

PENDAMPINGAN TATA KELOLA BISNIS MELALUI DIGITAL MARKETING PADA UMK DI DESA MANIS KECAMATAN PULAU RAKYAT KABUPATEN ASAHAN

**Nisfu Fhitri¹, Maulana Septian Frananda Putri², Dini Raudiani³, Budi Rizki
Syahputra⁴**

Universitas Asahan

Email: ¹nisfufitriuna@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang ditujukan untuk masyarakat terkhusus untuk para pelaku bisnis rumahan atau UMK dan pihak terkait lainnya di Desa Manis Kecamatan Pulau Rakyat Kabupaten Asahan. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan edukasi maupun pelatihan tentang pentingnya upaya peningkatan pengelolaan bisnis UMK kepada para pelaku bisnis rumahan yang ada di Desa Manis Pulau Rakyat. Dalam pelaksanaannya pelaku UMK harus memiliki manajemen yang dimana dalam prosesnya terdapat suatu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, koordinasi, dan pengawasan agar UMK yang dijalankan menghasilkan produk terbaik sehingga mendapatkan *profit/* keuntungan yang maksimal. Untuk itu kegiatan pengabdian ini memiliki point penting utama yaitu pendampingan dan pelatihan bisnis rumahan (UMK), pendampingan digital marketing melalui pembuatan akun *google maps*. Hasil dari kegiatan pengabdian ini berisi tentang kemajuan pelaksanaan pengabdian, data- data yang diperoleh, serta analisis yang telah dilakukan dalam kegiatan pengabdian.

Kata Kunci: Tata Kelola, Digital Marketing, UMK

ABSTRACT

Community service activities aimed at the community, especially for home-based businesspeople or UMK and other related parties in Manis Village, Pulau Rakyat District, Asahan Regency. This activity aims to provide education and training on the importance of efforts to improve UMK business management to home-based business people in Manis Village, Pulau Rakyat. In its implementation, UMK actors must have management where in the process there is a planning, organizing, directing, coordinating, and supervising so that UMK that are run produce the best products so that they get maximum profit / profit. For this reason, this service activity has the main important points, namely assistance and training for home businesses (UMK), digital marketing assistance through creating a Google Maps account. The results of this service activity contain the progress of the implementation of service, the data obtained, and the analysis that has been carried out in the service activities.

Keywords: Governance, Digital Marketing, UMK

PENDAHULUAN

UKM merupakan suatu usaha produktif yang dimiliki perorangan atau individu maupun suatu badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Dalam pelaksanaannya pelaku UKM harus memiliki manajemen yang dimana dalam prosesnya terdapat suatu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, koordinasi, dan pengawasan agar UKM yang dijalankan menghasilkan produk terbaik sehingga mendapatkan

profit/ keuntungan yang maksimal.

Program sosialisasi dan edukasi pendampingan pengelolaan manajemen keuangan dan pemasaran produk UKM di Desa Manis kecamatan Pulau Rakyat kabupaten Asahan. Desa Manis merupakan salah satu desa di Kecamatan Pulau Rakyat, Kabupaten Asahan Provinsi Sumatera Utara. Desa Manis terbagi menjadi 7 (tujuh) dusun dimana 5 (lima) dusunnya yaitu dusun II, III, IV, VI, dan dusun VII adalah perkampungan sementara 2 (dua) dusun merupakan perkebunan yaitu dusun I dan dusun V. Pada observasi yang dilakukan, banyak UKM yang masih belum memasarkan produk mereka melalui pemasaran online atau digital marketing. Daya saing UMK untuk menjadi industri kreatif dengan desain dan kualitas produk melalui aplikasi iptek (ilmu pengetahuan dan teknologi) dan kewirausahaan sehingga kecintaan masyarakat terhadap produk dalam negeri meningkat (Wati, et al., 2020).

Di Desa Manis terdapat beberapa UKM di setiap dusun, yang terdiri dari pembuatan tahu, tempe, produksi pisang sale, keripik, produksi susu soya hingga produksi susu kambing shapera.usaha yang dalam hal ini termasuk juga kriteria usaha dalam lingkup kecil atau juga mikro. Usaha ini belum memiliki digital marketing yang sederhana sehingga gambaran pemasaran online hingga keluar daerah belum terlaksana, sebelum dipasarkan melalui digital marketing, maka dibutuhkan pengemasan yang akan menarik minat konsumen. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa perlunya solusi atas permasalahan tersebut salah satunya yaitu pemanfaatan teknologi melalui Digital Marketing sebagai salah satu cara untuk meningkatkan keunggulan bersaing (Saputra, D. H., dkk, 2020;). Setiap bisnis sudah pasti berharap agar usaha tersebut mampu bertahan dan berkembang kemudian selanjutnya diperoleh keuntungan.

