



Pengembangan Umkm Dengan Sosialisasi Digital Marketing Dan Manajemen Keuangan Terhadap Masyarakat Di Kelurahan Kedung Baruk

Dessy Anggelina Tiarakasih¹, Herry Pudjoprastiono²,

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Received: 07 Oktober 2024
Revised: 12 Oktober 2024
Accepted: 22 Oktober 2024

Abstract

The act of socialization can be considered a type of service to the community, especially Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) and residents of Kedung Baruk Village, Rungkut District, Surabaya City, facing major challenges lack of comprehension regarding digital marketing is connected to a limited understanding of the subject and financial management. Therefore, through this outreach activity on the development of MSMEs, the aspiration is that it will enhance the knowledge, perspective, and comprehension of business individuals in Kedung Baruk Village. This, in turn, would enable them to adeptly navigate evolving times and efficiently manage their businesses by harnessing available opportunities. Entrepreneurs and inhabitants of Kedung Baruk Village were provided with insights into the significance of online marketing, referred to as digital marketing. Additionally, they were educated on the procedures involved in crafting a logo for identity and marketing purposes, along with guidance on business financial management. The execution of this service initiative involves a lecture method by UPN Veteran East Java students and a lecturer, Subsequent to a question and answer session. The outcomes of this information dissemination included very positive responses from the participants, as seen from their active participation in listening and asking questions. Apart from that, this MSME development outreach program is considered useful and has the potential to implemented well through the participants in managing their businesses.

Keywords: *Socialization, Digital Marketing, MSMEs, Financial Management*

(*) Corresponding Author: dessyanggelinat@gmail.com¹,
herypmnj.upnjatim@gmail.com²,

How to Cite: Tiarakasih, D., & Pudjoprastiono, H. (2024). Pengembangan Umkm Dengan Sosialisasi Digital Marketing Dan Manajemen Keuangan Terhadap Masyarakat Di Kelurahan Kedung Baruk. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(19), 250-258. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14046202>.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran sentral dalam memajukan ekonomi lokal di berbagai sektor dan memberdayakan masyarakat, karena mereka membuat pekerjaan yang signifikan. Aktivitas yang dilakukan ini mencerminkan upaya kegiatan ekonomi yang menghasilkan rasa mandiri, baik dilakukan secara individu maupun dalam bentuk kelompok (Tedjasuksmana, 2014). Selain diakui memiliki peran penting dalam meningkatkan ekonomi Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mampu mengakomodasi tenaga kerja di dalam jumlah yang baik dan tinggi. Perkembangannya yang cepat berkontribusi dengan intensifikasi kompetisi di dunia bisnis.

UMKM tidak hanya bersaing di tingkat lokal, tetapi juga di pasar global. Pemahaman tentang digital marketing dan juga manajemen keuangan dapat

membantu UMKM pada Kelurahan Kedung Baruk bersaing dengan lebih baik, terutama dalam hal branding, pemasaran online, dan keberlanjutan keuangan. Pemanfaatan digital marketing dapat membuka peluang pasar yang lebih luas. Melalui internet, UMKM di Kelurahan Kedung Baruk dapat menjangkau konsumen yang lebih banyak, baik pada tingkat lokal, nasional, ataupun internasional. Dalam meningkatnya jangkauan ini, potensi pendapatan UMKM juga dapat meningkat. Penggunaan teknologi digital tidak hanya membantu dalam pemasaran tetapi juga dalam manajemen operasional dan keuangan. Berbagai alat digital dapat membantu UMKM mengelola inventaris, transaksi keuangan, dan operasi bisnis secara lebih efisien.

