

PELATIHAN DIGITALISASI MARKETING *WHATSAPP BUSINESS TOOLS* PADA PELAKU UMKM KUBE MEGA BUANA DESA TANGKIT BARU

Vivi Usmayanti¹, Laura Prasasti², Vira Aryati³, Ani Sartika Ramadani⁴

^{1 2 3 4}Universitas Dinamika Bangsa Jambi, Ilmu Manajemen dan Bisnis, Kota Jambi

Alamat Korespondensi : Jl. Kol. M. Kukuh, Paal Lima, Kec. Kota Baru,

E-mail: ¹viviusmayanti@unama.ac.id, ²lauraprasasti28@gmail.com, ³viraaryatii@gmail.com,
⁴anisartika9@gmail.com

Abstrak

Pengelolaan keuangan keluarga (pribadi) juga sama pentingnya dengan pengelolaan keuangan usaha. Berawal dari pengelolaan keuangan pribadi menjadikan para pelaku UMKM mahir dan mudah dalam melakukan pengelolaan keuangan usahanya. Kebanyakan pelaku UMKM menerapkan manajemen uang saku dalam kehidupan sehari-hari tanpa memisahkan uang pribadi dan uang usahanya. Ketidaktepatan pengelolaan keuangan membuat maraknya pinjaman online ilegal digandrungi dan ramai dipergunakan seakan menjadi alternatif solusi dari permasalahan pengelolaan keuangan. Banyaknya pinjaman online ilegal dengan berbagai syarat sederhana yang menawarkan solusi permasalahan hidup ditengah pandemi ini akan membuat para peminjamnya terjerat. Melalui PKM ini, pelaku UMKM dalam hal ini Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Mega Buana akan diberikan pelatihan yang bertujuan untuk menambah pengetahuan tentang cara mengelola keuangan keluarga demi masa depan yang sejahtera dan waspada pinjaman online ilegal. Metode yang dipakai dalam kegiatan ini adalah: 1) pemberian materi mengenai pengelolaan keuangan keluarga, 2) pemberian materi mengenai waspada pinjaman online ilegal, 3) simulasi games terkait materi, 4) praktek pengelolaan keuangan keluarga.

Abstract

Kata kunci: *Pengelolaan Keuangan Keluarga, Pinjol Ilegal, UMKM.*

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan sektor yang menjadi tombak dari kenaikan PDB dari suatu negara, khususnya negara berkembang (Usmayanti & Sofyana, 2022). Pentingnya UMKM dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara juga berdampak positif (Abdurrahman et al., 2020), terutama di waktu pandemi Covid-19. Disisi lain, UMKM juga menghadapi kesulitan dalam menghadapi Covid-19. Sebanyak 87,5% UMKM terdampak (Survei BI, 2021) sehingga meningkatnya pengangguran, terbatasnya transaksi jual beli secara langsung, serta kewajiban untuk melakukan isolasi mandiri semakin menyulitkan UMKM untuk bertahan.

Ditengah kesulitan dalam mempertahankan UMKM agar tetap beroperasi, salah satu sektor yang diuntungkan adalah sektor yang menggunakan pelayanan digital/secara *online* (Ashokkumar, 2021); (Akmaludin et al., 2021); (Suhardi et al., 2021). Terbatasnya kegiatan masyarakat, serta tidak tersedianya pasar terbuka bagi penjual untuk memasarkan produknya menyebabkan pasar online menjadi marak (Marpaung et al., 2021)(Justitia et al., 2021). Dengan memanfaatkan pasar *online*, interaksi secara langsung antara penjual dan pembeli dapat diminimalisir.

Walaupun solusi bagi UMKM untuk tetap bertahan adalah dengan menjual secara online, apalagi setelah pasca Covid-19 mulai mereda dan masyarakat mulai beraktivitas seperti biasa, tidak dapat dipungkiri bahwa perilaku masyarakat dalam berbelanja online tetap menjadi salah satu hal yang tidak dapat dipisahkan. Oleh karena itu, pelaku UMKM juga harus mampu untuk memanfaatkan digital *tools* atau aplikasi *online* demi memenuhi tuntutan pasar (McLaughlin & Stephens, 2019)(Sasongko et

al., 2020)(Fanreza & Shilvana, 2021). Disisi lain, tidak semua UMKM dapat terus konsisten menanggapi dan mengadopsi perubahan tersebut.

