



IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING DAN PEMBERDAYAAN MANAJEMEN PADA UMKM COKELAT CHOCOSAN DENGAN APLIKASI SIAPIK

Unika Aprilliana¹, Aisyah Farrasanti², Diva Nur Shaqinah³, Uswatun Khasanah Muis Busrah⁴

^{1,2,3,4}Universitas Cendrawasih, Jayapura, Indonesia

Article Information

Article history:

Received June 01, 2024

Approved June 11, 2024

Keywords:

UMKM,
Pengembangan
Produk,
Pemasaran
Digital

ABSTRACT

UMKM Cokelat "Chocosan" memiliki potensi besar untuk berkembang, namun terkendala oleh keterbatasan dalam manajemen, pengembangan produk, dan pemasaran. Program PKM ini bertujuan untuk memperkuat UMKM "Chocosan" melalui pemberdayaan manajemen, pengembangan produk melalui pembuatan katalog produk, dan pemasaran menggunakan pemasaran digital. Kegiatan PKM ini meliputi: a. Pemberdayaan Manajemen: Pelatihan dan pendampingan dalam pengelolaan keuangan, produksi, dan pemasaran. b. Pengembangan Produk: Pembuatan katalog produk yang menarik dan informatif. c. Pemasaran Digital: Pembuatan website, media sosial, dan platform e-commerce untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas. Diharapkan program PKM ini dapat meningkatkan daya saing UMKM "Chocosan" dan membantu mereka mencapai kesuksesan yang berkelanjutan.

ABSTRAK

"Chocosan" Chocolate MSMEs have great potential to develop, but are hampered by limitations in management, product development and marketing. This PKM program aims to strengthen "Chocosan" MSMEs through empowering management, product development through creating product catalogs, and marketing using digital marketing. PKM activities include: a. Management Empowerment: Training and assistance in financial management, production and marketing. b. Product Development: Creating an attractive and informative product catalogue. c. Digital Marketing: Creation of websites, social media, and e-commerce platforms to reach a wider range of customers. It is hoped that this PKM program can increase the competitiveness of "Chocosan" MSMEs and help them achieve sustainable success.

© 2024 EJOIN

*Correspondence E-mail : unikaprillia@gmail.com

PENDAHULUAN

UMKM Cokelat "Chocosan" merupakan salah satu UMKM cokelat yang memiliki potensi besar untuk berkembang. UMKM ini memiliki produk cokelat yang berkualitas tinggi dengan rasa yang unik dan khas. Namun, UMKM "Chocosan" masih menghadapi beberapa kendala dalam mengembangkan usahanya, seperti:

- a) Keterbatasan dalam pengelolaan usaha, UMKM "Chocosan" masih memiliki keterbatasan dalam pengelolaan keuangan, produksi, dan pemasaran. Hal ini menyebabkan efisiensi dalam operasional usaha dan menghambat pertumbuhan usaha.
- b) Keterbatasan dalam pengembangan produk, UMKM "Chocosan" belum memiliki katalog produk yang menarik dan informatif. Hal ini menyebabkan kesulitan dalam memasarkan produk kepada pelanggan.
- c) Keterbatasan dalam pemasaran, UMKM "Chocosan" belum memanfaatkan media digital secara optimal untuk memasarkan produknya. Hal ini menyebabkan pangsa pasar yang terbatas dan penjualan yang rendah.

Untuk mengatasi kendala-kendala tersebut, perlu dilakukan program PKU (Pengabdian Kepada UMKM) yang bertujuan untuk memperkuat UMKM Cokelat "Chocosan" melalui pemberdayaan manajemen, pengembangan produk melalui pembuatan katalog produk, dan pemasaran menggunakan pemasaran digital.

UMKM merupakan usaha yang bersifat padat karya, tidak membutuhkan persyaratan tertentu dan penggunaan modal usaha relatif sedikit serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana. Pemanfaatan pemasaran digital memberikan harapan baru bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi. Salah satu UMKM yang ada di samping gereja PNIEL lampu merah brimob kotaraja luar, yaitu UMKM yang memproduksi chocosan milik Santia mahasiswi sem 4 mengalami kenaikan produktivitas usaha karena adanya pemanfaatan pemasaran digital. Produksi chocosan mengalami kenaikan karena pemilik usaha tidak hanya memproduksi es coklat tetapi juga memproduksi banyak jajanan yang digemari masyarakat terutama di kalangan milenial.

