
PENDAMPINGAN MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM MELALUI PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL PADA KWT BERIUK GIRANG KABUPATEN LOMBOK TENGAH**Sulaeman^{1*}, Maruf Alqifari², Harbyanto januarta³**^{1,2,3} Universitas Pendidikan Mandalika (UNDIKMA), (Mataram), (Indonesia)*Corresponding author email: yazid.emen@mail.com

History ArticleReceived July 23,
2024Approved September
28, 2024

Keywords:*Pemasaran digital,
peningkatan
penjualan,
pembukuan digital*

ABSTRACT

This community service was carried out in Jelantik Village, Central Lombok Regency with the target community, namely business actors of the TBeruik Girang Women's Farmers Group (KWT), Jelantik Village. Based on the results of observations, the problems encountered were a decrease in orders and income from this business. Marketing that is still conventional, a lack of understanding in marketing digital-based products, and not being able to properly record financial transactions (bookkeeping) are making it difficult for KWT Tunjung Mesari to recover during this pandemic. The community service programs that have been carried out include training to market products via social media, as well as training to record bookkeeping via the digital platform "BukuKas". The main goal of the program

This community service is to increase sales of business products. The methods used are training, design and discussion methods. The targets to be achieved from this community service program are that business actors can understand and apply social media well in marketing products, business actors have business logos and packaging labels to attract more consumers, and business actors can understand and apply the digital platform "BukuKas " properly in carrying out bookkeeping records.

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Jelantik Kabupaten Lombok Tengah dengan masyarakat sasaran yaitu pelaku usaha Kelompok Wanita Tani (KWT) TBeruik Girang Desa Jelantik. Berdasarkan hasil observasi, ditemukan permasalahan yang dihadapi yaitu penurunan pesanan dan pendapatan dari usaha ini. Pemasaran yang masih konvensional, kurangnya pemahaman dalam memasarkan produk berbasis digital, serta belum mampu

melakukan pencatatan transaksi keuangan (pembukuan) yang baik menjadi kesulitan bagi KWT Tunjung Mesari untuk bangkit di masa pandemi ini. Program pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan yaitu pelatihan memasarkan produk melalui media sosial, serta pelatihan mencatat pembukuan melalui platform digital “BukuKas”. Tujuan utama program pengabdian kepada masyarakat ini yaitu untuk meningkatkan penjualan produk usaha. Metode yang digunakan yaitu metode pelatihan, desain dan diskusi. Target yang ingin dicapai dari program pengabdian kepada masyarakat ini yaitu pelaku usaha dapat memahami dan mengaplikasikan media sosial dengan baik dalam memasarkan produk, pelaku usaha memiliki logo usaha dan label kemasan untuk menarik lebih banyak konsumen, serta pelaku usaha dapat memahami dan mengaplikasikan platform digital “BukuKas” dengan baik dalam melakukan pencatatan pembukuan.

© 2024 Jurnal NGABDI Lichen Institute

*Corresponding author email: yazid.emen@mail.com

INTRODUCTION

Perkembangan UMKM terus di hadapkan dengan berbagai persoalan, persoalan yang paling besar pengaruhnya adalah adanya pandemic Corona yang melanda dunia, termasuk Indonesia. Terlepas dari berbagai permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, saat ini UMKM mengalami persaingan dari berbagai sector berakibat langsung terhadap pendapatan dari pelaku UMKM itu sendiri.

Menyikapi permasalahan yang dihadapi, maka pelaku UMKM harus menjalankan strategi terbaik guna terus bertahan dan mampu berkembang ditengah krisis yang mereka hadapi. Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi digital (digital marketing) memberikan harapan bagi UMKM untuk berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi (Sulaksono dan Zakaria, 2020). Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya media sosial (Purwana, et, al., 2017). Di masa sulit ini, para pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. UMKM yang memiliki akses online, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan e-commerce, biasanya akan memperoleh keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing. Akan tetapi dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan UMKM masih sangat minim dan cenderung masih tradisional. Untuk itu perlu diberikan pelatihan tentang pentingnya pemanfaatan digital marketing agar system pemasarannya menjadi lebih baik sehingga dapat memperluas cakupan target usahanya serta dapat menunjang kegiatan penjualan yang lebih baik lagi (Wardhana, 2015).

