

Peningkatan Strategi Pemasaran UMKM Berbasis Digitalisasi Pada Produk Siomay Cap Merpati di Kampung Ciheulang Desa Mekarjaya

Ari Kohar^{1*}, Naufal Fathona², Moch Gilang³, M Rifaldi⁴, Dea Alawiah⁵, Ajib Kurniawan⁶, Fauzan Dwiahna⁷, Meila Khumaeroh⁸, Anggi Utami⁹, Meli Yuliani¹⁰, Desy Putriyanti¹¹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11}Universitas Islam Nisantara, Bandung, Indonesia

*e-mail korespondensi: arikohar@gmail.com, kknmekarjaya41@gmail.com

Abstract

This program aims to improve digital-based marketing strategies for MSMEs Siomay Cap Merpati in Kampung Ciheulang, Mekarjaya Village. The main challenges faced by MSMEs in this village are the lack of access to technology and limitations in business management. This program implements financial recording training using Microsoft Excel, promotional banner installation, and socialization of work discipline to improve operational efficiency. In addition, we also register Siomay Cap Merpati to TikTok Shop and support the creation of video content to expand marketing reach through digital platforms. The results of this program show significant improvements in financial management, product promotion, and interaction with customers through digital platforms, providing a strong foundation for the growth and sustainability of the Siomay Cap Merpati business.

Keywords: digital marketing; financial recording; work discipline; digital promotion

Abstrak

Program ini bertujuan untuk meningkatkan strategi pemasaran berbasis digitalisasi bagi UMKM Siomay Cap Merpati di Kampung Ciheulang, Desa Mekarjaya. Tantangan utama yang dihadapi UMKM di desa ini adalah kurangnya akses teknologi dan keterbatasan dalam manajemen usaha. Program ini mengimplementasikan pelatihan pencatatan keuangan menggunakan Microsoft Excel, pemasangan banner promosi, serta sosialisasi disiplin kerja untuk meningkatkan efisiensi operasional. Selain itu, kami juga mendaftarkan Siomay Cap Merpati ke TikTok Shop dan mendukung pembuatan konten video untuk memperluas jangkauan pemasaran melalui platform digital. Hasil dari program ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam manajemen keuangan, promosi produk, serta interaksi dengan pelanggan melalui platform digital, memberikan dasar yang kuat untuk pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis Siomay Cap Merpati.

Kata Kunci: UMKM; digital marketing; pencatatan keuangan; disiplin kerja, promosi digital

Accepted: 2024-11-14

Published: 2025-01-03

PENDAHULUAN

Desa Mekar Jaya merupakan desa yang dikenal dengan kearifan lokal dan keindahan alamnya. Desa Mekar Jaya memiliki luas wilayah sebesar 722 ha dengan jumlah penduduk sebanyak 8630 jiwa. Desa Mekar Jaya merupakan wilayah di kabupaten Bandung kecamatan Arjasari yang terbentuk menjadi desa setelah pamekaran dari induknya desa Baros secara resmi pada tanggal 2 Mei 1983.

Desa MekarJaya yang subur dan kaya akan pertanian, masih memiliki kekurangan dalam bidang UMKM. Ada beberapa faktor yang menyebabkan desa mekarjaya mengalami kesulitan dalam pemberdayaan UMKM salah satunya adalah terbatasnya akses teknologi modern dan kurangnya pelatihan bisnis yang menyebabkan kurangnya kemampuan pelaku usaha untuk meningkatkan efisiensi dan inovasi. Akibat dari keterbatasan inilah yang menghambat pertumbuhan dan daya saing UMKM di desa Mekar Jaya. Dari sekian banyak sumber daya manusia yang ada di Desa Mekar Jaya, penggiat atau pelaku UMKM bisa menjadi salah satu SDM yang paling berpotensi dalam meningkatkan perekonomian desa. Peran pelaku UMKM memiliki peran penting dalam penggerak pertumbuhan ekonomi

