

PENINGKATAN KETERAMPILAN BISNIS PELAKU UMKM HANDY CRAFT MELALUI PELATIHAN DIGITAL MARKETING DAN KEUANGAN

Fandi Fatoni¹⁾; Anang Kistyanto²⁾; Ulil Hatono³⁾; R.A. Sista Paramita⁴⁾; Bima Yatna Anugerah Ramadhani⁵⁾

¹⁾ fandifatoni@unesa.ac.id, Fakultas ekonomika Dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya

²⁾ anangkistyanto@unesa.ac.id, Fakultas ekonomika Dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya

³⁾ ulilhartono@unesa.ac.id, Fakultas ekonomika Dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya

⁴⁾ sistaparamita@unesa.ac.id, Fakultas ekonomika Dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya

⁵⁾ bimaramadhani@unesa.ac.id, Fakultas ekonomika Dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya

Article Info:

Keywords:

Digital marketing,
Financial literasi,
UMKM.

Article History:

Received : November 24, 2023

Revised : March 15, 2024

Accepted : Apr 02, 2024

Article Doi:

Abstract

This Community Service activity is focused on handicraft MSMEs in Kapas District, Bojonegoro Regency, which are productive community groups. Problem identification shows two main problems: digital marketing integration and financial literacy. The purpose of this activity is to increase knowledge and understanding of digital marketing and financial literacy for handicraft MSMEs in the region. The training methods used were tutorial and lecture techniques. The results of the training in Klampok Village, Kapas Sub-district, Bojonegoro, showed that Handicraft MSME partners needed support in strengthening marketing through digital marketing and improving financial management, both in business and family, to achieve prosperity. Thus, this activity has the potential to have a positive impact on the development of handicraft MSMEs and the improvement of community welfare in the region.

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini difokuskan pada UMKM handycraft di Kecamatan Kapas, Kabupaten Bojonegoro, yang merupakan kelompok masyarakat produktif. Identifikasi masalah menunjukkan dua permasalahan utama: integrasi digital marketing dan literasi keuangan. Tujuan dari kegiatan ini adalah meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang pemasaran digital dan literasi keuangan bagi UMKM handycraft di wilayah tersebut. Metode pelatihan yang digunakan adalah teknik tutorial dan ceramah. Hasil pelatihan di Desa Klampok, Kecamatan Kapas, Bojonegoro, menunjukkan bahwa mitra UMKM Handycraft membutuhkan dukungan dalam memperkuat pemasaran melalui digital marketing serta meningkatkan manajemen keuangan, baik dalam usaha maupun keluarga, untuk mencapai kesejahteraan. Dengan demikian, kegiatan ini berpotensi memberikan dampak positif bagi pengembangan UMKM handycraft dan peningkatan kesejahteraan masyarakat di wilayah tersebut.

Kata Kunci: digital marketing, literasi keuangan, UMKM.

PENDAHULUAN

Wilayah kecamatan Kapas merupakan salah satu dari lima kecamatan termaju di Bojonegoro (Sholikhah, 2023). Kapas menempati peringkat keempat setelah Kecamatan Kadungadem, dengan jumlah desa sebanyak 21 desa. Upaya pengembangan UKM kerajinan tangan sudah beberapa kali dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja (disperinaker) melalui program pengembangan sentra

berbagai kerajinan di desa Sambiro dan Ngampel di kecamatan Kapas (antaranews.com, 2018). Kerajinan tangan lainnya yang banyak diproduksi di wilayah kecamatan Kapas ini diantaranya kerajinan rajut dan ragam anyaman bambu. Selain itu, juga sektor kerajinan tangan berupa mahar dan souvenir pernikahan. Digitalisasi memberi peluang besar bagi peningkatan pasar Usaha Kecil dan Menengah (UMKM). Pelaku UMKM dituntut menjadi bagian dari komunitas global dengan pemanfaatan teknologi informasi melalui e-commerce, agar dapat survive menghadapi persaingan. Menurut (Kuswanto, 2019), strategi bisnis dalam pemasaran dan promosi produk UKM dengan media sosial internet merupakan salah satu hal yang perlu dilakukan dalam upaya memperluas jejaring pasar. Digitalisasi juga berdampak pada perubahan selera belanja konsumen dari belanja konvensional menjadi belanja melalui aplikasi atau via digital dengan alasan lebih praktis, cepat, tanpa biaya tambahan, meskipun pasar konvensional menawarkan fasilitas fisik yang sangat nyaman dan hampir tidak ada celah (Rohimah, 2019).

