

## PEMBERDAYAAN UMKM GUNA MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN DENGAN DIGITAL MARKETING

**Safinatul Iza<sup>1</sup>, Bagas Surya Buana<sup>2</sup>, Muhammad Miftakhu Surur<sup>3</sup>, Anton Bagus Santoso<sup>4</sup>, Hendri Hermawan Adinugraha<sup>5</sup>, Ade Gunawan<sup>6</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Akuntansi Syariah, Univeristas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Jawa Tengah, Indonesia

Email : [safinatuliza@mhs.uingusdur.ac.id](mailto:safinatuliza@mhs.uingusdur.ac.id)

### Abstrak

Tujuan dari pemberdayaan UMKM merupakan upaya dalam rangka mensejahterakan masyarakat. Supaya pemerataan ekonomi rakyat dapat terlaksana. Dan tentunya dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia, hal ini dapat mengurangi angka pengangguran dan kesenjangan sosial dalam kehidupan. Dikaremalam umumnya UMKM merupakan usaha yang dimiliki oleh masyarakat dengan kondisi ekonomi mengengah ke bawah. Upaya memberdayakan UMKM menjadi usaha nyata yang memberi surplus terhadap perekonomian negara. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang dilakukan dengan metode kualitatif serta observasi langsung terhadap pelaku UMKM guna mengetahui permasalahan yang dihadapi. Proses penyuluhan ini melewati beberapa tahapan yang dimulai dengan observasi sebagai wujud pengenalan lingkungan yang akan dihadapi. Dengan demikian dapat diketahui permasalahan yang umumnya dialami pelaku UMKM yaitu pada proses pemasaran, serta pada pencatatan penghasilan yang belum terstruktur dengan baik. Sehingga pelatihan dapat terfokus pada permasalahan pokok yang belum dapat terselesaikan oleh pelaku usaha. Pada umumnya pelaku UMKM masih kurang optimal menggunakan media teknologi dalam proses perdagangannya. Hal tersebut terjadi bukan hanya karena kurangnya pengetahuan. Namun, juga dipicu oleh pola pikir pelaku UMKM mengenai teknologi itu ribet digunakan bagi orang awam. Dari pelatihan dan penyuluhan yang telah dilaksanakan. Upaya dalam memberdayakan UMKM pada masyarakat menunjukkan feedback baik dari peserta. Beberapa pelatihan yang diberikan dapat dijalankan dengan baik. Serta dapat diterapkan oleh pelaku usaha dalam kegiatan usahanya. Dengan hasil pemahaman yang baik, nantinya akan memberikan manfaat terhadap daya jual produk yang dijual oleh pelaku.

Kata Kunci : UMKM, Packaging, Marketing online, Sertifikasi, Laporan keuangan

### Abstract

The goal of empowering MSMEs is an effort to prosper the community. So that the economic equality of the people can be carried out. And of course it can improve the quality of human resources, this can reduce unemployment and social inequality in life. Generally, MSMEs are businesses owned by people with economic conditions downwards. Efforts to empower MSMEs become real businesses that provide a surplus to the country's economy. In this study, the data collection method was carried out using qualitative methods and direct observation of MSME actors to find out the problems they faced. This counseling process goes through several stages that begin with observation as a form of introduction to the environment to be faced. Thus, it can be known the problems that are generally experienced by MSME actors, namely in the marketing process, as well as in recording unstructured sales. So that training can be focused on the main problems that have not been resolved by business actors. In general, MSME players are still less than optimal in using technological media in their trading process. This happens not only because of lack of knowledge. However, it is also triggered by the mindset of MSME actors regarding technology that is complicated to use for ordinary people. From the training and counseling that has been carried out. Efforts to empower MSMEs in the community showed good feedback from participants. Some of the training provided can be carried out properly. And can be applied by business actors in their business activities. With good understanding results, it will later provide benefits to the selling power of products sold by actors.

