

Peningkatan Pemahaman Pengelola UMKM Terhadap Kapasitas Manajemen Keuangan dan Pemasaran Berbasis Digital

Edy Prihantoro

Universitas Gunadarma

(email: edipri@staff.gunadarma.ac.id)

Dyah Mieta Setyawati

Universitas Gunadarma

(email: dyah_meita@staff.gunadarma.ac.id)

Prihandoko

Universitas Gunadarma

(email: pri@staff.gunadarma.ac.id)

Rajab Ritonga

Universitas Gunadarma

(email: rajab.ritonga@staff.gunadarma.ac.id)

Abstract

UMKM are community business units that have an important role for the Indonesian state. As proof is the role of UMKM are community business units that have an important role for the Indonesian during the 1998 monetary crisis, UMKM are community business units that have an important role for the Indonesian can help maintain community welfare by ensuring that economic activity continues, especially in peripheral and rural areas. The aim of this research is to increase UMKM are community business units that have an important role for the Indonesian ' understanding of Financial Management Capacity, Digital-Based Marketing at UJ Mart Utami Jaya Depok. UJ business group. Utami Jaya Mart is located in Grogol Village, Limo District, Depok City, West Java Province. As a grocery store business group, the goods and services traded are retailers of basic food items, various snacks, packaged drinks and cigarettes, providing Aqua Gallon and 2.5kg LPG gas as well as grilled chicken food menus. The findings in the field indicate the need to increase UMKM are community business units that have an important role for the Indonesian understanding of financial management capacity and digital-based marketing at UJ Mart Utami Jaya. The massive development of digitalization requires a change in understanding and better business paradigm, with a digitalization approach. Even though at first it was not easy to provide an understanding of the changes that should be made, with a continuous approach, finally the Owner of UJ Mart Utami Jaya was able to accept the proposed changes. The results of the activities show that the implementation of the use of technology and financial services, strengthening digital brands and online partnership strategies are investments and solutions to the problems of target partners who have not adopted technology since their founding in 2007. The results of this Community Service activity really helped the UJ.Mart Utami Jaya business group to increase shopping comfort and ease of carrying out transactions as added value for customers.

Abstrak

UMKM merupakan unit usaha masyarakat yang memiliki peranan yang penting bagi perekonomian negara Indonesia. Salah satunya adalah peranan UMKM pada saat krisis moneter tahun 1998, dimana UMKM dapat membantu menjaga kesejahteraan masyarakat dengan memastikan bahwa aktivitas ekonomi terus berjalan, terutama di daerah pinggiran dan pedesaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman pengelola UMKM terhadap Kapasitas Manajemen Keuangan dan Pemasaran Berbasis Digital UJ Mart Utami Jaya Depok. Kelompok usaha UJ. Mart Utami Jaya berlokasi di Kelurahan Grogol, Kecamatan Limo, Kota Depok, Provinsi Jawa Barat. Hasil temuan dilapangan menunjukkan perlu peningkatan pemahaman pengelola UMKM terhadap Kapasitas manajemen keuangan dan pemasaran berbasis digital pada UJ Mart Utami Jaya. Perkembangan digitalisasi yang sangat masif memerlukan perubahan pemahaman dan paradigma usaha yang lebih baik, dan terbuka. Walaupun awalnya tidak mudah memberikan pemahaman terhadap perubahan yang sudah seharusnya dilakukan, tetapi dengan pendekatan secara terus menerus, akhirnya Pemilik UJ Mart Utami Jaya dapat menerima perubahan yang diusulkan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa implementasi pemanfaatan teknologi dan layanan keuangan, penguatan merek digital dan strategi kemitraan online merupakan investasi dan solusi permasalahan Mitra sasaran yang sejak berdirinya tahun 2007 dan belum melakukan adopsi teknologi. Hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, sangat membantu kelompok usaha UJ.Mart Utami Jaya untuk meningkatkan kenyamanan belanja dan kemudahan melakukan transaksi sebagai nilai tambah bagi pelanggan.

Kata kunci: Peningkatan Pemahaman, Pengelola UMKM, Kapasitas Manajemen Keuangan, Pemasaran Berbasis Digital.