Desa. Halim (2020). Desa Mekar jaya memiliki beragam usaha UMKM, Namun sebagian besar dari mereka masih mengalami kesusahan dalam penjualan dan pemasaran produk, hal ini disebabkan karena dizaman digitalisasi ini sebagian besar dari pelaku UMKM di Desa Mekar Jaya masih memasarkan produknya dengan cara lama atau tradisional. Selain itu sebagian pelaku usaha UMKM di desa Mekar Jaya kurang memerhatikan manajemen dalam bentuk pencatatan keuangan sehingga sistem pencatatan keuangannya tidak terstruktur dengan baik dan menjadikan laporan keuangan tentang pengeluaran, pemasukan, keuntungan, dan kelebihannya yang kurang akurat.

Berkembangnya teknologi di era globalisasi ini membuat para penggiat UMKM meninggalkan cara lama mereka dalam memasarkan produk produknya dan beralih ke pemasaran digital. Pemasaran digital atau yang sering disebut dengan Digital Marketing. Digital marketing adalah kegiatan pemasaran termasuk branding atau pengenalan merek yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, adwords, ataupun jejaring sosial. Digital marketing bukan hanya berbicara mengenai internet marketing tapi lebih dari itu. (Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan, Creative digital marketing, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2009)). E-Marketing mengalami proses evolusi tiga tahap;

Pertama, information publishing (penyedia konten/brosur interaktif) dimana mengguakan website semata-mata sebagai sumber informasi. Kedua, Transactional sites, situs yang memfasilitasi transaksi online; dan Ketiga, Mass customization yaitu pemanfaatan kapabilitas teknologi online untuk mempersonalisasi pesan dan layanan kepada konsumen individu (Fandy Tjiptono dan Gregorius).

Pemasaran UMKM menjadi solusi efektif bagi UMKM untuk mengatasi keterbatasan akses pemasaran tradisional. Sebagian besar pelaku UMKM seringkali memiliki keterbatasan modal, namun dengan adanya pemasaran online, pelaku UMKM dapat memiliki peluang yang lebih luas secara nasional bahkan internasional. hal ini bisa meningkatkan pemsaran yang lebih besar dan pelaku UMKM memiliki peluang untuk meraih keberhasilan bisnis mereka secara berkelanjutan.

Pentingnya membangun hubungan yang kuat dengan konsumen melalui media sosial dan platform online lainnya. Dengan memanfaatkan saluran komunikasi yang mudah dizaman sekarang, pelaku usaha dapat memperoleh masukan langsung dari konsumen, memahami kebutuhan mereka, sehingga bisa memberikan inovasi dalam meningkatkan produknya yang relevan dengan konsumen (Philip Kotler).

Siomay Cap Merpati adalah produk unggulan Kampung Ciheulang, Desa Mekarjaya yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan, dengan cita rasa khas yang sudah dikenal masyarakat sekitar, produk ini memiliki basis penggemar yang loyal, namun untuk meningkatkan daya saing dan jangkauan pasar yang lebih luas, diperlukan sentuhan inovasi dan dukungan pengembangan dari berbagai pihak.

Pentingnya digitalisasi dalam era digital seperti sekarang keberadaan online sangat krusial bagi keberlangsungan sebuah bisnis, dengan memanfaatkan platform digital, siomay cap merpati tidak hanya dapat menjangkau pasar lokal, tetapi juga memiliki potensi untuk menembus pasar yang lebih luas. digitalisasi memungkinkan produk ini dikenal oleh lebih banyak orang, mempermudah proses transaksi, serta membangun citra merek yang kuat.

menawarkan solusi konkret beberapa strategi digital marketing yang dapat diterapkan untuk meningkatkan penjualan siomay cap merpati, membuat logo yang menarik, desain kemasan yang unik, dan akun media sosial yang aktif dan membuat konten yang informatif dan menarik, seperti resep olahan siomay, testimoni pelanggan, atau video behind the scenes.