Primary Key : MSMEs, Packaging, Online marketing, Certification, Financial reports

Copyright © 2023 Multidisiplin Pengabdian Kepada Masyarakat All rights reserved is Licensed under a

Creative Commons Attribution- NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC4.0)

### 1. Pendahuluan

UMKM merupakan unit usaha yang berbentuk mikro kecil atau menengah. Umumnya dimiliki oleh perorangan atau kelompok. Dengan demikian, UMKM berperan penting dalam usaha mengurangi pengangguran serta kesenjangan sosial yang terjadi, juga mampu membuka lapangan pekerjaan. "Perkembangan terakhir per Juni 2022, sudah 19,5 juta pelaku UMKM atau sebesar 30,4 persen dari total UMKM telah hadir pada platform e-commerce," kata Teten Masduki dalam B20

*Pemberdayaan Umkm Guna Meningkatkan Omset Penjualan Dengan Digital Marketing- Safinatul Iza et.al*

Indonesia Digital economy to support SDGs, di Bali, Senin (8/8/2022). Dari jumlah tersebut menunjukkan bahwa UMKM merupakan bentuk usaha yang banyak digeluti oleh masyarakat. Dengan demikian, pemberdayaan UMKM akan mampu memberi dampak baik bagi keadaan sosial. Dari jumlah UMKM yang diperkirakan tersebut, nyatanya angka melek teknologi masih belum maksimal. Yang artinya masih banyak UMKM produktif yang belum sepenuhnya maksimal dalam menjalankan kegiatan bisnisnya.

Dengan memperkuat UMKM akan menjadi langkah yang baik dan tepat dalam rangka meningkatkan dan penguatan kehidupan ekonomi bagi sebagian besar masyarakat di Indonesia. Yang nantinya akan memberikan dampak dalam mengurangi angka kemiskinan yang ada. Untuk meningkatkan tujuan dari UMKM itu sendiri dalam menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan, dibutuhkan peranan bimbingan serta penyuluhan. Seperti yang kita ketahui, UMKM umumnya dimiliki oleh perorangan maupun kelompok, sehingga secara struktural merupakan usaha kecil yang berkemungkinan kekurangan pengetahuan yang luas mengenai bidang usaha yang mereka geluti. Dengan pengoptimalan kinerja UMKM yang nantinya digunakan untuk seluas-luasnya kepentingan masyarakat, juga memberikan peran aktif dalam proses pemerataan serta meningkatkan taraf hidup masyarakat, juga mampu mensupport pertumbuhan ekonomi, serta mampu berperan aktif dalam mewujudkan kestabilan ekonomi nasional.

Di era digitalisasi saat ini, serba-serbi perekonomian susah beralih media menjadi media digital. Bukan hanya di perkotaan, melainkan di setiap daerah telah menggunakan media tersebut. Tidak terkecuali daerah pedesaan. Dengan aksesnya yang lebih luas dan menyeluruh, dapat memberikan peluang besar bagi pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya. Namun, selain dari modernisasi dalam segi transaksi, di era sekarang ini dalam penjualan harus memiliki keunggulan dari usaha lainnya. Dengan demikian, setiap UMKM baiknya memiliki brand yang mampu menjadi identitas tentang dirinya. Kemudian dalam segi performa yang semakin ditingkatkan. Sehingga UMKM maupun lembaga usaha berlomba-lomba mendapatkan pengakuan dari berbagai pihak agar produknya mampu mendapatkan gelar kelayakan yang baik serta mampu bersaing dengan produk ternama lainnya.

Dalam pemberdayaan UMKM ini, merupakan wujud usaha dalam mengembangkan UMKM yang masih menggunakan basic tradisional menjadi UMKM yang mampu bersaing dengan UMKM maupun usaha yang telah lebih dulu berkembang menggunakan teknologi. Upaya yang dilakukan dalam pemberdayaan UMKM ini merupakan bentuk bimbingan dalam upaya meningkatkan kinerja UMKM agar mampu menggunakan media elektronik dalam pemasarannya. Serta mampu memberikan bimbingan dalam menyebarluaskan dan memperkenalkan produk pada khalayak luas. Dengan demikian, nantinya akan memberikan optimalisasi pada UMKM yang diberikan pemberdayaan.