Media digital juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana pembukuan berbasis digital. Pembukuan berfungsi menyediakan informasi yang bersifat keuangan untuk pengambilan keputusan ekonomi (Sugiri dan Riyono, 2011). Dengan adanya pembukuan, pelaku usaha dapat mengetahui sejauh mana perkembangan usahanya. Selain itu, pembukuan yang tepat dan jelas dapat memberikan informasi yang berguna terkait dengan permodalan usaha (Sari dan Indriani, 2017). Saat ini banyak UMKM yang sudah melakukan pencatatan keuangan (pembukuan) secara manual, namun masih mengalami kendala. Kelemahan catatan pembukuan yang masih dilakukan secara manual diantaranya adalah terjadinya ketidaktepatan dalam perhitungan, perbedaan yang tidak seimbang antara uang masuk dan keluar, tidak efisien, kurang teratur dan sistematis (Suyati, 2020)

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di Desa Jelantik, dapat diketahui bahwa penurunan hasil penjualan juga dirasakan oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) Beriuk Girang. KWT Beriuk Girang ini memproduksi dan menjual berbagai macam olahan camilan dan minuman tradisional seperti jamu berbahan alami, puding berbahan sayuran dan aneka camilan berbahan alami lainnya.

Jangkauan pemasaran yang hanya terbatas pada pemasaran lokal menjadi kesulitan bagi KWT Beriuk Girang untuk bangkit di situasi sulit ini. Ditambah lagi kurangnya pemahaman dalam memasarkan produk usaha secara lebih luas melalui media sosial, serta belum mampu melakukan pencatatan transaksi keuangan (pembukuan) yang baik dalam mengelola keuangan usahanya. KWT Beriuk Girang sudah melakukan pembukuan secara manual, namun masih kurang rapi dan sering terjadi selisih yang tidak seimbang antara uang masuk dan keluar.

Berdasarkan situasi tersebut, Tim Pengabdian kepada Masyarakat hadir untuk membantu meningkatkan penjualan produk KWT Beriuk Girang melalui pemanfaatan media digital sebagai media pemasaran produk dan pembukuan serta membantu membuat logo usaha dan label kemasan agar mempunyai identitas usaha dan mudah dikenali oleh masyarakat. Beberapa solusi yang diberikan tim pengabdian berdasarkan hasil observasi tersebut antara lain :

1. Memberikan pelatihan kepada pelaku usaha KWT Beriuk Girang mengenai cara membuat akun media sosial yaitu Facebook dan Instagram serta cara menggunakan media tersebut untuk mempromosikan produk secara digital
2. Mengenalkan dan memberikan pelatihan kepada pelaku usaha KWT Beriuk Girang mengenai cara menggunakan platform aplikasi “BukuKas” sebagai media pencatatan transaksi keuangan (pembukuan) secara sederhana

METHODS

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan beberapa tahapan dan metode. Adapun tahapan dalam pelaksanaan program kerja pada usaha KWT Beriuk Girang yaitu:

1. Perencanaan

Tahap perencanaan ini meliputi observasi dan merencanakan program kerja untuk menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh pelaku usaha KWT Beriuk Girang.

2. Persiapan

Pada tahap ini dilakukan persiapan terkait dengan materi dan media yang akan digunakan dalam pelatihan memasarkan produk dan pembukuan secara digital, serta mempersiapkan desain logo dan label kemasan.

3. Pelaksanaan

Pada tahap ini dilaksanakan semua program kerja yang telah disiapkan kepada pelaku usaha KWT Beriuk Girang yaitu pelatihan memasarkan produk melalui Facebook dan Instagram, pembukuan melalui platform digital “BukuKas”, serta membuat desain logo usaha dan label kemasan.

4. Monitoring dan Evaluasi

Setelah terlaksananya seluruh program kerja maka dilakukan monitoring secara berkala terhadap pelaku usaha KWT Beriuk Girang dan evaluasi terkait dengan pencapaian target dari program kerja tersebut. Adapun metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu:

1. Metode Pelatihan

Dalam metode ini diberikan pelatihan kepada pelaku usaha KWT Beriuk Girang melalui demonstrasi dengan lebih banyak melibatkan penjelasan dan memperagakan cara memasarkan produk melalui media sosial yaitu Facebook dan Instagram serta cara mencatat transaksi keuangan (pembukuan) melalui platform digital yaitu “BukuKas”. Pada metode ini pelaku usaha KWT Beriuk Girang diberikan kesempatan untuk mempraktikkan secara langsung cara mengaplikasikan media sosial Facebook dan Instagram serta cara melakukan pembukuan pada aplikasi BukuKas sesuai dengan yang sudah diperagakan oleh tim pengabdian kepada masyarakat.

