

EDUKASI PENTINGNYA PERAN DIGITALISASI MARKETING DAN PEMBUKUAN DALAM MEMAJUKAN PELAKU USAHA MIKRO MENENGAH (UMKM)

Kartika Rose Rachmadi*, Achmad Febryanto Irmansyah, Muhamad Rifki Arifian, Yesri Rahma Mediantin, Fitri Andarin, Eka Indah Kusmalasari, Maghfiroh Chandra Ning Tyas, Satria Sabilillah, Muhammad Arifullah, Bilal Muqtadin, Muhammad Rizky Nur Hanif, Zarkasih Suryawan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang

*korespondensi email: tikarose@unisma.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang cukup pesat sangatlah membantu mempermudah pekerjaan. Adanya perkembangan teknologi tersebut muncul istilah Digital Marketing dan pembukuan digital yang dapat membantu pelaku usaha UMKM mengembangkan usahanya. Desa Sidomulyo yang terkenal dengan desa bunga yang menjadi lokasi KSM-Tematik UNISMA kelompok 17 menjadi target tim ini untuk membantu memperkenalkan mengenai digital marketing dan pembukuan digital dengan memberikan edukasi serta mengajarkan cara penggunaannya. Adapaun metode dalam melaksanakan kegiatan ini adalah dengan cara metode partisipatif dimana melibatkan seluruh anggota kelompok 17 KSM-Tematik UNISMA dengan pelaku usaha UMKM bunga Desa Sidomulyo. Dengan tahapan yang 1) Kunjungan ke UMKM bunga Desa Sidomulyo. 2) Edukasi tentang pembukuan digital. 3) Tim membantu memasarkan produk dagang via digital marketing. Kegiatan tersebut bertujuan agar pelaku usaha UMKM Desa Sidomulyo bias memanfaatkan kecanggihan teknologi yang ada dengan lebih efektif dan efisien serta penjualannya bisa meningkat.

Kata Kunci: edukasi; digital marketing; pembukuan; umkm; desa sidomulyo

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dari masa ke masa mengalami perkembangan cukup pesat. Hal tersebut dapat diketahui dari adanya produk-produk digital yang muncul pada era sekarang (Agus & Ummah, 2019; Arifqi & Junaedi, 2021). Peran teknologi cukup berpengaruh dalam segala aspek kehidupan, mulai dari aspek perekonomian, pendidikan, pertanian dan lain sebagainya. Namun sayangnya masih banyak masyarakat yang belum paham mengenai teknologi dan manfaatnya, terutama pada daerah terpencil atau pedesaan. Menurut Simarmata (2019) desa terpencil adalah salah satu perhatian besar Negara untuk menjalankan program teknologi jaringan internet, internet masuk desa adalah salah satu program pemerintah untuk mencapai keinginan tersebut. Program ini diharapkan dapat mempermudah pemerintahan desa maupun masyarakat desa dalam mengembangkan daerahnya di bidang teknologi, pendidikan maupun pertanian.

Melihat situasi tersebut tentunya banyak hal yang harus segera dituntaskan, semisal dengan memberikan pemahaman mengenai teknologi serta manfaatnya ke masyarakat umum dengan tujuan agar masyarakat dapat memanfaatkan peran teknologi guna membantu mempermudah pekerjaan utamanya dalam sektor perekonomian. Pastinya

dengan memanfaatkan teknologi masyarakat dapat memperluas jaringan pasar mengenai produk atau jasa yang mereka tawarkan, dengan itu diharapkan dapat membantu perekonomian masing-masing (Rozinah & Meiriki, 2020).

Kemajuan teknologi tersebut seharusnya juga dimanfaatkan dengan baik oleh pelaku usaha mikro menengah (UMKM) dalam mengembangkan usahanya. Adanya digitalisasi, baik dalam hal memasarkan produk maupun membuat pembukuan laporan keuangan tentu saja akan sangat membantu bagi pelaku UMKM jika dimanfaatkan dengan baik (Azizah et al., 2020; Sari et al., 2022). Namun, karena keterbatasan edukasi mengenai digitalisasi *marketing* dan pembukuan masih banyak pelaku UMKM yang belum mampu mengetahui tentang digitalisasi tersebut. Maka dari itu, diperlukan edukasi mengenai pentingnya peran digitalisasi *marketing* dan pembukuan kepada pelaku-pelaku UMKM.

METODE

Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu, Jawa Timur pada Bulan Februari 2022. Adapun jumlah anggota yang terlibat dalam kegiatan ini sebanyak 11 orang berasal dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang terdiri dari Program Studi Manajemen dan Akuntansi. Metode yang digunakan adalah metode partisipatif dimana melibatkan mahasiswa KSM-Tematik kelompok 17 dan beberapa pelaku UMKM. Program kegiatannya adalah edukasi peran digitalisasi *marketing* dan pembukuan untuk memajukan UMKM bunga di Desa Sidomulyo. Setelah melakukan survei, ditemukan bahwa beberapa pelaku usaha UMKM bunga di Desa Sidomulyo belum memahami mengenai digitalisasi *marketing* dan pembukuan. Salah satu pelaku usaha UMKM bunga tersebut adalah Jumirah. Kelompok 17 berbincang dengan pemilik usaha bunga tersebut dan membicarakan mengenai kendala-kendala yang dialami selama menjalankan usahanya. Salah satu kendala yang dirasakan adalah terkait memasarkan produknya karena terbatasnya pengetahuan mengenai penggunaan sosial media. Selain itu, kendala lainnya adalah terkait pembuatan laporan keuangannya yang masih manual sehingga membuat pelaku usaha UMKM bunga tersebut kesulitan saat mencari laporan keuangan di periode tertentu. Dari hal tersebut tim KSM-Tematik kelompok 17 membantu untuk memasarkan produk pelaku usaha UMKM tersebut lewat *digital marketing* dengan mempromosikan produk yang dijual ke media sosial Instagram dan memberikan edukasi tentang pembukuan digital melalui aplikasi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah pertama yang dijalankan adalah dengan menemui salah satu pelaku UMKM bunga Desa Sidomulyo yaitu Bu Jumirah. Pada langkah ini tim mengunjungi lokasi dagang bunga Bu Jumirah untuk mengetahui kondisi usahanya dan membahas mengenai perkembangan usahanya serta kendala yang dirasakan. Dari perbincangan tersebut diketahui bahwa pemilik UMKM bunga ini memiliki kendala memasarkan produk dagangannya dan pembukuannya masih menggunakan cara manual sehingga kesulitan saat mencari data penjualan pada periode tertentu.



