

PELATIHAN PENGOPTIMALAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM AYU MESARI

I Gede Rihayana¹, Ni Wayan Rahayu Anjani²

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: igederihayana@unmas.ac.id

ABSTRAK

Pemasaran digital dapat diartikan sebagai pemasaran di mana pesan dikirim menggunakan media yang tergantung pada teknologi digital. Cukup banyak orang mengalami ketergantungan pada internet, termasuk aktivitas UMKM dalam memanfaatkan teknologi informasi, seperti pemasaran digital. Tujuan penelitian ini secara umum mendeskripsikan penggunaan teknologi dalam meningkatkan pemasaran digital pada UMKM “Ayu Mesari”. Dalam memasarkan hasil produksinya, UMKM “Ayu Mesari” menghadapi persaingan yang cukup ketat. Karena olahan dari daging babi ini banyak digemari terutama saat hari raya besar, serta mudah diperoleh di pasaran. Saat ini, Ayu Mesari masih kurang dalam pengelolaan keuangan, selain itu Ayu Mesari belum mengenal adanya promosi melalui *social media* dan *brand identity* yang masih kurang. Ini menyebabkan tidak adanya peningkatan penjualan, serta calon konsumen yang belum mengenal produk olahan daging babi dari Ayu Mesari. Solusi yang dapat dilakukan yaitu dengan memberikan edukasi kepada masyarakat pelaku UMKM “Ayu Mesari” terhadap pengelolaan keuangan, dan membantu dalam menggunakan sosial media sebagai media pemasaran digital dengan membuat akun Instagram, serta membantu pengembangan UMKM “Ayu Mesari” dengan mulai pembuatan desain logo setelah itu dilanjutkan dengan pembuatan desain stiker logo dan desain packaging. Dari hasil penelitian diketahui bahwa digital marketing memudahkan pelaku UMKM untuk memberikan informasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen, memperluas pangsa pasar, meningkatkan *awareness* dan meningkatkan penjualan bagi pelaku UKM.

Kata Kunci : Pelatihan, Pengoptimalan Teknologi, Pemasaran Digital

ANALISIS SITUASI

Pengabdian kepada Masyarakat ini merupakan suatu bentuk pendidikan dengan cara memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa sekaligus melatih mahasiswa meningkatkan kapasitas dirinya dengan cara terlibat langsung berperan serta melakukan upaya membantu masyarakat di daerah asalnya masing-masing. Mahasiswa bersama warga masyarakat, aparat desa secara langsung terlibat bersama-sama melakukan kegiatan edukasi, sosialisasi untuk memahami kegiatan dalam pengabdian masyarakat ini. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM akan pentingnya media sosial untuk kelangsungan bisnis, kemudian melakukan pembinaan agar pelaku UMKM memiliki akun Instagram dan dapat menggunakannya dengan efektif sesuai dengan *best practice*.

Pemasaran digital dapat diartikan sebagai pemasaran di mana pesan dikirim menggunakan media yang tergantung pada teknologi digital. Digital marketing banyak dipilih sebagai strategi peningkatan usaha karena biayanya yang murah dan efektif. Karena dapat diakses oleh siapa saja dan dimana saja selagi terhubung dengan internet. Cukup banyak orang mengalami ketergantungan pada internet, termasuk aktivitas UMKM dalam memanfaatkan teknologi informasi, seperti pemasaran digital untuk menjalankan usahanya (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Pemasaran digital adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara daring dengan memanfaatkan berbagai sarana, misalnya jejaring sosial.

Perkembangan usaha UMKM berbasis digital yang begitu mudah diakses telah mendorong banyak pergerakan ekonomi di berbagai daerah terpencil. Saat ini potensi industri kreatif memiliki prospek yang menjanjikan. Jika banyak industri kreatif di Indonesia yang terus digali dan ditingkatkan oleh UMKM, maka daya serap ekonomi baik kota maupun desa akan merata dan daya serapnya akan semakin tinggi sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi di daerah dan memberikan kesempatan kerja untuk mengurangi kemiskinan (Marlinah, 2020).

Dengan pengembangan digitalisasi UMKM akan membuat ekonomi digital di Indonesia pada 2025 akan menjadi terbesar di Asia Tenggara. Meski begitu ada kendala yang dihadapi oleh UMKM yaitu diperlukan penguatan edukasi literasi digital dan penguatan sumber daya manusia para pelaku usaha UMKM (Suwarni et al., 2019). Sebab selama ini literasi digital para pelaku UMKM sangat minim, sehingga berdampak pada kurang maksimalnya dalam memproduksi produk unggulan masing-masing. Padahal, mayoritas pelaku usaha UMKM ingin mempraktikkan bisnis digital dalam pengembangan usahanya (Susanti, 2020).

Pada kesempatan ini penulis melakukan kegiatan pengabdian masyarakat pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Olahan Daging Babi “Ayu Mesari”. UMKM Ayu Mesari merupakan usaha *home industry* penghasil olahan dari daging babi, yang berada di Jl. Jempiring No.30 Darmasaba, Abiansemal, Badung. Selain *home industry* yang berada di Darmasaba. Olahan babi Ayu Mesari juga dipasarkan melalui pasar tradisional yang berlokasi di Pasar Kertha Biaung, By.Pass Ida Bagus Mantra.