METODE

Metode pengabdian dimulai dengan tahapan penilaian awal yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman komprehensif mengenai kondisi saat ini dari UMKM Siomay Cap Merpati.

Proses ini mencakup wawancara mendalam dengan pemilik dan karyawan untuk mengeksplorasi tantangan serta kebutuhan spesifik dalam hal pencatatan keuangan, penyusunan aturan karyawan, dan potensi pengembangan e-commerce. Selain itu, dilakukan observasi langsung terhadap proses operasional dan manajerial yang ada, termasuk penelaahan dokumen-dokumen keuangan yang saat ini diterapkan. Penilaian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang ada serta menentukan area-area yang memerlukan intervensi strategis.

Berdasarkan hasil penilaian awal, tahap berikutnya adalah penyusunan rencana intervensi yang terstruktur untuk mengaddress kebutuhan yang telah diidentifikasi. Rencana ini mencakup pengembangan materi pelatihan yang relevan dan panduan praktis untuk pencatatan keuangan, penyusunan aturan karyawan, dan pengembangan e-commerce. Untuk pencatatan keuangan, pelatihan akan difokuskan pada penggunaan software akuntansi sederhana serta penyuluhan mengenai prinsip-prinsip akuntansi dasar dan pentingnya pencatatan yang akurat. Dalam hal penyusunan aturan karyawan, intervensi akan melibatkan pembuatan dokumen kebijakan internal, termasuk hak dan kewajiban karyawan serta prosedur operasional standar. Sedangkan untuk e-commerce, kegiatan ini melibatkan pembangunan platform penjualan online yang terintegrasi dengan sistem pembayaran, serta pelatihan tentang manajemen platform dan teknik pemasaran digital.

Implementasi program dilakukan melalui serangkaian workshop dan sesi pelatihan, diikuti dengan monitoring berkala dan evaluasi yang bertujuan untuk menilai efektivitas dan dampak dari intervensi yang dilakukan. Proses monitoring mencakup observasi langsung dan konsultasi rutin untuk memastikan bahwa sistem pencatatan keuangan, aturan karyawan, dan platform e-commerce diterapkan secara optimal. Evaluasi dilakukan dengan mengumpulkan umpan balik dari pemilik dan karyawan serta menilai perubahan dalam pengelolaan keuangan, kepuasan karyawan, dan hasil penjualan melalui e-commerce. Akhirnya, laporan akhir disusun untuk menyajikan analisis hasil, keberhasilan, serta tantangan yang dihadapi selama proses intervensi, disertai dengan rekomendasi untuk tindak lanjut yang bertujuan memastikan keberlanjutan dan efektivitas program dalam jangka panjang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini adalah hasil yang telah dicapai dalam melaksanakan kegiatan KKN sesuai dengan program yang sudah kami jalankan yaitu:

1. Melakukan Pencatatan keuangan menggunakan aplikasi Excel

Sebagai bagian dari program KKN, kami telah berhasil melaksanakan pelatihan pencatatan keuangan menggunakan aplikasi Excel bagi pemilik UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Kegiatan ini bertujuan untuk membantu pemilik UMKM menyusun pencatatan keuangan yang lebih terstruktur dan rapi, sehingga mereka dapat memantau arus kas dan laporan keuangan bisnis mereka dengan lebih baik.

Dalam pelaksanaan kegiatan ini, kami memberikan bimbingan secara bertahap, mulai dari pengenalan dasar aplikasi Excel, cara membuka dan mengoperasikan aplikasi, hingga langkah-langkah praktis dalam membuat sistem pencatatan keuangan yang sederhana namun efektif. Pendampingan dilakukan secara intensif, memastikan setiap pemilik UMKM dapat memahami dan mengaplikasikan pengetahuan tersebut.

