan keluar tambahan yang digunakan selama proses transaksi dagang mereka (Wijayanto et al., 2022).

Salah satu masalah yang menyebabkan kegagalan berwirausaha bagi para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah penetapan harga yang tidak sesuai. Perhitungan harga pokok produksi juga akan berubah jika hal ini terus berlanjut. tidak tepat. Jadi, pelaku UMKM harus dapat mengetahui harga pokok produksinya (Maghfirah & BZ, 2016), Jadi perlu adanya pengembangan usaha serta menumbuhkan jiwa kewirausahaan pelaku UMKM di Ho Chi Min.

Selain itu, inovasi atau kreativitas usaha para pedagang yang rendah menunjukkan bahwa mereka hanya fokus pada menyediakan makanan atau jajanan kepada konsumen tanpa mempertimbangkan sisi keunikan dalam penampilan warung atau metode penyajian untuk menjadi lebih menarik dan menyenangkan bagi pelanggan. Bisnis kuliner juga kurang memperhatikan kemampuan melakukan proses pemasaran. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) biasanya melakukan promosi, menjaga kualitas produk, strategi harga, dan distribusi produk. Para pedagang Indonesia Yang ada di HoChi Min dapat dilatih tentang pelaporan keuangan sederhana sesuai dengan pengetahuan mereka. Pada akhirnya, upaya para pengusaha untuk merencanakan kegiatan yang dapat mendorong peningkatan jumlah pelanggan akan meningkatkan minat pelanggan untuk bertransaksi. Hal ini pasti sulit dan memerlukan biaya (Istianingsih Sastrodiharjo et al., 2021), Mengingat latar belakang pendidikan dari para peserta masih rendah.

Metode Kegiatan

Metode yang digunakan dalam kegiatan PKM Internasional ini adalah sebagai berikut:

1. Metode Ceramah : Ahmad Dahlan Lamongan dari Tim Pengabdian Masyarakat Institut Teknologi dan Bisnis memberikan ceramah kepada Pedagang kaki lima yang berada di Ho Chi Minh dan materi ceramah tentang pentingnya belajar berwirausaha bagi pertumbuhan ekonomi rakyat melalui perdagangan.
2. Dalam kesempatan ini, Tim PKM memberikan pelatihan dan demonstrasi tentang pengelolaan dan pengembangan permodalan, pelaporan keuangan, dan sumber daya untuk membuat laporan finansial untuk bisnis kaki lima.
3. Melakukan pelatihan penggunaan media sosial dalam berdagang.
4. Metode yang digunakan Tim Dosen Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan berupa pertanyaan dan diskusi dengan peserta pelatihan tentang masalah yang dihadapi dan solusinya.



Gambar 1 &2. Peserta pengabdian dan Kegiatan pelatihan pengabdian

Hasil Kegiatan

Perkembangan UMKM di Vietnam

Pemerintah menyadari pentingnya e-digital dan meluncurkan berbagai program untuk mempercepat kemajuan ini. Peraturan No.749/QD-TTg, yang ditandatangani PM Nguyen Xuan Phuc di tahun 2020, menetapkan tujuan untuk memulai Transformasi Digital Nasional pada tahun 2025 dan menetapkan tujuan untuk mencapainya sampai tahun 2030. Ini termasuk Pemerintah memproyeksikan penerapan digital di seluruh elemen masyarakat, digitalisasi layanan pemerintah, meningkatkan kualitas internet, dan akses ke layanan 5G pada tahun 2030, yang merupakan target yang sangat ambisius mengingat porsi ekonomi digital Vietnam saat ini hanya 8,2% dari PDB. Namun, kebijakan pemerintah menunjukkan bahwa pemerintah optimistis tentang ekonomi digital Vietnam dan berkomitmen untuk mendukung ekspansinya.

Dengan 63,1 juta smartphone, Vietnam berada di antara sepuluh negara terbanyak di dunia, tetapi tingkat penetrasi internet negara masih rendah, kurang dari 73% dari beberapa negara di kawasan tersebut. Namun, karena mayoritas penduduk Vietnam masih muda dan di usia kerja, merupakan masyarakat sadar digitalisasi dan lebih siap untuk beralih ke layanan online, negara itu diprediksi akan menandingi para pesaing regionalnya. Perilaku mereka secara online menentukan pertumbuhan ekonomi digital dan arahnya. Berikut ini adalah ringkasan dari gaya yang sedang populer. Pengusaha membutuhkan ini untuk meningkatkan penjualan untuk mengikuti tren dan kebutuhan saat ini. Tim pengabdian masyarakat memberikan pelatihan dan pengembangan terkait penggunaan platform digital untuk peasaran UMKM di Ho Chi Min

Media Sosial

Orang Vietnam rata-rata menggunakan internet 3 jam 12 menit setiap hari untuk aktivitas online. Media sosial (medsos) rata-rata menghabiskan dua jam setiap hari, menjadikannya aktivitas paling populer. Fakta menunjukkan bahwa penetrasi media sosial di Vietnam 73,7 persen lebih besar dari rata-rata global 53,6 persen. Facebook adalah aplikasi yang paling banyak digunakan, dengan 95% pengguna internet memiliki akun di Facebook. Situs lokal Zalo adalah aplikasi kedua yang paling banyak digunakan. Dengan adanya pengabdian yang fokus pada pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan media sosial, diharapkan UMKM di Vietnam dapat memanfaatkan tren digital untuk mengembangkan usaha mereka.