2. Metode Desain

Dalam metode ini dilaksanakan proses perancangan desain logo usaha dan label kemasan KWT Beriuk Girang dengan melibatkan ketua KWT Beriuk Girang agar mendapatkan masukan dan arahan sehingga diperoleh label kemasan yang menarik dan dapat menggambarkan ciri khas dari KWT Beriuk Girang

3. Metode Diskusi

Dalam metode ini dilakukan diskusi dengan pelaku usaha KWT Beriuk Girang mengenai perancangan logo usaha dan kabel kemasan yang akan dibuat agar mendapatkan logo usaha dan label kemasan yang menarik. Diskusi juga dilakukan pada saat pelatihan mengenai cara mengaplikasikan media sosial Facebook dan Instagram serta cara melakukan pembukuan pada aplikasi digital BukuKas agar mengetahui sejauh mana pemahaman dari pelaku usaha KWT Beriuk Girang terkait materi yang sudah disampaikan

RESULTS AND DISCUSSION

Pelatihan ini telah mampu menambah pengetahuan dan keterampilan mitra mengenai cara melakukan pembukuan dengan baik dan benar sehingga dapat meminimalisir terjadinya selisih yang tidak seimbang antara uang masuk dan uang keluar. Program ini sudah terlaksana 100%. Setelah semua program terlaksana dengan baik, dilakukan evaluasi terkait pencapaian target dari program kerja yang telah dilaksanakan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap ketua dan anggota KWT Tunjung Mesari, dapat diketahui bahwa mitra sangat berterima kasih kepada tim pengabdian kepada masyarakat yang telah membantu usahanya dalam pembuatan logo dan label kemasan, memberikan pelatihan mengenai cara memasarkan produk dan melakukan pembukuan secara digital, sehingga KWT Beriuk Girang dapat semakin berkembang serta penjualan dan pendapatannya sudah mengalami peningkatan

CONCLUSION

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai upaya meningkatkan penjualan produk pada usaha KWT Beriuk Girang di Desa Jelantik telah berhasil dilaksanakan dengan baik dan berjalan dengan lancar. Mitra sangat antusias dan merasa sangat terbantu dengan diadakannya program kerja ini karena mitra dapat memasarkan produk dagangan melalui media sosial sehingga dapat menjangkau konsumen lebih luas. Selain itu dengan adanya pencatatan keuangan (pembukuan) secara digital, mitra menjadi lebih mudah dalam mencatat transaksi keuangan sehingga pembukuannya menjadi lebih jelas dan tertata. Program kerja yang telah dirancang bagi pelaku usaha KWT Beriuk Girang di Desa Jelantik dapat membantu meningkatkan penjualan dan menambah pemahaman mengenai pemanfaatan media digital sebagai media pemasaran dan pembukuan. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah terealisasi secara keseluruhan, diharapkan program kerja yang telah dilakukan dapat terus dilaksanakan oleh setiap pelaku usaha KWT Beriuk Girang di Desa Jelantik sehingga dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan serta memberikan kemajuan bagi usaha tersebut.

REFERENCES

- Purwana, D., Rahmi., Aditya, S., & Zakaria, N. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkh) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1 (1).
- Sari, C.T., & Indriani, E. (2017). Pentingnya Pembukuan Sederhana Bagi Kelompok Umkm Kub Murakabi Desa Ngargoyoso. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 1 (1).
- Sugiri, S., & Riyono, B.A. (2011). *Akuntansi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

- Sulaksono, J., & Zakaria, N. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4 (1).
- Sumarni, T. (2020). Media Sosial dan e-commerce sebagai Solusi Tantangan Pemasaran Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi kasus : UMKM Warung Salapan). *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 6.
- Suyati. (2020). Tata Kelola Keuangan Sekolah. *Al-Idarah: Jurnal Kependidikan Islam*, 10 (1), 1-12.
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. *Forum Keuangan dan Bisnis IV*