

PENGOPTIMALAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI MEDIA PEMASARAN DAN PELAPORAN KEUANGAN PADA UMKM PRODUKSI PEYEK

Bima Bramantya Megantara¹, Nugraeni²

bimabramantya11@gmail.com¹, nugraeni@mercubuana-yogya.ac.id²

Universitas Mercubuana Yogyakarta

ABSTRAK

Digital marketing merupakan salah satu strategi pemasaran yang sangat efektif di kalangan dunia, terutama bagi pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah), dampak yang bisa diambil salah satunya pemanfaatan perkembangan teknologi sebagai salah satu media pemasaran. Teknologi pemasaran secara online atau biasa disebut dengan digital marketing memiliki peran penting untuk mencapai pasar yang lebih luas . dengan jangkauan yang lebih luas diharapkan bisa membantu meningkatkan penjualan bagi pelaku usaha UMKM. Laporan keuangan pada UMKM juga harus dilakukan karena hal ini mempengaruhi tumbuh kembang usaha para pelaku bisnis. Walaupun itu sederhana dengan contoh Laporan laba rugi, Laporan posisi Keuangan dan lain-lain. Bagi UMKM, laporan keuangan yang terstruktur dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kondisi finansial dan membantu dalam menyusun strategi bisnis yang tepat. Maka dari itu digital marketing dan laporan keuangan pada pelaku usaha UMKM sangat penting. Banyak juga yang sudah menggunakan media sosial sebagai sarana promosi dan sudah membuat laporan keuangan. Namun ada juga yang kurang pemahaman tentang digital marketing, maka sebab itu dilakukan kegiatan pengabdian Masyarakat dengan metode pendampingan secara langsung kepada Pelaku UMKM Peyek Mbah Warso dikampung Gaswangi, Padukuhan Nengahan, Kapanewon Srandakan, dimulai dari survey observasi hingga Identifikasi khusus dengan cara wawancara mulai dari kendala yang dialami pelaku usaha dalam menggunakan platform digital sebagai media pemasaran dan laporan keuangan. Dengan pendampingan optimalisasi digital marketing tersebut diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar serta menjadikan produk mempunyai nilai jual dan dengan pengabdian ini ditekankan untuk selalu mencatat pendapatan dan pengeluaran agar rapi dan mudah untuk mengetahui laba ruginya.

Kata kunci : Digital Marketing, UMKM, Laporan Keuangan.

ABSTRACT

Digital marketing is one of the most effective marketing strategies in the world, especially for MSME players (Micro, Small and Medium Enterprises), the impact that can be taken is one of them utilizing technological developments as a marketing medium. Online marketing technology or commonly referred to as digital marketing has an important role in reaching a wider market. with a wider reach, it is hoped that it can help increase sales for MSME businesses. Financial reports on MSMEs must also be carried out because this affects the business growth and development of business people. Even though it is simple with examples of income statements, statements of financial position and others. For MSMEs, structured financial reports can provide a clear picture of financial conditions and help in developing the right business strategy. Therefore, digital marketing and financial reports in MSME businesses are very important. Many have also used social media as a means of promotion and have made financial reports. However, there are also those who lack understanding of digital marketing, therefore community service activities are carried out with a direct assistance method to Peyek Mbah Warso MSME players in Gaswangi village, Padukuhan Nengahan, Kapanewon Srandakan, starting from observation surveys to special identification by means of interviews starting from the obstacles experienced by business actors in using digital platforms as marketing media and financial reports. With the assistance of digital marketing optimization, it is hoped that it can expand market reach and make products have selling value and with this service it is emphasized to always record income and expenses so that it is neat and easy

to find out the profit and loss.

