

PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DAN PENGELOLAAN KEUANGAN SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN USAHA UMKM SALAD BUAH SIANTAR PEMATANG SIANTAR

Christine Dewi Nainggolan¹, Novita Butarbutar², Musa F. Silaen³, Hendrick Sasimtan Putra⁴, Liper Siregar⁵

^{1,2,3,4,5} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung, Pematang Siantar, Indonesia

e-mail: christinedewinainggolan@gmail.com¹, novita.butar92@gmail.com², musa.silaen2019@gmail.com³, hendricksasimtanputra1995@gmail.com⁴, siregarliper@gmail.com⁵

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian daerah. Pemanfaatan *Digital Marketing* dan Pengelolaan Keuangan yang tepat adalah menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kinerja pengembangan usaha UMKM. UMKM Salad Buah Siantar adalah salah satu jenis usaha mikro yang bergerak di bidang usaha kuliner *dessert*. Produk *dessert* yang dihasilkan yaitu aneka puding, aneka salad buah, parcel buah, cemilan, kue dan minuman beserta *Fruit Tart*. Metode pelayanan ini meliputi pelatihan intensif dan bimbingan langsung bagi UMKM di Salad Buah Siantar Pematang Siantar. Pelatihan berfokus pengenalan *digital marketing*, antara lain: penggunaan media sosial, pembuatan situs web, periklanan digital, dan strategi pemasaran online lainnya. Selain itu, pelatihan tersebut berfokus pada pengelolaan keuangan dasar, termasuk pencatatan pendapatan dan pengeluaran, perencanaan anggaran, dan penggunaan alat keuangan. Luaran yang diharapkan dari pengabdian masyarakat ini adalah peningkatan keterampilan pemanfaatan *digital marketing* dan pengelolaan keuangan UMKM di Salad Buah Siantar Pematang Siantar. Peningkatan ini diharapkan dapat membantu UMKM meningkatkan awareness terhadap produk dan layanannya melalui *digital marketing*, mengoptimalkan penggunaan sumber daya keuangan, serta mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Kata kunci: Kuliner *Dessert*, Keberlanjutan, *Digital Marketing*, Pengelolaan Keuangan.

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have a very important role in the regional economy. The proper use of Digital Marketing and Financial Management is a key factor in improving the performance of MSME business development. Siantar Fruit Salad Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) is a type of micro-enterprise that operates in the culinary dessert business sector. The dessert products produced are various puddings, various fruit salads, fruit parcels, snacks, cakes and drinks along with Fruit Tarts. This service method includes intensive training and direct guidance for MSMEs at Salad Buah Siantar Pematang Siantar. The training focuses on introduction to digital marketing, including: the use of social media, website creation, digital advertising, and other online marketing strategies. In addition, the training focuses on basic financial management, including recording income and expenses, budget planning, and the use of financial tools. The expected output of this community service is an increase in skills in the use of digital marketing and financial management of MSMEs at the Ssalad Buah Siantar Pematang Siantar. This increase is expected to help MSMEs increase awareness of their products and services through digital marketing, optimize the use of financial resources, and achieve sustainable business growth.

Keywords: Dessert Culinary, Sustainability, Digital Marketing, Financial Management.

PENDAHULUAN

Sektor UMKM merupakan salah satu pilar utama dari fundamental ekonomi Indonesia. Bahkan, di saat terjadinya krisis ekonomi 1998, ternyata sektor UMKM sangat berkontribusi positif dalam menyelamatkan ekosistem ekonomi Indonesia kala itu. Hal yang sama juga terjadi selama pandemi Covid-19, yang mana sektor UMKM dapat berpotensi besar untuk menjadi akselerator pemulihan ekonomi nasional (Bambang, 2020). Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi stagnan di masa pandemi Covid-19. Banyak sekali UMKM mengalami penurunan penjualan dan tidak bisa berkembang bahkan hampir mengalami kebangkrutan. Kondisi tersebut membuat para