METODE PELAKSANAAN

Program pengabdian UMKM adalah bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh mahasiswa dengan pendekatan ilmu (disipliner) dan sektoral pada daerah tertentu di wilayah Indonesia yang wajib diikuti oleh seluruh mahasiswa dengan tujuan meningkatkan kemampuan dan wawasan mahasiswa. Pengabdian UMKM merupakan salah satu bentuk pengalaman Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu Pengabdian dari mahasiswa kepada pemilik UMKM secara langsung. Melalui kegiatan pengabdian ini, mahasiswa dapat membantu dalam memecahkan permasalahan yang dialami UMKM dengan memberikan kontribusi pada program-program yang telah tersusun dengan baik. Dalam pengabdian yang dilakukan, mahasiswa memberikan pengalamannya di bidang ilmu pengetahuan, teknologi untuk memberikan pengarahan serta solusi dalam memecahkan masalah secara tepat.

Lokasi dan waktu pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat berada di samping gereja PNIEL lampu merah brimob kotaraja luar yang dilaksanakan selama 7 hari terhitung mulai dari tanggal 20 maret sampai dengan 27 maret 2024. Dalam kegiatan Pendampingan UMKM, pelaksana Pendampingan UMKM harus melakukan survey dan merancang penyusunan program untuk Pemilik Usaha, kemudian dilakukan bimbingan dan diskusi dengan Dosen. Metode dalam melaksanakan pendampingan UMKM, yaitu sebagai berikut :

- a) Identifikasi masalah meliputi survey dengan pemilik UMKM di samping gereja PNIEL lampu merah brimob kotaraja luar
- b) Wawancara dengan Pemilik Usaha terkait ketersediaannya dalam pelaksanaan program pendampingan UMKM

- c) Mengamati dan menggambarkan segala kebutuhan yang diperlukan sesuai dengan prioritas terpenting dalam pengembangan UMKM
- d) Memulai kegiatan Pengabdian UMKM dengan membuat brosur dan mulai membuat rancangan untuk foto produk.
- e) Melakukan pendampingan untuk foto produk dan mengedit foto yang terpilih untuk disunting
- f) Memulai mengunggah foto-foto produk yang telah disunting ke media sosial dengan merangkai kalimat untuk mengenalkan produk kepada calon konsumen (pengikut terbaru)
- g) Melakukan pelatihan pemasaran digital dengan UMKM lain di daerah sekitar untuk memberikan pemahaman tentang pemanfaatan media sosial di dunia usaha

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan turun lapangan kami mencari UMKM yang dilaksanakan di Jayapura bagian kotaraja luar menghasilkan kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa dan pemilik UMKM dengan berbagai program yang dijalankan. Berikut ringkasan kegiatan turun lapangan yang dilakukan selama 7 hari, yaitu pada hari pertama kami meminta izin kepada pemilik UMKM untuk menggunakan usaha pemilik UMKM sebagai tugas kami dan bersedia untuk diwawancarai dan meminta laporan keuangan dan pada hari kedua kami mewawancarai pemilik UMKM dari awal buka usaha sampai dengan saat ini dan meminta laporan keuangan untuk diinput di aplikasi SI APIK. Setelah selesai wawancara kami merancang satu per satu program mulai dari desain brosur yang akan dibuat untuk UMKM yang sudah didiskusikan dengan pemilik UMKM.

❖ Pencapaian kegiatan



Gambar 1. Pembuatan Brosur

Pembuatan brosur untuk UMKM. Pembuatan brosur diharapkan dapat menjadi wadah untuk UMKM agar produknya dapat dikenal oleh banyak orang dan dapat menambah pembeli. Kita memilih membuat brosur karena telah melakukan diskusi pada pemilik UMKM untuk media apa yang diinginkan dan dapat dioperasikan dengan baik yaitu, pemilik UMKM menyetujui menggunakan brosur. Kami tidak memilih media sosial Instagram karena pemilik UMKM sendiri sudah mempunyai Instagram yang bernama *chocosan._*



Gambar 2. Membuat Laporan Keuangan menggunakan aplikasi SI APIK

Kegiatan kali ini kami memasukkan Laporan Keuangan menggunakan aplikasi SI APIK.