Strategi meningkatkan penjualan di era digital harus memperhatikan aspek kemudahan, efisiensi, harga, kemudahan pembayaran, dan pelayanan yang baik (Sari, 2020). Bentuk pemasaran digital salah satunya adalah website. Media promosi dalam bentuk website adalah media yang lebih murah dibandingkan dengan media promosilainnya misalnya media cetak dan media massa. Situs web memiliki fungsi yang lebih luas tetapi diperlukan pengoptimalan pemanfaatan web dengan cara memperhatikan isi atau konten dari web (Fattah, 2020). Hal serupa juga diungkapkan (Fristanto, 2014), mempromosikan produk dengan menggunakan website akan lebih banyak menguntungkan, juga mempermudah proses pengembangan dan dapat menghemat biaya. Sehingga penting bagi UMKM untuk menyesuaikan strategi pemasarannya sesuai dengan tuntutan konsumen.

Globalisasi menjadi tantangan terbesar yang dihadapi oleh UMKM saat ini. Batas masing-masing negara yang hampir tidak ada menjadikan dunia tanpa batas (borderless). Tantangan globalisasi juga dirasakan oleh para pelaku UMKM, salah satunya adalah UMKM handicraft di Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro. UMKM handicraft Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro merupakan salah satu UMKM yang memiliki potensi. Ketersediaan bahan baku, ketrampilan membuat pola, desain dan motif yang kreatif merupakan modal utama UMKM handicraft. Akan tetapi, disamping unsur kekuatan dan tantangan yang mengiringi pertumbuhan UMKM handicraft terdapat berbagai permasalahan yang kompleks. Masalah-masalah tersebut di antaranya yaitu permasalahan bidang manajemen pemasaran serta manajemen keuangan.

Berdasarkan hasil observasi awal dengan pelaku UMKM kerajinan handicraft di Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro, diperoleh data bahwa masalah yang dirasakan para pelaku UMKM adalah permasalahan akses pasar (manajemen pemasaran) dan literasi keuangan (manajemen keuangan). Dalam bidang manajemen pemasaran masalah yang dihadapi pelaku UMKM merupakan yang paling kompleks. Para pelaku UMKM belum melakukan perluasan jaringan pemasaran secara maksimal, hal ini terbukti dari belum adanya pemanfaatan pemasaran melalui internet (e-marketing) yang optimal dan berdampak pada kurang optimalnya penjualan produk handicraft. Permasalahan yang muncul dalam bidang manajemen keuangan adalah masalah pengelolaan keuangan bagi pengrajin. Para pengrajin rata-rata tidak bisa membedakan mana uang pribadi dengan uang usahanya.

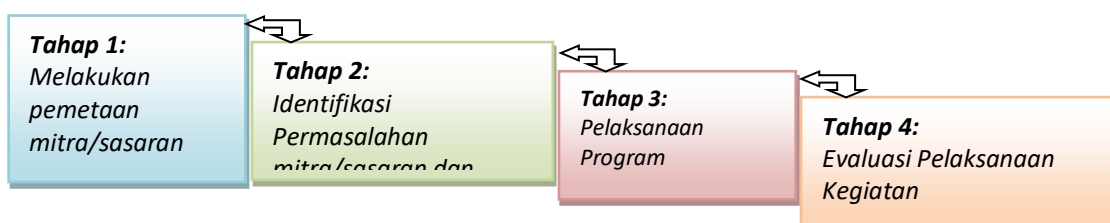
Berdasarkan hasil observasi awal tersebut, maka perlu diketahui apa upaya-upaya yang telah dilakukan untuk mengatasinya. Diduga penyebab timbulnya masalah-masalah tersebut terletak pada masalah bidang manajemen pemasaran dan manajemen keuangan, karena masalah bidang pemasaran dan keuangan merupakan masalah yang paling kompleks dan merupakan inti dari unit usaha UMKM handycraft, sehingga perlu dilakukan pelatihan terkait dua bidang manajemen tersebut. Berbagai masalah yang dihadapi oleh UMKM handycraft, jika mampu diatasi akan memberikan manfaat yang besar bagi para pelaku dan pemerintah daerah kabupaten Bojonegoro. Peningkatan pemasaran dan literasi keuangan menjadi bagian yang penting untuk dikembangkan dalam menyongsong masyarakat yang berdikari. Perluasan pasar akan meningkatkan omzet penjualan, yang berarti perluasan pasar. Hal ini dapat meningkatkan pendapatan pelaku UMKM yang berarti kesejahteraan pelaku UMKM juga meningkat.