Program sosialisasi dapat dirancang untuk memberikan manfaat maksimal kepada UMKM dan masyarakat di Kelurahan Kedung Baruk. Program ini dapat mencakup pelatihan, seminar, bimbingan, dan sumber daya lainnya untuk mendukung UMKM dalam mengadopsi praktik-praktik terbaik dalam digital marketing dan manajemen keuangan. Dengan memberdayakan UMKM melalui peningkatan keterampilan digital dan manajemen keuangan, dapat diharapkan adanya peningkatan kesejahteraan masyarakat di wilayah Kelurahan Kedung Baruk, di Kecamatan Rungkut, dalam kota Surabaya. Ini dapat membuka peluang pekerjaan yang baru, meningkatkan pemasukan rumah tangga, dan berkontribusi pada perkembangan ekonomi lokal.

METODE

Pelaku UMKM di Kelurahan Kedung Baruk menghadapi sejumlah hambatan, termasuk keterlambatan dalam mendapatkan informasi dan edukasi terkait pemasaran serta penjualan produk melalui platform online seperti Instagram, Shopee, dan Gojek . Untuk mengatasi beberapa masalah yang dihadapi oleh UMKM di Kelurahan Kedung Baruk, Kelompok 01 Bina Desa UPN Veteran Jawa Timur melakukan kegiatan sosialisasi tentang Digital Marketing dan Manajemen Keuangan. Tujuannya adalah memberikan edukasi kepada para aktor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah Kelurahan Kedung Baruk maka mereka akan meningkatkan wawasan dan pemahaman terhadap teknologi pemasaran yang semakin canggih dan manajemen keuangan yang baik. Program pengabdian kepada masyarakat ini bergantung pada kegiatan penyuluhan, serta metode pelaksanaan yang mencakup:

A. Pendekatan Observasi dan Wawancara

Pendekatan ini diterapkan bersama penduduk dan aktor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah Kelurahan Kedung Baruk, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya tujuannya adalah untuk menilai pengetahuan dan pemahaman pelaku terkait penggunaan pemasaran digital melalui platform media sosial dalam kegiatan Pengiklanan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta untuk memperoleh data awal sebagai landasan sehingga dapat merencanakan sejumlah langkah yang akan dilakukan.

B. Tindakan

Dalam rangkaian aktivitas ini, Kelompok Bina Desa 01 UPN “Veteran” Jawa Timur telah melakukan beragam langkah-langkah, yaitu :

1. Melakukan observasi langsung di tempat Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan di antara penduduk lokal di wilayah Kelurahan Kedung Baruk, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya
2. Mengajukan permohonan izin kepada Kepala Kelurahan. Kedung Baruk bersama dengan timnya untuk melakukan sosialisasi tentang Digital Marketing dan Manajemen Keuangan.
3. Memohon izin kepada Ketua RW 05 Kelurahan Kedung Baruk agar dapat menggunakan Balai Rw 05 sebagai tempat diadakannya sosialisasi
4. Menyebar undangan kepada pelaku UMKM dan warga setempat Kelurahan Kedung Baruk
5. Menyusun materi yang akan dipresentasikan
6. Penyelenggaraan kegiatan pengenalan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). mengenai Digital Marketing dan Manajemen Keuangan.
7. Pelaksanaan pendampingan pengembangan UMKM

C. Pelaksanaan Demonstrasi dan Praktik

Agar lebih efektif dalam menyampaikan konsep penting sehingga peserta sosialisasi UMKM di Kelurahan Kedung Baruk dapat dengan mudah memahaminya. Pendekatan ini menggambarkan penggunaan teknologi digital sebagai sarana pemasaran yang praktis dan tanpa biaya dengan menggunakan smartphone. Peserta diajak secara langsung untuk aktif mengikuti program dan mengimplementasikan konsep yang diajarkan.

