



OPTIMALISASI USAHA MELALUI DIGITAL MARKETING DAN APLIKASI PEMBUKUAN DIGITAL DESA NGLETIH KABUPATEN KEDIRI

Emah Nurzainul Hakimah¹, Sapta Andaruisworo², Sri Aliami³, Dian Kusumaningtyas⁴

¹ Universitas Nusantara PGRI Kediri

emahakimah@unpkediri.ac.id

² Universitas Nusantara PGRI Kediri

sapta@unpkediri.ac.id

³ Universitas Nusantara PGRI Kediri

srialiami@unpkediri.ac.id

⁴ Universitas Nusantara PGRI Kediri

diankusuma@unpkediri.ac.id

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan usaha pada UMKM melalui pemasaran digital dan pembukuan. Metode pengabdian yang dilakukan adalah dengan observasi lapangan, implementasi teknik pemasaran online, serta integrasi aplikasi pembukuan digital. Pengabdian ini dilaksanakan di Desa Ngletih dan dimulai pada 26 Februari 2024 di Balai Kelurahan Ngletih Kecamatan Pesantren Kota Kediri. Jumlah masyarakat yang hadir sejumlah 30 orang. Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa perlu adanya pendampingan secara berkala untuk membantu Masyarakat Desa Ngletih dalam implementasinya dan kendala-kendala yang dihadapi. Dengan strategi digital marketing yang terukur dan penggunaan aplikasi pembukuan digital yang tepat, diharapkan UMKM di Desa Ngletih dapat mengalami peningkatan kinerja dan profitabilitas. Pengabdian masyarakat ini memberikan pemahaman tentang manfaat teknologi digital dalam meningkatkan daya saing usaha.

Kata Kunci : optimalisasi , digital marketing, pembukuan digital.

ABSTRACT

This community service aims to optimize business for MSMEs through digital marketing and bookkeeping. The service method used is field observation, implementation of online marketing techniques, and integration of digital bookkeeping applications. This service was carried out in Ngletih Village and started on February 26 2024 at the Ngletih Village Hall, Islamic Boarding School District, Kediri City. The number of people who attended was 30 people. The results of this service show that there is a need for regular assistance to help the Ngletih Village Community in its implementation and the obstacles they face. With a measurable digital marketing strategy and the use of appropriate digital bookkeeping applications, it is hoped that MSMEs in Ngletih Village can experience increased performance and profitability. This community service provides an understanding of the benefits of digital technology in increasing business competitiveness.

Keywords: optimization, digital marketing, digital bookkeeping.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) ialah salah satu faktor yang mampu mempengaruhi perekonomian suatu negara maupun daerah. Pembangunan dalam era globalisasi sangat mengandalkan sektor ekonomi sebagai ukuran keberhasilan yang dilakukan pemerintah. Pembangunan ekonomi merupakan salah satu faktor penting dalam suatu negara, terutama dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Peran masyarakat dalam pembangunan nasional, utama dalam pembangunan ekonomi adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Posisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian nasional memiliki peran yang penting dan strategis. Menurut Asep et all (2022) umkm sangat banyak berkontribusi dalam pembangunan ekonomi nasional meskipun dalam pelaksanaannya masih dihadapkan dengan tantangan, akan tetapi pemerintah berupaya menyediakan sejumlah stimulus untuk menyelesaikan permasalahan tersebut dan agar UMKM dapat terus berkembang dan berdaya saing.

Desa Ngletih adalah sebuah desa di wilayah kecamatan Kandat Kabupaten Kediri Provinsi Jawa Timur Indonesia. Desa Ngletih banyak usaha UMKM pada bahan baku Singkong yang diolah menjadi keripik, namun dengan berjalannya waktu saat ini berkembang produk UMKM lainnya dengan bahan baku pisang dan sukun yang diolah menjadi kripiik (Radar Kediri, 2024). Dengan melihat kompetensi yang terdapat pada desa maka Tim Pengabdian UNP Kediri berinisiatif untuk malakukan identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di desa Ngletih.

Berdasarkan hasil observasi ternyata produk UMKM yang terdapat di Desa Ngletih bukan hanya keripik singkong, keripik pisang dan keripik sukun, namun sudah merambah pada minuman beras ketan hitam. Pemasaran produk UMKM berjalan dengan cukup lancar dengan mengandalkan pelanggan tetap yang terbatas, namun pemanfaatan cara promosi tersebut masih belum maksimal. Sehingga Tim Pengabdian menarik kesimpulan bahwa UMKM di kabupaten ngletih dapat dijelaskan ke dalam dua aspek kebutuhan dari mereka yaitu :

- a. minimnya pengetahuan khususnya dalam bidang dunia digital marketing dirasa masih kurang dikarenakan mereka lebih mengandalkan pelanggan tetap yang terbatas dan tidak pasti. Selain kurangnya pengetahuan dunia digital juga kurang kreatif dalam

memanfaatkan peralatan digital seperti handphone dan juga media sosial, juga kurangnya manajemen pengolahan khususnya dibidang promosi.

