

Mengoptimalkan Branding Menggunakan Media Sosial Melalui Sosialisasi Digital Marketing dan Pembukuan Keuangan Bagi Pelaku UMKM di Desa Kedungdowo

Lilik Pujiati*, Putra Satria Nur Rahmat Pangestu
STIE PGRI Dewantara Jombang
Korepondensi * : lilikpujiati.stiedw@gmail.com

Abstrak

Upaya di Desa Kedungdowo, Kecamatan Ploso, Kabupaten Jombang, untuk mengembangkan potensi ekonomi melalui strategi pemasaran digital yang akan dibahas dalam artikel ini. Studi ini dilakukan oleh dosen dan mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang Tahun 2024 yang dilakukan selama 30 hari (1 bulan). Tujuan dilakukannya penelitian ini ialah untuk membantu usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam mengembangkan potensi ekonomi di era digital. Penelitian ini menggunakan metode sosialisasi pemaparan materi. Dengan adanya penelitian ini menunjukkan bahwa Desa Kedungdowo memiliki potensi ekonomi dalam industri pembuatan pentol, karena sebagian besar penduduk Desa Kedungdowo adalah pedagang pentol. Fokus dari diadakannya sosialisasi ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan tentang digital marketing, *e-commerce*, penggunaan media sosial untuk bisnis, dan pembuatan pembukuan usaha yang mudah dipahami. Studi ini menemukan bahwa pemasaran digital dapat membantu mengembangkan potensi ekonomi Desa Kedungdowo. Walaupun hasil yang diperoleh belum cukup signifikan, program workshop UMKM ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) agar dapat bersaing di era digital. **Kata Kunci:** Kedungdowo, Pemasaran Digital, Bisnis Mikro, *E-Commerce*, Pembukuan Keuangan

Abstract

Efforts in Kedungdowo Village, Ploso District, Jombang Regency, to develop economic potential through digital marketing strategies will be discussed in this article. This study was carried out by lecture and students in the context of STIE PGRI Dewantara Jombang in 2024 which was carried out for 30 days (1 month). The aim of this research is to help micro, small and medium enterprises (MSMEs) develop economic potential in the digital era. This research uses the socialization method of presenting material. This research shows that Kedungdowo Village has economic potential in the pentol manufacturing industry, because most of the residents of Kedungdowo Village are pentol traders. The focus of holding this socialization is to increase knowledge about digital marketing, e-commerce, using social media for business, and creating easy-to-understand business bookkeeping. This study found that digital marketing can help develop the economic potential of Kedungdowo Village. Even though the results obtained are not significant enough, it is hoped that this MSME workshop program can help micro, small and medium enterprises (MSMEs) to be able to compete in the digital era.

Keywords: Kedungdowo, Digital Marketing, Micro Business, E-Commerce, Financial Bookkeeping

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Menurut John J. Macionis (1997), masyarakat merupakan sekumpulan manusia yang berinteraksi satu sama lain serta memiliki budaya yang sama. Kehidupan masyarakat pasti berbeda dan beragam dari segi budaya dan lingkungan. Pada kesempatan kali ini Tim pengabdian STIE PGRI Dewantara Jombang, di Desa Kedungdowo, Kecamatan Ploso, Kabupaten Jombang merupakan wilayah yang terletak di sebelah Utara desa Kedungjati, selatan desa Bawangan, Barat desa Kedungjati, dan sebelah Timur desa Pandanblole. Dengan luas wilayah Desa Kedungdowo yaitu - +158.000 Km². Desa Kedungdowo sendiri terdiri dari 5 dusun, dan memiliki jumlah RT dan RW sebanyak 19 RT dan 6 RW.

Dengan perkembangan teknologi yang sudah canggih seperti sekarang, masih banyak pemahaman terkait keberhasilan suatu kegiatan usaha adalah seberapa banyak keuntungan yang bisa diperoleh dalam suatu waktu. Terutama bagi penggiat usaha kecil di wilayah pedesaan. Padahal dalam kenyataannya keberhasilan dalam memperoleh keuntungan belum tentu memiliki arti bahwa usaha yang sudah berjalan dikatakan berhasil.