I. INTRODUCTION

Perkembangan perekonomian Indonesia tidak lepas dari kerjasama antar lini ekonomi dari pusat sampai ke daerah. Peningkatan pendapatan dan kesempatan kerja, UMKM berkontribusi pada pengurangan tingkat kemiskinan di beberapa wilayah di Indonesia. Hal ini membantu menciptakan masyarakat yang lebih mandiri dan berkelanjutan secara ekonomi. Pengembangan UMKM merupakan langkah yang krusial dalam memperkuat ekonomi negara, meningkatkan kualitas hidup penduduk, dan menciptakan keberlanjutan ekonomi. Oleh karena itu, dukungan dari pemerintah, lembaga finansial, dan komunitas lokal sangat penting untuk mendorong pertumbuhan UMKM di seluruh negeri.

Salah satu UMKM yang masih ada tetapi terus mengalami kesulitan karena perkembangan ritel modern, dan teknologi informasi/digitalisasi adalah UJ. Mart Utami Jaya di Kelurahan Grogol, Kota Depok. Empat belas tahun sejak berdirinya di tahun 2007. Pemilik usaha meraih awal kejayaannya pada tahun 2008 dengan penghasilan perhari dapat membiayai beban perbulan yang mencakup listrik toko, dua orang satpam, dan tiga orang karyawan. Lingkungan wilayah sekitar lokasi usaha berkembang pesat dengan perumahan dan fasilitas-fasilitas pendukung. Fasilitas kesehatan rekanan BPJS klinik KITA (radius 50 meter) dan Puskesmas Grogol. Lingkungan sekolah yaitu Sekolah SMK Nasional, Sekolah Ghama, Sekolah Gelora, SDN Grogol. Lingkungan perumahan yaitu Diamond Golden Cinere, Grogol Asri dan Villa Mutiara Cinere. Lingkungan mesjid yaitu Al-Muhajirin Wal Anshar, Al-Barokah, Qolbun Salim, Ar-Rahman Grogol (radius 500 meter), rumah kontrakan dan rumah toko (radius 50meter); usaha kuliner ayam bakar, service motor dan pulsa elektrik (dilokasi mitra).Peluang potensi pembeli menurut jumlah penduduk Kota Depok periode tahun 2023 sebanyak 2.145.000 orang (1), dilalui angkutan umum trayek D110 (trayek : Terminal Depok-Cinere) dan S16 (trayek : Pondok Labu-Mampang-Terminal Depok). Perubahan lingkungan wilayah yang positif berdampak menurunkan penghasilan pemilik usaha, dimana penghasilan perbulan tidak dapat membiayai beban-beban tetap usaha toko kelontong, hingga

akhirnya pemilik mengelola usaha ini dengan melibatkan anggota keluarga.

Hibah Pengabdian kepada Masyarakat dengan Skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat dengan ruang lingkup Pemberdayaan Berbasis Masyarakat tahun 2024 bekerjasama dengan Mitra, yaitu UJ. Mart Utami Jaya. Pengabdian kepada masyarakat ini secara umum bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pengelola UMKM tentang lingkungan bisnis mereka. Pengabdian kepada masyarakat ini merinci upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang lingkungan bisnis. Beberapa aktifitas yang dilakukan antara lain pelatihan, analisis SWOT, pemantauan pasar, dan kerja sama dengan mitra bisnis. Melalui pendekatan ini, pelaku UMKM dapat memperoleh pengetahuan yang diperlukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi bisnis mereka dan mengembangkan strategi yang sesuai.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan adalah untuk membantu menyelesaikan permasalahan prioritas Mitra dan memberikan solusi berupa “Peningkatan Kapasitas Manajemen Keuangan dan Pemasaran Berbasis Digital” secara terprogram. Solusi yang akan dilakukan pengusul meliputi dua bidang permasalahan prioritas Mitra yaitu bidang manajemen dan bidang Pemasaran. Kegiatan pertama, bidang Manajemen dengan menerapkan inovasi teknologi finansial hasil riset (2) yaitu integrasi sistem manajemen keuangan agar efisien dan menciptakan ekosistem teknologi yang memajukan layanan keuangan dengan menerapkan mesin kasir android, memanfaatkan model bisnis teknologi finansial hasil riset (2) yaitu QRIS dan memberikan pelatihan terkait bidang Manajemen Keuangan. Kedua, bidang Pemasaran, yaitu melaksanakan model merek berbasis digital (3), memberikan inovasi teknologi pemasaran model penguatan merek berbasis digital dan strategi kemitraan online (4) berupa, papan QRIS, kemitraan pemasaran online dengan market place akun instagram dan tiktok (5).

II. METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah diskriptif kualitatif. Pengabdian masyarakat yang dilakukan adalah dimulai dengan deskripsi tahapan dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra memuat sosialisasi kegiatan, identifikasi kebutuhan mitra dari hasil temuan dilapangan, menyampaikan hasil temuan dalam skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat dengan ruang lingkup Program Kemitraan Masyarakat, selanjutnya adalah pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat dalam bentuk pelatihan, penerapan teknologi dan pendampingan kepada mitra yang berpartisipasi aktif, selanjutnya adalah evaluasi pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat, tahap terakhir adalah keberlanjutan program. Rangkaian tahapan kegiatan ditunjukkan pada Gambar 1 berikut ini :



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Solusi terkait Penerapan Teknologi (6)

Metode pelaksanaan solusi terkait penerapan teknologi, dimulai dengan sosialisasi kepada mitra usaha, kemudian identifikasi kebutuhan atau masalah yang mereka hadapi, menyusun desain skema kemudian melaksanakan penelitian. Dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat diawali dengan pelatihan penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, menggunakan bidang fokus digital ekonomi sebagai cara untuk memberikan solusi atas dua bidang permasalahan Mitra.

Kegiatan pertama adalah Sosialisasi kegiatan.

Langkah pelaksanaan pengabdian (uraian tentang pelatihan atau penerapan teknologi). Pada tahap pertama adalah dengan melakukan sosialisasi kegiatan oleh tim pelaksana program kepada mitra sasaran untuk mendapatkan identifikasi kebutuhan mitra sebagai hasil temuan dilapangan untuk disampaikan dalam skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat. Sosialisasi kegiatan menetapkan informasi permasalahan prioritas mitra yang ditangani pengusul dan membuat kesepakatan atas poin-poin permasalahan sesuai kesepakatan dengan mitra sasaran. Tahapan ini dilakukan dalam 3 kali pertemuan.

Kegiatan ini penting untuk dapat melakukan pendekatan secara kekeluargaan, guna merubah pemahaman dalam pengelolaan UMKM. Hal ini dengan pertimbangan banyak pengelola UMKM lama yang menolak perubahan dan perkembangan teknologi, dengan alasan gagap teknologi. Dengan menggunakan contoh-contoh perubahan dan penggunaan teknologi di UMKM di wilayah lain, dan hasil yang didapatkan jauh meningkat, maka pengelola UJ Utami Jaya menjadi terbuka wawasannya dan mau untuk mengikuti arahan dari tim pengusul.

Kegiatan kedua dan ketiga adalah memberikan solusi atas permasalahan prioritas mitra pada dua bidang yaitu:

A. Bidang Manajemen Keuangan.

Langkah pelaksanaan pengabdian (uraian tentang pelatihan atau penerapan teknologi) dilaksanakan dengan cara:

1. Memberikan edukasi digital tentang bagaimana melaksanakan model bisnis teknologi finansial yaitu memanfaatkan e-wallet/ QRIS.
2. Menyiapkan dan memberikan inovasi teknologi finansial yaitu integrasi sistem manajemen keuangan agar efisien dan menciptakan ekosistem teknologi yang memajukan layanan keuangan yaitu mesin kasir android.
3. Memberikan pelatihan dan pengembangan sumber daya pelaku kelompok usaha dan mahasiswa MBKM yang terlibat oleh tim pelaksana dengan keahlian bidang akuntansi.