- b. Belum memanfaatkan potensi media sosial, dimana dimasa saat ini media sosial sangat melaju dengan pesat, di amana masa serba online.

Para pelaku UMKM di Kelurahan Ngletih, sendiri beberapa telah memiliki handphone dan media sosial yang cukup mendukung. Meski tak begitu lengkap dan tertata namun sudah bisa digunakan untuk berkreaitivitas membuat video promosi untuk media sosial. Namun sangat disayangkan hal tersebut kurang dimanfaatkan untuk menarik dan menambah pelanggan. Dalam inilah kami mencoba mengarahkannya kepada bidang perekonomian Indonesia. Tim pengabdian mencoba memberikan inovasi kreatifitas yang dapat membantu meningkatkan pemasukan perekonomian di Indonesia yaitu salah satunya pelaku UMKM di Kelurahan Ngletih dengan memperkenalkan lagi mengenai promosi digital marketing.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian ini dilaksanakan di Desa Ngletih dan dimulai pada 26 Februari 2024 di Balai Kelurahan Ngletih Kecamatan Pesantren Kota Kediri. Metode yang dilakukan dengan cara memberikan sosialisasi tentang pemasaran digital dan pembukuan dengan tujuan diharapkan masyarakat mampu memanfaatkan teknologi saat ini dengan media handphone yang telah dimiliki masyarakat secara umum. Dalam forum sosialisasi masyarakat bukan hanya diberikan gambaran namun diajak untuk berdiskusi hingga praktek sehingga tahu kendala yang dialami masyarakat dalam pemanfaatan teknologi. Respon terutama ibu pengurus PKK, kelompok tani, pejabat kdelurahanan, dan pengurus RT/ RW cukup baik dibuktikan dengan jumlah masyarakat yang hadir sejumlah 30 orang. Pemaparan materi pemasaran digital selama 40 menit dengan diselengi pertanyaan interupsi yang disampaikan oleh peserta, sehingga narasumber lebih banyak berinteraksi dan menjelaskan sesuai konteks permasalahan yang diajukan dan berkembang menjadi diskusi interaktif yang sangat mengalir dan menjadikan suasana penuh semangat kondusif terutama oleh kelompok tani ikan hias dan pengusaha sari ketan hitam. Diskusi yang dimulai pukul 19.30 WIB berjalan sangat kondusif hingga pukul 21.30 WIB.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bisnis tradisional mungkin tidak akan pernah terdistruksi total oleh bisnis digital sebab manusia pada hakekatnya adalah makhluk sosial yang masih tetap ingin bertemu secara fisik dalam proses bisnisnya, serta masih menginginkan suasana natural (yang mengedepankan seluruh fungsi panca inderanya) (Hakimah et al., 2023). Namun demikian, akibat dari distruksi teknologi, maka bisnis tradisional harus pula mampu beradaptasi dengan bisnis digital; dan jika memungkinkan melakukan kedua model tersebut secara bersamaan dan simultan

Electronic Business, atau "*E-business*" dapat diterjemahkan sebagai kegiatan bisnis yang dilakukan secara otomatis dan semiotomatis dengan menggunakan sistem informasi komputer. *E-bisnis* memungkinkan suatu perusahaan untuk berhubungan dengan sistem pemrosesan data internal dan eksternal mereka secara lebih efisien dan fleksibel. E-bisnis juga banyak dipakai untuk berhubungan dengan suplier dan mitra bisnis perusahaan, serta memenuhi permintaan dan melayani kepuasan pelanggan secara lebih baik (Hakimah; Muslih, 2016).

Perdagangan elektronik (*electronic commerce* atau *e-commerce*) adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet, televisi, dan jaringan komputer lainnya. E-commerce dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis.

Industri TI melihat kegiatan *e-commerce* ini sebagai aplikasi dan penerapan dari e-business yang berkaitan dengan transaksi komersial, seperti: transfer dana secara elektronik, SCM (supply chain management), pemasaran elektronik (*e-marketing*), atau pemasaran *online* (*online marketing*), pemrosesan transaksi *online* (*online transaction processing*), pertukaran data elektronik, dan lain-lain. Berikut contoh aplikasi yang biasanya digunakan untuk transaksi.