Saat ini belum banyak pemanfaatan teknologi yang digunakan dalam pengembangan ekonomi, termasuk bisnis UMKM di Desa Kedungdowo Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang. Walaupun bisnis yang dijalani sebelumnya berjalan lancar dengan mengandalkan pelanggan tetap yang terbatas, banyak pelaku usaha UMKM yang masih belum memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan produk-produk mereka melalui ide kreatif dan pembukuan sederhana. Beberapa UMKM di Desa Kedungdowo Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang memiliki tingkat pengetahuan yang rendah, terutama tentang digitalisasi yang sebenarnya dapat meningkatkan penjualan produk mereka. Kedua, kurangnya inovasi dari pelaku usaha UMKM dalam memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, TikTok, WhatsApp, Facebook, dan Marketplace Shopee, serta kurangnya pemahaman tentang pembukuan keuangan sederhana untuk bisnis kecil dan aplikasi digital.

2. Profil Mitra Usaha

Media sosial saat ini merupakan evolusi baru dari teknologi sebelumnya, contoh dari media sosial adalah seperti website berbasis internet. Website itu sendiri adalah kumpulan halaman web yang saling terkait, ini mencakup kumpulan informasi yang disediakan oleh individu, kelompok, atau organisasi, biasanya di server yang sama yang memungkinkan semua orang untuk berkomunikasi, berpartisipasi, maupun berbagi, serta membentuk jaringan secara online untuk menyebarkan konten produk UMKM dan lain sebagainya. Dengan adanya media sosial, khususnya pelaku usaha UMKM harus dapat mengambil peran dan memanfaatkannya sebagai bidang penjualan online untuk produk-produk mereka.

Memperkenalkan keuntungan dan fungsi promosi di media sosial, misalnya, mendistribusikan melalui kegiatan sosialisasi marketing digital dan menggunakan pembukuan keuangan bisnis yang sederhana. Kegiatan tersebut memperkenalkan media yang biasa digunakan untuk mempromosikan suatu produk contohnya *e-commerce* seperti shopee dan lazada, Tokopedia, dan lain sebagainya yang juga akan memperkenalkan aplikasi digital yang dapat digunakan untuk pengelolaan di desa Kedungdowo.

Salah satu alasan utama memilih materi ini adalah untuk menunjukkan keuntungan dan kemampuan promosi di media sosial. Hal ini bertujuan membantu para pelaku UMKM untuk memanfaatkan media digital sebagai alat promosi, memperluas jangkauan pasar, dan memperbaiki pembukuan keuangan usaha mereka.

Banyak faktor yang harus dipertimbangkan, sehingga sampai pada kesimpulan bahwa unsur penting dari kegunaan promosi dan cara yang tepat untuk para pelaku UMKM serta fungsi promosi. Selain itu, belum ada bahan promosi dan keuangan UMKM yang diatur melalui pembukuan, yang akan menjadi sasaran pengabdian di desa Kedungdowo Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang.

Sejauh ini pemahaman masyarakat Desa Kedungdowo tentang Digital marketing dan UMKM masih sangat terbatas. Banyak ditemukan pelaku usaha yang masih beranggapan bahwa kegiatan usaha yang dijalankan dikatakan berhasil apabila telah

mampu memperoleh keuntungan serta dapat mencukupi kebutuhan sehari –hari. Tak hanya itu pelaku usaha dilingkungan Desa Kedungdowo masih belum mengetahui dan memahami bagaimana cara mengembangkan bisnis atau usaha kecil di era digital seperti saat ini.

Sebagai tolak ukur, kami tim pengabdian STIE PGRI Dewantara Jombang 2024, melaksanakan program ekonomi jangka panjang dalam batasan waktu yang telah ditentukan sebagai bentuk respon tentang bagaimana mengembangkan potensi ekonomi melalui strategi pemasaran digital di desa Kedungdowo melalui “Sosialisasi Digital Marketing dan Pembukuan Keuangan”. Pengerjaan pasal ini memuat data dan informasi yang mendasari grand theory yang kami gunakan dalam program kerja yang kami laksanakan di Desa Kedungdowo khususnya di bidang perekonomian.

Agenda Sosialisasi Digital Marketing dan Pembukuan Keuangan ini mencakup beberapa materi seperti memahami permintaan pasar, cara pengiriman menggunakan jasa pengiriman, dan pembahasan segmen lainnya seperti; lokasi, harga, waktu, data demografi dan psikografis. Pemaparan materi juga memberikan beberapa pemahaman mengenai dunia e-commerce, dimulai dari pengenalan peran dan fungsi, cara membuat toko online di marketplace, pembuatan profil toko yang baik, pembuatan design logo kemasan, toko dan foto produk agar terlihat menarik. Selanjutnya, kami juga menjelaskan cara memberikan nama barang, slogan, deskripsi produk, dan jenis promosi apa yang akan digunakan untuk dalam pemasaran produk. Kami juga memberikan pemahaman tentang dunia penggunaan jejaring sosial yang berkaitan dengan masalah ekonomi, mulai dari fungsi dan peran, jenis, cara membuat kata kunci, Bio menarik, link menarik dan feed yang dapat di praktikkan secara langsung.