Chocosan Laporan Posisi Keuangan(Neraca) Per Februari 2024	
Keterangan	Rupiah
ASET	
Kas	Rp13,038,625
Kas Valas	Rp0
Tabungan	Rp0
Giro	Rp0
Deposito	Rp0
Piutang Usaha	Rp0
Persediaan	Rp9,316,375
Beban Dibayar Dimuka	Rp0
Aset Tetap	Rp7,645,000
Akumulasi Penyusutan	-Rp85,750
Aset Lain	Rp0
Jumlah Aset	Rp29,914,250
KEWAJIBAN	
Utang Bank	Rp0
Utang Usaha	Rp0
Kewajiban Lain	Rp0
Utang Beban	Rp0
Pendapatan Diterima Dimuka	Rp0
Jumlah Kewajiban	Rp0
MODAL	
Modal	Rp30,000,000
Saldo Laba	-Rp85,750
Jumlah Modal	Rp 29,914,250

Gambar 3. Salah satu hasil Laporan Keuangan di Aplikasi SI APIK

Kegiatan kali ini kami memasukkan Laporan Keuangan menggunakan aplikasi SI APIK.



Gambar 4. Melakukan pendampingan pengambilan foto dan video produk.

Melakukan pendampingan dalam pengambilan foto dan video produk, dalam kegiatan ini kami memberitahukan kepada pemilik UMKM cara pengambilan foto dan video produk agar terlihat bagus.



Gambar 5. Membagikan brosur

Pada kegiatan ini kami membagikan brosur untuk membantu mempromosikan bisnis UMKM.

❖ **Kendala yang dihadapi dalam melaksanakan kegiatan turun lapangan mencari UMKM.**

Pada saat akan melakukan kegiatan turun lapangan di tempat pemilik UMKM pada jam 7 malam terjadi hujan deras, sehingga pelaksanaan diundur sampai hujan redah. Setelah hujan redah kami dapat melaksanakan kegiatan kami dengan lancar dan mengunjungi tempat UMKM yang ingin kita datangi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari jurnal ini adalah dari kegiatan strategi yang kami lakukan untuk pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah “Chocosan” bahwa pemberdayaan manajemen, pengembangan produk melalui pembuatan katalog, dan pemasaran menggunakan pemasaran digital merupakan strategi untuk memperkuat UMKM “Chocosan” dan memiliki dampak positif dalam memperkuat UMKM "Chocosan". Pemberdayaan manajemen membantu UMKM tersebut dalam mengembangkan strategi bisnis yang efektif dan efisien dan juga dapat membantu pelaku UMKM dalam menggunakan media sosial sebagai mediasi promosi produk. Pengembangan produk melalui pembuatan katalog membantu UMKM tersebut dalam mengembangkan produk yang kuat dan memiliki daya tarik tinggi. Pemasaran menggunakan pemasaran digital membantu UMKM tersebut dalam mencapai pasar yang lebih luas dan memperjelas pesan produknya kepada konsumen. Hal ini terbukti dengan data penjualan yang tinggi dan tinggi. Penerapan strategi-strategi ini terbukti berhasil dalam memperkuat UMKM “Chocosan”. Hal ini dapat menjadi contoh bagi UMKM lain di Indonesia untuk meningkatkan daya saing dan mencapai kesuksesan yang berkelanjutan, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, dan menciptakan lapangan kerja. Penerapan strategi-strategi ini terbukti berhasil dalam memperkuat UMKM “Chocosan”. Pada akhirnya, jurnal ini menunjukkan bahwa pemberdayaan manajemen, pengembangan produk melalui pembuatan katalog, dan pemasaran menggunakan pemasaran digital adalah strategi yang efektif dalam memperkuat UMKM "Chocosan".

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A., Khan, M. N., & Haider, S. (2019). Impact of digital marketing on consumer purchase intention: A study on the banking industry of Pakistan. *International Journal of Business and Social Science*, 10(1), 72-78. <https://doi.org/10.30845/ijbss.v10n1p7>
- Aljawarneh, S., Alawneh, L., & Jaradat, G. (2018). The role of digital marketing in business performance with the moderating effect of environment context indicators. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 33(3), 374-384. <https://doi.org/10.1108/JBIM-04-2017-0094>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Wiley.
- Lamberton, C., & Stephen, A. T. (2016). A thematic exploration of digital, social media, and mobile marketing: Research evolution from 2000 to 2015 and an agenda for future inquiry. *Journal of Marketing*, 80(6), 146-172. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0415>
- Kumar, V., & Gupta, S. (2016). Conceptualizing the evolution and future of advertising. *Journal of Advertising*, 45(3), 302-317. <https://doi.org/10.1080/00913367.2016.1199335>
- Lamberton, C., & Stephen, A. T. (2016). A thematic exploration of digital, social media, and mobile marketing: Research evolution from 2000 to 2015 and an agenda for future inquiry. *Journal of Marketing*, 80(6), 146-172. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0415>
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). *Digital marketing excellence: Planning, optimizing and integrating online marketing*. Routledge.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Wiley.