

# SOSIALISASI PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DAN PEMBUKUAN SEDERHANA DALAM UPAYA PENINGKATAN UMKM DESA KARANGAN

Hadi Sucipto, David Songgo Bakti  
STIE PGRI Dewantara Jombang

\*Korespondensi : [hadisucipto@stiedewantara.ac.id](mailto:hadisucipto@stiedewantara.ac.id)

## Abstrak

Kemajuan teknologi yang semakin pesat mendorong UMKM untuk berevolusi dalam digital marketing. UMKM didesa Karangn masih banyak yang sepenuhnya belum memanfaatkan media social yang ada. Kurangnya pengetahuan dan keahlian yang dimiliki tentang digital marketing menjadikan penggunaan digital marketing masih terbatas. Oleh karena itu perlu adanya kegiatan sosialisasi digital marketing ditambah dengan pembukuan sederhana melalui aplikasi buku kas dengan tujuan untuk memberikan gambaran mengenai tata kelola keuangan penjualan yang jelas seperti seberapa besar laba atau rugi yang diperoleh maupun persediaan. Kegiatan sosialisasi ini diadakan di Balai desa Karangn. Kegiatan ini diawali dengan pemaparan materi tentang digital marketing dan pembukuan sederhana. Kemudian dilakukan pendampingan peserta oleh panitia mengenai pengisian format aplikasi buku kas. Setelah itu dilakukan sesi tanya jawab. Kegiatan sosialisasi berjalan dengan baik dan penuh antusias dibuktikan dengan komunikatifnya peserta UMKM dalam hal tanya jawab mengenai materi yang sudah disampaikan serta saling sharing tentang usaha UMKM yang dijalankan.

**Kata Kunci:** *Digital marketing, umkm*

## Abstract

*Technological advances are increasingly rapidly encouraging MSMEs to evolve in digital marketing. There are still many MSMEs in Karangn village that have not fully utilized existing social media. The lack of knowledge and expertise regarding digital marketing makes the use of digital marketing still limited. provide an overview of clear sales financial governance such as how much profit or loss is earned or inventory. This socialization activity was held at the Karangn village hall. This activity began with the presentation of material on digital marketing and simple bookkeeping. Then the committee accompanied the participants regarding filling out the cash book application format. After that, a question and answer session was held. The socialization activities went well and were full of enthusiasm as evidenced by the communicativeness of the MSME participants in terms of asking questions about the material that had been presented and sharing with each other about the MSME businesses being run.*

**Keywords:** *Digital marketing, umkm*

## A. PENDAHULUAN

UMKM merupakan pemeran penting dalam pengembangan ekonomi lokal di berbagai sektor serta dalam pemberdayaan masyarakat, karena bisnis ini sangat berperan dalam menciptakan lapangan kerja. Kegiatan ini menggambarkan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, baik dilakukan secara kelompok maupun individu. Para pengusaha UMKM pastinya memiliki metode sendiri dalam memikat pelanggan. Aktivitas pemasaran bisnis harus terus dikembangkan sesuai perkembangan zaman sehingga konsumen terbiasa dan memiliki atensi terhadap usaha tersebut. Pesatnya perkembangan dunia digital saat ini sangat berperan dalam ekspansi usaha, baik bagi individu maupun usaha yang lebih besar. Para pelaku UMKM hendaknya dapat menguasai perkembangan teknologi yang semakin modern. Dengan melakukan pemasaran dengan memanfaatkan *digital marketing* melalui media sosial, tentu akan menjadi penunjang kesuksesan bisnis, menarik minat konsumen, sehingga jangkauan pasarpun semakin luas.