Hal ini digunakan untuk dapat memastikan bahwa bisnis media sosial yang akan Anda buat memiliki identitas merek visual mulai dari cara Anda memilih warna, font, dan desain grafis .Pada tahap semuanya sudah siap, yang terpenting adalah itu Penting untuk memperhatikan konsistensi. Dimana konsistensi tersebut menjadi kunci penting kesuksesan sebuah bisnis melalui tips dan jati dirinya.

Rekomendasi Usai Kajian, kami dari STIE PGRI Dewantara Jombang 2024, tentunya tidak menyerah begitu saja pada dunia usaha UMKM. Oleh karena itu dari beberapa penjelasan diatas dan untuk menjawab rumusan masalah khususnya bagaimana mengembangkan potensi ekonomi melalui strategi pemasaran digital di desa Kedungdowo, karena program ini merupakan UMKM Sosialisasi, oleh karena itu kami menjaring pemangku kepentingan bisnis dengan cara yang menarik untuk dapat langsung mempraktekkan materi yang telah berikan oleh pengelola yang telah kami berikan.

Dan hasil feedback dari praktik terkait dapat dianggap berpengaruh, namun belum signifikan karena keterbatasan waktu dan memerlukan proses yang agak panjang untuk menjamin kemajuan UMKM di Desa Kedungdowo Kecamatan Ploso, Jombang.

Kami menyarankan agar peneliti selanjutnya mempertimbangkan kembali masalah ini. Kendala yang muncul dalam pelaksanaan program adalah minimnya respon masyarakat terhadap digitalisasi perekonomian dan keinginan dari masyarakat yang masih belum mau meninggalkan tradisi. Namun perlu adanya penyesuaian bagi remaja guna tidak ketinggalan zaman dan mampu bersaing dalam dunia kewirausahaan di era digital marketing.

B. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Pada tahapan awal dalam pelaksanaan program kegiatan bina mitra ini adalah screening dan survei di Desa Kedungdowo. Dengan langkah awal yaitu silaturahmi Ibu

Kepala Desa (Ibu Suliswati) dan Bapak atau Ibu Kepala Dusun untuk melakukan wawancara terkait Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang berada di Desa Kedungdowo. Kemudian tim kami melakukan program kerja (proker) terkait UMKM terhadap para pelaku usaha yang ada di desa Kedungdowo khususnya pengusaha pentol untuk mensosialisasikan cara pemasaran menggunakan Media Sosial.

Lalu dilanjutkan dengan tahapan pelaksanaan ini dilakukan dengan mengamati secara langsung proses kegiatan sosialisasi, kami juga memberikan pemahaman tentang dunia penggunaan jejaring sosial yang berkaitan dengan masalah ekonomi, mulai dari fungsi dan peran, jenis, cara membuat kata kunci, Bio menarik, link menarik dan feed.

Hal ini untuk memastikan bahwa bisnis media sosial yang ingin di buat memiliki identitas merek visual mulai dari cara Anda memilih warna, font, dan desain grafis Setelah itu menanyakan beberapa kendala yang dihadapi oleh masing- masing audiens. Seperti contohnya salah satu mitra memiliki kendala dalam mengenalkan produk ke pasar, tujuannya adalah produk mitra kami lebih dikenal di masyarakat. Tim dosen dan mahasiswa kami memberikan saran untuk daftar ke *e-commerce* atau *platform*.

Karena hal tersebut kami berhasil diterima dengan sangat baik oleh audiens kami, langkah berikutnya kami memberikan arahan untuk setelah daftar ke platform digital. Dampak yang diharapkan adalah masyarakat di desa Kedungdowo dalam bidang ekonomi atau umkm lebih meningkat dan mampu bersaing pada era digitalisasi ekonomi terutama pada remaja

C. PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian STIE PGRI Dewantara Jombang di Desa Kedungdowo Kecamatan Ploso Tahun 2024 akan berlangsung selama 30 hari (1 bulan). Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan menerapkan langkah yang dikemukakan oleh Kelompok Pusat Pelayanan LP2KI STIE PGRI Dewantara Jombang, pada 7 hari pertama kelompok peneliti melakukan orientasi dan observasi lingkungan, pada minggu berikutnya tim pelaksana melakukan identifikasi permasalahan yang ada di desa kedungdowo, lalu dilanjutkan dengan melakukan Tindakan untuk menentukan hasil, terakhir tim peneliti melaporkan dan melakukan evaluasi kinerja yang dilaksanakan pada tanggal 29 Januari hingga 28 Februari 2024.