Salah satu persiapan yang harus disiapkan oleh pelaku UKM sebelum terjun ke *marketplace* yaitu adanya lokasi atau alamat lengkap UKM yang dapat dengan mudah diakses secara real time atau disebut juga dengan *Google Maps*. Masyarakat sasaran dalam program ini adalah para pelaku UKM yang memiliki masalah maupun kekurangan pengetahuan tentang pentingnya kemasan yang menarik dan pemasaran yang baik secara *offline* maupun *online* dalam pelaksanaannya yang ada di Desa Manis Kecamatan Pulau Rakyat Kabupaten Asahan.

Target kegiatan ini adalah untuk meningkatkan aktivitas penjualan produk dengan memanfaatkan pemasaran secara offline dan online berdasarkan permasalahan yang ada (Ali, H. 2013). Luaran yang diharapkan dari kegiatan ini adalah mitra memiliki *marketplace*, mampu mengembangkan media sosial dan mampu meningkatkan penjualan atas produknya dengan menambah fasilitas produk (Hendarsyah, D, 2020).

Pendampingan pembuatan *Google Maps* pada pelaku UKM maka perlu adanya kegiatan pendampingan lainnya melalui pengabdian pada Masyarakat yang dilakukan oleh peserta PKM Fakultas Ekonomi Universitas Asahan sebagai bentuk Pengabdian pada Masyarakat dengan tema “UNA Membangun Desa”.

METODE

Metode pelaksanaan pada program kegiatan ini dilakukan dengan beberapa tahapan, yaitu sebagai berikut :

1. Perencanaan

- a. Peninjauan Lokasi

Peninjauan lokasi yaitu untuk mendapatkan informasi dari permasalahan yang dihadapi mitra akan minimnya pengetahuan pengemasan yang higienis dan menarik serta minimnya pengetahuan tentang pemasaran lewat Digital Marketing dan permasalahan lainnya dengan cara melakukan observasi langsung.

- b. Persiapan yang dilakukan pada pelaksanaan kegiatan ini adalah membuat pendampingan pembuatan pembukuan sederhana secara manual serta edukasi dan pendampingan lainnya seperti sosialisasi digital marketing bagi pelaku UKM di Desa Manis kecamatan pulau rakyat Kabupaten Asahan.
2. Pelaksanaan
 - a. Tahap perencanaan kegiatan
Tim PKM Fakultas Ekonomi Universitas Asahan pada awal kegiatan mengundang para pelaku UKM desa Manis kecamatan pulau rakyat Kabupaten Asahan dan selanjutnya tim pelaksana menentukan sasaran UKM yang ada di desa tersebut.
 - b. Selama proses kegiatan
Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada tanggal 11 Maret 2023 di Aula kantor Balai Desa Manis Kecamatan Pulau Rakyat Kabupaten Asahan. Peserta yang ikut serta dalam kegiatan ini sebanyak 26 orang sekaligus pelaku UKM yang ada di Desa Manis. Secara keseluruhan pada saat pelaksanaan kegiatan berlangsung dibantu oleh perangkat desa.
 - c. Tahap akhir kegiatan
Pada akhir kegiatan ini untuk mengukur keberhasilan dari program pendampingan tata kelola bisnis UKM melalui digital marketing pembuatan *Google Maps*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses pengabdian kepada masyarakat yang telah terlaksana melalui sosialisasi Pendampingan Tata Kelola Bisnis UKM di Desa Manis Kecamatan Pulau Rakyat Kabupaten Asahan. Dengan terlaksananya proses pengabdian kepada masyarakat maka diharapkan adanya perubahan kearah yang lebih baik dari sebelumnya yang ditujukan kepada para pelaku UKM maupun masyarakat lainnya yang ada di desa Manis.

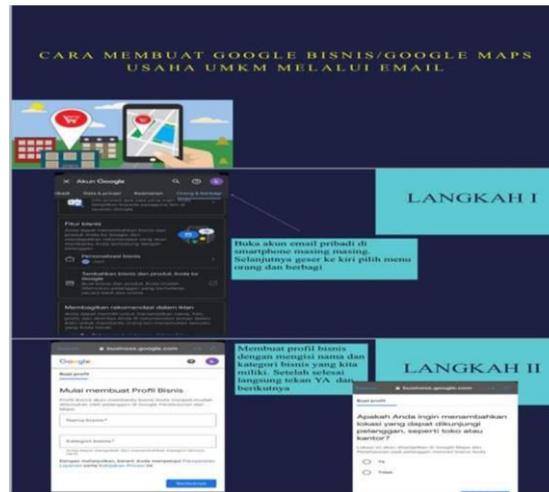
Digital marketing adalah pemasaran atau promosi suatu produk melalui media digital. Salah satu media digital marketing yang sangat mudah dan sering digunakan adalah *Google Maps*, dimana *Google Maps* dapat digunakan untuk membantu agar bisnis para pelaku UMK dapat ditemukan diberbagai produk.