E-Commerce

Commerce mulai mendapat tempat di kalangan pelanggan berkat berbagai manfaat, seperti potongan harga dan akses pengiriman yang cepat. Ini terbukti dengan pertumbuhan yang signifikan sebesar 46 persen selama periode 2019 dan 2020. Laporan yang dibuat oleh Google, Bain & Co., dan Temasek memperkirakan bahwa gross merchandise value (GMV) e-commerce Vietnam akan meningkat rata-rata setiap tahun (compound annual growth rate/CAGR) sebesar 31% pada tahun 2025. Ini akan melampaui angka di negara-negara ASEAN lainnya. Shopee saat ini mendominasi pangsa pasar sekitar 15-20%. Pemain e-commerce asli Vietnam, Tiki, dan pemain regional lainnya, Lazada kompetitif di posisi kedua dalam hal pangsa pasar. E-commerce lokal Sendo berada di posisi empat, sasarannya konsumen kota-kota kecil. Penggunaan media sosial untuk promosi dan integrasi E-Commerce dalam strategi penjualan diharapkan dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi UMKM di Vietnam. Dengan pelatihan yang tepat dan dukungan pengabdian ini, diharapkan UMKM dapat memanfaatkan Tren digitalisasi untuk pengembangan usaha mereka, meningkatkan penjualan, dan memperluas pasar, menjadikan para pelaku UMKM di Ho Chi Min semakin dapat bersaing lagi.

Pembayaran Non-Tunai

Pembayaran non-tunai atau cashless juga menjadi tren di kalangan generasi muda. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Visa dalam waktu dekat ini jumlah orang yang menggunakan e-wallet dan aplikasi pembayaran akan meningkat signifikan pada tahun 2020. dan lebih dari 85% pelanggan memakai lebih dari satu jenis pembayaran digital, dan 71% dari mereka memakai aplikasi itu setiap hari. Namun, dengan bertumbuhnya e-commerce yang luar biasa dua digit, pembayaran di tempat masih disukai. 78% pembeli online memilih pembayaran tunai, menurut survei Statista. Dengan demikian, tren digital sangat mungkin bisa berkembang. Pasar pembayaran digital Vietnam berkembang dengan lebih dari empat puluh e-wallet berlisensi.



Gambar 3 & 4. Pelatihan saat Pengabdian dan kegiatan PKM

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat internasional ini telah dilakukan sesuai jadwal. Dari kegiatan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

Secara keseluruhan, acara pengabdian kepada masyarakat internasional yang diadakan di Masjid Al Musulmane Ho Chi Minh, Vietnam, mendapatkan respons yang sangat baik dari peserta dari Indonesia dan Malaysia. juga Vietnam. Pengabdian kepada masyarakat dari tim PKM tentang "Pelatihan Kewirausahaan dan Akuntansi pada pedagang di Distrik 1 kota Ho Chi Minh Vietnam" Tim pengabdian kepada masyarakat Internasional telah berhasil melaksanakan PKM Internasional di Masjid Al Musulmane Ho Chi Minh, Vietnam dapat dianggap berhasil dan menerima tanggapan positif dari peserta, seperti yang ditunjukkan oleh tingkat kehadiran peserta yakni sebanyak 337 Peserta dari Seluruh Indonesia dan Malaysia baik secara Offline maupun secara Online.

Kegiatan PKM Internasional ini dapat menambah Pengetahuan, pemahaman, dan kemampuan peserta tentang cara meningkatkan penjualan bagi Para Pedagang di Vietnam dan Pengelolaan Keuangan Usaha Para Pedagang Vietnam untuk mencapai pasar yang lebih luas dan dapat meningkatkan penjualan bagi Para Pedagang di Vietnam dan Pengelolaan Keuangan Usaha Para Pedagang Vietnam untuk dapat bersaing dengan pasar yang lebih luas para pedagang lainnya.