Konsep *digital marketing* merupakan bentuk promosi yang diimplementasikan tidak hanya bersifat strategi satu arah, namun telah menjadi hubungan dua arah. Jika dilihat dari sudut pandang konsumen, penggunaan informasi teknologi komunikasi akan memberikan beberapa keuntungan, baik potongan harga, kemudahan pencarian produk, persaingan antar pelaku usaha yang membuat pasar semakin berkembang serta produk yang semakin bervariasi (Kurniawan, 2021). Dengan melakukan pemasaran melalui media sosial, tentu akan menjadi penunjang kesuksesan bisnis, menarik minat konsumen sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Melalui pemanfaatan teknologi informasi yang saat ini sedang tren, salah satunya yaitu media sosial, pemilihan digital marketing dapat menjadi alasan utama bagi para pelaku usaha mikro untuk menggunakan media *online* sebagai jalan keluar efektif dan efisien yang dibutuhkan untuk dapat memperluas jangkauan bisnisnya. Akan tetapi, faktanya masih banyak dari pelaku UMKM ini menutup diri untuk berkembang. Mereka tetap melakukan pemasaran secara konvensional, yaitu hanya memasarkan produknya kepada para konsumen yang ada disekitar wilayah pasarnya. Berkembangnya teknologi informasi saat ini hendaknya para pelaku UMKM harus mengedepankan inovasi kreatifitas pembaruan pasar, serta orientasi yang dilakukan secara global mengingat factor-faktor tersebut sangat menentukan keberhasilan persaingan dalam pasar global. media sosial, pemilihan digital marketing dapat menjadi alasan utama bagi para pelaku usaha mikro untuk menggunakan media *online* sebagai jalan keluar efektif dan efisien yang dibutuhkan untuk dapat memperluas jangkauan bisnisnya. Akan tetapi, faktanya masih banyak dari pelaku UMKM ini menutup diri untuk berkembang. Pembuatan laporan keuangan sangat penting untuk dilakukan pencatatan dalam kegiatan usaha yang dijalankan. Laporan keuangan sangat diperlukan untuk mengukur kinerja dan target yang sudah dicapai. Dari laporan-laporan tersebut kita bisa merekap dari mana sumber keuntungan yang paling besar, sehingga di kemudian hari kita bisa bisa memaksimalkan produk tersebut dengan cara meningkatkan kuantitas dan kualitasnya. Sayangnya, hal ini masih sedikit diaplikasikan ke pelaku usaha mikro dan kecil menengah, sehingga banyak di antara mereka yang memiliki produk berkualitas baik namun tidak bisa maju dan bersaing di pasar yang lebih besar. Keberadaan UMKM di Desa Karangon dinilai masih kurang dalam memanfaatkan digital marketing serta pengelolaan pembukuan oleh sebab itu perlu diadakannya sosialisasi dan pelatihan *digital marketing* dan pembukuan sederhana

## B. TINJAUAN PUSTAKA

Para pelaku UMKM di Desa Karangon Kecamatan Bareng Kabupaten Jombang, berperan dalam beberapa penjual seperti makanan, mebel, dll. Meski sebelumnya pelaku UMKM telah berjalan dengan cukup lancar dengan mengandalkan pelanggan tetap yang terbatas, namun pemanfaatan cara promosi dengan ide-ide kreatif menyambung pada digital dalam bentuk promosi produk beserta pembukuan sederhana masih belum maksimal. Kondisi mitra sebagai kegiatan pengabdian ini yaitu beberapa UMKM di Desa Karangon Kecamatan Bareng Kabupaten Jombang, dapat dijelaskan ke dalam dua aspek kebutuhan, yaitu:

- a. Minimnya pengetahuan khususnya dalam bidang dunia digital dirasa masih kurang, para pelaku UMKM lebih mengandalkan pelanggan tetap yang terbatas dan tidak pasti. Selain kurangnya pengetahuan dunia digital, juga kurang kreatif dalam memanfaatkan peralatan digital
- b. Belum memanfaatkan potensi media sosial, dimana dimasa saat ini media sosial sangat melaju dengan pesat, dimana masa serba *online*.
- c. Masih belum memaksimalkan pembukuan sederhana maupun dengan menggunakan aplikasi digital.

