



Sosialisasi dan Pelatihan Pemasaran Digital dan Pencatatan Keuangan Secara Sederhana Pada UMKM di Desa Tanjung Sari

Yulita Mollia Rangkuti¹, Ichwanul Muslim Karo Karo^{2,*}, Khoirul Ahyar³, Adinda Wibowo⁴, Melyana Haraha⁵
Amanda Natasya⁶, Fitri Rahayu⁷, Laura Adelia Mutiara Sihaloho⁸, Nisa Putri Anggraini⁹

¹⁻⁵Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, ^{6,7,8,9}Fakultas Ekonomi

¹⁻⁹Universitas Negeri Medan

¹⁻⁹Medan, Indonesia

Correspondence: Ichwanul Muslim Karo Karo E-mail: ichwanul@unimed.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan era digital mendorong pelaku usaha untuk dapat menyesuaikan diri ditengah perkembangan zaman. Saat ini masih banyak pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang kurang memahami digital marketing dalam mengembangkan usahanya, sehingga mengakibatkan gulung tikar. Upaya pelatihan dan pendampingan dibutuhkan untuk membantu pelaku UMKM khususnya di pedesaan agar tetap bertahan. Desa Tanjung Sari, Kec. Batang Kuis, Sumatera Utara memiliki tiga UMKM aktif, UMKM Ibu Nining dengan produk tempe, UMKM Uban Fiber Dekorasi, dan Keset Kaki. Ketiga UMKM tersebut memiliki keterbatasan pengetahuan digital marketing. Kegiatan ini bertujuan untuk melatih digital *marketing* bagi pelaku UMKM tersebut serta mendampingi mereka dalam pembukuan keuangan sederhana. Kegiatan meliputi survey, sosialisasi dan pelatihan dan evaluasi. Kegiatan pelatihan meliputi pemasaran digital dan pelatihan pembuatan pembukuan keuangan secara sederhana. Serangkaian kegiatan tersebut mendapat respon positif dan kepuasan masyarakat dan diharapkan dapat membantu pelaku UMKM bertahan di tengah tren digital marketing serta mendukung pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha mereka untuk kedepannya.

ARTICLE INFO

Article History:

Submit/Diterima 28 Mar 2024

Revisi Diterima 02 April 2024

Diterima 27 April 2024

Tersedia online untuk pertama
02 Mei 2024

Tanggal Publikasi
03 Mei 2023

Keyword:

Pemasaran Digital;
Pembukuan Sederhana;
UMKM;
Desa Tanjung Sari



Socialization and Training on Digital Marketing and Simple Financial Records for MSMEs in Tanjung Sari Village

Yulita Molliq Rangkut¹, Ichwanul Muslim Karo Karo^{2,*}, Khoirul Ahyar³, Adinda Wibowo⁴, Melyana Haraha⁵
Amanda Natasya⁶, Fitri Rahayu⁷, Laura Adelia Mutiara Sihaloho⁸, Nisa Putri Angraini⁹

¹⁻⁵Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, ^{6,7,8,9}Fakultas Ekonomi

¹⁻⁹Universitas Negeri Medan

¹⁻⁹Medan, Indonesia

Correspondence: Ichwanul Muslim Karo Karo E-mail: ichwanul@unimed.ac.id

ABSTRACT

The development of the digital era encourages business actors to be able to adjust to the times. Currently, there are still many micro, small and medium enterprises (MSMEs) that do not understand digital marketing in developing their business, resulting in going out of business. Training and mentoring efforts are needed to help MSME entrepreneurs, especially in rural areas, to survive. Tanjung Sari Village, Batang Kuis Subdistrict, North Sumatra has three active MSMEs, Mrs. Nining's MSME with tempeh products, Uban Fiber Decoration MSME, and Keset Kaki. The three MSMEs have limited digital marketing knowledge. This activity aims to train digital marketing for these MSME entrepreneurs and assist them in simple financial accounting. Activities include surveys, socialization and training and evaluation. Training activities include digital marketing and training in making simple financial bookkeeping. The series of activities received positive responses and community satisfaction and are expected to help MSME players survive in the midst of digital marketing trends and support MSME players in developing their businesses in the future.