Dalam skala lebih kecil, usaha kecil yang berorientasi pada usaha keluarga, terutama usaha yang dijalankan ibu-ibu, juga butuh perhatian terhadap perubahan ini. Dengan keterbatasan modal yang dimiliki, serta terbatasnya pengetahuan untuk memaksimalkan fungsi dari sumber daya yang ada, menyebabkan terbatasnya ruang gerak para pelaku usaha kecil untuk dapat berkompetisi lebih aktif di pasar (Budiman & Agustiwi, 2022)(Noviana & Darma, 2020)(Nurfaizal & Anwar, 2019). Dengan keadaan seperti ini, dibutuhkan penyelesaian yang berawal dari akar kebutuhan dari pelaku UMKM itu sendiri dan permintaan pasar.

Pada UMKM Agrowisata Desa Tangkit Baru Kecamatan Sungai Gelam Kabupaten Muaro Jambi, para pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya dalam pengolahan nanas. Kelompok Usaha Bersama (KUBE MEGA BUANA) merupakan kelompok pelaku usaha kecil berupa olahan nanas yang bergabung untuk mengembangkan usahanya demi memajukan perekonomian, minimal dalam level keluarga.

Permasalahan yang dihadapi oleh KUBE MEGA BUANA ini adalah pengelolaan pemasaran, terutama pemasaran digital. Kebanyakan para pelaku UMKM yang tergabung dalam KUBE MEGABUANA ini mengelola usahanya tanpa memiliki dasar pengetahuan promosi yang baik, serta masih kurang lihai dalam memanfaatkan teknologi internet (Elizabeth et al., 2022). Para pelaku usaha ini hanya mengandalkan pemasaran tradisional (*word of mouth*)(Abadi, 2016) yang pasarnya sempit sekali dibandingkan jika mereka sudah mengembangkan promosi melalui digital. Sehingga, usaha mereka sangat sulit untuk berkembang secara lebih luas lagi, baik itu perluasan konsumen, maupun perluasan inovasi produk.

Oleh karena itu, penting untuk melakukan edukasi mengenai optimalisasi pemanfaatan whatsapp business tools (Elizabeth et al., 2022) terhadap pelaku usaha KUBE MEGA BUANA untuk dapat mulai menyelami promosi digital dari hal terdasar dengan memanfaatkan sumber daya yang ada. Selain itu, dengan penggunaannya yang related mudah, diharapkan para pelaku usaha dapat meningkatkan pasar dari produk yang mereka hasilkan melalui pelatihan digitalisasi *marketing whatsapp business tools* pada pelaku UMKM KUBE MEGA BUANA Desa Tangkit Baru.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian diatas dapat dirumuskan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah :

1. Bagaimana cara menggunakan whatsapp bussiness tools sebagai upaya digitalisasi marketing pada KUBE MEGABUANA?
2. Bagaimana cara memasarkan produk menggunakan *whatsapp bussiness tools*?

1.3 Tujuan Pengabdian Masyarakat

1. Melaksanakan Kegiatan Tridarma Perguruan Tinggi yaitu Pengabdian Kepada Masyarakat.
2. Memberikan pengetahuan tentang cara memanfaatkan *whatsapp bussiness tools* sebagai upaya digitalisasi marketing produk UMKM KUBE MEGA BUANA.
3. Memberikan *monitoring marketing* pada pelaku UMKM.

1.4 Manfaat Pengabdian Masyarakat

1. Menambah wawasan dan pengetahuan kepada seluruh anggota kelompok UMKM yang tergabung dalam KUBE MEGABUANA dalam menggunakan *whatsapp bussiness tools*.
2. Menambah keterampilan dalam mempromosikan produk usaha

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Profil Lembaga Penyelenggara

Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Mega Buana dibentuk atas SK Kepala Desa Tangkit Baru No.19 per tanggal 23 Juni 2021. Kelompok Usaha Bersama (KUBE) adalah kumpulan para pelaku UMKM yang dibentuk atas dasar kebersamaan kepentingan, kesamaan kondisi lingkungan untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha anggota.

Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Mega Buana beranggotakan 25 orang pelaku UMKM olahan nanas Desa Tangkit Baru yang mayoritas anggotanya adalah perempuan. Gerai olahan KUBE Mega Buana terletak di kawasan Agrowisata Nanas Desa Tangkit Baru Jl.Gotong Royong, Sungai Gelam Kabupaten Muaro Jambi.

Produk olahan nanas yang dihasilkan oleh KUBE Mega Buana berupa minuman sirup nanas, nanas goreng, coklat nanas, asinan nanas, selai nanas dan lainnya dipasarkan ke outlet menggunakan jaringan online maupun offline. Struktur organisasi KUBE Mega Buana dapat dilihat pada berkas terlampir.

2.2 Peserta Pelatihan

Sesuai target yang dijelaskan diatas, peserta pada pelatihan Digital Marketing dan Pengenalan Aplikasi Pencatatan Keuangan ini adalah Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Mega Buana yang berjumlah 25 orang .

