

Pelatihan Manajemen Usaha dan Strategi Pemasaran Digital bagi UMKM

Erbin Sitorus¹

¹Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Manado

Email : erbinsitorus1@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam pengelolaan manajemen usaha dan penerapan strategi pemasaran digital di desa. Permasalahan utama yang dihadapi UMKM meliputi rendahnya pemahaman manajemen usaha, keterbatasan pencatatan keuangan, serta minimnya pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana pemasaran. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi penyuluhan, pelatihan praktik, dan pendampingan. Materi yang diberikan mencakup perencanaan usaha, manajemen keuangan sederhana, branding produk, serta pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai strategi pemasaran. Peserta kegiatan adalah pelaku UMKM yang bergerak di bidang kuliner, perdagangan, dan kerajinan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mengelola usaha secara lebih terstruktur serta kemampuan menggunakan platform digital untuk promosi produk. Peserta juga mulai memahami pentingnya identitas merek, kualitas konten promosi, serta interaksi dengan konsumen melalui media digital. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap kesiapan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif. Melalui pelatihan dan pendampingan berkelanjutan, diharapkan pelaku UMKM mampu meningkatkan produktivitas, memperluas jangkauan pasar, dan mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat desa secara berkelanjutan.

Kata kunci: UMKM, manajemen usaha, pemasaran digital, pengabdian masyarakat

Abstract

This community service activity aims to enhance the capacity of Micro, Small, and Medium Enterprises UMKM in business management and the implementation of digital marketing strategies in rural areas. The main problems faced by UMKM include limited understanding of business management, inadequate financial record-keeping, and minimal use of digital technology as a marketing tool. The implementation methods consisted of counseling sessions, practical training, and mentoring. The training materials covered business planning, simple financial management, product branding, and the use of social media and marketplaces for marketing strategies. Participants were UMKM actors engaged in culinary, trading, and handicraft sectors. The results indicated a significant improvement in participants' knowledge and skills in managing their businesses more systematically and utilizing digital platforms to promote their products. Participants also gained awareness of the importance of brand identity, quality promotional content, and customer engagement through digital media. This activity positively impacted the readiness of UMKM to face increasingly competitive market conditions. Through continuous training and mentoring, UMKM actors are expected to improve productivity, expand market reach, and contribute to sustainable economic development in rural communities.

Keywords: UMKM, business management, digital marketing, community service

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat desa, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan kesejahteraan. Namun, sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala dalam pengelolaan usaha, terutama terkait manajemen usaha dan pemasaran produk[1]. Banyak UMKM dijalankan secara konvensional tanpa perencanaan bisnis yang matang, pencatatan keuangan yang sistematis, serta strategi pemasaran yang terarah. Di sisi lain, perkembangan teknologi digital sebenarnya membuka peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar melalui media sosial dan marketplace, tetapi keterbatasan literasi digital, kurangnya keterampilan pemasaran, serta minimnya pendampingan menyebabkan pelaku UMKM belum mampu memanfaatkannya secara optimal sehingga berdampak pada rendahnya daya saing produk dan terbatasnya akses pasar.

Pelatihan manajemen usaha dan strategi pemasaran digital menjadi kebutuhan mendesak bagi pelaku UMKM di desa agar usaha dapat berkembang secara berkelanjutan dan mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirasionalisasikan sebagai bentuk pemberdayaan ekonomi berbasis pengetahuan dan teknologi, di mana perguruan tinggi berperan dalam mentransfer ilmu dan keterampilan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM agar lebih adaptif terhadap perubahan teknologi dan kebutuhan pasar[2]. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai manajemen usaha yang efektif, meningkatkan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai media pemasaran, membantu pengembangan strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik produk dan pasar, serta mendorong kemandirian dan keberlanjutan usaha melalui pendampingan[3][4][5].

