

---

---

## PELATIHAN MANAJEMEN WAKTU DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS DIGITAL MARKETING PADA UMKM KOTA DEPOK

Rini septiowati, Silvia Sari, Purwatiningsih

<sup>1,2,3</sup>Universitas Pamulang

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Akuntansi S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

\*e-mail: [dosen01402@unpam.ac.id](mailto:dosen01402@unpam.ac.id), [dosen01387@unpam.ac.id](mailto:dosen01387@unpam.ac.id), [dosen00972@unpam.ac.id](mailto:dosen00972@unpam.ac.id)

### ABSTRACT

*The general objective of this community service activity is to provide an understanding of time management in increasing digital marketing productivity for SMEs in Depok City. The development of information technology is currently very rapid. One example is the development of cell phones and the internet, their existence has an impact on various aspects of human needs. Both individual life, social and related to the world of business or business. In addition to facilitating and accelerating the process of communication and information, it can also be used in today's business world, such as: fax, sms, email, website, and the emergence of the term e-commerce or online marketing. The main problem faced by residents is the lack of knowledge in both conventional (offline) and online marketing, especially e-commerce. The lack of knowledge of residents about digital marketing inspired the Community Service team to deliver socialization and provide training on the use of this information and communication technology. If residents understand the importance of digital marketing for business business opportunities, it is hoped that they will be motivated to use digital marketing as a means of communication and business opportunities for their business, and can practice it directly by utilizing e-commerce social media such as Tokopedia, Bukalapak, OLX, Shopee., Grab, Gojek, Blibli, Lazada, and Zalora. The goals and objectives to be achieved in this community service activity are the implementation of the Introduction of Digital Marketing in an effort to increase the income of residents so that they become prosperous families. The program's output targets are scientific articles published through journals with ISSN.*

**Keywords:** digital marketing, income, productivity, time management

### ABSTRAK

Tujuan umum dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah Memberikan pemahaman tentang Manajemen Waktu Dalam Meningkatkan Produktivitas Digital Marketing Pada UMKM Kota Depok. Perkembangan teknologi informasi saat ini sangat pesat. Salah satu contohnya adalah perkembangan telepon seluler dan internet, keberadaannya memberikan pengaruh bagi berbagai aspek kebutuhan manusia. Baik kehidupan individu, sosial maupun yang terkait dengan dunia usaha atau bisnis. Selaian mempermudah dan mempercepat proses komunikasi dan informasi, juga dapat di gunakan dalam dunia usaha atau bisnis pada saat ini seperti : fax, sms, email, website, serta munculnya istilah *e-commerce* atau pemasaran online. Masalah utama yang dihadapi warga ialah kurangnya pengetahuan dalam memasarkan baik secara konvensional (offline) maupun secara online, khususnya e-commerce. Minimnya pengetahuan warga desa mengenai digital marketing menginspirasi tim Pengabdian kepada Masyarakat untuk menyampaikan sosialisasi dan memberikan pelatihan mengenai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi ini. Jika warga paham akan pentingnya digital marketing bagi peluang bisnis usaha, diharapkan mereka akan termotivasi untuk menggunakan digital marketing sebagai sarana komunikasi dan peluang bisnis untuk usahanya, serta dapat mempraktikkannya secara langsung dengan memanfaatkan media sosial e-commerce seperti tokopedia, buka lapak, OLX, Shopee, Grab, Gojek, Blibli, Lazada, dan Zalora. Tujuan dan target yang dicapai dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelaksanaan Pengenalan Digital Marketing dalam upaya meningkatkan penghasilan warga agar menjadi keluarga sejahtera. Target luaran program ini adalah artikel ilmiah yang dipublikasikan melalui jurnal berISSN. Berdasarkan hasil survey kepada 25 UMKM bahwa selama ini mereka belum memanje waktu dengan baik dalam memanfaatkan media online yang mereka gunakan.

**Kata Kunci:** manajemen waktu, marketing digital, penghasilan, produktivitas,

## 1. PENDAHULUAN

Kepedulian Lembaga Perguruan Tinggi kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan kualitas pendidikan merupakan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Untuk merealisasikan program tersebut diperlukan suatu rencana “Program Pengabdian kepada Masyarakat”. Tujuan umum dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah Memberikan pemahaman tentang manajemen waktu guna meningkatkan produktivitas penjualan melalui online atau e-commerce dalam upaya meningkatkan penghasilan pekerja UMKM di Kota Depok dalam masa pandemi Covid-19 ini yang sebagian besar mengharuskan aktivitas dilakukan dari rumah.