Keywords: *Digital Marketing, Msmes, Financial Statements.*

PENDAHULUAN

Perkembangan era digitalisasi, Hal yang harus kita ketahui terlebih dahulu yaitu pengertian dari digital marketing, digital marketing adalah suatu model pemasaran atau mempromosikan produk apapun itu melalui segala jenis media digital baik dari jaringan internet atau jaringan lain yang saling terhubung. Perkembangan dari era digitalisasi membawa banyak perubahan yang signifikan diberbagai bidang, terutama pada bidang bisnis. Perkembangan salah satu dari segi bisnis yaitu dari penjualan dan pembelian yang dulunya hanya melalui offline atau datang langsung ke toko, sekarang bisa melalui online atau pembelian secara tidak langsung melalui internet tanpa harus kita keluar rumah, tinggal klik-klik barang yang kita pilih . Perubahan ini berpengaruh besar terhadap pelaku bisnis, memudahkan dan juga membuat perkembangan bisnis yang sangat baik. Dampak dari era digitalisasi ini tidak hanya dirasakan oleh pembisnis besar, ini juga dapat dirasakan pada usaha dengan skala kecil, menengah untuk mencapai pasar global.

Menurut Pangestika (2018), manfaat dari digital marketing bagi perusahaan dalam kegiatan pemasaran produk ataupun jasa adalah sebagai berikut:

1. Kecepatan Penyebaran. Strategi pemasaran dengan menggunakan media digital dapat dilakukan dengan sangat cepat, bahkan dalam hitungan detik. Selain itu, digital marketing dapat diukur secara real-time dan tepat.
2. Kemudahan evaluasi. Menggunakan media online, hasil dari kegiatan pemasaran dapat langsung diketahui. Informasi seperti berapa lama produk dilihat, berapa persen konversi penjualan dari setiap iklan dan sebagainya.
3. Jangkauan lebih luas. Jangkauan geografis dari digital marketing yang luas menyebarkan produk ke seluruh dunia hanya dengan beberapa langkah mudah dengan memanfaatkan internet.

Instagram, WhatsApp, Tiktok, facebook dan lainnya sebagai platform yang sering digunakan sebagai sarana pemasaran secara online, baik itu penjualan, pembelian barang dan jasa. Aplikasi yang mudah digunakan dan sering digunakan yaitu WhatsApp, terutama pada aplikasi whatsapp bisnis, disitu juga merupakan salah satu platform yang mudah digunakan bagi banyak orang, selain itu juga fitur-fitur yang ada didalamnya banyak menyajikan fitur yang bagus untuk bisnis, ada katalog produk, pesan otomatis, profil bisnis dan lainnya. Keberadaan platform ini diharapkan dapat membantu atau mendorong usaha bagi para pelaku UMKM untuk bisa bersaing di pasar besar.

Tidak lupa juga dengan pengelolaan keuangan atau laporan keuangan terhadap bisnis atau usaha yang dijalankan agar bisnis berkembang, selain dari segi pemasaran juga berkembang dari segi keuangan melalui pengelolaan laporan keuangan yang benar agar juga bisa melihat apakah bisnis kita mengalami keuntungan ataupun tidak, dari situ kita bisa membaca apa yang harus dilakukannya untuk bisnis kita kedepan. Laporan keuangan merupakan suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas (Warsadi et al., 2017).

Produksi peyek Mbah Warso, yang berada di kampung gaswangi, di daerah Kapanewon Srandakan mempunyai kendala permasalahan dibagian pemasaran digitalisasi dan pencatatan laporan keuangan yang kurang maksimal. Maka dari itu diperlukan adanya kegiatan pengabdian Masyarakat secara khusus di UMKM produksi peyek Kampung Gaswangi, Kapanewon Srandakan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa pendampingan dan optimalisasi pemasaran produk jamu khususnya branding merk melalui

digital marketing guna memperluas jangkauan pasar serta memanfaatkan fitur yang terdapat dalam platform digital, juga melakukan pencatatan laporan laba rugi keuangan.

METODE PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan di UMKM rumah produksi peyek Kampung Gaswangi, Kapanewon Srandakan, Kabupaten Bantul yaitu produksi Peyek Mbah Warso. Beberapa metode yang digunakan sebagai berikut:

Tahap indentifikasi khusus

Identifikasi khusus dilakukan untuk menentukan fokus masalah yang dihadapi pelaku UMKM dalam menghadapi era digitalisasi dan juga mempertahankan daya saing produk yang dijual.