© 2021 Kantor Jurnal dan Publikasi UPI

ARTICLE INFO

Article History:

Submitted/Received 28 Mar 2024

First Revised 02 Apr 2024

Accepted 27 Apr 2024

First Available online

02 May 2024

Publication Date 03 May 2024

Keyword:

Digital marketing;

Simple Bookkeeping;

MSMEs;

Tanjung Sari village

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan media sosial tidak hanya berdampak pada aktivitas sosial saja tetapi juga berdampak pada bisnis dan perekonomian (Kalbu & Setiawati, 2021). Pandemi Covid-19 yang sudah berlangsung lebih dari dua tahun menyebabkan mobilitas masyarakat terbatas dan telah berdampak pada UMKM (Hadi & Zakiah, 2021). Tekanan semakin terasa oleh pelaku UMKM ditengah tren digital marketing. Perubahan pola pasar ini bukanlah tantangan yang mudah bagi para pelaku UMKM. Tidak sedikit pelaku UMKM marasa kesulitan karena keterbatasan ilmu mengenai digital marketing ini bahkan tidak sedikit yang gulung tikar. Pernyataan tersebut juga selaras dengan temuan (Putri et al., 2022), bahwa tidak semua UMKM di Indonesia mampu mengubah pola pemasaran mereka menjadi pemasaran digital.

UMKM dituntut untuk berkreaitivitas dan berinovasi untuk tetap bertahan ditengah tren bisnis berbasis digital. Tren ini merupakan peluang baru untuk mengembangkan usaha apabila pelaku usaha terlebih UMKM dapat beradaptasi dan memanfaatkannya dengan baik. Namun tidak sedikit pula yang gulung tikar. Untuk dapat bertahan dan mengembangkan usaha, pelatihan digital marketing dibutuhkan oleh setiap UMKM. Selain itu, pelaku UMKM juga perlu mengetahui pentingnya pembukuan pada usaha yang mereka lakukan.

Permasalahan UMKM tersebut menjadi permasalahan Nasional. Sehingga telah banyak kelompok akademisi dalam kegiatan pengabdiaanya melaksanakan pelatihan digital marketing untuk berbagai produk dan kelompok UMKM. Kegiatan oleh (Putri et al., 2022) telah melakukan pelatihan digital marketing untuk kelompok UMKM. Kegiatan oleh (Yusiana et al., 2022) telah melakukan pelatihan peningkatan kemampuan digital marketing untuk pakaian, makanan dan kerajinan dari UMKM sentra kreasi. Kegiatan oleh (Harahap et al., 2021) fokus pada pelatihan digital marketing untuk produk unggulan desa, begitu pula yang dilakukan di Desa Nagrak (Septiani et al., 2022). Kegiatan pelatihan digital marketing untuk UMKM dengan produk tahu di Kuningan (Rengganawati & Taufik, 2020), UMKM produk tempe (Akbar et al., 2023; Pebrina Swissia & Halimah, 2023). Kegiatan pelatihan digital marketing juga pernah diberikan untuk UMKM bidang dekorasi, seperti dekorasi mahar/hantaran (Martini et al., 2022) dan dekorasi rumah berbahan kayu (Saraswati & Oktafani, 2023).