D. Evaluasi

Pada pelaksanaan rencana-rencana aktivitas, keberadaan kekeliruan dan kelemahan merupakan suatu hal lumrah, sehingga dilakukan penilaian terhadap menilai tingkat efektivitas dan kelancaran jalannya program ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi mengenai strategi pemasaran digital melalui penggunaan media sosial memiliki signifikansi yang besar. Hal ini penting karena memberikan pengetahuan kepada para pelaku Bisnis Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah Kelurahan Kedung Baruk mengenai langkah-langkah dan proses untuk mengembangkan basis konsumen melalui penggunaan media sosial dalam promosi produk. Dengan demikian, hal ini mampu meningkatkan keunggulan kompetitif bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). yang terdapat pada Kelurahan Kedung Baruk, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya. Pelaksanaan kegiatan penyuluhan ini diprakarsai oleh data yang diperoleh dengan melakukan wawancara dan observasi langsung pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terlihat kendala yang muncul terkait kurangnya pemahaman dan pengetahuan para pelaku UMKM dalam menggunakan platform digital untuk meningkatkan kinerja bisnis. Salah satu permasalahan utama adalah minimnya pemahaman terhadap peluang bisnis yang dapat dimanfaatkan melalui pemasaran online. Oleh karena itu, kegiatan sosialisasi ini dianggap sebagai solusi untuk mengatasi masalah tersebut dan mendukung perkembangan usaha warga Kelurahan Kedung Baruk, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya.

Kelompok 01 Bina Desa Manajemen 2023 UPN "Veteran" Jawa Timur melaksanakan sosialisasi ini di tanggal 18 November 2023, yang dilaksanakan di

Balai Pertemuan RW 05 Kelurahan Kedung Baruk. Tujuan dari aktivitas tersebut yaitu UMKM di Kelurahan Kedung Baruk serta penduduk lokal, termasuk RW, dalam organisasi.



Gambar 1. Observasi lokasi UMKM Kelurahan Kedung Baruk



Gambar 2. Koordinasi dengan Ketua RW 05 dan Warga RW05

Penjelasan mengenai pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang diberikan kepada pelaku UMKM di wilayah Kelurahan Kedung Baruk mencakup Digital Marketing dan Manajemen Keuangan. Dr. G. Oka Warmana, S.E., M.M, menyampaikan materi penjelasan mengenai konsep manajemen keuangan, signifikansi pencatatan keuangan dalam dunia bisnis, teknik penetapan harga produk, dan metode penentuan keuntungan.

Manajemen Keuangan Melibatkan perencanaan, evaluasi, dan pengawasan aktivitas keuangan, ini menjadi kunci untuk kelancaran operasional perusahaan, baik yang berskala besar maupun kecil. Sebagaimana dijelaskan oleh Harjito dan Martono (2010:4), pengelolaan keuangan mencakup segala aspek yang terkait dengan akuisisi, pendanaan, dan pengelolaan aset dengan beberapa tujuan yang komprehensif. Oleh karena itu, setiap pemilik usaha perlu memahami biaya operasional, keuntungan yang diperoleh, dan modal yang digunakan. Dengan demikian, para pemilik usaha dapat mengevaluasi kinerja dan kapasitas usahanya serta melakukan perencanaan bisnis yang efektif dengan memanfaatkan pencatatan keuangan yang tersedia.



Gambar 3. Sosialisasi UMKM tentang Manajemen Keuangan

Anggota kelompok Bina Desa 01 UPN "Veteran" Jawa Timur memberikan penjelasan materi sosialisasi tentang pengembangan UMKM, terutama dalam aspek digital marketing. Isi materi mencakup pengertian digital marketing, keuntungan, peluang bisnis melalui platform digital untuk memasarkan produk atau jasa, dan juga memberikan sejumlah informasi mengenai branding. Tim kami secara rinci menjelaskan konsep digital marketing, yang merujuk pada upaya pemasaran mengiklankan produk atau layanan secara digital atau elektronik. Maksud utama dari digital marketing adalah untuk meluaskan dengan meningkatkan jangkauan pembeli secara efektif, sesuai dan efisien. Penjelasan berikut sejalan akan hasil penelitian yang diuraikan oleh Gunawan & Septianie pada kegiatan Perkenalan Pengenalan Pemasaran Digital dan Pengelolaan Keuangan kepada para aktor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah Kelurahan Kedung Baruk, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya. Dalam penelitian tersebut, digital marketing diartikan sebagai penggunaan teknologi digital untuk mencapai tujuan pemasaran dan modifikasi atau penyesuaian konsep pemasaran oleh perusahaan (Gunawan & Septianie, 2021).