Gambar 1. Proses penyampaian materi Pelatihan dan Penyuluhan Digital Marketing melalui *Google Maps* Oleh Pemateri

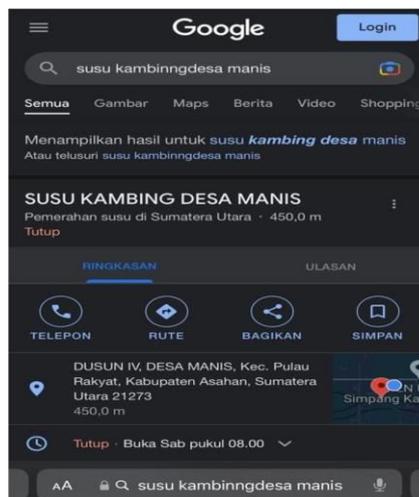
Pelatihan dan penyuluhan Pembuatan *Google Maps* pada bagian ini pemateri menyampaikan serta memberikan pemahaman kepada para pelaku UMKM tentang manfaat yang bisa dirasakan para pelaku UMKM selain usaha mereka memiliki alamat yang jelas, yakni konsumen dapat melihat Nomor *Handphone* dan cara pemesanan, konsumen bisa

mengetahui jarak yang ditempuh dari rumah untuk sampai ke lokasi produksi, selain itu konsumen lebih menghargai waktu produsen karena sudah dilengkapi fitur otomatis usaha tersebut menggunakan fitur jam operasional.



Gambar 2. Slide Materi cara pembuatan *Google Maps*

Selain itu juga dapat membantu para pelaku usaha supaya mereka lebih berkembang. Salah satu contoh *Google Maps* yang telah dibuat seperti pada gambar sebagai berikut :



Gambar 3. Salah satu contoh digital marketing melalui *google maps* pada usaha UKM di Desa Manis

Evaluasi dilakukan melalui kuesioner yang berisi tanggapan tentang pembuatan serta pengenalan Digital Marketing melalui *Google Maps*. Berdasarkan kuesioner, dapat dirangkum bahwa peserta memiliki beberapa tanggapan mengenai hal tersebut yaitu hampir seluruh peserta sepakat bahwa pembuatan Akun *Google Maps* dengan melihat penggunaan fitur-fitur yang tersedia dan yang disampaikan selama penyuluhan pendampingan sangat diperlukan bagi pelaku bisnis.

Luaran yang dicapai dari kegiatan pengabdian masyarakat meliputi beberapa jenis, yaitu:

1. Bagi peserta, luaran yang dicapai yaitu peningkatan pemahaman ilmu Keuangan

- pemasaran dan Digital Marketing melalui pembuatan Akun *Google Maps*. Dilihat dari hasil evaluasi tentang pemahaman melalui kuesioner dan evaluasi dari cara bisnis online penggunaan android.
2. Bagi tim pengabdian, luaran yang dicapai adalah draf modul yang dapat digunakan untuk perbaikan selanjutnya atau menjadi rujukan
 3. Publikasi pada media online, yaitu website <https://inewsrakyat.com/mahasiswa-kknt-mbkm-2023-fe-una-besama-camat-pulau-rakyat/>

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan membuat akun *Google Maps* dimana para konsumen bisa mengakses alamat para pelaku UKM yang ada di Desa Manis Kecamatan Pulau Rakyat. Berdasarkan hasil kegiatan pada pendampingan Tata Kelola Bisnis UKM melalui digital marketing di Desa Manis Kecamatan Pulau Rakyat Kabupaten Asahan, dari daftar pertanyaan menyatakan sangat bermanfaat bagi mereka dan peserta secara umum telah dapat membuat akun *Google Maps* sendiri menggunakan *Smartphone* pribadi mereka serta memiliki antusias yang tinggi para UKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, G & Kotler, P. (2018). *Principles of Marketing (Seventh Ed)*. Harlow, United Kingdom.
- Anandita ZP, Ningrum P, Lulu AN, dan Deden P. 2021. 'Modernisasi Strategi UMKM Resistensi Usaha di Masa Pandemi Covid-19'. *Al Khidmat Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*. <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/al-khidmat/index>
- Deanta, 2016, *Memahami Pos Pos dan Angka Angka dalam Laporan Keuangan Untuk Orang Awam*, Yogyakarta, Gaya Media
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(2), 62-76.
- Hendarsyah, D. (2020). Pemasaran Digital Dalam Kewirausahaan. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 25-43. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.209>
- Hoiruddin, M.A Dkk, (2016), *Menumbuhkan Minat Baca Sejak Dini Ditaman Baca Masyarakat*, *Journal An-nafs* 1 (2) 291-319 Desember 2016
- Kotler, Amstrong. 2012. *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Edisi Lima Belas Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kusuma, D, F & Sugandi M, S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi* Vol 3, No 1
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and*
- <http://jurnal.una.ac.id/index.php/rambate>

Action, 2(2), 119-130.

Riadi M. (2019) Home Industri (Fungsi, Manfaat, Jenis Usaha, Keunggulan dan Kelemahan).

S. Munawir Drs. *Akuntan Analisa Laporan Keuangan*, Edisi ke Empat 2004.

Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, R., Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah. Yayasan Kita Menulis. Yayasan Kita Menulis.

Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 92-96.

Solihin, Ismail, *Manajemen Strategik*, Jakarta , Erlangga 2012 Wati, et al., (2020). Digital Marketing. PT. Literindo Berkah Jaya.