Kegiatan pemberdayaan UMKM dari UIN K.H. Abdurrahman Wahid dilakukan di desa Lebakbarang dengan tujuan memberikan pembekalan mengenai e-commerce serta upaya meningkatkan mutu produk UMKM yang nantinya akan bermanfaat guna meningkatkan pendapatan serta memperkenalkan produk UMKM yang dibina supaya lebih dikenal dikhalayak umum, dengan ruang lingkup yang lebih luas. Dengan memperkenalkan e-commerce diharapkan mampu memperkenalkan produk UMKM yang dibina supaya lebih dikenal oleh khalayak umum. Dan dalam upaya meningkatkan mutu dari produk usaha, kami memberikan bimbingan untuk mendapatkan sertifikasi serta meningkatkan mutu produk dari segi fisik, branding, kemasan, serta memberikan pelatihan dalam laporan keuangan. Hal ini diharapkan dapat membantu dalam penentuan harga jual nantinya.

## **2. Metode Pelaksanaan**

### **2.1. Obsevasi**

Pada tahapan ini, memiliki beberapa kegiatan yang dilakukan, yang terdiri dari :

#### **1. Survey Lokasi**

Sebelum melakukan kegiatan pengabdian pada masyarakat, kamu terlebih dahulu melakukan survey terhadap lokasi yang akan dijadikan sebagai tempat untuk melakukan pengabdian.

2. Interview

Pada tahapan ini, kami melakukan wawancara dan survey langsung ke beberapa tempat. Salah satunya ke Ibu Hervina. Dalam interview kami berusaha mencari tahu mengenai kendala apa saja yang dialami oleh pelaku usaha.

3. Penjelasan

Setelah melakukan interview dan mengetahui permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM, kami memberikan penjelasan mengenai solusi yang kami tawarkan, serta memberikan gambaran jika solusi tersebut dijalankan.

**2.2. Identifikasi Masalah**

1 Mengumpulkan

Pada tahapan ini, kami mengumpulkan dan mencatat masalah-masalah yang umumnya dihadapi oleh UMKM. Serta memperincikan masalah pokok yang dihadapi. Guna memberikan gambaran tantangan yang dihadapi serta mampu memberikan solusi yang sesuai dan tepat.

2 Menguraikan

Setelah diperincikan permasalahan dari pelaku UMKM, kami menguraikan masalah yang mereka hadapi. Karena setiap pelaku UMKM memiliki permasalahan yang berbeda. Walau pada umumnya memiliki kemiripan.

3 Mengklasifikasi

Tahapan ini merupakan tahapan guna mengetahui tingkatan penyuluhan serta bimbingan yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM. Hal ini dilakukan karena pelaku UMKM berada pada tingkatan yang berbeda.

**2.3. Perumusan Masalah**

1 Mencari

Dalam hal ini, kami mencari tahu permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Tahap ini mencari tahu masalah UMKM pada beberapa tingkatan. Namun lebih difokuskan pada jenis permasalahan yang hampir sama.

2 Mengukur

selanjutnya yang dilakukan oleh tim saat ini adalah berusaha mengukur tingkat dari permasalahan yang dihadapi. Sehingga kami mampu memperkirakan solusi serta rentang waktu yang dibutuhkan guna menyelesaikan permasalahan tersebut.

3 Merumuskan

Setelah tim melakukan pengukuran tingkat kesulitan dari masalah yang dihadapi, selanjutnya kami berusaha merumuskan masalah yang dihadapi serta memberikan perkiraan solusi yang kami tawarkan. Juga memberikan bimbingan dan arahan kepada pelaku UMKM.

**2.4. Kegiatan**

1 Menyusun

Kegiatan ini merupakan kegiatan dalam menentukan jadwal yang akan digunakan selama kegiatan pengabdian.

2 Membahas

Kegiatan ini merupakan kegiatan tim dalam memberikan tanggapan dan solusi yang kami perkirakan. Juga merundingkan jalan keluar maupun cara-cara yang baiknya dilakukan dari masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM.

