



## **PENDAMPINGAN TEKNOLOGI PEMASARAN DIGITAL DAN LITERASI KEUANGAN PADA UMKM SABLON CUP VIOLA DESA PURWOSARI**

**Iwan Suroso, Supriyono, Nurul Rizka Arumsari, Diah Ayu Susanti\***

Studi Manajemen, Universitas Muria Kudus, Jl. Lkr. Utara, Kayuapu Kulon, Gondangmanis, Bae, Kudus, Jawa Tengah 59327, Indonesia

\*[diah.ayu@umk.ac.id](mailto:diah.ayu@umk.ac.id)

### **ABSTRAK**

Pada Era digitalisasi membuat pemanfaatan aplikasi keuangan digital dapat berkontribusi bagi pengembangan bisnis UMKM terutama baik aspek pemasaran maupun aspek keuangan. Para pegiat UMKM sejatinya bisa mempergunakan kemajuan teknologi keuangan digital untuk pembiayaan dan penguatan modal bisnis. Akan tetapi minimnya literasi keuangan digital membuat para pegiat UMKM terutama berbasis digital tidak bisa mempergunakan layanan keuangan digital dengan baik, sehingga justru banyak yang terkena pinjaman online ilegal. Kegiatan pengabdian masyarakat berfokus pada UMKM sablon cup Viola, yang terdiri dari 9 peserta. Tujuan dari pendampingan ini dihadapkan UMKM mampu menggunakan media digital dalam pemasaran dan pembuatan laporan keuangan. Metode yang digunakan dengan memberikan pelatihan dan pendampingan dalam penerapan pemasaran digital dan pembuatan laporan keuangan. Kegiatan dilakukan dengan membantu akun di marketplace dan membuat laporan keuangan. Keberhasilan kegiatan ini tampak dari para pegiat UMKM digital yang telah memanfaatkan berbagai aplikasi keuangan digital bagi peningkatan modal kerja melalui pola pembiayaan keuangan digital. Para pegiat UMKM juga dapat mengenal tata kelola keuangan digital, sehingga bisa melakukan transaksi digital sebagai upaya memperkuat aspek keuangan dan ekosistem bisnis digital.

Kata kunci: pemasaran digital; literasi keuangan; UMKM

## **ASSISTANCE WITH DIGITAL MARKETING TECHNOLOGY AND FINANCIAL LITERACY IN PURWOSARI VILLAGE VIOLA CUP SCREEN PRINTING MSME**

### **ABSTRACT**

*In the digital era, the use of digital financial applications can contribute to the development of MSME businesses, especially in terms of marketing and financial aspects. MSME activists can actually use advances in digital financial technology for financing and strengthening business capital. However, the lack of digital financial literacy makes MSME activists, especially digital-based ones, unable to use digital financial services properly, so that many are exposed to illegal online loans. Community service activities focus on MSME screen printing cup Viola, which consists of 9 participants. The purpose of this assistance is to face MSMEs being able to use digital media in marketing and making financial reports. The method used is to provide training and assistance in implementing digital marketing and making financial reports. Activities are carried out by helping accounts in the marketplace and making financial reports. The success of this activity can be seen from the digital MSME activists who have utilized various digital financial applications to increase working capital through digital financial financing patterns. MSME activists can also get to know digital financial governance, so that they can carry out digital transactions as an effort to strengthen the financial aspects and digital business ecosystem.*

*Keywords: digital marketing; financial literacy, MSME*

## **PENDAHULUAN**

Pemasaran *Digital* suatu perkembangan teknologi yang tidak dapat dielakkan lagi, Pada era globalisasi dan kemajuan teknologi saat ini. Hampir semua lini kehidupan telah mengadopsi dunia digital. Dunia digital diprediksi akan menjadi poin krusial bagi seluruh aktivitas manusia, termasuk aktivitas bisnis. Beberapa indikator yang bisa digunakan saat ini antara lain naiknya pengeluaran iklan digital, pertumbuhan kepemilikan smartphone yang menyediakan kemudahan akses inter-net, perbaikan infrastruktur telekomunikasi dalam rangka peningkatan kualitas akses data, serta diluncurkannya layanan 4G. Menurut data Facebook, 74% pengguna internet di Indonesia menggunakan perangkat mobile (Utomo, 2016). Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. Tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (offline) menjadi digital (online). Strategi digital marketing ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet (Syukri & Sunrawali, 2022).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam laju ekonomi Indonesia terutama dalam penciptaan lapangan kerja dan pemberdayaan rumah tangga yang mendukung pendapatan rumah tangga. Keberadaan UMKM diharapkan mampu memacu perekonomian di tengah perlambatan ekonomi yang terjadi saat ini. Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi digital (pemasaran digital) memberikan harapan bagi UMKM untuk berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi. Kriteria Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 digolongkan berdasarkan jumlah aset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha, Kota Kudus merupakan salah satu kota yang ada di provinsi Jawa Tengah dengan mayoritas pelaku UMKM masih memiliki keterbatasan dalam pengaplikasian teknologi pemasaran digital dan pengimplementasian pencatatan keuangan dalam kegiatan usahanya.