Untuk menghasilkan produk yang berkualitas, Ayu Mesari menggunakan daging babi premium, lalu diproses menjadi berbagai olahan seperti : urutan babi, kerupuk babi, dan gorengan babi. Dalam memasarkan hasil produksinya, UMKM “AYU MESARI” menghadapi persaingan yang cukup ketat. Karena olahan dari daging babi ini banyak digemari terutama saat hari raya besar, serta mudah diperoleh di pasaran. Maka tidaklah heran jika banyak yang memproduksinya. Untuk menjaga agar penjualan produknya stabil atau bahkan bisa meningkat, umkm ayu mesari harus pandai dalam mempromosikan dan membangun brand identity yang baik agar konsumen memiliki kepercayaan untuk membeli produk yang dijajakan. Namun saat ini, Ayu Mesari masih kurang dalam pengelolaan keuangan, selain itu ayu mesari belum mengenal adanya promosi melalui social media dan brand identity yang masih kurang. Ini menyebabkan tidak adanya peningkatan penjualan, serta calon konsumen

yang belum mengenal produk olahan daging babi dari ayu mesari ini secara lebih spesifik, seperti dari kualitas dan harga.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi awal dan dilakukannya wawancara secara langsung, didapatkan beberapa permasalahan yang sedang dihadapi oleh UMKM “Ayu Mesari”, yaitu:

1. Pengelolaan keuangan yang baik dan efektif belum diterapkan oleh UMKM “Ayu Mesari”.
2. UMKM “Ayu Mesari” yang masih mengalami kendala dalam hal pemasaran. Dan belum bisa memanfaatkan media sosial sebagai peluang usaha dan sebagai media pemasaran untuk produk mereka sendiri.
3. UMKM “Ayu Mesari” belum memiliki brand identity yang baik. Karena dengan adanya brand identity yang baik maka konsumen pun memiliki kepercayaan untuk membeli barang atau produk yang dijajakan.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Hasil observasi mengenai permasalahan yang dihadapi UMKM Ayu Mesari, maka dapat diberikan solusi atas permasalahan tersebut.

1. Solusi yang dapat dilakukan yaitu dengan memberikan edukasi kepada masyarakat pelaku UMKM “Ayu Mesari” terhadap pengelolaan keuangan. Dengan tujuan meningkatkan pengetahuan masyarakat pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) “Ayu Mesari” terhadap pengelolaan keuangan yang baik dan efektif.
2. Solusi yang dapat dilakukan yaitu dengan membantu dalam menggunakan sosial media sebagai media pemasaran digital dengan membuat akun Instagram, setelah itu dilakukan sosialisasi penggunaan Instagram agar kedepannya UMKM Ayu Mesari dapat mengembangkannya. Dengan tujuan untuk membantu UMKM “Ayu Mesari” yang sekiranya masih mengalami kendala dalam hal pemasaran, dan dapat memanfaatkan media sosial sebagai peluang usaha dan sebagai media pemasaran untuk produk mereka.
3. Solusi yang dapat dilakukan yaitu dengan membantu pengembangan UMKM “Ayu Mesari” dengan mulai pembuatan desain logo yang sebelumnya belum ada logo sendiri, setelah itu dilanjutkan dengan pembuatan desain stiker logo dan desain packaging. Dengan tujuan sebagai identitas atau pun penanda dari UMKM “Ayu Mesari” ini agar bisa dibedakan dan mudah dikenali oleh konsumen.

METODE PELAKSANAAN

1. Perencanaan

Pada tahap ini merupakan tahap observasi yaitu tahap pengamatan kondisi sekitar dan mengidentifikasi masalah agar dapat menentukan program kerja yang tepat

sasaran.

2. Persiapan

Tahap persiapan-persiapan untuk menganalisis kondisi dan permasalahan mitra, yaitu memberikan wawasan dan data awal tentang permasalahan dan kebutuhan solusi bagi kelompok sasaran program, yaitu UMKM anggota paguyuban UMKM Ayu Mesari.

3. Pelatihan

Kegiatan pelatihan ini meliputi beberapa langkah operasional, seperti :

- a. Pelatihan penggunaan alat bantu berupa aplikasi / piranti lunak guna pembuatan buku besar, neraca dan cash flow sebagai pembukuan keuangan dasar bagi UMKM.
- b. Pelatihan untuk dapat mengoperasikan aplikasi desain (canva) guna desain label dan kemasan produk UMKM.

4. Pendampingan

Kegiatan pelatihan ini meliputi beberapa langkah operasional, seperti :

- a. Pendampingan dan Pembuatan Desain Label dan Kemasan.
- b. Mahasiswa melakukan pemberdayaan multimedia dasar bagi UMKM terkait desain label dan kemasan.
- c. Pendampingan Desain Label dan Kemasan
- d. Hasil desain dan kemasan produk UMKM dan mahasiswa dikonsultasikan dengan pemilik UMKM Ayu Mesari.
- e. Perancangan Aplikasi penjualan online melalui instagram.
- f. Pendampingan Unggah Produk UMKM Ayu Mesari pada instagram.