pelaku UMKM harus berfikir untuk bisa tetap bertahan demi kelangsungan usahanya. Di masa pandemi Covid-19 banyak konsumen mengurangi interaksi di luar rumah dengan menjaga jarak guna memutus rantai penyebaran virus Covid-19. Pelaku UMKM dapat melanjutkan usahanya dengan tetap memenuhi kebutuhan konsumen di masa pandemi dengan mengalihkan pembelian secara online. Beralihnya pembelian secara *offline* menjadi *online* (digital), akan mempermudah pelaku UMKM dalam memperluas akses pemasaran. Peran teknologi digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap UMKM. Perkembangan digital yang semakin pesat, seperti akses yang lebih mudah dan lebih murah ke Internet (Tiago & Verissimo, 2014). Menurut (Opreana, Alin & Vinerean, 2015), Internet yang terus berkembang telah menyebabkan perubahan besar dalam cara pemasar bekerja dan menggunakan strategi pemasaran. Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa pemasaran tradisional, seperti televisi, majalah, dan radio, di mana perusahaan mencoba untuk meningkatkan penjualan dianggap tidak stabil ((Opreana, Alin & Vinerean, 2015; Tiago & Verissimo, 2014); Tiago & Verissimo, 2014). Pemasaran tradisional dianggap ketinggalan jaman karena Internet telah mengubah pasar dan telah kehilangan efektivitasnya (Opreana, Alin & Vinerean, 2015).

UMKM Salad Buah Siantar adalah salah satu jenis usaha mikro yang bergerak di bidang usaha kuliner *dessert*. Produk *dessert* yang dihasilkan yaitu aneka puding, aneka salad buah, parsel buah, cemilan, kue dan minuman beserta *Fruit Tart*. Keahlian dalam mempromosikan produk melalui sosial media dan mengelola keuangan menjadi tolak ukur dari pengembangan usaha. Tujuan dari kegiatan ini adalah pelatihan dan bimbingan tentang penggunaan iklan digital agar Salad Buah Siantar menjadi iklan teratas di media sosial, dan strategi pemasaran *online* lainnya selain media sosial Instagram dan Facebook Salad Buah. Dalam pengelolaan keuangan, untuk membantu UMKM Salad Buah meningkatkan pemahaman mereka perencanaan anggaran, pencatatan pendapatan dan pengeluaran, serta penggunaan alat bantu keuangan berupa aplikasi pembukuan melalui *platform digital*. Dengan meningkatkan keterampilan dan pemahaman dalam *digital marketing*, UMKM Salad Buah dapat meningkatkan visibilitas produk atau layanannya sehingga meningkatkan penjualan, serta dapat memperkuat keberlanjutan UMKM untuk bertahan dan tumbuh dalam jangka panjang.

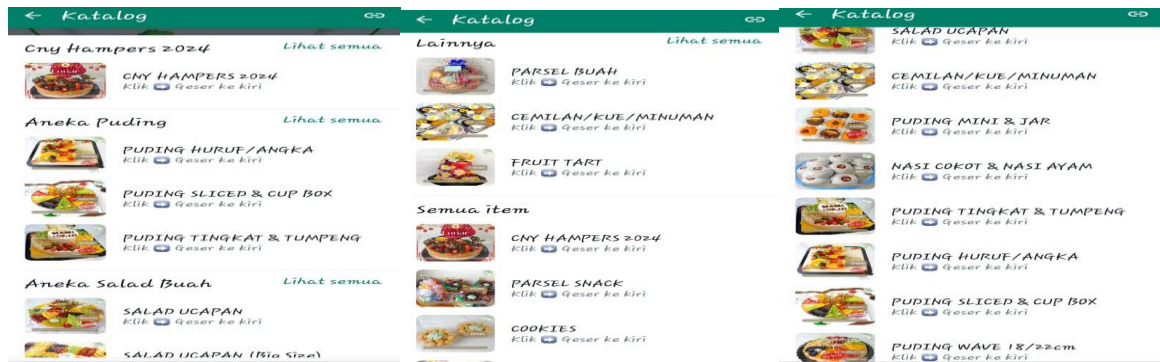
Usaha berasal dari dana pribadi dan dipromosikan melalui media *online* sehingga dapat memudahkan pelanggan dari daerah lain yang ingin membeli kuliner *dessert*. Salad Buah Siantar ini didirikan oleh Ibu Ade Permata Sari Sitorus, S.E pada tahun 2017. Salad Buah Siantar dalam memasarkan produknya menggunakan media pemasaran *online* melalui Instagram dan Facebook