2.3 Penyuluhan atau Instruktur

Penyuluhan / instruktur dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah penulis. Kegiatan ini meliputi penyampaian materi yang bersumber dari beberapa buku teks dan jugasumber elektronik yang disertai dengan implemmentasi.

Kegiatan PKM ini dimulai dengan adanya penyampaian tujuan diadakannya kegiatan oleh Ketua KUBE Mega Buana dimana tujuan tersebut juga selaras dengan manfaat dari kegiatan ini, sesuai dengan tema nya yaitu Pelatihan Pengelolaan Keuangan Keluarga Pada Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Mega Buana Desa Tangkit Baru. Tim pelaksana terdiri dari 4 orang yaitu 2 dosen dan 2 orang mahasiswa dengan tanggung jawab sebagai berikut :

1. Vivi Usmayanti, S.E., M.Sc. bertanggung jawab menyampaikan materi dan praktik simulasi mengenai pengelolaan keuangan keluarga.
2. Laura Prasasti, S.E, M.S.Ak bertanggung jawab berkoordinasi dengan pihak KUBE Mega Buana, praktik simulasi, dan Kantor Desa Tangkit Baru terkait pelaksanaan kegiatan PKM.
3. Vira Aryati bertanggung jawab untuk mempersiapkan kebutuhan pelatihan PKM, seperti ; absensi, pengadaan konsumsi, asisten praktik, dan dokumentasi.
4. Ani Sartika bertanggung jawab untuk membantu anggota lain mempersiapkan kegiatan, seperti ; mempersiapkan ruangan, memasang in-focus, dokumentasi, asisten praktik dan membantu peserta dalam mengikuti arahan narasumber.

2.4 Peralatan Kegiatan

Untuk melengkapi kegiatan pengabdian ini, maka pemateri membutuhkan beberapa pendukung sebagai berikut.

1. Untuk perangkat keras (*hardware*)
 - Laptop
 - Projector infocus
 - Projector wall
2. Untuk perangkat lunak (*software*)
 - Sistem operasi : MacOS
 - Ms. Power Point

2.5 Perencanaan Kegiatan

Persiapan yang dilakukan dalam pelaksanaan pelatihan Pengabdian Kegiatan Masyarakat ini yaitu :

1. Tahapan Persiapan
 - a. Observasi. Yakni tim penulis melakukan pengamatan langsung ke lokasi tempat kegiatan berlangsung yakni pada kelompok usaha bersama (KUBE) Mega Buana di kawasan Agrowisata Nanas Desa Tangkit Baru.
 - b. Wawancara. Yakni penulis menemui Ketua KUBE Mega Buana untuk silaturahmi dan koordinasi berkaitan dengan materi yang akan dibahas pada kegiatan ini.
 - c. Studi Dokumen. Yakni pengumpulan dokumen-dokumen berkaitan dengan kegiatan.

2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dua hari yaitu, pada tanggal 18 Januari 2023. Kegiatan bertempat di Kantor Desa Tangkit Baru pada Pukul 09.00 s/d 14.00 wib untuk penyampaian materi dan simulasi praktik penggunaan *Whatsapp business tools*. Materi pelatihan diberikan kepada parapeserta dengan menggunakan kertas simulasi praktik sehingga peserta bisa langsung menerapkan materi yang telah disampaikan.

3. Tahapan Akhir

Tahapan ini yakni pembuatan laporan PKM yang telah dilakukan, dan mengumpulkan laporannya ke LPPM Universitas Dinamika Bangsa.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan pada tanggal 18 Januari 2023, dimana kegiatan tersebut adalah pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan penulis. Pelaksanaan kegiatan ini dalam bentuk ceramah, praktik, dan tanya jawab yang berkaitan dengan *whatsapp business tools*. Pelatihan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan oleh 2 dosen UNAMA yang bertanggung jawab sebagai narasumber dan 2 orang mahasiswa yang bertanggung jawab membantu mempersiapkan kegiatan, serta membantu jalannya kegiatan, para kelompok UMKM dibawah binaan Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Mega Buana sebagai peserta.

3.2 Tanggapan Peserta

Dalam pelaksanaan ini Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Mega Buana yang menjadi peserta dapat mengetahui bahwa pengaplikasian *whatsapp business tools* pada promosi online untuk memasarkan produk.

Peserta juga mengutarakan bahwa melalui pelatihan ini mereka menjadi lebih memaksimalkan smartphone dan aplikasi whatsapp dalam mempromosikan produk mereka.

Para Peserta juga menunjukkan antusias yang luar biasa, hal ini terlihat daripertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh para peserta pada saat proses diskusi berlangsung dan antusiasme dalam mengikuti praktik melengkapi katalog pada whatsapp business tools.