Berdasarkan informasi Disnaker Perinkop UKM Kudus telah melaksanakan Kegiatan Peningkatan Akses Pembiayaan Melalui Digitalisasi Keuangan dilaksanakan tanggal 24 -25 Mei 2023 dan Kegiatan Peningkatan Akses Pembiayaan Melalui Literasi Keuangan tanggal 25 -26 Mei 2023 di Hotel @ HOME Kudus dengan peserta masing-masing kegiatan sebanyak 25 (dua puluh lima). Praktisi/Narasumber terdiri dari : Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Koperasi dan UKM Kabupaten Kudus, BRI, BSI, Pegadaian Bank Indonesia, Praktisi UKM dan Anggota Komisi B DPRD Provinsi Jawa Tengah serta Praktisi UKM, hal tersebut dilatarbelakangi adanya Keterbatasan modal merupakan masalah yang melekat pada Usaha Kecil dan Menengah dalam mengembangkan usaha produktifnya. Pembukuan usaha merupakan syarat penting yang dibutuhkan Perbankan/Non Bank apabila ingin Mengakses Pembiayaan. Oleh karena itu, Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Tengah menyelenggarakan Kegiatan Peningkatan Akses Pembiayaan Melalui Literasi Keuangan dan Peningkatan Akses Pembiayaan Melalui Digitalisasi Keuangan. Diharapkan dapat meningkatkan pemahaman UMKM tentang pentingnya Literasi Keuangan dan Digitalisasi Keuangan khususnya pembukuan usaha secara digital, serta dapat mengakses Program Pembiayaan suku bunga murah dari Perbankan/Non Bank serta memahami Peran DPRD Provinsi Jawa Tengah dalam Pemberdayaan Koperasi dan UMKM khususnya di Kabupaten Kudus dan sekitarnya.

Berdasarkan informasi Disnaker Perinkop UKM Tim pengabdian Universitas Muria Kudus dalam skema Ipteks Bagi Masyarakat dalam hal pengembangan serta pendampingan teknologi pemasaran dan literasi keuangan pada salah satu UMKM yang ada di Kudus yaitu : Sablon Cup Viola.

Viola adalah UMKM yang bergerak dalam industri sablon pembuatan cup maupun mangkuk berbahan kertas Usaha yang sudah dirintis dari tahun 2018 berawal masih minimnya usaha sablon cup yang ada di didirikan di kota Kudus tepatnya di Jl. Ganesha 3 Kecamatan Kota

Kabupaten Kudus. Pemilik usaha Viola adalah Agus Supriyanto. Selama ini mitra melakukan promosi dan penjualan produk dengan media offline seperti penjualan melalui mulut ke mulut ataupun berbentuk brosur, serta menerima pesanan dari pembeli, sedangkan media online hanya menggunakan *whatsap* saja. Belum tersedianya sistem informasi yang mempermudah pelanggan dalam melakukan transaksi tanpa harus datang rumah. Untuk itu, mitra membutuhkan pendampingan teknologi pemasaran yang mampu memberikan informasi mengenai produk kepada pelanggan dengan cepat melalui internet. Dengan mengaplikasikan sistem penjualan tersebut, mitra dapat melakukan promosi atau pengenalan produk sablon seperti Cup, mangkuk paper, kemasan paper secara efisien dan efektif. Sistem yang berjalan pada usaha viola saat ini belum memiliki pencatatan keuangan dalam menjalankan kegiatan usahanya. Seiring semakin banyaknya penjual minuman frenchaise di kabupaten Kudus membuat Produk sablon cup banyak dicari oleh para pelaku usaha, hal ini berpotensi untuk dapat mengembangkan serta meningkatkan keuntungan bagi pemilik usaha.