Gambar 1: Media Sosial Instagram Salad Buah Siantar



Gambar 2. Media Sosial Facebook Salad Buah Sianta



Gambar 3. Jenis Produk Salad Buah Siantar

Dengan pelatihan dan dukungan dalam pemanfaatan digital marketing dan pengelolaan keuangan, diharapkan UMKM di Salad Buah Siantar dapat mengoptimalkan operasional mereka, meningkatkan daya saing dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

METODE

Mekanisme pelatihan ini diselenggarakan pada Salad Buah Siantar yang berada di Jl. Dalil Tani Ujung, Gg. Pendidikan, Tomuan, Kec. Siantar, Kota Pematang Siantar, Sumatera Utara, 21151 selaku mitra dari kegiatan ini. Pelatihan tentang pemanfaatan digital marketing dan pengelolaan keuangan ini tidak hanya memberikan pengetahuan namun arahan yang dapat menjadi bekal bagi peserta pelatihan bahwa dalam proses tentang pemanfaatan digital marketing dan pengelolaan keuangan dapat dilakukan dan dipedomani sebagai modal ke depan agar usaha memiliki daya saing. Ada dua metode yang dilakukan pada pelatihan ini, yaitu:

1. Metode Ceramah, diberikan kepada peserta untuk menjelaskan terkait digital marketing dan penggunaan teknologi informasi dan platform digital untuk memasarkan produk seperti pemanfaatan media sosial, pembuatan situs web, penggunaan iklan digital dan strategi pemasaran online lainnya, serta memberikan penjelasan materi tentang pengelolaan keuangan dasar seperti perencanaan anggaran, pencatatan pendapatan dan pengeluaran, dan penggunaan alat bantu keuangan berupa aplikasi pembukuan platform digital.
2. Metode focus group discussion (FGD), dimana peserta diberikan kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan yang berkaitan dengan kendala dalam memasarkan produk melalui media sosial serta pengelolaan keuangan usaha yang selama ini dihadapi. Tim melakukan evaluasi dan monitoring kendala apa yang dialami, kemudian secara bersama sama mencari solusi agar kegiatan tetap berlangsung dengan baik sesuai yang diharapkan.



Gambar 4. Kegiatan Ceramah dan Sosialisasi Pemanfaatan Digital Marketing dan Pengelolaan Keuangan

Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dan Pengelolaan Keuangan Sebagai Upaya Pengembangan Usaha UMKM Salad Buah Siantar Pematang Siantar, dilaksanakan pada :

- Hari /Tanggal : Sabtu / 05 Agustus 2023
- Pukul : 11.00 WIB – selesai
- Tempat : UMKM Salad Buah Siantar Pematang Siantar Jl. Dalil Tani Ujung, Gg.Pendidikan, Tomuan, Kec. Siantar Timur, Pematang Siantar

- Acara : Pemanfaatan *Digital Marketing* dan Pengelolaan Keuangan Sebagai Pengembangan Usaha UMKM Salad Buah Siantar Pematang Siantar.
- Materi : Digital Marketing, Pengelolaan Keuangan
- Pembicara : 1. Christine Dewi Nainggolan, S.E., M.Si
2. Novita Butarbutar, S.MB, M.M
3. Musa F. Silaen, S.E, M.Ak
4. Hendrick Sasimtan Putra, S.E., M.M
5. Liper Siregar, S.E., M.Si
- Afiliasi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung
- Adapun peserta kegiatan ini adalah pemilik dan karyawan Salad Buah Siantar yang berjumlah 7 (tujuh) orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing dan Pengelolaan Keuangan sebagai Upaya Pengembangan Usaha Salad Buah Siantar Pematang Siantar ini dilaksanakan dimana peserta pelatihan diberikan modul dan materi tentang pengelolaan sosial media dan pengelolaan keuangan khususnya pencatatan sederhana yang seharusnya dilakukan oleh para pelaku usaha. Adapun materi yang disampaikan terdiri dari:

