

MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK UMKM MUTIARA HARAPAN MAGELANG MELALUI TEKNOLOGI DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA

**Maimunah*, Helmi Naufal Muzakki, Danang Setya Nugraha, Muhammad Aulia
Tegar Pratama, Muhammad Devananda Andika Putra, Afrilia Putri Permata Sari**

Universitas Muhammadiyah Magelang

Jl. Mayjend Bambang Soegeng KM 5 Kec. Mertoyudan, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah 56172

Email: maimunah@unimma.ac.id

(Diterima 21-02-2022; Disetujui 15-03-2022)

ABSTRAK

Era digital seperti sekarang ini membawa dampak yang tidak buruk tetapi juga terdapat dampak baik untuk memperkenalkan usaha UMKM yang ada. Sebagian besar UMKM masih minim pengetahuan tentang *digital marketing* untuk meningkatkan daya saing penjualan produk usaha tersebut. Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan untuk memperkenalkan produk UMKM Mutiara Harapan ke pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing usaha melalui pemanfaatan *digital marketing*. Dalam kegiatan pengabdian ini, metode yang digunakan untuk memecahkan permasalahan adalah memberikan pelatihan dan pendampingan tentang *digital marketing* dan laporan pembukuan keuangan kepada pengusaha UMKM yang kita sepakati menjadi mitra kami. Kegiatan berlangsung secara bertahap dalam kurun waktu kurang lebih 1 bulan. Luaran pada kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan adalah website UMKM Mutiara Harapan, laporan pembukuan keuangan, dan pembuatan media social seperti, Intagram dan Instagram, dan pembuatan *marketplace*. Kegiatan yang telah dilakukan dapat meningkatkan kemampuan mitra tentang *digital marketing* dan pengelolaan laporan pembukuan keuangan sehingga dapat meningkatkan penjualan produk dan meningkatkan daya saing UMKM.

Kata Kunci: Manajemen Keuangan, Digital Marketing, Daya Saing UMKM

ABSTRACT

The Digital Era as it is today brings a not bad impact but there is also a good impact for introducing existing MSME businesses. Most MSMEs still lack knowledge about digital marketing to increase the competitiveness of selling these business products. This community service activity is carried out to introduce Mutiara Harapan UMKM products to a wider market and increase business competitiveness through the use of digital marketing. In this service activity, the method used to solve the problem is to provide training and assistance on digital marketing and financial bookkeeping reports to MSME entrepreneurs who we agree to be our partners. The activity takes place in stages over a period of approximately 1 month. The outputs for the service activities that have been carried out are the Mutiara Harapan UMKM website, financial bookkeeping reports, and the creation of social media such as Intagram and Instagram, and the creation of a marketplace. The activities that have been carried out can improve the ability of partners regarding digital marketing and management of financial bookkeeping reports so that they can increase product sales and increase the competitiveness of MSMEs.

Keyword: Financial Management, Digital Marketing, Competitiveness of SMEs

PENDAHULUAN

Pada saat musibah melanda dunia dengan wabah Covid 19 terutama di Indonesia sangat mempengaruhi beberapa sektor perkembangan negara terutama sektor perekonomian. Hal ini juga dialami oleh para pengusaha Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terutama pada menurunnya omset pendapatan para UMKM di pasar karena pengaruh wabah tersebut dengan adanya kebijakan pemerintah untuk memutus mata rantai wabah Covid tersebut dengan PSBB Wilayah untuk menjaga keselamatan para

warganya di masa pandemi ini sehingga menurunnya daya beli konsumen pada usaha bisnis para UMKM tersebut (Nardi, Rosa, Kartono, Rudy, & Wiwik, 2020). Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Indonesia tahun 2018 menunjukkan bahwa jumlah unit usaha UMKM 99,9% dari total unit usaha atau 62,9 juta unit. Daya serap UMKM 97% dari total penyerapan tenaga kerja, 89% di antaranya ada pada sektor mikro, dan dapat menyumbang 60% terhadap produk domestik bruto. Peran UMKM menjadi sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Asosiasi Business Development Services Indonesia (ABDSI), dampak Covid-19 terhadap UMKM begitu terasa. Hampir seluruh UMKM mengalami penurunan penjualan. Sebesar 36,7% pelaku UMKM tidak memperoleh penjualan, sedangkan 26% nya mengalami penurunan penjualan lebih dari 60%. Kebanyakan UMKM mengalami masalah pada ketersediaan bahan baku dan pembayaran kredit (ABDSI, 2020).