Desa Tanjung Sari merupakan salah satu desa yang ada di kecamatan Batang Kuis, Kabupaten Deli Serdang, provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Terdapat 3 UMKM yang tengah berjalan di desa tersebut, yakni UMKM Ibu Nining dengan produk tempe, UMKM Uban dengan produk Fiber dekorasi dan UMKM dengan produk keset kaki. Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara yang dilakukan selama beberapa waktu dengan para UMKM, ditemukan informasi bahwa para UMKM di Desa Tanjung Sari tidak memahami bagaimana pemasaran digital dan tidak melakukan pembukuan keuangan secara rutin setiap harinya. Berdasarkan wawancara dan pengamatan yang telah dilakukan ditemukan juga fakta bahwa masih banyak UMKM yang usahanya tidak terdaftar di Maps, sehingga tidak banyak orang yang mengetahui adanya usaha tersebut. Salah satu kendala/ hambatannya yaitu karena para pelaku UMKM tidak mengetahui atau tidak update teknologi terkait penggunaan Google Maps untuk para UMKM, sehingga usaha yang mereka jalankan tidak mereka daftarkan.

Oleh karena itu, melalui kegiatan sosialisasi dan pelatihan yang kami lakukan pada UMKM di Desa Tanjung Sari, yakni UMKM Tempe ibu Nining, Uban Fiber Dekorasi, dan Keset Kaki di Desa Tanjung Sari Kec. Batang Kuis, Kab. Deli Serdang diharapkan dapat membantu pelaku UMKM bertahan di tengah tren digital marketing serta mendukung pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha mereka untuk kedepannya.

2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari tiga tahapan: persiapan, pelatihan dan evaluasi (Gambar 1). Tahap tersebut mengadopsi dari kegiatan sebelumnya oleh (Baig Handini Lora Padian et al., 2022; Hendriyana et al., 2022; Karo Karo et al., 2022). Tahap persiapan meliputi kegiatan survey dan sosialisasi. Tahap pelatihan meliputi pelatihan digital marketing dan pelatihan pembuatan pembukuan keuangan sederhana. Sedangkan tahap evaluasi meliputi kegiatan survey kepuasan dan diseminasi hasil.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

2.1. Survey dan Sosialisasi

Langkah pertama yang dilaksanakan dalam program ini adalah survey untuk mengetahui tingkat pemahaman pelaku bisnis UMKM di Desa Tanjung Sari, Kec. Batang kuis, Kab. Deli Serdang. Hasil temuan di lapangan ini digunakan sebagai materi pelatihan. Kegiatan ini diawali dengan sosialisasi program kepada tokoh masyarakat. Rencana pengabdian dipaparkan untuk memberikan gambaran secara menyeluruh tentang program oleh tim pengabdian. Kegiatan dilanjutkan dengan survey macam-macam usaha yang dijalankan oleh masyarakat di Desa Tanjung Sari. Berdasarkan hasil survey menunjukkan usaha yang dijalankan oleh masyarakat Desa Tanjung Sari macam-macam jenis usaha seperti pembuatan usaha tempe, Fiber dan dekorasi serta Pabrik Kaset Kaki. Usaha-usaha tersebut ternyata masih memiliki kendala dalam pemasarannya karena kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai digital marketing yang dapat membantu memperluas jaringan konsumen mereka sehingga diperlukan sosialisasi mengenai cara untuk meningkatkan penjualan melalui digital marketing baik melalui sosial media, website maupun marketplace. Digital marketing juga dapat membangun brand produk yang di pasarkan, yang dilakukan dengan cara menentukan media sosial yang akan digunakan perencanaan pesan dan menentukan teknik bauran promosi yang akan digunakan. Dengan menggunakan beberapa strategi ini, diharapkan UMKM Desa Tanjung Sari dapat meningkatkan penghasilannya dan menciptakan daya saing global dengan mengadopsi beberapa teknologi untuk keefektifan operasional usahanya.