B. Bidang Pemasaran.

Langkah pelaksanaan pengabdian (uraian tentang pelatihan atau penerapan teknologi) dilaksanakan dengan cara:

1. Memberikan edukasi digital tentang bagaimana melaksanakan model penguatan merek berbasis digital.
2. Memberikan pelatihan bagaimana melaksanakan strategi kemitraan pemasaran online dengan akun Tik-Tok.
3. Menyiapkan dan memberikan inovasi teknologi pemasaran model penguatan merek berbasis digital dan strategi kemitraan online berupa paket papan reklame digital, paket panggung mini (booth usaha) serta asesoris usaha seperti meja kursi, papan QRIS, kartu nama dan tas jinjing bekerjasama dengan akun Tik Tok.

Kegiatan keempat adalah melaksanakan pendampingan dan evaluasi serta keberlanjutan program oleh karena adanya keterbatasan sumber daya mitra, seperti mitra sudah berumur 72 tahun, mitra memiliki waktu luang lebih banyak untuk menyiapkan usaha.

Langkah pelaksanaan pengabdian (uraian tentang pelatihan atau penerapan teknologi) dilaksanakan dengan cara Memberikan pendampingan untuk meningkatkan sumber daya pelaku kelompok usaha oleh tim pelaksana dan satu orang mahasiswa (MBKM).

Kegiatan kelima adalah Menetapkan keberlanjutan program, yang dilakukan bulan akhir pelaksanaan kegiatan dan **kegiatan keenam** adalah melaksanakan dokumentasi, pelaporan dan target luaran program, yang dilakukan sejak awal bulan kegiatan sampai dengan akhir bulan pelaksanaan kegiatan yaitu tujuh bulan kegiatan. Bahan utama dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah alat teknologi tepat guna yaitu billboard papan nama toko, tiang box, neon box, alat mesin kasir android serta barang komponen produksi yaitu roolling door. Bahan pendukung pelaksanaan kegiatan berupa alat tulis berupa pulpen dan kertas; alat perekam kegiatan berupa kamera video dan handphone; konsumsi yang diberikan kepada pengusul dan Mitra; dan kendaraan transportasi pelaksanaan kegiatan seperti kendaraan pribadi. Pelaksanaan kegiatan ini melibatkan dua orang mahasiswa MBKM untuk membantu pelaksanaan kegiatan dilapangan.

III. HASIL DAN BAHASAN

Analisis Situasi

Kelompok usaha UJ. Mart Utami Jaya berlokasi di Kelurahan Grogol, Kecamatan Limo, Kota Depok, Provinsi Jawa Barat. Sebagai kelompok usaha toko kelontong, barang dan jasa yang diperdagangkan adalah pengecer barang sembako, aneka snack, minuman kemasan dan rokok, menyediakan Aqua Galon sebanyak 75 unit dan gas Elpiji 2.5kg sebanyak 50 unit serta menu makanan ayam bakar. Lokasi usaha berada di jalur cepat kendaraan yang melintas dari kota Depok ke kecamatan Cinere dan sebaliknya dan menjadi jalan raya menuju pintu akses jalan bebas hambatan tujuan Jakarta, Margonda-Kota Depok, Sawangan.

Hasil temuan dilapangan menunjukkan keunggulan usaha toko kelontong sebagai Mitra sasaran yaitu pemilik toko ramah, selalu melayani dengan tersenyum, pembeli diperbolehkan membeli secara eceran, seperti rokok, beras, telur, gula pasir, minyak goreng, pembeli mendapatkan fasilitas kantung belanja, lahan parkir tidak panas dan tidak kehujanan, konsumen dapat melakukan pembelian dan pembayaran kemudian, ditepi jalan raya lintas transportasi umum, antara kelompok usaha terjalin kerjasama saling membantu untuk memenuhi kebutuhan usaha, seperti warung ayam bakar solo (warsol) memenuhi kebutuhan gas elpiji 2.5kg dan minyak goreng dari toko kelontong. Selain hal tersebut diatas, Mitra memiliki luas bangunan usaha termasuk lahan parkir dan tiga kios usaha dengan panjang 20 meter dan lebar 7.5 meter, menunjukkan bahwa pelanggan memiliki ruang untuk parkir kendaraan ke area toko tanpa mengganggu pengguna jalan lainnya.