Program pengabdian ini disusun berdasarkan hasil survey pendahuluan oleh TIM PKM ke lokasi yang akan dijadikan kegiatan penyuluhan serta wawancara kepada perwakilan UMKM Bojongsari Depok. Perkembangan UMKM di Kota Depok saat ini sangat pesat. UMKM keberadaannya memberikan pengaruh bagi berbagai aspek ekonomi. Baik kehidupan individu, sosial maupun yang terkait dengan dunia usaha atau bisnis. Selain penguasaan teknologi, perizinan usaha dan legalitas merek, ilmu tentang manajemen waktu juga penting dalam dunia usaha atau bisnis pada saat ini.

Sebagian besar orang-orang yang telah meraih kesuksesannya tidak pernah menyia-nyiaikan waktu di dalam hidupnya, karena dengan manajemen waktu yang baik mereka bisa memberikan produktivitas yang tinggi. Manajemen waktu juga merupakan cara atau metode perencanaan dan pengorganisasian dalam memanfaatkan waktu untuk kegiatan tertentu yang sudah direncanakan dan harus diselesaikan dalam jangka waktu yang sudah ditetapkan.

Jadi manajemen waktu juga mengacu pada cara mengatur dan merencanakan berapa lama menghabiskan waktu untuk kegiatan tertentu. Tujuan manajemen waktu adalah seseorang harus memiliki target atau tujuan yang hendak dicapai saat menjalankan semua pekerjaan yang sudah direncanakan tersebut. Sehingga waktu akan digunakan seefektif dan seefisien mungkin.

Manajemen waktu yang baik memungkinkan seseorang untuk bekerja lebih cerdas, sehingga bisa menyelesaikan pekerjaan yang lebih banyak dalam waktu yang lebih singkat, bahkan ketika dalam keadaan tekanan tinggi.

Jika gagal mengelola waktu maka bisa merusak keefektifan dan menyebabkan stres. Banyak dari tenaga kesehatan produktivitas kerjanya menurun karena tidak bias mengelola waktu dengan baik dan benar. Hal itu berkaitan dengan sikap kerja yang merupakan kesediaan untuk bekerja bergiliran, dapat menerima tambahan tugas, bekerja dalam suatu tim. Kata sikap berasal dari Bahasa Latin *Aptus*, yang berarti “kecocokan” atau “kesesuaian”. Sikap sebagai salah satu variabel dari faktor psikologis yang mempengaruhi perilaku konsumen memiliki keterkaitan yang kuat. Perilaku dapat memperkuat atau memperlemah sikap, sedangkan sikap sendiri dapat digunakan sebagai alat untuk memprediksi kecenderungan konsumen dalam memutuskan pilihan produk/jasa.

Pengertian lain manajemen waktu adalah suatu kemampuan untuk mengalokasikan waktu dan sumber-sumber untuk mencapai tujuan. Keterampilan dalam mengelola waktu adalah bagaimana kita meluangkan waktu untuk memprioritaskan dan mencapai beberapa tujuan kehidupan serta menghasilkan kesejahteraan. Manajemen waktu merupakan keterampilan personal dan manajerial. Hal ini merupakan proses untuk menyusun dan mencapai tujuan, memperkirakan waktu dan sumber-sumber waktu yang dibutuhkan untuk mencapai masing-masing tujuan dan mendisiplinkan diri sendiri memfokuskan pada tujuan. Seorang manajer yang efektif dapat mengelola waktu

sehingga dapat meningkatkan produktivitas. Selain itu, manajemen waktu dapat mengurangi tingkat stress.

Perkembangan teknologi informasi saat ini sangat pesat. Salah satu contohnya adalah perkembangan telepon seluler dan internet, keberadaannya memberikan pengaruh bagi berbagai aspek kebutuhan manusia. Baik kehidupan individu, sosial maupun yang terkait dengan dunia usaha atau bisnis. Selain mempermudah dan mempercepat proses komunikasi dan informasi, juga dapat digunakan dalam dunia usaha atau bisnis pada saat ini seperti : fax, sms, email, website, serta munculnya istilah *e-commerce*.