2.2. Pelaksanaan Kegiatan

Pelatihan digital marketing dilakukan sebagai upaya pengembangan UMKM Desa Tanjung Sari, Kec. Batang Kuis, Kab. Deli Serdang. Pelatihan dilaksanakan dengan mengundang masyarakat yang memiliki bisnis UMKM di Desa Tanjung Sari, Kec. Batang Kuis, Kab. Deli Serdang. Materi yang disampaikan tentang apa itu digital marketing dan pelatihan untuk penggunaan salah satu aplikasi e-commerce yang disampaikan oleh tim pengabdian. Jenis pelatihan adalah pemberian sosialisasi mengenai bagaimana cara memasarkan usaha melalui salah satu platform digital marketing yaitu marketplace. Pemanfaatan sosial media WhatsApp, Instagram, dan Facebook. Para peserta latihan dibekali cara menggunakan Aplikasi tersebut dimulai dari mendaftar, membuat akun, mengupload produk dan memberikan tips tertentu agar konsumen dapat menjumpai produk kita di urutan teratas, dengan mengoptimalkan hastag, upload dan memberikan edukasi kepada konsumen mengenai produk kita. Aplikasi dan social media ini dipilih karena cocok dengan produk yang dihasilkan oleh UMKM di Desa Tanjung Sari. Tujuannya untuk menjangkau konsumen lebih

luas. Dalam sosialisasi juga diberikan cara pengemasan produk yang bagus untuk menghindari kerusakan paket selama dijalan sehingga dapat meminimalisir kerugian yang ada. Produk-produk seperti Kaset Kaki dan Fiber Dekorasi dapat dikembangkan lebih baik lagi jika pemasaran yang digunakan mendukung sehingga tidak lagi menggunakan pemasaran secara tradisional seperti dari mulut ke mulut. Potensi seperti ini memberikan keuntungan yang menjanjikan seiring dengan pengetahuan konsumen akan produk tersebut. Selain itu, juga dilakukan penyuluhan pendaftaran lokasi usaha UMKM ke Google Maps. UMKM yang didaftarkan adalah Usaha Fiber Dan Dekorasi Pak Eka yang juga merupakan salah satu UMKM yang tidak mendaftarkan lokasi usahanya ke Google Maps.

2.3. Evaluasi

Pelatihan digital marketing diberikan dengan materi antara lain pengertian, konsep, kelebihan dan kekurangan digital marketing, serta manfaat digital marketing, serta pelatihan praktik membuat akun Aplikasi Canva untuk mempermudah pihak UMKM mengedit produk yang lebih menarik untuk dipasarkan dan pendaftaran lokasi usaha ke google Maps untuk memudahkan UMKM dalam memperluas pangsa pasar produk mereka untuk kedepannya.

Kegiatan pelatihan akan dievaluasi melalui penyebaran kuisioner ke peserta. Kuisioner berisikan pertanyaan terkait kepuasan atas kegiatan pelatihan yang diberikan: pelatihan digital marketing dan pembuatan pembukuan keuangan. Adapun opsi jawaban atas kuisioner tersebut meliputi kepuasan peserta dalam rentang tidak puas – sangat puas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program sosialisasi dan pelatihan pemasaran digital dan pembukuan secara sederhana bagi UMKM merupakan salah satu program yang dirancang dan dilaksanakan oleh mahasiswa KKN Unimed 2023 di Desa Tanjung Sari. Pada program ini dilaksanakan Sosialisasi mengenai pentingnya pengetahuan Pemasaran Digital dan pembukuan secara sederhana bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di era industri 4.0 dan society 5.0. Setelah itu, dilakukan pelatihan Penggunaan Aplikasi Canva untuk Pemasaran Digital dan pendaftaran lokasi usaha ke Google Maps dan Pembukuan secara Sederhana guna mengimplikasikan pemahaman yang telah diperoleh dari kegiatan sosialisasi dan pelatihan. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini dilakukan untuk meningkatkan efisiensi produksi yang terjadi pada UMKM dengan mengintegrasikan teknologi smartphone, dan mengoptimalkan penggunaan jam kerja.

Tabel 1 Jadwal Kegiatan

Usaha	Sosialisasi	Pelatihan
Tempe	Senin, 24 Juli 2023	Rabu, 26 Juli 2023
Fiber dan Dekorasi	Selasa, 25 Juli 2023	Kamis, 27 Juli 2023
Kaset	Jumat, 28 Juli 2023	



Gambar 2a. Mendaftarkan Lokasi ke Google Maps.