Pelaku UMKM di Desa Karang, beberapa telah memiliki handphone dan media sosial yang cukup mendukung. Meski tak begitu lengkap dan tertata namun sudah bisa digunakan untuk berkreaitivitas promosi dengan menggunakan media sosial. Namun sangat disayangkan hal tersebut kurang dimanfaatkan untuk menarik dan menambah pelanggan. Proses memperkenalkan manfaat dan fungsi promosi di media sosial. Sebagai contoh didistribusikan melalui kegiatan sosialisasi *digital marketing* beserta pembukuan sederhana. *Digital marketing* mempunyai beberapa istilah yaitu online marketing, internet marketing dan web marketing. Pemasaran ini memiliki keunikan antara lain konsumen dapat menentukan waktu untuk memulai berinteraksi, meningkatkan jangkauan pasar, konsumen menjadi tidak terbatas, informasi online tersedia terus menerus, pendekatan kepada konsumen dilakukan secara aktif, terjadi diskusi dengan konsumen lain, mudah melakukan pembaharuan data, lebih mudah diukur, mudah beradaptasi, dapat membuat penawaran dan program yang dapat disesuaikan dengan konsumen dan efisiensi biaya (Elida & Raharjo, 2019). Jadi *digital marketing* harus diterapkan di dunia usaha agar lebih mudah dan meningkatkan penjualan., selain memperkenalkan tentang dunia *digital marketing* juga memperkenalkan aplikasi digital yang biasa digunakan untuk kas yang dapat mempermudah cara untuk melakukan pembukuan sederhana, yaitu aplikasi "Buku Kas" kepada para pelaku UMKM di desa Karang.

### C. METODE PELAKSANAAN

Pada kegiatan pengabdian ini, kami memilih melaksanakan program kerja sosialisasi *digital marketing* dan pembukuan sederhana yang ditujukan untuk pelaku UMKM di Desa Karang. Oleh karena itu dibutuhkan sebuah metode pelaksanaan yang tepat agar tercapai tujuan dan target yang diinginkan. Adapun jenis metode yang digunakan sebagai berikut:

- 1. Tahap Observasi, Wawancara, dan Analisis Situasi Mitra:** Pada tahap ini, kami melakukan kunjungan ke UMKM sekitar di Desa Karang. Beberapa usaha UMKM yang kami kunjungi yaitu usaha emping jagung, kripik pisang, nasi ampok, dan jahe instan. Observasi, wawancara, dan analisis situasi mitra dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui situasi, kondisi, sumber permasalahan pemasaran produk yang dijalankan, bagaimana tata kelola keuangannya agar nantinya dapat dirumuskan solusi yang tepat dan juga menyampaikan niat serta rencana kami yang akan mengadakan sosialisasi *digital marketing* dan pembukuan sederhana bertempat di balai desa.
- 2. Perencanaan:** Pada tahap perencanaan ini dilakukan diskusi mengenai materi yang akan disampaikan pada kegiatan sosialisasi, berapa banyak tamu undangan yang akan diundang, serta mempersiapkan kelengkapan alat pendukung kegiatan seperti proyektor, microphone, pengeras suara, dll. Serta pembagian tugas pada saat kegiatan berlangsung. Dari hasil diskusi dapat disimpulkan materi yang disampaikan mengenai pemahaman *digital marketing* dan pembukuan sederhana, langkah-langkah pembuatan logo branding yang menarik, mudah melalui aplikasi canva, serta penggunaan *shopee*, *facebook*, dan *instagram* sebagai promosi pemasaran produk.
- 3. Ceramah dan diskusi:** Kegiatan sosialisasi menggunakan metode ceramah dan diskusi. Metode ini digunakan agar pembicara mudah dalam menyajikan materi. Media yang digunakan untuk memaparkan materi menggunakan presentase powerpoint dengan menampilkan gambar dan display yang menarik serta pemilihan kalimat yang jelas, tepat, dan mudah dipahami oleh peserta. Setelah kegiatan pemaparan materi selesai kemudian dilakukan pendampingan pengisian format aplikasi buku kas.