Saran

Pedagang Vietnam perlu meningkatkan kemampuan teknologi dan Bisnis digital agar siap dengan segala Perubahan. Perkembangan Teknologi Informasi telah mengubah cara manusia mendapatkan dan berkomunikasi informasi, sehingga saat ini proses komunikasi tidak lagi dibatasi oleh dimensi ruang dan tempo. Perkembangan Teknologi juga membuat perubahan cara bertransaksi. Pedagang Vietnam harus mampu memahami bagaimana melakukan transaksi online, sehingga tidak ada alternatif lain selain Transaksi secara Tunai. Kemampuan Teknologi juga dapat meningkatkan kemampuan pedagang vietnam dalam memanfaatkan platform media sosial untuk mencapai pasar yang lebih luas. Jika pedagang ingin memanfaatkan pelatihan Pengelolaan keuangan Usaha atau materi manajemen keuangan lainnya, pelatihan lanjutan diperlukan. telah dirasakan oleh para pedagang Vietnam dan Perlu adanya pendampingan Kewirausahaan dan Pengelolaan Keuangan Usaha yang berkelanjutan bagi para Pedagang Vietnam melalui Jaringan Online.

Ucapan Terima Kasih

Peneliti Mengucapkan banyak terima kasih kepada Asosiasi Dosen Akuntansi yang telah memberikan wadah untuk melakukan kegiatan pengabdian masyarakat internasional di Vietnam ini, seta seluruh pihak yang telah membantu terlaksananya kegiatan pengabdian ini.

Daftar Pustaka

- Aini, S. A., Wijyantini, B., & Rusdiyanto, R. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Fitur Layanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Cabang Jember*. National Multidisciplinary Sciences, Vol 1 No 3, 493–503. <https://doi.org/10.32528/nms.v1i3.83>
- Athar, G. A., Bantali, A., Caniago, A. S., & Olivia, H. (2023). Pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan minat wirausaha mahasiswa. JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(1), 19–25. <https://doi.org/10.47065/jpm.v4i1.1007>
- Aziz, R., Wahyuni, E. N., Efiyanti, A. Y., & Wargadinata, W. (2020). Membangun Sikap Optimis Remaja Yatim/Piatu Melalui Pelatihan Wirausaha di Dusun Sendang Biru Kabupaten Malang. E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 11(3), 260–266. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v1i3.3522>
- Ifebri, R., Nolasary, M. P., & Wulanda, F. (2020). Menumbuhkan Semangat Kewirausahaan Bagi Pemuda Dalam Membangun Nagari. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Dewantara, 3(1), 24–29. <https://mail.ojs.unitaspdg.ac.id/index.php/jpmd/article/view/508>
- Istianingsih Sastrodiharjo, Cahyadi Husadha, Agus Dharmanto, Tutiek Yoganingsih, & Milda Handayani. (2021). Pelatihan Pelaporan Keuangan Sederhana untuk Wirausaha Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). SULUH: Jurnal Abdimas, 3(1), 73–80. <https://doi.org/10.35814/suluh.v3i1.2401>
- Komara Permana, B. (2020). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Pada Cv Salwa Meubel. Jurnal Akuntansi UMMI, 1(1), 20. [file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Pada CV Salwa Meubel \(2\).pdf](file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Analisis%20Penentuan%20Harga%20Pokok%20Produksi%20Dengan%20Metode%20Full%20Costing%20Sebagai%20Dasar%20Penetapan%20Harga%20Jual%20Pada%20CV%20Salwa%20Meubel%20(2).pdf)
- Lubis, P. K. D. (2018). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Keterampilan Berwirausaha Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa. Jurnal Niagawan, 7(2), 95–101.
- Maghfirah, M., & BZ, F. S. (2016). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Penerapan Metode Full Costing Pada Umkm Kota Banda Aceh. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA), 1(2), 1.
- Rianto, H., Olivia, H., & Awin Fahmi, D. (2020). Penguatan Tata Kelola Dan Manajemen Keuangan Pada Pelaku Usaha Di Kawasan Wisata Tiga Ras Danau Toba. JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri), 4(2), 291–299.
- Santoso, B. “*Influence Of Moderation Of Company Strategy On Csr Disclosures And Performance Mining Company In Indonesia.*” International Journal of Social Science and Business. Vol. 2 no 1, pp. 93–100, 2018. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v1i2.10525>
- Santoso, B., & Alawiyah, T. (2021). Service Quality as A Measurement of Customer Satisfaction of Indonesian Sharia Bank Using Important Performance Analysis Method. International Journal of Social Science and Business, 5(2), 291–296. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>
- Santoso, B., & Aprillianto, B. (2019). The Needs and Readiness Analysis of Social Audit Implementation in Indonesia. Assets: Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan, 8(1), 35. <https://doi.org/10.25273/jap.v8i1.3399>
- Satoto, Budi, Eko. (2023). *Boosting Homeownership Affordability for Low-Income Communities in Indonesia*. International journal of sustainable Development and Planning. Hal 1365-1376. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.180506>

Wijayanto, P. W., Rochmawati, R., & Yusiana, R. (2022). Pelatihan Kewirausahaan dan Perhitungan Akuntansi Biaya untuk Meningkatkan Ekonomi di Desa Bojongsoang Kabupaten Bandung. *Nuansa Akademik: Jurnal Pembangunan Masyarakat*, 7(2), 267–282. <https://doi.org/10.47200/jnajpm.v7i2.122>