Gambar 1 : Proses Pembuatan Cup Sablon

Dalam menjalankan suatu usaha ada beberapa tantangan yang dihadapi mitra salah satunya masih minimnya pengetahuan serta pengaplikasian teknologi pemasaran digital, Pemasaran berperan penting di dalam proses bisnis UMKM. Salah satu tantangan yang paling sulit untuk UMKM adalah untuk menentukan strategi yang akan digunakan untuk pemasaran guna menghasilkan keuntungan sebanyak-banyaknya dengan menggunakan sumber daya yang terbatas. Oleh karenanya, UMKM perlu memanfaatkan sumber daya yang ada dengan sebaik mungkin, Dengan memanfaatkan teknologi sebagai penunjang dalam pemberian informasi dengan memanfaatkan *Digital Marketing* dalam melakukan kegiatan pemasaran. Selanjutnya mitra belum melakukan pencatatan laporan keuangannya sehingga antara uang pribadi dengan modal masih bercampur,

membuat mitra kesulitan dalam melakukan penghitungan laba yang didapatkan per bulannya.

Pencatatan laporan keuangan memiliki peran penting dalam mengukur kinerja usaha, dengan adanya laporan keuangan pelaku usaha dapat mengetahui informasi mengenai kondisi keuangan usahanya serta dapat mengetahui jumlah biaya yang dikeluarkan per bulan dan laba dan rugi yang didapatkan perbulannya, Sehingga pemilik usaha dapat merencanakan keberlangsungan usahanya dimasa yang akan datang. Perlu dilaksankannya pendampingan pada UMKM Cup Viola dalam pemasaran digital agar usahanya dapat dikenal oleh masyarakat luas serta dapat meningkatkan omset penjualan per bulannya dan dapat meningkatkan laba usahanya. Mitra juga perlu didampingi dalam melakukan pencatatan / pembukuan laporan keuangannya sehingga dapat membantu mitra dalam menghitung Tujuan dari pengabdian Masyarakat, diharapkan setelah dilakukan pendampingan UMKM Sablon Cup Viola mampu menerapkan pemasaran melalui media digital, sehingga omset akan bertambah. Serta mampu menerapkan pembuatan laporan keuangan yang baik sesuai dengan standar akuntansi dan mampu memisahkan keuangan pribadi dan modal usaha, sehingga dengan mudah melihat laba atau rugi yang diperoleh dalam kegiatan usahanya.

## **METODE**

Secara garis besar metode yang akan diterapkan pada kegiatan pengabdian ini adalah dengan menggunakan berbagai metode seperti presentasi, diskusi serta tanya jawab, pelatihan, pembahasan dan studi kasus. Bentuk metode yang telah dilaksanakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah metode OLU:

1. Orientasi: penjelasan mengenai materi laporan keuangan yang sesuai dengan Pengaplikasian Teknologi Pemasaran digital dan Pengenalan literasi keuangan dengan pembukuan/ pencatatan keuangan sederhana.
  - a. Peserta dalam kegiatan ini adalah UMKM Sablon Cup Viola, yang berjumlah 9 (sembilan) orang. Setelah dilakukan pendampingan, diharapkan mampu membaca, memahami, materi selama pendampingan dalam pelaksanaan pendampingan yang akan diberikan oleh tim pengabdian serta mengikuti pendampingan dengan sungguh – sungguh dan tepat waktu.
  - b. Peserta diharapkan wajib menghadiri pelatihan sampai dengan selesai , karena dengan ketidakhadiran peserta akan menyebabkan tidak terselesaikannya pemahaman yang menyeluruh oleh peserta, dan tidak optimalnya kemampuan peserta dalam kegiatan tersebut.
  - c. Peserta diharapkan mampu mengimplemantasikan hasil pendampingan, sehingga target yang dituju dapat tercapai.
2. Latihan: peserta diwajibkan mengikuti tahapan dalam rangkaian kegiatan yang dilaksanakan dengan diberikan contoh soal dan cara penyelesaiannya mengerjakan yang sepenuhnya sesuai yang dibutuhkan oleh peserta pelatihan.
3. Umpan Balik: Setelah peserta mengerjakan contoh soal yang ada disesuaikan dgn kebutuhan peserta, selanjutnya peserta dapat mengetahui kekurangan serta kesalahan yang ada sehingga akan memberikan pemahaman yang baik tentang konsep yang diajarkan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pentingnya penguasaan teknologi digital dalam pemasaran dan pengetahuan literasi keuangan tidak dapat diabaikan begitu saja, Berikut ini beberapa hasil yang diperoleh dalam yang dilakukan oleh tim pengabdian pada masyarakat:

1. *Tren digital marketing* menjadi peluang bisnis bagi UMKM di era digital, *digital marketing* menurut American Marketing Association (AMA) merupakan aktivitas serta intuisi dan

proses yang dilengkapi oleh teknologi digital dalam menciptakan, menyampaikan, serta mengkomunikasikan nilai-nilai produk kepada konsumen serta yang berkaitan langsung dengan yang lainnya (Ary Meizary & Betty Magdalena, 2023). Pendampingan teknologi pemasaran digital diharapkan usaha Sablon Cup Viola dapat memperluas jangkauan pasar melalui pemasaran digital umkm dengan memanfaatkan facebook dan Instagram untuk dapat memperkenalkan serta mempromosikan produk dan layanan kepada khalayak yang lebih luas.