1. Digital Marketing
 - a. Apa yang menarik dari Digital Marketing
Menjelaskan pengertian digital marketing, dan hal-hal apa yang membuat digital marketing menarik, menjelaskan apa saja kategori digital marketing itu.
 - b. Kategori Digital Marketing.
Menjelaskan apa saja kategori digital marketing itu.
 - c. Platform Digital yang Digunakan untuk Digital Marketing
Menjelaskan sarana untuk mempromosikan produk secara digital.
 - d. Strategi Digital Marketing.
Menjelaskan bagaimana langkah dalam menyusun strategi digital marketing.
 - e. Pengaplikasian Digital Marketing
Bagaimana mengaplikasikan e-Digital Marketing.
 - f. ROI Digital Marketing
Menjelaskan metrik yang digunakan untuk mengukur keuntungan atau kerugian dari kanal komunikasi dalam digital marketing.
2. Pengelolaan Keuangan bagi UMKM
Pelaku UMKM harus memahami literasi keuangan dan bagaimana manajemen atas keuangan tersebut. Literasi keuangan adalah kemampuan mengelola dana yang dimiliki oleh suatu entitas. Pentingnya program literasi keuangan untuk melakukan edukasi dibidang keuangan agar dapat mengelola keuangan secara cerdas. Manajemen keuangan adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengontrolan terhadap dana yang dimiliki oleh organisasi (Akbar, 2022). Literasi keuangan memiliki hubungan yang erat dengan kesejahteraan individu. Pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan pribadi sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Kesulitan keuangan tidak hanya terkait dengan pendapatan yang rendah. Kesulitan keuangan juga dapat muncul jika terjadi kesalahan dalam pengelolaan keuangan seperti kesalahan penggunaan kredit dan kurangnya perencanaan keuangan (Herawati, 2016). Keterbatasan finansial dapat menyebabkan stres dan rendahnya kepercayaan diri. Pengetahuan dan literasi keuangan akan membantu individu dalam mengatur perencanaan keuangan pribadi sehingga individu tersebut dapat memaksimalkan nilai waktu uang dan meningkatkan taraf kehidupannya (Yushita, 2017). Oleh karena itu, pelaksanaan edukasi dalam meningkatkan pemahaman tentang keuangan di masyarakat sangat diperlukan. Mengelola keuangan pribadi bagi sebagian orang adalah kegiatan yang tidak perlu dipelajari lagi karena dianggap sebagai kegiatan yang dilakukan setiap hari. Namun kita tidak menyadari bahwa masih banyak hal yang belum kita ketahui untuk mencapai pengelolaan keuangan yang benar. Untuk memahami lebih lanjut, perlu adanya upaya untuk meningkatkan literasi keuangan di masyarakat.
Keuangan bisnis adalah suatu hal yang sangat krusial bagi berjalannya sebuah usaha dan menjadi faktor kesuksesan dari perkembangan usaha tersebut. Bahkan kemungkinan masih

ada pebisnis yang mencampur keuangan usahanya dengan pribadi (Jubelio, 2021). Untuk mencegah kejadian tersebut, perlu mengetahui prinsip keuangan untuk bisnis, yaitu :

- a. Memisahkan Keuangan Pribadi dan Bisnis
Setiap transaksi yang terjadi dalam usaha, sebaiknya dilakukan pemisahaan kekayaan pemilik dan usaha bisnis agar pengelolaan keuangan berjalan dengan sebaik-baiknya.
- b. Menganggarkan Pengeluaran dengan Bijak.
Perkiraan uang keluar dalam pembelanjaan operasional.
- c. Mengontrol Arus Kas dan Mengusahakan *Cash Flow* Positif.
- d. Memiliki Dana Darurat (*Emergency Fund*)
- e. Harus Memproteksi Pendapatan dan Tempat Usaha
- f. Melakukan Diversifikasi dan Ekspansi Usaha