5. Tahap Evaluasi

Dimana merupakan tahap Akhir yang digunakan untuk menyimpulkan hasil – hasil kegiatan yang telah dijalankan. Analisis evaluasi kegiatan, menganalisis hasil pelaksanaan kegiatan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil pengabdian masyarakat dalam Pelatihan Pengoptimalan Penggunaan Teknologi Dalam Meningkatkan Pemasaran Digital Pada Umkm “Ayu Mesari” telah berhasil dikerjakan dan dilaksanakan melalui kegiatan pemahaman, pelatihan dan pendampingan. Setelah dilakukan semua kegiatan yang ditentukan dalam program kerja terlihat pekerjaan dari pemilik maupun karyawan dapat terbantu dengan baik dan dapat mengurai beban pekerjaan yang dialami oleh UMKM Ayu Mesari menjadi ringan dan terselesaikan dengan baik. Dengan adanya Pelatihan ini dapat memberikan ilmu bagaimana proses dan sistem pemasaran maupun keuangan pada UMKM Ayu Mesari.



Gambar 1. Penyerahan *packaging* yang baru.

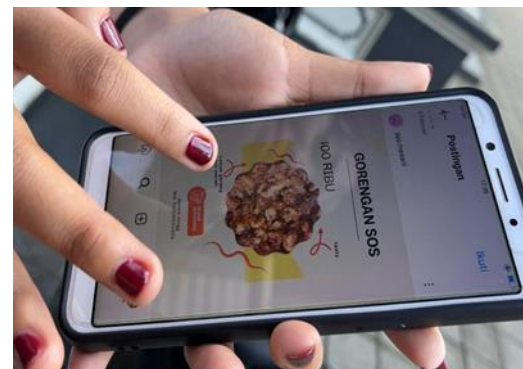


Gambar 2. Penyerahan logo stiker



Gambar 3. Memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai penggunaan aplikasi pengelolaan keuangan pada aplikasi Akun.biz Buku Kas Online.

LAPORAN		
Harian		
Semua Kas		
7 Ags 2023 Go!		
Umum	Aktifitas	Transfer
AYU MESARI		
Saldo Awal Hari		Rp 9.590.500,00
Semua Pemasukan	(+)	Rp 5.000.000,00
Semua Pengeluaran	(-)	Rp 0,00
Akumulasi		Rp 5.000.000,00
Saldo Akhir Hari		Rp 14.590.500,00



Gambar 4. Memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai pemasaran online melalui media social instagram.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian pelatihan digital marketing untuk UMKM Ayu Mesari berjalan dengan baik dan lancar. Kesimpulan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut :

1. Pemilik UMKM dan mahasiswa telah mampu memperbaiki proses manajemen usaha dan strategi pemasaran UMKM dengan memberikan pengetahuan dan pelatihan manajemen usaha dan strategi pemasaran digital sehingga terjadi peningkatan terhadap kegiatan pengelolaan UMKM Ayu Mesari.
2. Pemilik UMKM dan mahasiswa telah mampu memperbaiki kemampuan dan kompetensi UMKM “Ayu mesari” dengan melakukan pelatihan manajemen usaha dan strategi pemasaran digital, yang dimulai dari perencanaan program UMKM, persiapan, pendampingan, pelaksanaan terhadap perencanaan yang telah disusun serta evaluasi terhadap program UMKM “Ayu Mesari”. Sehingga dengan adanya pengelolaan UMKM yang baik, maka diharapkan dapat meningkatkan kegiatan ekonomi UMKM “Ayu Mesari” sesuai dengan kebutuhan, sehingga mampu meningkatkan dan mengenalkan produk UMKM olahan babi ini melalui media digital.

Saran

Saran yang dapat disampaikan oleh penulis kepada pemilik UMKM Ayu Mesari adalah dengan mengikuti pelatihan-pelatihan Digital Marketing perlu lebih sering dilaksanakan untuk membangun kesadaran dan pemahaman mengenai digital marketing dan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk membuat dan mengelola akun media sosial, materi yang disampaikan disesuaikan dengan kemampuan para peserta, serta adanya evaluasi lanjutan setelah kegiatan guna mengetahui apakah materi yang disampaikan betul-betul dipraktikkan. Di sisi lain, pelaku UMKM Ayu Mesari harus menumbuhkan keberanian untuk mencoba hal yang baru, berlakuprofesional, dan sabar menunggu hasil sambil terus berkreasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Marlinah, L. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 118–124.
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor.

Sawala : Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat, 1(2), 36. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>

Suwarni, E., Sedyastuti, K., & Mirza, A. H. (2019). Peluang Dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro Pada Era Ekonomi Digital. *Jurnal Ikraith-Ekonomika, 2(2), 29–34.*