Berdasarkan analisis situasi yang telah dilaksanakan, calon konsumen akan enggan untuk memperlambat laju kendaraannya dan berbelanja di toko kelontong, kecuali terdapat hal yang menarik minat membeli yang diinformasikan melalui fasad usaha (papan nama toko). Hal ini berarti warung ayam bakar solo dapat diangkat sebagai daya tarik konsumen untuk berhenti di lokasi Mitra dan membeli menu makanan warsol dan barang-barang lainnya yang tersedia dan dijual UJ.Mart Utami Jaya. Selain hal tersebut, oleh karena lokasi usaha yang berada ditepi jalan dengan lalu lintas yang cepat, adanya luas bidang parkir yang terbatas hanya untuk 1 unit mobil dan maksimal 5 unit sepeda motor membutuhkan perhatian pemilik kelompok usaha untuk mengatur kendaraan yang keluar masuk area parkir toko.

Permasalahan Prioritas Mitra

Berdasarkan analisis situasi pada lokasi usaha Mitra, terdapat sejumlah kelemahan Mitra sasaran yang disampaikan sebagai temuan permasalahan mitra :

1. Tampilan desain kelompok usaha tidak menarik, seperti fasad usaha (papan nama toko), konsep desain usaha, pencahayaan ekterior dan interior usaha.
2. Parkiran sempit dan gelap, kapasitas 1 mobil, 2 sepeda motor.
3. Kenyamanan berbelanja di toko kelontong kurang, lambat dan manual menghitung transaksi.
4. Kelompok usaha belum menggunakan sistem pembayaran non tunai dengan QRIS.
5. Pembeli tidak mendapatkan informasi harga jual di toko kelontong.
6. Volume penjualan turun

Selain temuan tersebut diatas, terdapat temuan ancaman mitra sasaran yang dihadapi pemilik pada saat ini yaitu :

1. Adanya toko retail modern, dalam radius 1km yaitu Indomaret Krukut dan Alfamidi Grogol.
2. Adanya toko online yang bisa diakses dari handphone
3. Adanya warung madura yang buka 24 jam.

Temuan permasalahan dan ancaman Mitra sasaran tersebut diatas mengartikan bahwa permasalahan prioritas mitra adalah pengelolaan keuangan yang masih manual dan pemasaran digital yang tidak lagi menjadi daya tarik usaha sehingga tidak sesuai dengan kondisi saat ini, dimana munculnya kompetitor sejenis yaitu retail modern yang berdekatan dengan lokasi Mitra.

Dampak Permasalahan

Dampak permasalahan dalam penelitian ini terlihat dengan adanya Pengelolaan keuangan modern dengan menggabungkan teknologi dan layanan keuangan yang biasa disebut sebagai *Fintech* menawarkan solusi keuangan bagi kelompok usaha dengan lebih efisien dan terjangkau (7). Konsep teori ekonomi digital dan transformasi digital bisnis yang diperkenalkan (8) menunjukkan bahwa suatu unit usaha perlu beradaptasi dengan teknologi untuk tetap bersaing dalam era digital, dampak pemanfaatan teknologi pada produktivitas dan struktur bisnis dapat meningkatkan keberhasilan bisnis selain dari produk dan layanan yang disediakan oleh pemilik usaha melalui efisiensi operasional dan memberikan nilai tambah kepada pelanggan seperti pembayaran cashless, kecepatan transaksi dan kepuasan berbelanja oleh adanya layanan belanja modern.

Kondisi usaha Mitra, UJ.Mart Utami Jaya sejak berdirinya tahun 2007 harus segera beradaptasi dengan melakukan pemanfaatan inovasi teknologi untuk meningkatkan dan mengoptimalkan layanan dan mencapai peningkatan hasil penjualan yang dapat menutup beban tetap operasional toko kelontong seperti biaya listrik. Saat ini, volume penjualan yang diperoleh Mitra telah mengalami penurunan sejumlah 75% dan semakin menurun dari tahun ke tahun sejak berdirinya usaha toko kelontong.