### D. PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan sosialisasi *digital marketing* dan pembukuan sederhana dengan tujuan meningkatkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) desa Karang telah

dilaksanakan pada hari Kamis, 14 Juli 2022 yang bertempat di Balai Desa Karang. Sasaran kegiatan sosialisasi ini yakni para pengusaha UMKM yang ada di Desa Karang. UMKM di desa karangan terdiri dari beraneka ragam usaha, mulai usaha keripik pisang, emping jagung, nasi ampok, jamu instan, catering, dsb. Kegiatan sosialisasi dihadiri dengan jumlah peserta 19 orang.

Berdasarkan observasi, wawancara, dan analisis situasi kepada pemilik beberapa UMKM di Desa Karang diperoleh hasil bahwa penggunaan *digital marketing* dengan memanfaatkan media social seperti instagram, facebook, tokopedia, dan shopee terbilang masih terbatas, mayoritas dari mereka hanya menggunakan whatsapp sebagai media pemasaran produknya. Selain dari terbatasnya pemanfaatan *digital marketing*, banyak dari pelaku UMKM sekitar terkendala dalam mengelola pembukuan yang bagus sehingga diperlukan pengelolaan pembukuan sederhana yang mudah digunakan melalui aplikasi buku kas. Pelaksanaan sosialisasi ini berlangsung dengan baik. Pemaparan materi yang disampaikan pembicara meliputi pemahaman dan pentingnya strategi *digital marketing*, pemahaman branding, pembuatan logo dengan menggunakan aplikasi canva, penggunaan tokopedia, shopee, facebook, whatsapp business sebagai media promosi dan penjualan produk, pemahaman dan penyusunan menggunakan aplikasi buku kas bagi pengembangan bisnis saat ini. Diharapkan melalui kegiatan sosialisasi dan pendampingan ini pelaku UMKM akan lebih terbuka wawasannya dan memanfaatkan teknologi informasi digital marketing dengan memanfaatkan media social maupun aplikasi *e-commerce* semaksimal mungkin sehingga dapat membantu mengembangkan usahanya dan dapat bersaing secara global dengan para pelaku usaha lain dan dapat menjangkau pasar serta menarik konsumen secara lebih luas. Selain dilihat dari digital marketing diharapkan juga pelaku UMKM bisa mengelola pembukuan hasil penjualan dengan tepat dengan menerapkan aplikasi buku kas yang bisa didownload melalui *play store*.

## E. PENUTUP

Hasil dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan pada tanggal 16 Juli 2022 yang ditujukan untuk pelaku UMKM Desa Karang yang dilaksanakan di Balai desa ini ialah diberikannya pemahaman bagi para pelaku UMKM mengenai pentingnya *digital marketing* dalam memasarkan ataupun mempromosikan produk UMKM dan pembuatan pembukuan sederhana melalui aplikasi buku kas, sehingga pelaku UMKM dapat menjual produknya tidak hanya di wilayah setempat, tetapi juga dapat mengembangkan usahanya secara lebih luas atau global dengan bantuan media sosial sebagai alat pemasarannya dan juga bisa mengatur keuangan hasil penjualannya agar diketahui seberapa laba atau kerugian yang diperoleh. Pelaksanaan sosialisasi berjalan dengan baik berkat dukungan masyarakat desa (pelaku usaha) terhadap kegiatan ini sangat besar dilihat dari respon positif masyarakat (pelaku usaha) yang dapat dilihat dari antusiasnya saat mengikuti kegiatan ini. 4. Perlu adanya pendampingan berkelanjutan dan evaluasi dampak penggunaan *digital marketing* terhadap penjualan produk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Purwana, E. S., Dedi, R., & Shandy, A. 2017. Pemanfaatan Digital Marketing. Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1).
- Kurniawan, E. Nofriadi, Dewi M. 2021. Sosialisasi digital marketing dalam upaya peningkatan penjualan produk umkm. *Jurnal Pemberdayaan Sosial dan Teknologi Masyarakat Vol. 1 No. 1, April 2021, hlm. 31 – 36*
- Nur, putri. dkk. 2022. Sosialisasi dan pendampingan digital marketing pada umkm desa rejoslamet mojawarno. *Jurnal Pkm Ilmu Kependidikan Vol.5 No 1 Tahun 2022*