2. Literasi keuangan merupakan pengetahuan dasar yang memahami mengelola keuangan dengan bijak dalam menggunakan dana untuk belanja, asuransi, menabung dan investasi (Baiq Fitri Arianti & Khoirunnisa Azzahra, 2020). Pendampingan literasi keuangan dalam bentuk pembukuan / pencatatan laporan keuangan sederhana, beberapa permasalahan yang dihadapi oleh umkm salah satunya juga dialami oleh umkm Sablon Cup Viola masih minimnya pemahaman mengenai literasi keuangan dan pengaplikasian dalam pencatatan laporan keuangan salah satunya adalah untuk mengetahui jumlah aset dan modal yang dimiliki, serta dapat melihat besaran hutang yang dimiliki. Kemampuan mengelola keuangan UMKM sangat diperlukan untuk kinerja usaha dan keberlangsungan usaha. Tanpa adanya pemahaman mengenai konsep-konsep dasar keuangan, maka UMKM tidak bisa mengambil keputusan terkait pengelolaan keuangan. UMKM yang memiliki dasar pengetahuan keuangan yang baik akan memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan keuangan yang lebih baik hal seperti pinjaman, investasi dan sebagainya. Jika dibandingkan dengan UMKM yang tidak memiliki dasar pengetahuan keuangan akan memungkinkan timbulnya resiko dalam usahanya seperti kerugian bahkan kebangkrutan.



Gambar 2. Dokumentasi Pelaksanaan

## **SIMPULAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan topik “Pendampingan Teknologi Pemasaran Digital dan Literasi Keuangan pada UMKM Sablon Cup Viola Desa Purwosari. Umkm Sablon Cup Viola Pada Aspek Pemasaran, Melalui Teknologi Informasi Berbasis *Digital Marketing* “ telah dilaksanakan dengan baik dan berjalan dengan lancar, Kegiatan pendampingan yang dilatarbelakangi semakin berkembangnya teknologi akan berdampak pada perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), termasuk industri sablon cup di kabupaten Kudus. Agar UMKM sablon cup tetap produktif, maka dibutuhkan adanya pemahaman serta pengetahuan melalui pencatatan laporan keuangan sederhana, sehingga mitra dapat mengoptimalkan modal yang ada untuk perkembangan kegiatan bisnisnya, Pengaplikasian aspek pemasaran dilakukan melalui implementasi teknologi informasi dengan berbasis pemasaran digital dalam pengelolaan usahanya. Sehingga diharapkan dengan adanya kegiatan tersebut dapat membantu mitra dalam pengembangan usaha bisnisnya serta dapat meningkatkan omset penjualan serta meningkatkan laba perusahaan.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Seluruh anggota Tim Pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Muria Kudus yang telah memfasilitasi dalam bentuk financial atas terselenggarakannya kegiatan program pengabdian kepada masyarakat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Baiq, F. A. & Azzahra, K (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi Literasi Keuangan: Studi Kasus UMKM Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Manajemen dan keuangan*, JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN, Vol 9 (2) 2020, hal 156-171.
- Dharmanesta, B. S. (1998). Teknologi Informasi dalam Pemasaran : Implikasi dalam Pendidikan Pemasaran. *Indonesian Economy and Business*, 13(3), 14. <http://id.portalgaruda.org/?ref=browse&mod=viewarticle&article=260113>
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2009). *Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik*. Dewan Standar Akuntansi Keuangan Jakarta
- Meizary, Ary., Magdalena, Betty. (2023). Strategi Pemasaran Digital Pada Produk UMKM Dapoer Ibu Hayra. *J-Abdi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3 (1), 85-92. <https://doi.org/10.47467/visa.v1i2..834>.
- Kasendah, B. S., & Wijayangka, C. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 153–160.
- Kementerian UMKM. Statistik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Tahun 2010–2018
- Santosa, I. M. A., Puspawan, D. K. H., Wayan, N. L., & Lestari, D. D. (2020). Penerapan Teknologi Untuk Peningkatan Pemasaran dan Produksi Pada Nuansa Kerupuk. *Madaniya*, 1(3), 110–117. <https://madaniya.pustaka.my.id/journals/contents/article/view/19>
- Susanti, A. (2017). Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan, Dan. *Telaah Bisnis*, 18(1), 45–56.
- Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Kinerja*, 19(1), 170–182. <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i1.10207>