Tahap Pendampingan

Pelaksanaan pendampingan dalam pengoptimalan Digital Marketing dan penulisan laporan keuangan guna membuat daya Tarik pelanggan menjadi lebih tinggi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Awal kegiatan pengabdian Masyarakat ini dimulai dari survey tempat di daerah kampung Gaswangi, Pedukuhan Nengahan, Kapanewon Srandakan, Kabupaten Bantul. UMKM dengan produksi Peyek memproduksi peyek dengan 4 varian, yaitu ada peyek kacang, peyek dele, peyek brul, dan peyek greh.

Setelah melakukan survey tempat tahap berikutnya yaitu tahap observasi atau identifikasi masalah khusus yang dihadapi anggota produksi peyek. Identifikasi khusus dilakukan dengan cara wawancara mulai dari kendala yang dialami anggota dalam menggunakan platform digital sebagai media pemasaran dan laporan keuangan.

Terdapat pelaku UMKM dari produksi peyek yaitu bapak Sujiono sudah memproduksi peyek penerus usaha dari orangtuanya yang sudah mulai sejak tahun 1960 yang berproduksi di alamat Gaswangi, Nengahan, Trimurti, Srandakan hingga sekarang. Penjualan peyek yang awalnya di daerah sekitar hingga berjualan di kios pasar sampai dengan saat ini. Dengan pendampingan optimalisasi digital marketing diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar serta mampu menjadikan produk yang dijual mempunyai nilai jual yang lebih dibandingkan dengan produk lainnya. Pencatatan laporan keuangan sudah juga dilakukan, tetapi masih kurang maksimal dan itu tidak setiap hari, maka dari itu dengan pengabdian ini ditekankan untuk selalu mencatat pendapatan dan pengeluaran agar rapi dan mudah untuk mengetahui laba ruginya.



KESIMPULAN

Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan diharapkan mampu membantu pelaku UMKM dalam mengelola laporan keuangan dan memaksimalkan

pemanfaatan platform digital marketing khususnya untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan nilai jual produk. Hasil dari kegiatan pengabdian mampu menjadi pedoman bagi pelaku UMKM dalam menjadikan teraturnya pencatatan laporan keuangan dan membuat konten promosi atau iklan produk dalam optimalisasi penggunaan platform media sosial sebagai media pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwi Astuti, W., & Nugraeni. (2023). Mengenal Dunia Digital : Edukasi dan Pendampingan Digital Marketing Kepada UMKM. In *Jurnal Masyarakat Mengabdikan Nusantara (JMMN)* (VOL.2).
- Nugraeni., & Janah, W. I. I. (2023). Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana pada Warung Kelontong di Dusun Kuncen Tegaltirto Berbah Sleman. *Jurnal Inovasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 407–412.
- Hasyiyati Winda Pratiwi, N., & Nugraeni. (2023). PELATIHAN PEMBUATAN LAPORAN KEUANGAN SEDERHANA PADA UMKM DI DESA KARANGLANGU. In *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 3).
- Siregar, G., Arda, M., Damanik, W. S., Saragih, S. A., Popy, P., & Zulham, M. (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Kelompok Tani Keloria. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 29(1), 60–63.
- Budi, A. R., & Sari, D. A. (2021). Pemberdayaan UMKM dengan pendekatan digital marketing: Studi kasus pada UMKM makanan di Kota Yogyakarta. *Jurnal Pengabdian Masyarakat UMKM*, 15(2), 102-115.
- Nulhakim, A. R., Maulana, A., Ria, A. M., Septyani, D. A., Setianingrum, D. W., Hikmah, F. N., Agustiani, F., Fadhiya, K., IA, M. K., & Muhamad, R. (2022). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Unggul melalui Inovasi Pemasaran dan Optimalisasi Digital Marketing di Desa Banjarwaru Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor (Studi Kasus: UMKM Makyusss dan UMKM Happy Cake & Cookies). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 1(7), 579–586.