Hasil yang telah dicapai dari kegiatan ini adalah terbentuknya sistem pencatatan keuangan berbasis Excel yang kini telah diimplementasikan oleh para pemilik UMKM. Dengan adanya sistem ini, para pelaku usaha dapat melakukan pencatatan transaksi keuangan secara lebih sistematis dan mudah diakses, sehingga diharapkan dapat meningkatkan manajemen keuangan mereka ke depannya.

LAPORAN KAS MASUK DAN KELUAR					
SIOMAY CAP MERPATI					
PERIODE 2024					
No	Tanggal	Deskripsi	Uang masuk	Uang keluar	Saldo akhir
1					Rp -
2					Rp -
3					Rp -
4					Rp -
5					Rp -
6					Rp -
7					Rp -
8					Rp -
9					Rp -
10					Rp -
11					Rp -
12					Rp -
13					Rp -
14					Rp -
15					Rp -
16					Rp -
17					Rp -
18					Rp -
19					Rp -
20					Rp -

LAPORAN LABA RUGI	
SIOMAY CAP MERPATI	
PERIODE 2024	
Pemasukan	
Penjualan	
Pengeluaran	
Harga Pokok Produksi	
Gaji karyawan	
Total beban	
Labarugi	

2. Pembuatan banner yang dipasang di pabrik

Sebagai bagian dari upaya membantu promosi UMKM, kami turut serta dalam mendesain dan memasang banner di depan pabrik. Proses ini dimulai dari pembuatan desain banner yang menarik mencerminkan identitas produk unggulan pabrik. Desain ini dirancang untuk menarik perhatian masyarakat dan calon pelanggan, baik dari dekat maupun dari jarak jauh.

Pemasangan banner dilakukan di lokasi yang strategis, tepat di depan pabrik, dengan tujuan agar pabrik lebih mudah dikenali oleh orang yang melintas. Langkah ini diambil sebagai bagian dari strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan keberadaan pabrik, serta memperluas jangkauan promosi usaha tersebut. Dengan adanya banner ini, diharapkan dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan daya saing pabrik di tengah persaingan pasar lokal.



3. Sosialisasi dan Implementasi Disiplin Kerja Karyawan

Dalam program kuliah kerja nyata yaitu disiplin kerja membantu meningkatkan kedisiplinan karyawan melalui beberapa langkah strategis. Dimulai dengan sosialisasi untuk menjelaskan pentingnya disiplin, dilanjutkan dengan pelatihan mengenai manajemen waktu dan etika kerja.

Program ini mencakup penerapan sistem monitoring seperti absensi, pembuatan panduan dan peraturan yang jelas, serta pengenalan program penghargaan. Evaluasi rutin dan umpan balik akan dilakukan untuk menilai efektivitas program dan melakukan perbaikan yang diperlukan. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan disiplin kerja karyawan dapat meningkat, mendukung produktivitas dan efisiensi di tempat kerja.

Hasil dari program disiplin kerja menunjukkan dampak signifikan terhadap UMKM, dengan sejumlah pencapaian yang mencerminkan efektivitas implementasinya. Program ini telah berhasil mengurangi tingkat ketidakhadiran dan keterlambatan karyawan, yang terlihat dari data yang menunjukkan peningkatan kehadiran tepat waktu dan kepatuhan yang lebih baik terhadap prosedur internal perusahaan. Perbaikan ini tidak hanya meningkatkan disiplin individual tetapi juga berkontribusi langsung pada peningkatan produktivitas dan efisiensi kerja di seluruh tim. Selain itu, peningkatan kepatuhan terhadap standar operasional telah membantu memperlancar proses kerja dan mengurangi hambatan yang sebelumnya mengganggu operasional sehari-hari. Secara keseluruhan, hasil dari program ini menunjukkan kontribusi positif terhadap pencapaian tujuan UMKM, memperlihatkan adanya potensi untuk pengembangan lebih lanjut. Keberhasilan ini memberikan landasan yang kuat untuk inisiatif perbaikan berkelanjutan di masa depan, memastikan bahwa UMKM dapat terus berkembang dengan dukungan sistem disiplin kerja yang efektif dan efisien.