3 Menetapkan

Setelah menyusun dan membahas, tahapan yang selanjutnya kami lakukan adalah menghimpun solusi dan usaha yang akan diterapkan untuk masalah-masalah yang sudah didapatkan dari hasil

wawancara dan interview.

### **3. Hasil Dan Pembahasan**

#### **3.1. Hasil**

##### **1 Hasil**

Hasil merupakan wujud nyata dari usaha yang dilakukan dalam proses pemberdayaan, pelatihan dan pembimbingan UMKM yang telah kami laksanakan.

##### **2 Simpulan**

Simpulan memberikan penjelasan mengenai garis besar dari kegiatan yang kami lakukan hingga sampai pada proses akhir yang berisi hasil serta menyertakan evaluasi dari tingkat tercapainya usaha pemberdayaan yang kami lakukan.

##### **3 Saran**

Merupakan masukan yang kami berikan kepada pelaku UMKM guna mengatasi permasalahan yang mereka hadapi dalam menjalankan usahanya.

Latar belakang dari kegiatan pengabdian masyarakat ini, adalah guna meningkatkan mutu UMKM agar mampu berjalan sejalan dengan laju perkembangan teknologi serta mempertahankan dan memperkuat UMKM agar mampu bersaing dan berkembang. Berikut upaya yang dilakukan :

##### **1 Marketing Online**

Merupakan istilah yang sering digunakan untuk menyebutkan kegiatan pemasaran yang menggunakan media sosial. Media sosial yang digunakan juga beragam. Secara lebih luas, marketing online diartikan sebagai pemasaran yang menggunakan media internet dalam upaya pemasarannya. Hal ini dapat memperluas sasaran konsumen agar dapat mengenal produk yang ditawarkan.

Marketing online menjadi media yang efektif di era sekarang ini. Dikarenakan peningkatan pengguna internet semakin meningkat setiap tahunnya. Dan media ini diakses oleh berbagai lapisan masyarakat dengan rentang umur yang variatif. We Are Social mencatat, "Jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 205 juta pada Januari 2022. Ini berarti ada 73,7% dari populasi Indonesia yang telah menggunakan internet."

Dengan potensi yang begitu besar, akan membantu UMKM dalam meningkatkan pemasaran. Ditambah lagi dengan kemudahan yang ditawarkan dari model pemasaran pada marketing online. Secara efisiensi waktu pemasaran melalui media online lebih fleksibel. Serta lebih hemat dan dapat dilakukan kapan saja. Dan dengan jangkauan yang lebih luas drari model pemasaran lain. Seperti menggunakan selebaran maupun pamflet.

##### **2 Packing**

Packing atau pengemasan suatu produk merupakan lapisan luar yang digunakan sebagai tempat atau wadah dari suatu produk tersebut. Packing sangat penting, karena packing dapat mempengaruhi daya beli konsumen. Kemasan yang menarik dapat menarik minat beli. Dari pengemasan yang baik juga dapat meningkatkan daya tahan produk. Selain desain yang menarik, kemasan yang inovatif juga menjadi daya tarik tersendiri.

Pada kegiatan pemberdayaan UMKM ini, manfaat packing diutamakan untuk meningkatkan daya tarik pembeli. Perwujudannya dengan menggunakan bentuk packing yang menarik, variatif, serta variatif dari segi ukuran. Dengan hal tersebut, dapat membentuk variasi harga dari produk yang dipasarkan. Dengan maksud membuat tingkatan harga yang mampu dijangkau oleh berbagai lapisan masyarakat.