Gambar 4. Sosialisasi UMKM Mengenai Digital Marketing

Materi yang dibawakan oleh masing-masing narasumber mendapat tanggapan positif dari audiens sekitar, termasuk pelaku usaha. Dapat ditinjau

dengan melihat interaksi yang terjadi pada pada setiap penutupan sesi materi, terjadi interaksi aktif antara masyarakat dan pelaku UMKM, yang mengajukan pertanyaan terkait dengan isi materi yang telah dibawakan oleh narasumber. Pengabdian masyarakat kepada UMKM di Kelurahan Kedung Baruk, yang dilaksanakan oleh kelompok Bina Desa 01 UPN "Veteran" Jawa Timur, menciptakan saling Interaksi saling memberi dan menerima antara pembicara dan pendengar.

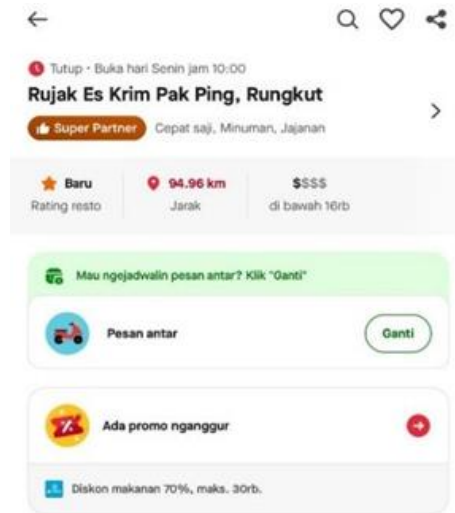


Gambar 5. Diskusi terkait masalah Digital Marketing dan Manajermen Keuangan

Setelah memberikan sosialisasi kelompok Bina Desa 01 UPN "Veteran" Jawa Timur melakukan pendampingan UMKM yang dapat membantu UMKM menggunakan prinsip dan kemampuan yang telah diperoleh dalam situasi tersebut praktis. Ini membantu pemilik UMKM untuk lebih memahami dan mengimplementasikan ide-ide yang telah disampaikan. UMKM yang akan dibantu adalah UMKM Rawon Sae dan Rujak Es Krim Pak Ping di Pujasera Kuliner RW05 Kelurahan Kedung Baruk.



Gambar 6 . Pendaftaran QRIS Rawon Sae dan Gofood UMKM Rujak Es krim Pak Ping



Gambar 7. Tampilan Rujak Es Krim Pak Ping telah terdaftar di Platform Gofood



Gambar 8. Tampilan QRIS UMKM Rawon Sae

Evaluasi :

Permasalahan	Solusi	Hasil
<p>Digital Marketing : Kurangnya pemahaman terhadap potensi bisnis yang dapat dimanfaatkan melalui strategi pemasaran online</p>	<p>Melakukan penyuluhan mengenai strategi bisnis melalui pemanfaatan pemasaran online.</p>	<p>Menerima inspirasi dan pemahaman mengenai kepentingan serta taktik pemasaran daring.</p>
<p>Manajemen Keuangan: Minimnya kesadaran dan pengetahuan mengenai pentingnya manajemen keuangan dalam bisnis</p>	<p>Memberikan sosialisasi urgensi pemahaman dan cara mengelola keuangan</p>	<p>Mendapatkan dorongan dan informasi mengenai urgensi serta metode manajemen keuangan</p>

Berdasarkan hasil dari pendampingan yang kami lakukan kepada Pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Kedung Baruk, diharapkan individu yang terlibat dalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di suatu lingkungan kelurahan. Kedung Baruk dapat mengoptimalkan penggunaan teknologi, menerapkan strategi pemasaran digital, dan melaksanakan praktik manajemen

keuangan yang baik. Dengan menggabungkan kedua strategi ini, diharapkan dapat bersaing secara global, memperluas jangkauan pasar, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. UMKM Kelurahan Kedung Baruk untuk terus melakukan inovasi dalam pemasaran digital, sehingga mampu bersaing efektif dengan pesaing lainnya. Kami juga berharap agar pihak desa dapat melakukan pemantauan secara rutin, mengingat sosialisasi yang kami berikan ini merupakan awal dari usaha untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam digital marketing dan manajemen keuangan untuk pelaku usaha di wilayah Kelurahan Kedung Baruk.