4. Dukungan dalam Promosi Digital

Dalam program kuliah kerja nyata yaitu disiplin kerja membantu meningkatkan kedisiplinan karyawan melalui beberapa langkah strategis. Dimulai dengan sosialisasi untuk menjelaskan pentingnya disiplin, dilanjutkan dengan pelatihan mengenai manajemen waktu dan etika kerja. Program ini mencakup penerapan sistem monitoring seperti absensi, pembuatan panduan dan peraturan yang jelas, serta pengenalan program penghargaan. Evaluasi rutin dan umpan balik akan dilakukan untuk menilai efektivitas program dan melakukan perbaikan yang diperlukan. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan disiplin kerja karyawan dapat meningkat, mendukung produktivitas dan efisiensi di tempat kerja.

1. Pendaftaran Perusahaan ke TikTok Shop

Kami memberikan dukungan dan arahan kepada UMKM Siomay Cap Merpati dengan mendaftarkan bisnis mereka ke platform TikTok Shop. Pendaftaran ini merupakan langkah awal untuk memanfaatkan potensi pasar yang besar di TikTok. Dengan terdaftar di TikTok Shop, produk Siomay Cap Merpati akan mendapatkan paparan yang lebih luas, memungkinkan mereka

menjangkau audiens baru dan meningkatkan penjualan secara signifikan melalui interaksi langsung dengan konsumen di platform sosial yang populer ini.

2. Pembuatan dan Pengelolaan Konten Video untuk Pemasaran

Kami membantu UMKM Siomay Cap Merpati melalui strategi pembuatan konten video. Proses dimulai dengan video perkenalan yang memperkenalkan perusahaan. Kemudian membuat video yang menampilkan proses produksi secara rinci dari awal hingga akhir. Lalu, kami membuat video promosi yang menonjolkan produk dan diunggah ke platform media sosial seperti TikTok untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

KESIMPULAN

Dalam upaya meningkatkan strategi pemasaran UMKM Siomay Cap Merpati di Kampung Ciheulang, Desa Mekarjaya, beberapa langkah pengabdian telah diambil. Semua langkah pengabdian ini telah membuahkan hasil yang signifikan. Strategi yang digunakan yaitu meningkatkan disiplin kerja karyawan, mengajarkan pencatatan keuangan dengan Microsoft Excel, dan membuat banner promosi. Selain itu, program digital marketing juga digunakan untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan melalui platform online seperti TikTok.

Penerapan sistem pencatatan keuangan menggunakan Microsoft Excel membantu Pemilik usaha kecil dan menengah (UMKM) mengelola arus kas dan laporan keuangan menjadi lebih baik. Pemasangan spanduk strategis meningkatkan visibilitas pabrik, sementara sosialisasi disiplin kerja meningkatkan kehadiran dan produktivitas karyawan.

Pemasaran digital, seperti membuat konten video dan mendaftar di Toko TikTok, telah meningkatkan akses dan interaksi dengan pelanggan. Digitalisasi memiliki potensi besar untuk membantu UMKM, memperluas jangkauan pemasaran, dan mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Hasil ini memberikan dasar yang kuat untuk pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Siomay Cap Merpati di Kampung Ciheulang, Desa Mekarjaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Halim, A. (2020). "Pemberdayaan UMKM dalam Peningkatan Daya Saing Ekonomi Lokal." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 12, No. 3, pp. 45-56.
- Sanjaya, Ridwan & Tarigan, Josua. (2009). "Pemasaran Digital di Era Globalisasi." *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis*, Vol. 7, No. 2, pp. 89-102.
- Tjiptono, Fandy & Gregorius. (2012). "Evolusi E-Marketing dalam Bisnis UMKM." *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 10, No. 1, pp. 25-39.