Digital marketing adalah suatu konsep yang merepresentasikan teknologi sebagai saluran media digital baik untuk mempromosikan produk atau layanan dan juga dengan tujuan membangun merek digital (Minculete & Olar, 2018). Perkembangan teknologi digital memungkinkan para pelaku UKM untuk memasarkan produknya secara online dan melakukan transaksi melalui sistem perbankan secara online pula. Perkembangan teknologi digital telah mengubah pemasaran dari usaha kecil dan menengah (UKM) yang semula dilakukan secara konvensional menjadi secara digital dengan memanfaatkan penggunaan media sosial dan penggunaan website untuk memasarkan produk mereka. Pemanfaatan media online menjadi pilihan tepat bagi para UKM untuk mengembangkan bisnis yang dijalankannya. Mudahnya akses internet saat ini, besarnya manfaat yang didapatkan, serta murahnya biaya yang dibutuhkan menjadi alasan utama bagi UKM sebelum akhirnya mereka memilih media online sebagai solusi tepat untuk memperluas jangkauan bisnisnya.

Salah satu metode dalam *digital marketing* yang dapat dilakukan para pengusaha UMKM adalah dengan menggunakan jejaring atau media sosial seperti Facebook, Instagram, Line dan Tiktok yang digunakan untuk mengembangkan jejaring pemasaran sehingga dapat diperoleh pangsa pasar yang lebih luas (Sulaksono, 2020). Selain menggunakan media sosial, untuk meningkatkan pemasaran juga dapat dilakukan melalui *marketplace* seperti Tokopedia dan Shopee. Perlu keterampilan dalam menggunakan beberapa media sosial dan *marketplace* tersebut khususnya para pelaku UMKM sehingga dapat menunjang peningkatan pemasaran bisnisnya.

UMKM merupakan salah satu sektor usaha yang penting di Indonesia karena memiliki peranan yang penting bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Meskipun telah

banyak UKM yang berkembang di Indonesia dan menerapkan teknologi informasi untuk kegiatan bisnisnya, namun masih banyak pula UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan media jejaring sosial dan belum mengerti seberapa besar manfaat dan peranan penggunaan media jejaring sosial tersebut (Maharani, Ali, & Astuti 2012). Padahal jejaring dan hubungan korelatif merupakan fasilitator penting bagi kegiatan bisnis UKM. Berdasarkan Delloitte Access Economics (2014), tingkat penetrasi *broadband* akan meningkatkan keterlibatan UKM secara digital dan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi tahunan Indonesia sebesar 2%.

Kampung Ngaglik merupakan salah satu kampung di Kelurahan Jurangombo Utara, Kecamatan Magelang Selatan, Kota Magelang, Jawa Tengah yang mempunyai masyarakat yang bergerak di usaha produksi mainan anak dari kayu yang cukup terkenal karena secara lokasi juga dekat dengan salah satu tempat wisata terkenal di Magelang yaitu Taman Kyai Langgeng. Usaha produksi mainan anak kecil yang diberi nama Mutiara Harapan ini merupakan salah satu usaha di Kampung Ngaglik yang mempunyai potensial dari segi hasil produk yang dihasilkan, dan yang utama yaitu yang masih konsisten mempertahankan usahanya walau di era teknologi sekarang ini. Dalam operasional usahanya masih melibatkan masyarakat setempat dan sanak saudara. Kehadiran UMKM di Kampung Ngaglik dapat menunjang perekonomian masyarakat sekitar terutama yang terlibat langsung dalam kegiatan UMKM.

Permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha produksi Mutiara Harapan Mainan Anak adalah masih belum mengetahui pentingnya dan penggunaan teknologi sebagai *digital marketing* dan pemasaran yang masih kepada pelanggan yang terbatas belum meluas. Produk Mutiara Harapan selama ini masih dijual di tempat wisata terdekat yaitu salah satunya adalah Taman Kyai Langgeng. Dampak dari hal ini sangat lebih dirasakan ketika terjadi pandemi Covid-19 seperti saat ini. Dengan pasar yang terbatas, produsen Tiga Berlian sempat mengalami kesulitan dalam menjual produk akibat menurunnya permintaan pasar dan bahkan sampai sama sekali tidak ada permintaan pesanan. Selain itu, dalam pencatatan pembukuan tentang keberlangsungan produksi yang masih belum ada dan mengakibatkan kesulitan dalam evaluasi dan memonitoring dalam kegiatan produksi dan produk yang terjual. Maka dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada pembukuan keuangan produksi dan penjualan.



Gambar 1. Produk Mainan Truk Mutiara Harapan

Di era digital sekarang ini sangat berpengaruh besar kepada pelaku UMKM untuk media promosi produk dan menjual produk melalui penerapan pemasaran *digital marketing*. Peluang ini masih belum dicermati oleh UMKM Mutiara Harapan Mainan Anak yang merupakan mitra dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini. Maka dari itu, dilaksanakan pelatihan dan pendampingan terkait dengan penerapan *digital marketing* dalam usahanya sehingga mitra dapat lebih detail memahami dan melaksanakan tentang konsep digital marketing pada kegiatan usahanya.

BAHAN DAN METODE

Setelah melakukan observasi tentang permasalahan yang ada di UMKM Mutiara Harapan, maka selanjutnya dilaksanakan diskusi untuk menentukan metode pemecahan masalah yang akan diterapkan. Dalam pengabdian terhadap UMKM Mutiara Harapan, memutuskan menggunakan metode pelatihan dan pendampingan terkait *digital marketing*. Kegiatan di dalamnya meliputi sosialisasi, pelatihan penggunaan, dan pendampingan dalam penerapan *digital marketing*. Pengabdian di Kampung Ngaglik dilaksanakan selama 1 bulan efektif (Desember-Januari 2022) dengan durasi 150 jam.

Kegiatan dalam pengabdian ini dilaksanakan bertahap dari penerapan metode yang disepakati, dimulai dari sosialisasi tentang pembukuan yang benar untuk keberlangsungan usaha jangka panjang dan pentingnya teknologi cara melakukan penerapan *digital marketing* sebagai media promosi dan pemasaran dan pelatihan dan pendampingan tentang bagaimana cara pembukuan bulanan untuk usaha dan melakukan pelatihan untuk mengisi membuat konten social untuk menarik minat pengguna *smartphone* era sekarang. Setelah seluruh metode dilaksanakan, kemudian dilakukan evaluasi.

Sasaran dari kegiatan ini adalah membuat mitra dapat mengelola laporan keuangan dan penerapan *digital marketing* untuk usahanya. Dengan demikian mitra dapat

mengoptimalkan pemanfaatan teknologi dalam usahanya sehingga meningkatkan penjualan dan daya saing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini menghasilkan beberapa luaran meliputi :

1. Pembuatan laporan keuangan

UMKM Mutiara Harapan belum menerapkan pembukuan bulanan dalam menjalankan usahanya. Semua transaksi masih belum direkap dalam pembukuan, karena waktu yang tidak luang untuk pembukuan. Oleh karena itu, dalam kegiatan ini dilaksanakan pembuatan laporan pembukuan keuangan sederhana dengan menggunakan Microsoft Excel yang meliputi apa aja transaksi yang dilakukan oleh UMKM Mutiara Harapan selama satu bulan. Jenis laporan yang dibuat meliputi buku besar, jurnal umum dan laporan transaksi. Contoh laporan pembukuan yang telah dibuat seperti pada Gambar 2.