##### **3 Sertifikasi**

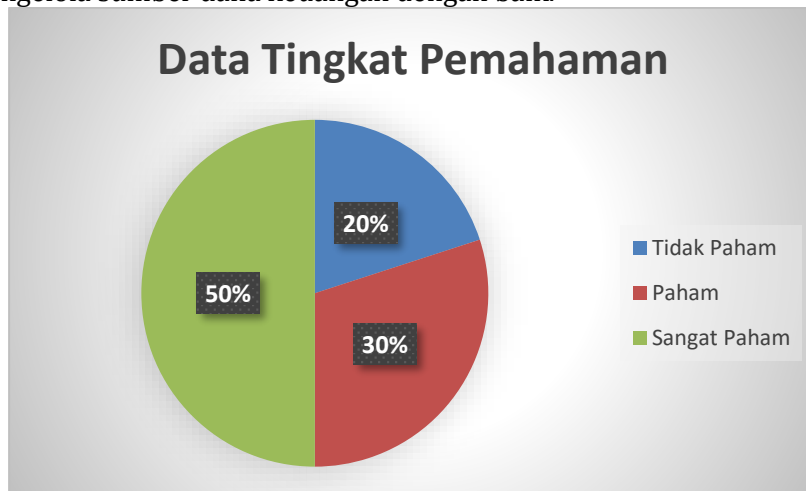
Sertifikasi merupakan hal yang sangat penting untuk menjadi perhatian khusus bagi para produsen atau pengusaha. Dengan penduduk Indonesia yang mayoritas Muslim, kehalalan suatu produk adalah hal wajib bagi konsumen. Oleh sebab itu, setiap bisnis makanan atau minuman semestinya memiliki sertifikat ini khususnya sertifikat halal dari MUI. Sertifikat halal menjadi bukti bahwa suatu produk aman, artinya produk tersebut tidak mengandung bahan-bahan yang dilarang dalam ajaran Islam. Mejlis Ulama Indonesia (MUI) menjadi lembaga sah yang berhak

*Pemberdayaan Umkm Guna Meningkatkan Omset Penjualan Dengan Digital Marketing- Safinatul Iza et.al*

mengeluarkan sertifikat halal tersebut. Sertifikasi Halal MUI dilakukan untuk memberikan kepastian status kehalalan sehingga dapat menenteramkan batin konsumen dalam mengkonsumsinya. Kesenambungan proses produksi halal dijamin oleh produsen dengan cara menerapkan Sistem Jaminan Halal (SJH).

#### 4 Laporan keuangan

Laporan keuangan merupakan catatan informasi keuangan suatu entitas yang dapat menggambarkan kinerja UMKM tersebut pada suatu periode akuntansi. Laporan keuangan dibuat untuk menyajikan informasi mengenai kinerja UMKM dan berguna untuk mengambil keputusan bisnis. Pembukuan merupakan hal yang sangat penting bagi jalannya suatu usaha, terutama untuk usaha yang sudah cukup besar. Penerapan laporan keuangan yang baik dilakukan agar dapat mengelola keuangan dengan baik serta dapat meninjau ulang sumber pemasukan dan pengeluaran dalam usaha. Pelaku UMKM harus memiliki literasi keuangan agar dapat membantu UMKM mengelola sumber dana keuangan dengan baik.



### 3.2. Pembahasan

#### 1 Pelaksanaan di UMKM Keripik milik Bu Vina

Kami melaksanakan sosialisasi bimbingan kepada para pemilik UMKM, Kegiatan yang pertama kami laksanakan adalah sosialisasi mengenai cara pemasaran, dikarenakan Bu Vina mempunyai permasalahan dalam menjual produknya, sehingga kami berusaha memberikan solusi kepada beliau mengenai cara memasarkan produk secara online, diantaranya menggunakan aplikasi Whatsapp, facebook, dan instagram. Selanjutnya, kami memberikan sosialisasi mengenai cara membuat kemasan yang menarik. Agar para konsumen dapat tertarik dengan produk yang dijual oleh Bu Vina, adapun solusi yang kami berikan kepada Bu Vina yaitu dengan mengganti kemasan plastik biasa ke kemasan plastik Standing pouch, karena menurut kami kemasan tersebut sangatlah mudah untuk digunakan dan tentunya sebagai daya tarik pembeli karena modelnya yang menarik.