Masalah utama yang dihadapi pelaku usaha ialah kurangnya pengetahuan dalam memasarkan baik secara konvensional (offline) maupun secara online, khususnya *e-commerce*. Minimnya pengetahuan pelaku usaha mengenai digital marketing menginspirasi tim Pengabdian kepada Masyarakat untuk menyampaikan sosialisasi dan memberikan pelatihan mengenai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi ini. Jika pelaku usaha paham akan pentingnya digital marketing bagi peluang bisnis usaha, diharapkan mereka akan termotivasi untuk menggunakan digital marketing sebagai sarana komunikasi dan peluang bisnis untuk usahanya, serta dapat mempraktikkannya secara langsung dengan memanfaatkan media sosial *e-commerce* seperti tokopedia, buka lapak, OLX, Shopee, Grab, Gojek, Blibli, Lazada, dan Zalora.

Tujuan dan target yang dicapai dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelaksanaan Pengenalan Digital Marketing dalam upaya meningkatkan penghasilan pelaku usaha dan peningkatan keberdayaan pelaku usaha serta kemampuan dalam memanfaatkan peluang pemasaran melalui media online dan offline.

## 2. METODE

Berdasarkan permasalahan utama mitra yang di jelaskan pada bab sebelumnya, yaitu kurangnya informasi terkait Digital Marketing maka solusi yang ditawarkan kepada mitra ialah sebagai berikut:

1. Memberikan Pelatihan Kegiatan Pemasaran Online dan Manajemen Waktu, Solusi yang kami berikan ialah dengan memberikan pelatihan teknis kegiatan pemasaran online secara intensif. Kanalisasi pemasaran online juga di tambah, tidak hanya pada whatsapp, ataupun sosial media lainnya, seperti facebook dan instagram, tetapi juga optimalisasi layanan *e-commerce* seperti bukalapak.
2. Memberikan Pelatihan Kegiatan Pemasaran Offline seperti kegiatan pemasaran secara offline, dengan *direct selling*, dan beberapa produk yang ada saat ini belum memenuhi beberapa konsep yang ada pada bauran pemasaran (*marketing mix strategy*).
3. Manajemen waktu bagi para pekerja atau istrinya di rumah yang melakukan segala aktivitas di rumah diupayakan untuk berkontribusi dan menciptaka ide-ide cemerlang dengan menghasilkan sesuatu yang dapat dimanfaatkan bahkan menghasilkan keuntungan untuk meningkatkan taraf ekonomi keluarga.

Pemasaran produk UMKM Kota Depok, berkaitan dengan bagaimana pelaku usaha UMKM membuka usaha kemudian menggunakannya untuk mencapai tujuan. Solusi pemasaran digital meliputi penggunaan berbagai saluran pengiriman seperti teknik tarik dan dorong. Hal ini digunakan untuk memperluas pemahaman pelaku usaha terhadap marketing digital. Pelaku usaha perlu menjadi adaptif dan responsif dalam upaya meningkatkan penghasilan. Pertahanan dalam paradigma baru ini, pelaku usaha harus membuat komitmen yang kuat untuk pemasaran digital melalui usaha baru dalam teknologi dan inovasi. Berakhir pada solusi pemasaran yang ideal berupa mencapai, retensi, dan pendapatan.

Seseorang perlu belajar marketing digital yang lebih tepat dan bijaksana karena terdapat beberapa orang kurang memahami pemasaran melalui media online. Solusi yang diusulkan atau ditawarkan dalam kegiatan PKM ini adalah kami akan mengeduki pelaku usaha pabrik tahu untuk dapat memahami marketing digital untuk meningkatkan penghasilan usahanya yang sesuai dengan pemasukan yang diperoleh. Selain itu dalam PKM ini akan dibahas juga mengenai langkah-langkah dalam marketing digital agar peserta mengetahui bagaimana memulai memasarkan produknya, jika suatu investasi sehat, maka pelaku usaha akan mendapat keuntungan finansial yang berkelanjutan dan sesuai dengan ketentuan. Tetapi, apabila investasinya tidak sehat, maka bisa jadi banyak kerugian yang bakal ditanggung oleh pelaku usaha.