Gambar 5. Materi Pemanfaatan Digital Marketing dan Pengelolaan Keuangan

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini, bahwa pemilik Salad Buah Siantar dan karyawan sangat antusias akan pelatihan ini, pemilik menjadi lebih paham tentang digital marketing “bagaimana agar Salad Buah Siantar ketika masyarakat (pembeli) ingin men-searching Salad Buah di google, nama Salad Buah Siantar muncul teratas dibanding salad buah lainnya serta lebih memahami digital marketing dengan situs atau media sosial yang lain. Pemilik dan karyawan juga sangat terbantu dengan pencatatan pendapatan dan pengeluaran serta pembuatan laporan keuangan melalui aplikasi keuangan online. Pemilik dan karyawan termotivasi dengan pelatihan ini, sehingga lebih semangat untuk bersaing dengan pelaku usaha salad buah lainnya.



Gambar 6. Pelaksanaan Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing dan Pengelolaan Keuangan pada Salad Buah Siantar Pematang Siantar

SIMPULAN

Sosialisasi strategi digital marketing dalam bentuk pemanfaatan media sosial sangatlah penting, karena dapat memberi pengetahuan kepada pemilik usaha Salad Buah Siantar dengan memperluas jaringan konsumen dengan pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing dan menjadikan produk Salad Buah Siantar paling diminati dikalangan masyarakat Siantar.

Pengetahuan tentang literasi keuangan merupakan salah satu faktor penting untuk pengembangan suatu usaha sehingga bisa berjalan dengan baik. Dengan melakukan pencatatan keuangan dengan tertib, dapat mengetahui kondisi keuangan sekaligus perkembangan usahanya. Manajemen keuangan

dapat dilakukan dengan memisahkan uang pribadi dan uang usaha, menganggarkan pengeluaran dengan bijak, dan mengontrol arus kas, sehingga membantu pemilik usaha membuat keputusan bisnis. Manajemen keuangan yang baik juga akan memperbaiki aspek pengendalian usaha, dimana pemilik usaha dapat mengetahui apakah rencana keuangannya tercapai atau tidak. Literasi keuangan berperan penting dalam proses pengambilan keputusan keuangan, yang nantinya keputusan keuangan tersebut dapat meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan. Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini yaitu adanya peningkatan kemampuan dari mitra baik dalam digital marketing hingga pengelolaan keuangan.

SARAN

Selain pelatihan, dapat juga diberikan pendampingan dan monitoring berkelanjutan kepada Salad Buah Siantar, sehingga dapat mengatasi kesulitan yang mungkin muncul sehingga memperoleh umpan balik yang berguna untuk peningkatan bisnis mereka. Pemilik salad Buah Siantar selalu berinovasi dalam pengembangan produk sehingga mampu menguasai pasar yang tersedia, dan menyarankan agar pemilik Salad Buah Siantar menggunakan aplikasi sederhana seperti Microsoft Excell dalam pengelolaan keuangan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Para tim penulis mengucapkan terima kasih kepada pemilik Salad Buah Siantar dan karyawan yang telah memberikan dukungan dan izin kepada peneliti dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, F. (2022). Financial Management Behavior Pada UMKM (USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH) Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Prima*, 4(1), 127–137. <https://doi.org/https://doi.org/10.34012/japri.v4i1.2627>
- Bambang, A. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2). [https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.38204/atrabis.v6i2.512](https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.38204/atrabis.v6i2.512)
- Herawati, N. T. (2016). Pelatihan Dasar-Dasar Keuangan Untuk Meningkatkan. *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Jubelio. (2021). 6 Tips Mengelola Keuangan Bisnis Dagang Paling Efektif.
- Opreana, Alin & Vinerean, S. (2015). A New Development in Online Marketing: Introducing Digital Inbound Marketing. *Expert Journal of Marketing*.
- Tiago & Verissimo. (2014). Digital marketing and social media: Why bother? Kelley School of Business, Indiana University.
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 6(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v6i1.14330>