KESIMPULAN

Kesuksesan pelaksanaan kegiatan ini dapat dikenali melalui elemen penunjang yang membuat sosialisasi sedang berlangsung lancar. Salah satu faktor tersebut adalah dukungan sepenuhnya dari pihak administrasi Kelurahan Kedung Baruk dengan ketersediaan berkerjasama serta memberikan dukungan kepada program inisiatif pengenalan pengembangan masyarakat dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Selain itu, rasa kemauan yang ditunjukkan oleh penduduk dan individu yang terlibat dalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di suatu wilayah kota kecil tersebut turut berkontribusi pada kelancaran acara, di mana mereka dapat menyimak dan merespons dengan baik terhadap materi yang disampaikan oleh narasumber. Praktiknya, pengetahuan yang disampaikan oleh kelompok Bina Desa 01 UPN "Veteran" Jawa Timur telah diterapkan dan dijalankan oleh pengusaha-pengusaha ataupun orang-orang UMKM. Sebagai hasilnya, banyak individu yang terlibat dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) individu tersebut merasa mendapat manfaat dalam mengelola bisnisnya berkat pengetahuan dan wawasan yang telah dibagikan oleh para pembicara. Dengan berakhirnya sesi sosialisasi, kelompok Bina Desa 01 "Veteran" Jawa Timur terus memberikan dukungan dengan melakukan tindak lanjut, termasuk pendampingan dalam pembuatan media sosial, strategi promosi, dan pembukuan keuangan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Pelaku UMKM dan Warga Kelurahan Kedung Baruk, Ibu Fatin Hamamah, S.Ag, S.H. selaku lurah di Kelurahan Kedung Baruk, Bapak Drs. Ec. Hery Pudjoprastiono, M.M. selaku Dosen Pembimbing, Bapak Raden Johnny Hadi Raharjo, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Lapangan dan juga Kelompok Bina Desa Kedung baruk atas kerjasama dan support yang diberikan selama kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adviola, T.F., Priyambudi, N.A., Khotimah, A.A.H., Erlushandy, D.P. and Budiwitjaksono, G.S., 2023. Sosialisasi Digital Marketing dan Manajemen Keuangan Pada Pelaku UMKM di Kelurahan Sukorejo Kota Blitar. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), pp.111-120.
- Dewi, A.A., Faisal, S., KOM, S. and KOM, M., 2023. Peran Manajemen Keuangan Dan Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam

- Memajukan Desa Rangdumulya Kecamatan Pedes. *ABDIMA JURNAL PENGABDIAN MAHASISWA*, 2(2), pp.7163-7169.
- Saniyyah, S., Adviola, T.F. and Swasti, I.K., 2023. Sosialisasi Digital Marketing Pada UMKM di Kota Blitar Sebagai Sarana Pengembangan Pemasaran Produk. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(3), pp.30-39.
- Darmawan, D. 2012. Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi. PT Remaja Rosdakarya: Bandung. Hartono dan Deny D. Hartomo. 2014. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM di Surakarta. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol. 14, No. 1: 15-30.
- Setiyana, C.D.M.R. and Maulidasari, C.D., 2020. Sosialisasi digital marketing pada usaha mikro kecil menengah (umkm). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Darma Bhakti Teuku Umar*, 2(1), pp.63-73.
- Hamzah, R.E. and Putri, C.E., 2021. Pemanfaatan Digital Marketing oleh Pelaku UMKM di Kuningan Barat Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Dianmas*, 1(1), pp.12- 20.