Dari hasil identifikasi diketahui permasalahan prioritas yaitu 1) permasalahan dalam bidang pemasaran yaitu komunikasi pemasaran yang belum terintegrasi dan 2) literasi keuangan pemilik UKM yang masih rendah. Permasalahan pertama, tentang komunikasi pemasaran yang terintegrasi, disini ternyata produk UMKM handycraft belum diketahui secara luas oleh masyarakat di luar wilayah Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro. Pelaku UMKM Handycraft hanya mengandalkan konsumen yang dahulu pernah membeli produknya saja. Kendala dalam pemasaran ini adalah saat pasar sedang sepi dan belum menyebar luas. Sepinya pasar juga dipengaruhi dari kurangnya komunikasi pemasaran yang terintegrasi oleh pelaku UMKM Handycraft Kec, Kapas Kab. Bojonegoro. Permasalahan kedua, tentang literasi keuangan pada pelaku UMKM Handycraft Kec, Kapas Kab. Bojonegoro. Para pelaku UMKM Handycraft rata-rata tidak bisa membedakan mana uang pribadi dengan uang usahanya. Hal ini apabila tidak diimbangi dalam hal pengetahuan tentang manajemen keuangan, lambat laun pengelolaan keuangan bisnis handycraft akan tidak baik.

Kegiatan PkM ini berkaitan dengan penelitian terdahulu, yaitu mengenai strategi UMKM untuk bertahan di masa *work from home*. Pada penelitian tersebut, selama pandemi Covid-19 pelaku UMKM mengalami penurunan yang signifikan sehingga biaya operasional dan kebutuhan pengeluaran keluarga cenderung sama, namun tidak sebanding dengan pendapatannya sehingga strategi yang dihasilkan dalam penelitian tersebut, diimplementasikan pada kegiatan PkM.

METODE

Metode pelaksanaan pelatihan menggunakan teknik tutorial, ceramah, dan pendampingan. Lokasi pelatihan di Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro. Partisipasi mitra dalam kegiatan ini berupa dukungan penyediaan lokasi pelatihan dan dukungan dalam bentuk non financial. Dukungan non financial yang diberikan mitra adalah komitmen dari mitra untuk berperan aktif dalam kegiatan pengabdian. Alur pelaksanaan kegiatan PKM ditunjukkan pada gambar berikut:



HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis situasi, sasaran yang akan dibantu melalui kegiatan pengabdian ini adalah UKM Handycraft Bojonegoro. Hasil pelacakan data dan wawancara mengenai mitra, dilakukan oleh tim untuk memastikan bahwa mitra yang dipilih benar-benar memerlukan pendampingan untuk membantu kelangsungan bisnisnya. Permasalahan yang terjadi pada mitra UKM Handycraft Bojonegoro yang pertama berkaitan dengan masalah pemasaran, di mana semakin ketatnya persaingan, maka digital marketing harus mulai dipelajari dan digunakan oleh pelaku UKM Handycraft untuk tetap dapat bersaing dalam bisnis Handycraft. Permasalahan yang kedua berkaitan dengan Literasi keuangan, dimana banyak Pelaku UKM Handycraft di Bojonegoro belum melakukan manajemen keuangan dengan baik. Kegiatan PKM ini dilakukan dengan cara luring, dimana tim PKM akan melakukan pelatihan secara Luring dan pendampingan berkala secara hybrid. Media yang digunakan untuk berkomunikasi adalah Whatsapp Grup dan video serta foto dokumentasi untuk menunjukkan aktivitas mitra selama melaksanakan program PKM ini.

Pada tanggal 5 Agustus 2023 melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan mitra sasaran adalah Pelaku UKM Handycraft di Bojonegoro. Kegiatan pelatihan dilaksanakan di salah satu ruang PAUD, Balai Desa Klampok, Kecamatan Kapas, Bojonegoro. Penyampaian materi pelatihan dilakukan dengan bantuan LCD Proyektor, sehingga proses komunikasi dapat berlangsung dengan baik terutama pada saat penyampaian materi. Pada saat pelatihan ini pula banyak sekali pertanyaan yang ditanyakan oleh peserta pelatihan, diantaranya mengenai: cara membuat Instagram, bagaimana mendapat banyak follower, bagaimana membuat konten yang menarik, dan lain sebagainya. Pada materi yang pertama yaitu tentang marketing produk secara digital (online) yang optimal dan efektif untuk bisnis.