3.3 Harapan Peserta

Dari tanggapan para peserta terlihat bahwa para peserta belum memaksimalkan aplikasi *whatsapp* dalam mempromosikan produk, dan memaksimalkan aplikasi tersebut dalam transaksi bisnis sehari-hari.

Peserta sangat antusias karena pemberian materi disertai simulasi atau praktik langsung. Peserta juga menginginkan pelatihan seperti ini terus berlangsung ke depan untuk keberlanjutan memaksimalkan digital untuk memasarkan produk secara lebih luas.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Dari pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Dengan kegiatan pelatihan ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan kepada Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Mega Buana tentang penggunaan *whatsapp business tools* untuk memasarkan produk mereka.
2. Dengan adanya kegiatan pelatihan ini memberikan peserta pemahaman pentingnya menggunakan *whatsapp business tools* pada transaksi harian bisnis mereka.

4.2 Saran

Adapun Saran yang dapat diberikan dalam kegiatan pelatihan ini adalah :

1. Perlu adanya pelatihan digitalisasi marketing sejenis yang dilakukan untuk para pelaku UMKM lainnya sehingga dapat memberikan kebermanfaatn yang lebih luas.

2. Perlu adanya sinergitas dengan para Relawan TIK, dosen, dan institusi keuangan untuk memperluas pengetahuan kepada masyarakat, sehingga mereka dapat memaksimalkan digitalisasi marketing sederhana dalam memperluas target pasar mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, R. R. dan T. W. (2016). *Komunikasi Word of Mouth*.
- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88–92. <https://doi.org/10.32528/jpmm.v1i2.3981>
- Akmaludin, A., Cahyadi, C., & ... (2021). Pelatihan Pembuatan Design Digital Marketing bagi UMKM untuk Meningkatkan Wawasan dan Pendapatan Masyarakat Desa Cikarageman, Setu, Bekasi. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(2), 372–380.
- Ashokkumar, J. (2021). Predicting Intention To Choose E-Shopping Using Theory of Reasoned Action Subjective To Covid 19 Pandemic. *Academy of Marketing Studies Journal*, 25(4), 1–16.
- Budiman, J., & Agustiwati, W. (2022). *Utilization Of Digital Marketing For Kaca Cipta Mandiri MSMEs*. 2(1), 90–103.
- Elizabeth, T., Alamsyah, D., & Yoannita, Y. (2022). Pelatihan Penggunaan Aplikasi WhatsApp Business Sebagai Media Pemasaran Online pada Toko CCTV Grosir Cabang Palembang. *Fordicate*, 1(2), 150–156. <https://doi.org/10.35957/fordicate.v1i2.2409>
- Fanreza, R., & Shilvana, R. (2021). Melatih Pelaku Umkm Dalam Memanfaatkan Digital Marketing Upaya Mengembangkan Usaha Berbasis Teknologi Di Dusun Vii Manunggal. *Prosiding Seminar Nasional ...*, 2(1), 1179–1184.
- Justitia, A., Werdiningsih, I., Effendy, F., & Taufik, T. (2021). Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing bagi UMKM Jasa Laundry menuju UMKM Go Digital. *Jurnal Nasional Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 60–72. <https://doi.org/10.47747/jnpm.v2i2.388>
- Marpaung, A. P., Hafiz, M. S., Koto, M., & Dari, W. (2021). Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Pada Umkm Melalui Digital Marketing. *Prosiding Seminar Kewirausahaan*, 2(1), 294–300.
- McLaughlin, C., & Stephens, S. (2019). The theory of planned behavior: the social media intentions of SMEs. *Irish Academy of Management, January*, 1–30.
- Noviana, I. P. T., & Darma, G. S. (2020). Exploring Digital Marketing Strategies During the New Normal Era in Enhancing the Use of Digital Payment. *Jurnal Mantik*, 4(3), 2257–2262.
- Nurfaizal, Y., & Anwar, T. (2019). Manajemen Usaha dan Pelatihan Digital Marketing UMKM pada KUB Batik Pringmas Desa Papringan Banyumas. *JPMB: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Berkarakter*, 2(2), 146–154.
- Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 92–96. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i2.7809>
- Suhardi, A. R., Marinda, V. S., Rohendra, T., Putra, I. G. S., & Budiawan, A. (2021). Pelatihan Digital Marketing Pada Umkm Binaan Kadin Jawa Barat Dalam Menghadapi Era New Normal. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 3(2), 100. <https://doi.org/10.32493/j.pdl.v3i2.8792>
- Usmayanti, V., & Sofyana, N. N. (2022). *Opportunity and Challenges Msme for the Past 6 Years : a Systematic Review*. 5(1), 8–12.