**Laporan Keuangan
UMKM Mutiara Harapan
Per Januari 2022**

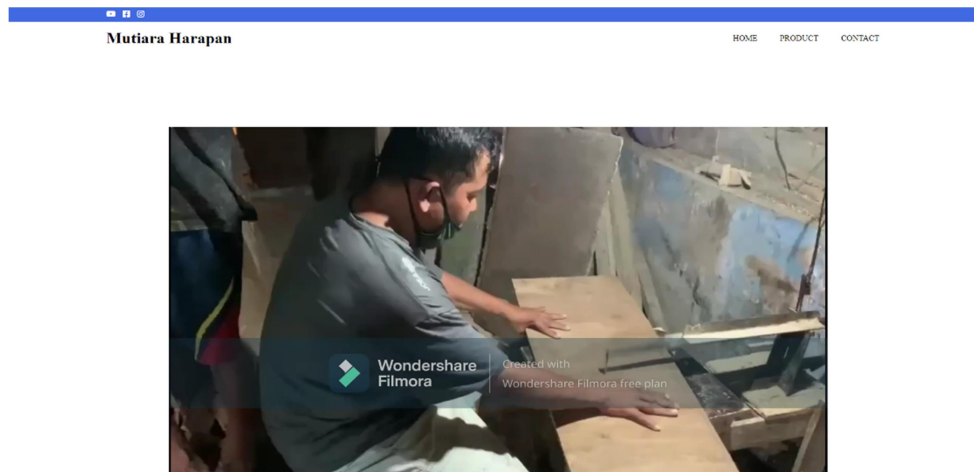
NAMA AKUN	DEBET	KREDIT
Kas	Rp. 10.000.000	-
Beban	Rp. 2.000.000	-
Modal	-	Rp. 15.000.000
Prive	Rp. 2.000.000	-
Penjualan	Rp. 25.000.000	-
Pembelian	-	Rp. 2.000.000

Gambar 2. Contoh Laporan Keuangan

Gambar 2 merupakan salah satu contoh format jenis laporan yang digunakan pada UMKM Mutiara Harapan. Dengan laporan ini diharapkan dapat memudahkan mitra dalam melaksanakan dan evaluasi pembukuan keuangan usahanya.

2. Pembuatan website

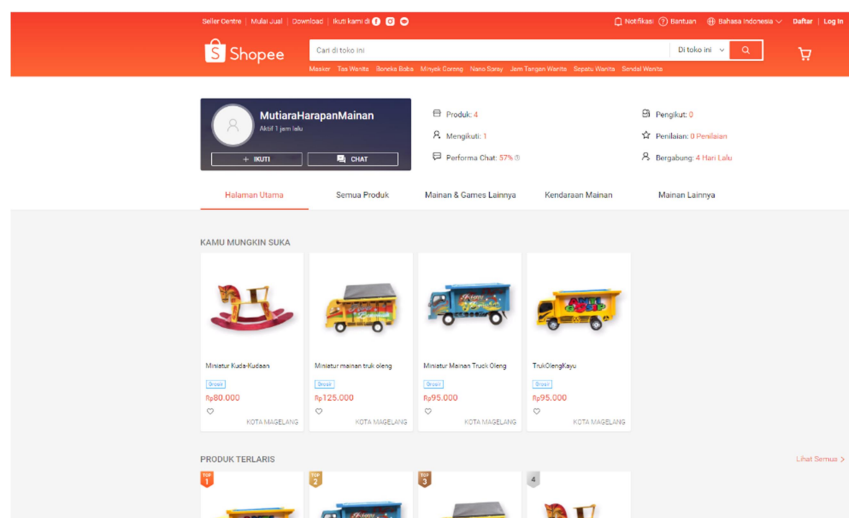
Dalam pemanfaatan teknologi untuk media promosi dan pemasaran sesuai konsep *digital marketing*. Dalam kegiatan pengabdian ini dibuatlah website untuk UMKM Mutiara Harapan Mainan Anak. Website Mutiara Harapan dapat diakses di <https://mutiaraharapan.xyz/>. Website yang dibuat tersebut memuat tentang profil UMKM Mutiara dan untuk memasarkan produk yang dijual oleh UMKM Mutiara Harapan. Tampilan halaman website seperti Gambar 3.