Marketing atau pemasaran merupakan salah satu hal penting yang harus dilakukan ketika menjalankan sebuah usaha, baik usaha baru maupun usaha lama yang telah dirintis bertahun-tahun lamanya. Sebelum menjalankan marketing, pertama kali yang harus dilakukan adalah menentukan konsep marketing serta strategi pemasaran yang efektif dalam menjual produk. Dengan banyaknya usaha yang bermunculan saat ini, maka perlu adanya strategi pemasaran yang tepat agar dapat menarik minat para konsumen. Meskipun sulit, namun jika fokus dalam merencanakan strategi pemasaran tersebut, maka bukan tidak mungkin usaha dapat tumbuh berkembang menjadi besar. Strategi pemasaran digital menjadi sangat penting karena merupakan cara perusahaan untuk dapat tercapainya tujuan atau target perusahaan sehingga bertambahnya profit UKM Handycraft karena menurut Alcívar (2022), Pemasaran digital adalah alat yang diperlukan dan efektif di perusahaan, karena memungkinkan arus informasi lebih cepat, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan meningkatkan penjualan di UKM.

Materi yang ke dua yaitu tentang literasi keuangan. Pelaku UKM Handycraft diberikan penjelasan bahwa jika manajemen keuangan usaha dan manajemen keuangan keluarga belum dilaksanakan dengan baik, sehingga berpotensi

mengakibatkan terjadinya kesalahan dalam pengelolaan keuangan sehingga tujuan kelompok pengrajin yaitu tercapainya kesejahteraan keluarga sulit tercapai hal ini sejalan dengan penelitian Gosal dan Nainggolan (2023), literasi keuangan digital secara signifikan mempengaruhi perilaku keuangan dan kesejahteraan keuangan UKM, dimana perilaku keuangan memainkan peran mediasi.. Pada akhirnya setelah dilakukan pemaparan yang diberikan oleh narasumber, peserta atau pelaku UKM Handycraft menyadari pentingnya pengelolaan keuangan usaha agar mampu membedakan mana itu uang untuk bisnis dan pribadi.

PENUTUP

Simpulan dan Saran

Pelatihan digital marketing maupun literasi keuangan memberikan pemahaman mendalam tentang strategi pemasaran modern yang berfokus pada platform digital. Peserta pelatihan memperoleh pemahaman mendalam tentang konsep-konsep dasar digital marketing, media sosial, konten pemasaran, dan analisis data. Pelatihan memberikan wawasan tentang strategi pemasaran digital yang efektif, memungkinkan peserta untuk mengembangkan kampanye yang dapat menjangkau target audiens dengan lebih efisien. Serta Pelatihan menekankan pentingnya membuat dan mengikuti anggaran pribadi untuk mengelola pendapatan dan pengeluaran dengan lebih efektif khususnya pelaku UMKM handycraft, Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro. Sama seperti pengabdian lain nya, pengabdian kepada masyarakat ini memiliki beberapa hal yang harus ditingkatkan kembali seperti dipastikannya apakah pemilik umkm ini pernah memiliki sosial media atau berjualan di digital platform atau tidak karna ini dapat memberikan pandangan kepada tim pengabdian untuk memberikan materi yang sesuai dengan kebutuhan pemilik UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Soegoto, E. S., & Huda, M. N. 2019, November. Utilization of Information Technology as Online Business Marketing Media. In IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 662(3), pp. 032018

Kitchen, P. J., & Burgmann, I. 2015. Integrated marketing communication: making it work at a strategic level. *Journal of Business Strategy*, 36(4), pp.34-39.

Putra, M. Umar Maya dan Syafrida Damanik, "Meningkatkan Jiwa Kewirausahaan Petani Gunung Leuser Kabupaten Langkat", *Dedikasi Sains dan Teknologi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2021, Vol. 1, No. 1

antaranews.com Tiga Desa Bojonegoro Masuk Program Pengembangan Kerajinan

Inilah 5 Kecamatan Termaju di Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur: Kepohbaru Masuk Nggak, Nih?BojonegoroJawa TimurIndonesia

Gosal, G., & Nainggolan, R. (2023). The Influence of Digital Financial Literacy on Indonesian SMEs' Financial Behavior and Financial Well-Being. *International Journal of Professional Business Review*. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i12.4164>.

Alcívar, K., Zambrano, L., García, K., Zambrano, A., & Caballero, F. (2022). Analysis of digital marketing as a marketing strategy in SMEs in Manabi. *Minerva*. <https://doi.org/10.47460/minerva.v1ispecial.85>.