## 2 Pelaksanaan di UMKM Teh Tarik Milik Mas Wiwin

Kegiatan kami yang kedua dilaksanakan di kediaman Mas Wiwin, kami melakukan sosialisasi kepada Mas Wiwin mengenai strategi menjual Teh tarik secara online, dimulai dari kami mengenalkan aplikasi-aplikasi apa saja yang dibutuhkan dalam memasarkan produk, dan tentu saja dengan cara mengoperasikannya. Disamping itu, kami juga mengajari beliau bagaimana cara membuat laporan keuangan yang baik dan benar, agar beliau lebih mudah dalam menentukan laba dari produk yang dijualnya.



### 3 Pelaksanaan di UMKM Basreng milik Mba Fayza

Kegiatan kami yang ketiga dilaksanakan di kediaman Mba Fayza, kami melakukan sosialisasi kepada Mba fayza mengenai strategi mendapatkan sertifikasi halal dan juga sertifikasi bpom ri, dikarenakan Mba fayza sangat ingin sekali memperluas jangkauan pasar dari produknya, dan tentunya ingin memberi nilai tambah, supaya produknya lebih dipercaya oleh masyarakat luas. Disamping itu, kami juga memberikan panduan mengenai strategi memasarkan produk secara online di Shoppe dan Tiktok Shop, supaya produknya lebih dikenal dan tentunya mudah didapatkan oleh para penikmatnya.



### 4. Kesimpulan

Kesimpulan dari agenda pengabdian masyarakat ini yaitu dari beberapa UMKM yang ada di desa Lebakbarang Lebakbarang (1) kurang memahami dan mengetahui cara memasarkan produk secara online (2) kemasan yang digunakan masih sederhana, dan kurang memberikan daya tarik bagi konsumen (3) Kurangnya pemahaman mengenai cara menyusun laporan keuangan, sehingga mengalami kesulitan dalam menentukan laba dari produk yang dijual. Untuk itu saran yang bisa kami berikan yaitu (1) cara memasarkan produk melalui media online, seperti Instagram, whatsapp, facebook, ataupun yang lainnya (2) membuat kemasan lebih menarik, misalnya dengan menambahkan stiker produk tersebut atau yang lainnya (3) mengenalkan aplikasi software akuntansi yang mudah, misalnya accurate atau myob.

### Referensi

- [1]. Salmiah, S., Fajrillah, F., Sudirman, A., Siregar, M. N. H., Simarmata, J., Suleman, A. R., ... & Jamaludin, J. (2020). Online Marketing. Yayasan Kita Menulis.
- [2]. Raharjo, K., & Andini, R. (2022). Meningkatkan Pendapatan Warga Kampung Tematik Melalui Pelatihan Marketing Online. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara, 3(1), 319-322. (jurnal 1)
- [3]. Irawan, D., & Affan, M. W. (2020). Pendampingan Branding Dan Packaging Umkm Ikatan Pengusaha Aisyiyah Di Kota Malang. Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat, 1(1), 32-36. (jurnal 2)
- [4]. Harto, D., Pratiwi, S. R., Utomo, M. N., & Rahmawati, M. (2019). Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM. JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat), 3(1), 39-45.(jurnal 3)
- [5]. Sari, I. A. L. N., & Putri, D. A. P. A. G. (2021). Pengembangan UMKM Jajan Sengait di Desa Sading Melalui Inovasi Branding dan Packaging. INTEGRITAS: Jurnal Pengabdian, 5(2), 269-

276.(jurnal 5)

- [6]. Leovita, A., & Fauzi, D. (2021). PENYULUHAN PENINGKATAN KUALITAS PACKAGING PRODUK PADA UMKM SERAMBI MILK PADANG PANJANG. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Dewantara*, 4(1).(jurnal 4)
- [7]. Enny, I., & Indi, N. (2022). Pemanfaatan Media Digital Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Di Desa Kepuh Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk. *Budimas*, 04(01), 1–10.
- [8]. [8] Karnadi, A. (2022). *Pengguna Internet di Indonesia Capai 205 Juta pada 2022*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-capai-205-juta-pada-2022>.