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode ceramah, tutorial dan diskusi. Adapun sistematika pelaksanaan kegiatan pengabdian adalah sebagai berikut:

a. Metode Ceramah

Metode ceramah dipilih untuk memberikan wawasan tentang informasi manajemen pemasaran melalui 7P dari konsep bauran pemasaran, seperti : product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence. Konsep bauran pemasaran ini dapat membantu pelaku usaha pabrik tahu dalam menginovasi strategi pemasaran sehingga dapat meningkatkan penjualan dan perekonomiannya.

b. Metode Tanya Jawab

Metode tanya jawab sangat penting bagi para peserta PKM. Metode ini memungkinkan mitra untuk menggali pengetahuan sebanyak - banyaknya tentang ilmu manajemen pemasaran guna dapat meningkatkan penjualan dan perekonomiannya. Pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, peserta PKM akan diberi kesempatan untuk dapat menanyakan permasalahan – permasalahan seputar usaha tahu mereka berkaitan dengan pemasaran digital untuk produk yang dikeluarkan oleh pabrik tahu tersebut.

c. Metode Simulasi

Metode simulasi ini diberikan kepada para peserta pelatihan dalam memberikan kesempatan untuk mempraktekkan materi yang diperoleh. Melalui simulasi pelaku usaha dapat mengoptimalkan pemasaran berbasis online secara efektif. Platform dari layanan online pun akan diperluas, pemilik pabrik tahu tidak hanya memanfaatkan whatsapp, ataupun platform digital sosial media saja, tetapi juga diberikan pelatihan teknis penggunaan dan optimalisasi layanan e-commerce, seperti bukalapak, lazada, tokopedia, dll. Selain penambahan fitur layanan online, kami juga akan membimbing pelaku usaha dalam melink-kan aktifitas pemasaran konvensional dengan pemasaran online sehingga antar satu layanan dengan layanan lainnya dapat bersinergi dan dapat di terima pasar sasaran. Setelah metode simulasi ini disampaikan, diharapkan pelaku usaha dapat langsung menerapkan praktek pemasaran digital pada usaha yang digelutinya.

Kegiatan pengabdian masyarakat telah dilaksanakan pada:

Hari/Tanggal : Rabu 18 Mei 2022

Waktu : 07.30 - 12.00 WIB

Tempat : Gedung Balaikop Pemkot Depok

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil obeservasi pada UMKM Kota Depok, Usaha atau bisnis UMKM ini dilakukan oleh para pelaku UMKM, kaum wanita atau ibu rumah tangga dan pemuda

pemudi yang ingin membantu menambah keuangan keluarga. Motivasi untuk menambah pendapatan keluarga adalah unsur yang sering muncul pada UMKM (Sari, 2015).

Kegiatan dilakukan di Balatkop (Balai Diklat Koperasi dan UMKM) Pemerintah Kota Depok dimulai dari pembukaan oleh MC dan Moderator, dilanjutkan doa dan sambutan oleh Ketua Kegiatan PKM dan kata sambutan dari Ibu Yuliana mewakili Owner dan Pimpinan Syaria Feeyza Consultant. Materi tentang pemasaran *e-commerce*, istilah – istilah bauran pemasaran 7P, : *product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence*, dan istilah *digital marketing* : *affiliate marketing/ reseller, dropship, pay per click, paid reviews, membership system* diperkenalkan dan dijelaskan satu persatu kepada mereka. Berikut dokumentasi suasana pada saat pemaparan teori :



Gambar 1 : Penyampaian Teori Strategi Pemasaran



Gambar 2 : Para Pemateri Teori digital marketing

Pemasaran produk rumah tangga berkaitan dengan bagaimana rumah tangga membuka usaha kemudian menggunakannya untuk mencapai tujuan. Rumah tangga memiliki persoalan dengan ciri khusus yang mencerminkan karakternya sendiri (Pangeran,2012). Solusi pemasaran digital meliputi penggunaan berbagai saluran pengiriman seperti teknik tarik dan dorong. Hal ini digunakan untuk memperluas pemahan ibu rumah tangga terhadap marketing digital. Pelaku Usaha UMKM Kota Depok perlu menjadi adaptif dan responsif dalam upaya meningkatkan penghasilan. Pertahanan dalam paradigma baru ini, ibu rumah tangga harus membuat komitmen yang kuat untuk pemasaran digital melalui usaha baru dalam teknologi dan inovasi. Berakhir pada solusi pemasaran yang ideal berupa mencapai, retensi, dan pendapatan.