Gambar 3. Tampilan halaman utama website

3. Pembuatan Marketplace

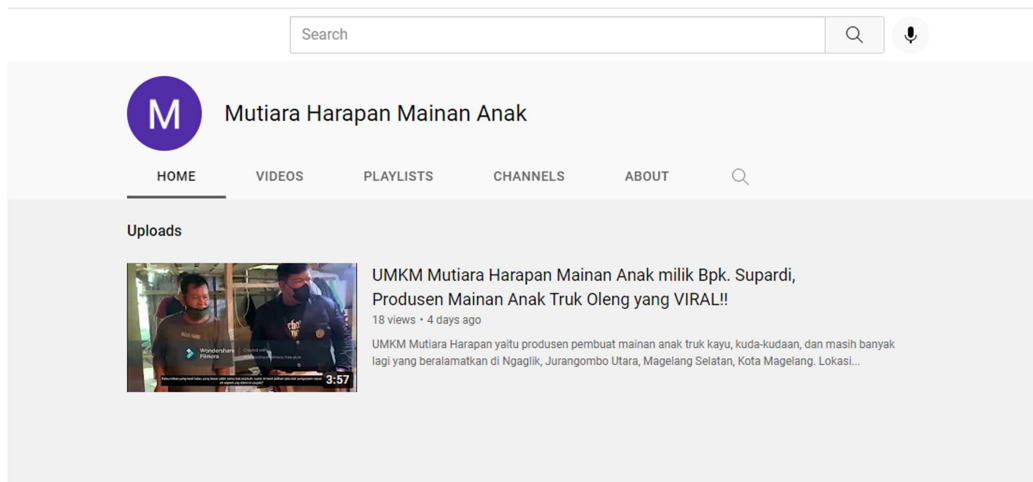
Untuk mendukung hasil penjualan maka perlu juga dilakukan pemasaran digital melalui *marketplace*. Akun di *marketplace* dibuat di Shopee seperti pada Gambar 4. Shopee salah satu platform *marketplace* yang sangat digandrungi masyarakat.