Pemecahan masalah dilakukan melalui penyuluhan konsep dasar manajemen usaha dan pemasaran digital, pelatihan praktik penggunaan media sosial dan marketplace, pendampingan pencatatan keuangan sederhana serta perencanaan usaha, dan evaluasi penerapan strategi pemasaran digital oleh peserta[6]. Secara teoritis, manajemen usaha merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian sumber daya untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien, sedangkan pemasaran digital merupakan strategi pemasaran berbasis teknologi internet untuk menjangkau konsumen secara luas dan cepat. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital mampu meningkatkan penjualan, efisiensi promosi, dan daya saing UMKM, serta pelatihan dan pendampingan dapat meningkatkan literasi digital dan kemampuan manajerial pelaku usaha[7]. Oleh karena itu, hipotesis kegiatan ini adalah pelatihan manajemen usaha dan pemasaran digital serta pendampingan berkelanjutan mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, daya saing, dan keberlanjutan usaha UMKM di desa.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 1 Metode Pelaksana Kegiatan PKM

Berikut penjelasan metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat:

1. **Identifikasi Permasalahan UMKM**
Tahap awal dilakukan dengan mengamati kondisi pelaku UMKM di desa untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi, seperti keterbatasan manajemen usaha, pencatatan keuangan yang belum sistematis, serta kurangnya pemanfaatan pemasaran digital. Hasil identifikasi menjadi dasar perancangan program kegiatan.
2. **Koordinasi dengan Pemerintah Desa dan Pelaku UMKM**
Tim pengabdian melakukan komunikasi dan kerja sama dengan pemerintah desa serta pelaku UMKM untuk menentukan kebutuhan kegiatan, jumlah peserta, waktu pelaksanaan, serta dukungan fasilitas yang diperlukan.
3. **Persiapan Kegiatan**
Tahap ini meliputi penyusunan materi pelatihan, pembuatan modul, penyiapan alat dan bahan, serta penyusunan jadwal pelaksanaan kegiatan agar proses pelatihan berjalan sistematis dan terarah.
4. **Pelaksanaan Kegiatan**
Kegiatan inti dilakukan melalui beberapa bentuk, yaitu penyuluhan manajemen usaha, pelatihan pemasaran digital, serta praktik penggunaan media sosial dan marketplace sebagai sarana promosi produk.
5. **Pendampingan**
Setelah pelatihan, peserta mendapatkan pendampingan berupa bimbingan pencatatan keuangan sederhana, pembuatan konten promosi, serta konsultasi strategi pemasaran untuk memastikan materi dapat diterapkan dalam usaha mereka.
6. **Monitoring dan Evaluasi**
Tahap ini dilakukan untuk menilai tingkat pemahaman peserta, efektivitas pelatihan, serta sejauh mana peserta mampu menerapkan strategi manajemen usaha dan pemasaran digital dalam kegiatan usahanya.

7. Pelaporan Hasil Kegiatan

Tahap akhir berupa penyusunan laporan kegiatan yang berisi proses pelaksanaan, hasil yang dicapai, kendala yang dihadapi, serta rekomendasi tindak lanjut untuk pengembangan UMKM di desa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan manajemen usaha dan strategi pemasaran digital bagi pelaku UMKM di desa berjalan dengan baik dan mendapat respon positif dari peserta. Kegiatan diikuti oleh pelaku UMKM yang bergerak di bidang kuliner, perdagangan, dan kerajinan. Selama pelatihan, peserta menunjukkan antusiasme tinggi dalam mengikuti penyuluhan, praktik, serta sesi diskusi dan pendampingan.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep manajemen usaha, seperti perencanaan usaha, pengelolaan operasional, serta pentingnya pencatatan keuangan sederhana. Peserta mulai memahami bagaimana menyusun rencana usaha, menghitung biaya produksi, dan mencatat pemasukan serta pengeluaran secara lebih terstruktur.

Pada aspek pemasaran digital, peserta mampu membuat akun media sosial usaha dan mulai memahami cara memanfaatkan platform digital sebagai sarana promosi. Peserta juga memperoleh keterampilan dalam membuat konten promosi sederhana, seperti foto produk, deskripsi produk, serta penggunaan fitur marketplace untuk memperluas jangkauan pasar.