Hasil Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan dengan 5 jenis kegiatan dalam kurun waktu selama 7 bulan pelaksanaan kegiatan, yaitu :

1. Sosialisasi kegiatan dilakukan pada bulan kesatu dan kedua.
2. Pelaksanaan program PkM untuk memberikan solusi atas permasalahan Mitra pada bidang manajemen keuangan, dilakukan pada bulan kedua, ketiga, keempat dan kelima.
3. Pelaksanaan program PkM untuk memberikan solusi atas permasalahan Mitra pada bidang manajemen keuangan, dilakukan pada bulan kedua, ketiga, keempat dan kelima.
4. Melaksanakan pendampingan dan evaluasi, dilakukan pada bulan kelima dan keenam.
5. Menetapkan keberlanjutan program, dilakukan pada bulan ketujuh.
6. Melaksanakan dokumentasi, pelaporan dan target luaran program, dilakukan pada bulan kesatu sampai dengan ketujuh.

Sosialisasi kegiatan sebagai kegiatan pertama dalam pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat ini, dilakukan dalam bentuk memberikan pemahaman berupa dialog bersama Mitra. Hasil kegiatan adalah mendapatkan kesempatan bidang permasalahan prioritas Mitra yang diberikan solusi. Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan dua kali, dengan literasi keuangan dan pendidikan

sebagai kegiatan sosialisasi yang kedua terkait pemberian solusi sesuai dengan kompetensi di bidang Teknologi Informatika bahwa pemanfaatan *Fintech* akan diterapkan dalam kegiatan operasional sehari-hari pada kelompok usaha UJ.Mart Utami Jaya. Pemanfaatan platform *Fintech* dengan menggunakan QRIS (2) akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebagai pengguna dan hal ini merupakan motivasi dari pengguna untuk datang kembali berbelanja. Dengan demikian bahwa tingkat pemahaman Mitra akan konsep keuangan dan teknologi dapat mempengaruhi minat Mitra untuk memahami dan mengadopsi layanan *Fintech*. Sedangkan literasi dalam bidang pemasaran digital (3) dalam bentuk inovasi teknologi pemasaran model penguatan merek berbasis digital dan strategi kemitraan online (4) bekerja sama dengan akun tiktok dan instagram.

Pelaksanaan program PkM untuk memberikan solusi atas permasalahan Mitra pada bidang manajemen keuangan merupakan kegiatan kedua dalam Pengabdian kepada Masyarakat. Hasil kegiatan PkM adalah :

1. Pemanfaatan teknologi dan layanan keuangan (*Fintech*) yang diimplementasikan di mitra sasaran disampaikan dalam bentuk Model Bisnis Teknologi Finansial (2).
2. Spesifikasi dari model bisnis diimplementasikan pada mitra dalam bentuk mobile payment dari platform e-wallet (2) yang terintegrasi dengan aplikasi mobile dengan QRIS dilengkapi teknologi digital untuk sistem pembayaran di kasir berupa paket mesin kasir android yang terdiri dari layar monitor (tablet 10 inchi), mesin print transaksi, alat sensor, tempat penyimpanan uang yang sudah dilengkapi dengan aplikasi kasir tidak berbayar.
3. Pelaksanaan kegiatan bertujuan untuk meningkatkan kualitas pemahaman mitra, menerapkan inovasi teknologi finansial, serta meningkatkan wawasan mahasiswa tentang dunia kerja serta meningkatkan kualitas dan relevansi jurusan.
4. Pelaksanaan kegiatan melibatkan mahasiswa MBKM sebanyak 1 orang mahasiswa.
5. Kaitannya dengan IKU 2: mahasiswa mendapatkan pengalaman diluar kampus, IKU 3: dosen berkegiatan diluar kampus dan IKU5: hasil kerja dosen digunakan pada masyarakat.
6. Memberikan edukasi digital yaitu pemanfaat e-wallet dengan QRIS dan memberikan pelatihan dan pengembangan sumber daya kelompok usaha.