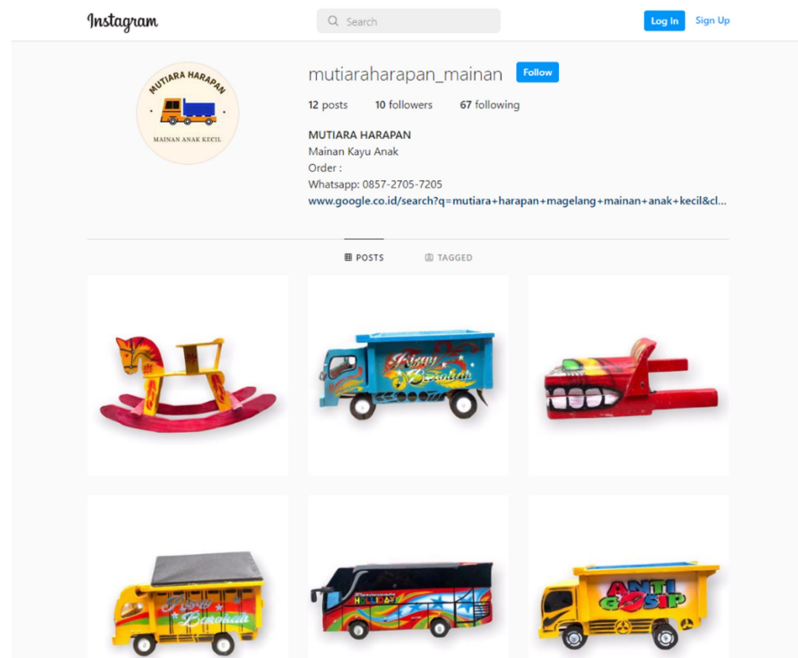
Gambar 4. Akun Shopee Mutiara Harapan

4. Pembuatan Sosial Media

Sosial media sangat menunjang untuk memperkenalkan produk dari Mutiara Harapan. Karena social media di era sekarang sangatlah mempengaruhi karena rata-rata sekarang masyarakat sudah bersosial media. Kita memilih media sosial media seperti, Youtube dan Instagram. Youtube dan Instagram kami jadikan sebagai pengenalan UMKM Mutiara Harapan, pengenalan ini seperti proses pembuatan, produk apa yang dihasilkan, dan *review* produk mainan anak dari Mutiara Harapan. Karena di era sekarang sangatlah penting promosi/pemasaran di *platform* Youtube dan Instagram, salah satu bentuk *digital marketing*.



Gambar 5. Youtube Mutiara Harapan



Gambar 6. Instagram Mutiara Harapan

Setelah website dan akun sosial media telah dibuat, maka selanjutnya dilakukan pendampingan terhadap UMKM Mutiara Harapan sehingga apa yang telah dibuat dapat digunakan untuk menjalankan kegiatan usahanya. Kegiatan pendampingan dilaksanakan seperti pada Gambar 7.



Gambar 7. Kegiatan Pendampingan

Setelah dilaksanakan kegiatan pelatihan, kemudian dilakukan pendampingan. Kini UMKM Mutiara Harapan sudah cukup mengerti tentang konsep *digital marketing* dan sudah mulai mampu menerapkan *digital marketing* dalam usahanya. UMKM Mutiara Harapan juga sudah cukup mampu untuk mengelola akun profil usahanya, mengambil foto dan mengedit hasil foto yang ada dibuat menarik, memposting foto untuk menarik pelanggan, dan berinteraksi dengan para pelanggan di media social sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 7.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat di UMKM Mutiara Harapan di Kampung Ngaglik telah berjalan dengan baik. Dengan pengelolaan yang digitalisasi maka UMKM Mutiara Harapan dapat meningkatkan penjualan. Melalui pengelolaan usaha dengan pembuatan laporan keuangan dan melakukan pemasaran digital menggunakan media Website, Instagram, Youtube, dan *marketplace* maka dapat meningkatkan daya saing penjualan produk dari UMKM Mutiara Harapan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada UMKM Mutiara Harapan Kampung Ngaglik, Kelurahan Jurangombo Utara, Kecamatan Magelang Selatan sebagai mitra dalam kegiatan PPMT ini. Artikel ini merupakan luaran dari kegiatan PPMT Tahap 4 tahun 2022 Universitas Muhammadiyah Magelang.

DAFTAR PUSTAKA

(ABDSI), A. B. (n.d.). urvey yang Asosiasi Business Development Services Indonesia (ABDSI) dampak Covid-19 terhadap UMKM. Retrieved from <http://www.abdsi.id/bappenas-sarankan-umkm-terdampak-covid-19-perlu-pendampingan/>

- Maharani, M., Ali, A., & Astuti, H. (2012). Faktor-Faktor Pengaruh Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing: Studi Kasus Coffee Toffee Indonesia. *Jurnal Teknik POMITS*, 1(1), 1-6.
- Minculete, G., & Olar, P. (2018). Approaches to The Modern Concept of Digital Marketing. . *International Conference Knowledge Based Organization*, XXIV(2), 63-69. Retrieved from <https://doi.org/10.1515/kbo-2018-0067>
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41-47. doi:<https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- Sunardi, N., Lesmana, R., Kartono, Rudy, & Hasbiyah, W. (2020). Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing . *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis* , 9.