Gambar 1. Bersama pemilik UMKM bunga

Langkah kedua adalah tim KSM-Tematik kelompok 17 UNISMA memberikan edukasi mengenai pembukuan digital yang menggunakan aplikasi “Buku Kas” kepada pemilik UMKM bunga Desa Sidomulyo. Tim mengajarkan cara penggunaan aplikasi pembukuan digital secara bertahap dan rinci. Selain itu, tim juga memberitahukan mengenai manfaat penggunaan dari aplikasi pembukuan digital, diantaranya yaitu memudahkan untuk memonitor transaksi keuangan, menyusun laporan keuangan secara otomatis dan mengetahui keuntungan usahanya setiap saat sehingga dapat membantu usahanya agar lebih berkembang serta mempunyai daya saing tinggi.



Gambar 2. Edukasi Aplikasi Keuangan

Langkah selanjutnya adalah memberikan pengertian terkait *digital marketing* beserta fungsinya. Tujuan dilakukannya kegiatan ini agar para pelaku UMKM bunga yang ada di Desa Sidomulyo dapat mengetahui bahwa memasarkan atau mempromosikan produk bunga mereka tidak hanya bersifat tatap muka atau *personal selling*, tetapi juga bisa dilakukan secara *digital marketing*. Oleh karena itu, kami memberikan edukasi tentang bagaimana memasarkan produk mereka dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi, dan relevan. Tetapi tidak bisa dihindari bahwa para pelaku UMKM yang ada di Desa Sidomulyo tersebut memiliki kondisi keterbatasan pengetahuan tentang teknologi. Maka dari itu, untuk jenis *marketplace* kami lebih memfokuskan ke instagram dengan menggunakan Desty Page. Desty page merupakan situs *landing page* untuk meningkatkan *branding* di media sosial. *Landing page* ala Desty Page juga bisa berbagi foto, video, hingga membuat katalog produk jualan dengan tampilan yang menarik dan elegan guna memaksimalkan peluang bisnis di dunia digital dan Desty Page juga diperkaya dengan *dashboard* yang mudah digunakan, sehingga para pelaku UMKM bunga yang ada di Desa Sidomulyo dapat dengan mudah memasarkan atau mempromosikan produknya secara luas.



Gambar 3. Web marketing melalui desty page

KESIMPULAN

Para pelaku UMKM bunga yang ada di Desa Sidomulyo ini, masih belum melebarkan usahanya secara luas dan masih memasarkan produknya secara manual atau memasarkan produknya disekitar kawasan pasarnya saja. Maka dari itu Tim KSM-Tematik kelompok 17 UNISMA memberikan sosialisasi dan edukasi terkait pembukuan dan digital marketing kepada para pelaku UMKM bunga di Desa Sidomulyo tersebut. Adapun kami mengingatkan betapa pentingnya peran digitalisasi saat ini, mengingat bahwa digitalisasi dapat sangat membantu dalam mempermudah pekerjaan seperti memasarkan produk dan membuat laporan keuangan dengan cara yang mudah dan lebih menghemat waktu. Tim juga membantu dalam mempromosikan produk yang dijual oleh pemilik UMKM bunga yaitu Bu Jumirah dengan membuatkan *link* melalui Destry yang disematkan di akun Instagram milik KSM Tematik UNISMA Desa Sidomulyo.

DAFTAR RUJUKAN

- Agus, A. H. R., & Ummah, B. (2019). Strategi Image Branding Universitas Nurul Jadid di Era Revolusi Industri 4.0. *TARBIYATUNA*, 5(2), 59–81. <https://doi.org/10.36835/tarbiyatuna.v12i1.352>
- Arifqi, M. M., & Junaedi, D. (2021). Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3(2), 192–205. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i2.311>
- Azizah, F. N., Ilham, I. F., Aqidah, L. P., Firdaus, S. A., Astuti, S. A. D., & Buchori, I. (2020). Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal. *OECONOMICUS Journal of Economics*, 5(1), 46–62. <https://doi.org/10.15642/oje.2020.5.1.46-62>
- Rozinah, S., & Meiriki, A. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 3(2), 134–152. <https://doi.org/10.22441/jdm.v3i2.10573>
- Sari, J., Mildawati, T., Yahya, & Kurnia. (2022). Pemanfaatan aplikasi keuangan digital untuk mewujudkan UKM handal. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 5(2), 210–220. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v5i2.13976>
- Simarmata, L. P. (2019). Perkembangan Teknologi Terhadap Desa Terpencil. *Jurnal Lex Justitia*, 1(1), 81–87. <https://doi.org/10.22303/lex%20justitia.1.1>