Gambar 2b. Pembuatan Digital Marketing dengan Canva.

Pada akhir kegiatan sosialisasi dan pelatihan, kami memberikan angket yang berisi beberapa pertanyaan yang masing-masing berkaitan dengan sosialisasi Pemasaran Digital dan Pembukuan Secara Sederhana. Data yang terkumpul dari hasil angket yang telah disebar kepada 3 responden dari pemilik UMKM yang ada di Desa Tanjung Sari akan diolah dengan tujuan untuk memberikan penjelasan.

3.1. Respon Peserta Pelatihan Pemasaran Digital dan Desain Kemasan Produk Berbasis Canva Bagi UMKM Usaha Fiber Eka, Usaha Tempe Nining, dan Usaha Kesenjangan Kaki Suci.

Tabel 2 menunjukkan bahwa sosialisasi dan pelatihan Pemasaran Digital dan Canva yang dilakukan kepada ke-3 UMKM yang ada di Desa Tanjung Sari dirasa puas oleh pemilik usaha UMKM. Ini terlihat dari persentase dan frekuensi dari alternatif jawaban Setuju menunjukkan angka yang paling tinggi, yaitu 57% dari 3 responden/pemilik UMKM yang merasa puas.

Tabel 2 Respon Kegiatan Pelatihan Pemasaran Digital dan Desain Kemasan Produk

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
Sangat Setuju	10	47,62
Setuju	11	52,38
Sangat Tidak Setuju	0	
Tidak Setuju	0	
Jumlah (N)	21	100

3.2. Respon Peserta Pelatihan Secara Pembukuan Sederhana Bagi UMKM Usaha Fiber Eka, Usaha Tempe Nining, dan Usaha Kesenjangan Kaki Suci.

Tabel 3 menunjukkan bahwa sosialisasi dan pelatihan Pembukuan Secara Sederhana yang dilakukan kepada ke-3 UMKM yang ada di Desa Tanjung Sari dirasa puas oleh pemilik usaha UMKM. Ini terlihat dari persentase dan frekuensi dari alternatif jawaban Setuju menunjukkan angka yang paling tinggi, yaitu 57% dari 3 responden/pemilik UMKM yang merasa puas.

Tabel 3 Respon Kegiatan Pembukuan Sederhana

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
Sangat Setuju	9	42,85
Setuju	12	57
Sangat Tidak Setuju	0	
Tidak Setuju	0	
Jumlah (N)	21	100

Dari hasil keseluruhan angket responden UMKM di atas, pemilik usaha merasa puas atas sosialisasi dan pelatihan yang kami lakukan tentang “Pemasaran Digital Desain Kemasan Produk Berbasis Canva bagi UMKM” Desa Tanjung Sari. Semua peserta sosialisasi dan pelatihan memilih menjawab Setuju dan Sangat Setuju untuk penilaian bagaimana kami memaparkan materi dan memberikan pelatihan dengan baik sehingga mudah dipahami oleh bapak/ibu pemilik UMKM. Sosialisasi ini dapat dikatakan berhasil karena para pemilik UMKM sudah memiliki kemampuan untuk mendesain logo produk di aplikasi Canva dan pendaftaran lokasi usaha ke Google Maps serta mampu Menyusun pembukuan secara sederhana. Dan selain itu juga kami membantu UMKM mempromosikan produknya melalui video kreatif yang di unggah di laman youtube kami, serta membuat peta digital yakni google maps, supaya lokasi bisa dengan mudah di kunjungi oleh konsumen.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini, maka diperoleh kesimpulan;