Gambar 1. 9 Tren social media marketing 2022

Selain tentang pemasaran digital, diharapkan UMKM juga memahami tentang pembukuan untuk mencatat semua transaksi yang dilakukannya. Alasan UMKM Harus Melakukan Pembukuan Keuangan antara lain sebagai berikut

1. Mengelola Keuangan dengan Lebih Efisien
2. Memenuhi Kewajiban Pajak dan Hukum
3. Memantau Kinerja Bisnis
4. Mendapatkan Akses ke Pembiayaan
5. Mengidentifikasi Potensi Peningkatan Profitabilitas
6. Memisahkan Kepentingan Pribadi dan Bisnis

Pembukuan keuangan memungkinkan UMKM untuk memantau kinerja bisnis secara rutin. Dengan mencatat data keuangan, pemilik usaha dapat mengukur sejauh mana bisnis mereka mencapai tujuan dan target yang telah ditetapkan. Analisis kinerja yang teratur membantu menilai efektivitas strategi bisnis, mengidentifikasi area di mana perbaikan diperlukan, serta mengevaluasi efisiensi penggunaan sumber daya. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang kinerja bisnis, UMKM dapat melakukan penyesuaian strategis yang sesuai untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

Hasil yang diperoleh Tim dalam melakukan pengabdian di Kelurahan Ngletih secara kualitatif hasil pelaksanaan pendampingan dari mahasiswa yang melakukan kuliah kerja nyata (KKNT) terlaksana dengan baik dan sesuai dengan harapan. Hal ini terbukti dengan tercapainya beberapa program yang terlaksana ditambah dengan kegiatan-kegiatan ringan diluar program kerja yaitu membantu program kerja desa. Program kerja yang telah tercapai antara lain :

- a. *Re branding* produk pada salah satu UMKM di Kelurahan Ngletih, yaitu produk minuman sari ketan hitam yang lebih menarik dan keunikan logo dapat menjadi solusi untuk meningkatkan citra produk dan daya beli produk. Minuman tersebut masih belum terlalu banyak diketahui oleh masyarakat di luar kelurahan Ngletih. Ini menjadi peluang yang besar apabila dibuka sebuah kemitraan dalam pemasaran dan distribusi, sehingga sebagai usaha berantai yang mampu menggerakkan perekonomian masyarakat khususnya Kelurahan Ngletih dan sekitarnya.
- b. Pengenalan digital marketing sebagai promosi produk. Memperhatikan hasil diskusi selama jalannya materi, beberapa masyarakat belum terlalu mengetahui bagaimana cara menggunakan digital marketing yang efisien dan efektif dalam mempromosikan produk. Tim pengabdian membantu UMKM dalam mengenalkan dan memasarkan produk menggunakan digital marketing/ sosial media dan platform e commerce.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil observasi Tim Pengabdian kepada Masyarakat di Kelurahan Ngletih, antusiasme masyarakat untuk mampu mengembangkan usahanya dengan mengupgrade kemampuannya dengan pemasaran produk UMKM nya mampu menjadikan harapan baru bagi pemerintah.. Dengan motivasi dan semangat baru maka diharapkan kesejahteraan masyarakat akan meningkat. Pendampingan yang dilakukan Tim masih menjadi langkah awal untuk mewujudkan harapan masyarakat, dengan perluasan usaha menggunakan teknologi digital dalam meningkatkan kinerja usaha dan partisipasi masyarakat. Hasil-hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa strategi digital marketing menjadi salah satu langkah efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan, sedangkan aplikasi pembukuan digital mampu membantu masyarakat dalam menyusun pembukuan.

REKOMENDASI

Diharapkan program sosialisasi yang telah berjalan bisa dilanjutkan secara terstruktur, sehingga masyarakat benar benar bisa menjalankan pemasaran digital dan pembukuan. Sehingga setelah sosialisasi tidak langsung dilepas namun diberikan pendampingan secara berkala hingga UMKM mampu memanfaatkan teknologi dengan maksimal.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada 1) Kepala Kelurahan Ngletih yang telah memfasilitasi memberikan sarana dan prasarana kegiatan pengabdian masyarakat 2) Peserta sosialisasi yaitu semua pemilik usaha UMKM di Kelurahan Ngletih 3) Universitas Nusantara PGRI Kediri.

DAFTAR PUSTAKA

- Asep Hidayat, Surya Lesmana, Z. L. (2022). Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707–6714.
- Hakimah; Muslih. (2016). Penerapan Strategi 7T Bisnis Ritel Dalam E-Commerce (On-Line Shop) Oleh Swalayan Golden Sebagai Media Pemasaran. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kediri*, 1(2), 91–102. [http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/ekonika/issue/view/april 2018](http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/ekonika/issue/view/april%202018)
- Hakimah, E. N., Thoyib, A., Noermijati, A., & Wijayanti, R. (2023). *Building the Competitiveness of Traditional Retail Supply Chain Management Through the Actualization of Pancasila Values (Empirical Evidence of Traditional Javanese Retail in Kediri , East*. Atlantis Press International BV. <https://doi.org/10.2991/978-94-6463-008-4>
- Kediri, R. (2024). Profil Desa Ngletih, Kandat, Kabupaten Kediri: Melihat Geliat UMKM Warga yang Maju. *Radar, Kediri*.