Setelah pemaparan materi, diskusi dan tanya jawab juga membuat suasana terasa lebih hangat dan materi semakin dipahami. Pemberian dorprise dan hadiah kenang-kenangan juga diberikan untuk peserta yang aktif dalam diskusi dan tanya jawab. Berikut beberapa dokumentasi acara PKM yang telah dilaksanakan :



Gambar 3 : Pemberian Materi Kepada Pelaku UMKM Kota Depok



Gambar 4 : Pemberian Cendera Mata Kepada Perwakilan Pelaku UMKM Kota Depok



Gambar 5 : Photo Bersama Pembicara/Pemateri Bersama Pelaku Usaha UMKM Kota Depok

Dari hasil wawancara langsung dan percakapan kepada para peserta setelah pemberian penyuluhan ini, pelaku usaha tahu lebih mengerti tentang pentingnya digital marketing bagi peluang bisnis usaha, dan mereka akan termotivasi untuk menggunakan digital marketing sebagai sarana komunikasi dan peluang bisnis untuk meningkatkan pendapatan usahanya, serta dapat mempraktikkannya secara langsung dengan memanfaatkan media sosial. Hal ini sama dengan penelitian (Suranta, 2019) juga menemukan hasil kegiatan pengabdian dengan tema pemasaran online dapat meningkatkan penjualan ekspor rotan di Desa Trangsang Gatak Sukoharjo sebesar 38%.

Promosi dan pemasaran online juga harus di tambah, tidak hanya pada whatsapp, ataupun social media lainnya, seperti facebook dan instagram, tetapi juga optimalisasi layanan e-commerce seperti bukalapak, toko pedia.

#### 4. KESIMPULAN

Salah satu media komunikasi yang dapat digunakan pelaku usaha untuk mempromosikan usahanya adalah komunikasi media maya atau media internet. Para pelaku usaha UMKM Kota Depok dapat memanfaatkan e-commerce dan marketplace yang memberikan peluang yang besar untuk bisa mengekspansi penjualan produk mereka.

Mengetahui bagaimana mengatur waktu adalah penting bagi setiap pemimpin, pemilik bisnis, dan manajer. Tanpa keterampilan manajemen waktu yang efektif dapat membuang waktu untuk kegiatan non-produktif yang tidak memberikan hasil yang diinginkan.

Kegiatan PKM ini mendapat respons yang baik oleh seluruh peserta dan dukungan dari Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Kota Depok. Para peserta sangat antusias mengikuti kegiatan PKM dan mereka bisa menyerap materi yang disampaikan oleh tim PKM Program Studi Akuntansi S1 Universitas Pamulang. Simpulan dari kegiatan pelatihan manajemen waktu untuk meningkatkan produktitas kerja ini adalah metode skala prioritas dan kegiatan manajemen waktu adalah hal yang harus direncanakan dan dievaluasi setiap saat untuk bisa menghasilkan produktivitas khususnya para UMKM Depok.

### REFERENSI

Pangeran, Perminas. 2012. Sikap Keuangan Rumah Tangga Desa pada Aspek Perencanaan Keuangan. JRAK, Vol.8, No.1:35-50.

Sari, S., Priatna, W B., Burhanuddin. 2015. Pengaruh Aktivitas Wanita Wirausaha Terhadap Pertumbuhan Usaha Olahan Kentang di Kabupaten Kerinci, Jambi. Jurnal Agribisnis Indonesia (Vol 3 No 1, Juni 2015); Halaman 39-54.

Sari, S., dkk. 2021. Pengembangan UMKM Dengan Menerapkan Penjualan Melalui E-Commerce Dan Pelatihan Manajemen Waktu Di Masa Pandemic Covid-19. Jurnal Abdimisi (Vol 2 No 2, Juni 2021); Halaman 97-102.

Septiowati, R., dkk. 2021. Meningkatkan Profit UMKM Dengan Menerapkan Penjualan Melalui Digital Marketing Di Masa Pandemi Covid-19 Di Dusun Cisadap, Ciamis-Jawa Barat. Jurnal Abdikaryasakti (Vol 1 No 2, Oktober 2021); Halaman 129-142.

Suranta, S., Sulardi., Syafiqurrahman, M. 2019. Pemasaran Online Dapat Meningkatkan Penjualan Ekspor Rotan Di Desa Trangsan Gatak Sukoharjo. Proceeding Semnas Hasil PKM Politeknik Keuangan STAN