Selain itu, melalui kegiatan pendampingan, peserta mendapatkan bimbingan langsung dalam mengimplementasikan materi yang telah diberikan, terutama dalam pencatatan keuangan dan strategi promosi produk secara digital.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan memiliki peran penting dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM, baik dari aspek manajerial maupun pemasaran. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar peserta menjalankan usaha secara konvensional tanpa perencanaan yang jelas dan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Setelah pelatihan, peserta mulai memahami pentingnya manajemen usaha yang terstruktur serta strategi pemasaran berbasis digital untuk meningkatkan daya saing produk. Berikut adalah gambar hasil kegiatan dapat dilihat pada gambar2.



Gambar 2 Kegiatan Pengabdian

Pendekatan pelatihan yang menggabungkan penyuluhan, praktik, dan pendampingan terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta. Metode praktik langsung memberikan pengalaman nyata bagi pelaku UMKM dalam menggunakan media digital sebagai sarana pemasaran. Pendampingan juga membantu peserta mengatasi kesulitan yang dihadapi saat menerapkan materi pelatihan dalam kegiatan usaha sehari-hari[8].

Pemanfaatan pemasaran digital memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, serta membangun interaksi dengan konsumen. Hal ini berpotensi meningkatkan penjualan dan keberlanjutan usaha. Di sisi lain, peningkatan

kemampuan manajemen usaha membantu pelaku UMKM dalam mengelola keuangan, merencanakan usaha, dan mengambil keputusan bisnis secara lebih rasional.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kesiapan pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan pasar. Namun demikian, pendampingan lanjutan masih diperlukan agar penerapan manajemen usaha dan pemasaran digital dapat dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan manajemen usaha dan strategi pemasaran digital bagi pelaku UMKM di desa telah terlaksana dengan baik dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas peserta. Pelatihan ini mampu meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pengelolaan usaha yang lebih terstruktur, pentingnya pencatatan keuangan sederhana, serta pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana pemasaran produk.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mulai mampu menerapkan strategi pemasaran melalui media sosial dan marketplace, serta memiliki kesadaran akan pentingnya perencanaan usaha dan pengelolaan keuangan dalam mendukung keberlanjutan usaha. Pendampingan yang dilakukan juga membantu peserta dalam mengimplementasikan materi pelatihan ke dalam praktik usaha sehari-hari.

Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan daya saing pelaku UMKM di desa. Untuk mencapai hasil yang lebih optimal dan berkelanjutan, diperlukan pendampingan lanjutan serta dukungan berbagai pihak agar pelaku UMKM dapat terus mengembangkan usaha dan memperluas jangkauan pasar secara digital.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Gunawan, S. J. Kurikulum, T. Pendidikan, and F. Mataram, "PENGARUH MEDIA DESAIN GRAFIS BERBASIS ADOBE PHOTOSHOP TERHADAP KREATIVITAS BELAJAR SISWA KELAS X PADA MATA PELAJARAN DESAIN GRAFIS," 2017.
- [2] D. Jurusan and S. Rupa, "PERAN DESAIN GRAFIS PADA LABEL DAN KEMASAN PRODUK MAKANAN UMKM Oleh: Rahina Nugrahani," 2015.
- [3] "81-Article Text-251-1-10-20110708".
- [4] "791-Research Results-2969-1-10-20210526".
- [5] J. Kuswanto and F. Radiansah, "Media Pembelajaran Berbasis Android Pada Mata Pelajaran Sistem Operasi Jaringan Kelas XI," 2018.
- [6] J. Penelitian, P. Pembelajaran, M. A. Putri, and A. Purmadi, "Jurnal Teknologi Pendidikan: Pengaruh Media Pembelajaran E-Modul Berbasis Sigil Terhadap Motivasi Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Desain Grafis," 2020. [Online]. Available: <http://ojs.ikipmataram.ac.id/index.php/jtp>
- [7] D. Pranata and D. K. Marisa, "RANCANG BANGUN WEBSITE JURNAL ILMIAH BIDANG KOMPUTER (STUDI KASUS : PROGRAM STUDI ILMU KOMPUTER UNIVERSITAS MULAWARMAN)," 2015.
- [8] U. Usmeldi and R. Amini, "Pelatihan Penggunaan KIT IPA dan Pengembangan LKPD Berbasis Praktikum untuk Guru IPA," *J. Abdimas Prakasa Dakara*, vol. 1, no. 2, pp. 56–65, 2021, doi: 10.37640/japd.v1i2.1010.