1. anggota UMKM di Desa Tanjung Sari berhasil membuat akun Canva untuk pihak UMKM agar lebih mempermudah dalam mendesain produk yang akan dipasarkan tujuannya agar menarik para konsumen.
2. Anggota UMKM Desa Tanjung Sari, Kec. Batang Kuis, Kab. Deli Serdang berhasil membuat akun Google Maps dan promosi melalui media social.
3. Anggota UMKM di Desa Tanjung Sari, Kec. Batang Kuis, Kab. Deli Serdang berhasil membuat dan menggunakan laporan keuangan secara sederhana untuk kegiatan usahanya.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, K., Jaelani, A., Alambana, B. M., Athuri, S. S., Cahyani, D. W., Arianti, R., Maylani, A., Hasanah, F. A., Riswana, I., Suwito, M. W., dan Setiawan, A. (2023). Pemberdayaan UMKM dan peningkatan value added (nilai tambah) produk tempe melalui inovasi olahan tempe untuk meningkatkan perekonomian masyarakat di desa keroya. *Jurnal Wicara Desa*, 1(1).
- Baiq Handini Lora Padian, Baiq Risning Aulia Putri Lestari, Risma Hidayati, dan Dadi Setiadi. (2022). Sosialisasi zero waste di desa mujur kecamatan praya timur kabupaten lombok tenah. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(1).
- Hadi, D. F., dan Zakiah, K. (2021). Strategi digital marketing bagi umkm untuk bersaing di era pandemi. *Competitive*, 16.
- Harahap, H. S., Dewi, N. K., dan Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan digital marketing bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences*, 3(2).
- Hendriyana, H., Fuada, S., Sutisna, M. R., Pradeka, D., dan Taufik, M. (2022). Optimalisasi digital marketing instagram sebagai channeling di lingkungan mahasiswa upi kampus cibiru. *J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 6(1).

- Kalbu, D. A. K., dan Setiawati, E. (2021). Pengaruh mekanisme good corporate governance terhadap profitabilitas perusahaan (studi pada perusahaan BUMN). *Proceeding of The URECOL*, 31(1).
- Karo Karo, I. M., Astuti, W., dan Dharayani, R. (2022). Pelatihan media e-learning classroom untuk guru SMKN 1 Peureulak Timur. *TEKMULOGLI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 71–82.
- Martini, R., Febrianty, F., dan Sepriansyah, A. A. G. (2022). Peningkatan kemampuan dan keterampilan digital marketing pada kelompok UMKM pengrajin komunitas Sumsel Crafters Palembang. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 5(3).
- Pebrina Swissia, dan Halimah, H. (2023). Optimalisasi digital marketing dalam meningkatkan branding pada UMKM tempe mbah mul di Desa Purwotani. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(8).
- Putri, A., Hetami, A., Fourqoniah, Andriana, Andriyani, Salsabila, Muniro, T., Riandani, Muliyani, Yashyika, Listiana, dan Indah. (2022). Pelatihan digital marketing untuk mencapai optimalisasi strategi pemasaran pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(2).
- Rengganawati, H., dan Taufik, Y. (2020). Analisis pelaksanaan digital marketing pada UMKM Tahu Rohmat di Kuningan. *KOMVERSAL*, 2(1).
- Saraswati, T. G., dan Oktafani, F. (2023). Pembelajaran social media dan e-commerce digital marketing pada UMKM wooddo.id. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 3(1).
- Septiani, D., Zakaria, A., Yuliani, A., Putri Nurseha, B., Kurniawaty, H., Ismah Rahayu, H., Wira Nagara, M., Sundari, S., Adawiyah, S. R., Ogda, Y., dan Palahudin, P. (2022). Penerapan digital marketing UMKM di Desa Nagrak, Kec. Sukaraja, Kab. Bogor. *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdikan Terhadap Masyarakat)*, 2(3).
- Yusiana, R., Luturlean, B. S., Saragih, R., Setyorini, R., Muhamad, W., Karo Karo, I. M., Nugroho, H., dan Peranginangin, Y. (2022). Peningkatan digital marketing dan penguatan merek di media digital pada komunitas sentra kreasi. *Charity*, 5(1).