Adanya sosialisasi Digital Marketing dan Pembukuan Keuangan Usaha bertujuan agar masyarakat memiliki identitas dan aplikasi khusus untuk *e-commerce* dan membuat pembukuan keuangan usaha sederhana untuk mengoptimalkan kinerja usaha mereka. Hal ini memicu peran Tim ini bertujuan untuk memberikan Solusi terhadap kesulitan yang dihadapi.





Gambar 1 : Foto kegiatan sosialisasi Digital Marketing dan Pembukaan keuangan untuk pelaku usaha UMKM di desa Kedungdowo.

D. PENUTUP

Program ini merupakan sebuah program pengabdian yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang. Pengabdian ini adalah bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi, kegiatan tahun ini berlangsung selama kurang lebih 30 hari. Proses kegiatan ini menitik beratkan terhadap kegiatan pengembangan Digital Marketing yang ada di Desa Kedungdowo yaitu mensosialisasikan kepada para pelaku UMKM dalam transformasi digitalisasi.

Salah satu tantangan dalam mengembangkan UMKM di Desa Kedungdowo adalah strategi pemasaran yang kurang dikenal oleh Masyarakat luar, hal ini ditandai dengan minimnya pengetahuan masyarakat luar mengenai usaha UMKM yang ada di Desa Kedungdowo. Hal ini memicu semangat tim pengabdian untuk bergerak mendorong UMKM lebih dikenal oleh Masyarakat luar dengan mengsosialisasikan digital marketing.

Memberi pengetahuan platform Digital merupakan strategi yang diambil oleh tim dosen dan mahasiswa untuk membantu peningkatan UMKM yang ada di Desa Kedungdowo. Dengan harapan melalui pemaparan materi sosialisasi tersebut dapat membantu pelaku UMKM untuk terus berkembang dan menjadi sektor usaha yang memberikan manfaat luas kepada Masyarakat khususnya di Desa Kedungdowo dan sekitarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, S. (2019). *Transformasi ekonomi berbasis digital di Indonesia: lahirnya tren baru teknologi, bisnis, ekonomi, dan kebijakan di Indonesia*. . Gramedia Pustaka Utama.
- Akbar, I. (2018). Perencanaan Partisipatif Dalam Pembangunan Lokal : Studi Di Kota Bandung. *Jurnal Reformasi Administrasi : Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani*, 101-108.
- Anisah, N., & Pujiati, L. (2018). Kesiapan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Penerapan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil dan Menengah untuk Mendukung Kinerja. *JAD : Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan Dewantara*, 1 (2).
- Hidayah, A., Pujiati, L., Hidyati, N., Hermawan, Suprpto, S., & Ali, N. (2018). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Pada Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Lestari Desa Bandung Kecamatan Diwek Jombang. *Sarana : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 15-20.
- Kurniawan, I., & Basyaryddin, M. (2023). Pengembangan Digital Marketing Untuk Produk "UMKM Tahu" Di Desa Ploso Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang. *In SNEB : Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis Dewantara*, Vol. 5, No. 1, pp. 131-138.
- Mahdeyeni, M., Alhaddad , M. R., & Saleh, A. S. (2019). Manusia dan Kebudayaan (Manusia dan Sejarah Kebudayaan, Manusia dalam Keanekaragaman Budaya dan Peradaban, Manusia dan Sumber Penghidupan). *Tadbir : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7(2) 154-165.
- Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika : Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 3(1) 18-29.
- Rahayu, N., Supriyono, I. A., Nurfadhillah, F., Yulianto, D. R., & Ramadhan, A. Z. (2023). Pembangunan Ekonomi Indonesia Dengan Tantangan Transformasi Digital. *Adi Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 4(1) 1-4.
- Surya, A., & Wilarso, W. (2022). Pendampingan Dasar-Dasar Strategi Pemasaran dalam Era Digital untuk UMKM Kecamatan Cileungsi. . *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 23-28.