Pelaksanaan program PkM untuk memberikan solusi atas permasalahan Mitra pada bidang pemasaran merupakan kegiatan ketiga dalam Pengabdian kepada Masyarakat. Hasil kegiatan PkM adalah :

1. Pemanfaatan Model Merek Digital (3) dan Kemitraan Pemasaran Online(4) yang diimplementasikan di mitra sasaran.
2. Pelaksanaan kegiatan bertujuan untuk meningkatkan kualitas pemahaman mitra, menerapkan inovasi teknologi finansial, serta meningkatkan wawasan mahasiswa tentang dunia kerja serta meningkatkan kualitas dan relevansi jurusan.
3. Pelaksanaan kegiatan melibatkan mahasiswa MBKM sebanyak 1 orang mahasiswa dengan mata kuliah yang direkognisi adalah Integrated Marketing Komunikasi dan Digital Advertising.
4. Kaitannya dengan IKU 2: mahasiswa mendapatkan pengalaman diluar kampus, IKU 3: dosen berkegiatan diluar kampus dan IKU5: hasil kerja dosen digunakan pada masyarakat.
5. Memberikan edukasi digital menerapkan model penguatan merek berbasis digital dan memberikan pelatihan dan pengembangan sumber daya kelompok usaha.

Melaksanakan pendampingan dan evaluasi pada Mitra sasaran merupakan kegiatan keempat dalam Pengabdian kepada Masyarakat. Hasil kegiatan PkM adalah :

1. Hasil pemanfaatan Model Bisnis Teknologi Finansial (2) pada Mitra sasaran menunjukkan:
 - a. inovasi teknologi mesin kasir android setelah PkM, 95% memuaskan, cepat dan modern.
 - b. Telah berhasil, 100% menerapkan e-wallet dengan QRIS,
 - c. Telah berhasil, 100% pemahaman mitra dalam menggunakan pemanfaatan mesin kasir android memudahkan Mitra memberikan informasi harga jual.
2. Hasil pemanfaatan Model Merek Digital dan Kemitraan Pemasaran Online menunjukkan:
 - a. Inovasi teknologi pemasaran model penguatan merek berbasis digital dengan model merek digital berupa fasad usaha (papan nama toko), yang sesuai keadaan eksisting temuan keunggulan Mitra dengan mengangkat makanan (kuliner) warung ayam bakar solo (warsol) sebagai daya tarik pelanggan serta melakukan inovasi bentuk papan nama toko dengan logo dan nama serta warna yang baru yaitu warsol dan logo UJ. Mart Utami Jaya setelah PkM menjadi 100% kreatif dan modern
 - b. Inovasi desain papan reklame kelompok usaha Mitra berupa paket asesoris usaha seperti papan QRIS, rolling door, pengecatan dengan warna putih (sesuai kesempatan Mitra) pada bagian eksterior bangunan usaha untuk mengangkat kesan terang, rapih, dan bersih pada kelompok usaha UJ. Mart Utami Jaya dan makanan ayam bakar solo. Konsep desain usaha dan pencahayaan eksterior menjadi daya tarik bagi pelanggan pengguna pejalan kaki ataupun kendaraan roda empat dan roda dua yang melintas didepan toko setelah PkM menjadi 60% meningkat dari 30% sebelum PkM.
 - c. Melaksanakan strategi kemitraan online (4) dengan akun Instagram dan Tiktok untuk memasarkan produk kelompok usaha Mitra dapat meningkatkan volume penjualan setelah PkM menjadi 75% meningkat.

Menetapkan keberlanjutan program merupakan kegiatan kelima dalam Pengabdian kepada Masyarakat. Hasil kegiatan PKM adalah:

1. Melaksanakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat secara per semester untuk meminimalkan kesenjangan memperoleh pendapatan usaha dari pesaing kelompok usaha oleh tim pelaksana sebagai bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi dalam bentuk pendampingan, monitoring dan evaluasi berkala.
2. Melaksanakan monitoring dari penerapan inovasi teknologi untuk Mitra sasaran.

IV. KESIMPULAN

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman UMKM Terhadap Kapasitas Manajemen Keuangan, Pemasaran Berbasis Digital Pada UJ Mart Utami Jaya sangat perlu dilakukan, untuk membantu meningkatkan penjualan usaha tersebut. Kegiatan lainnya adalah implementasi teknologi dan layanan keuangan, penguatan merek digital dan strategi kemitraan online sebagai investasi dan solusi permasalahan Mitra sasaran telah berhasil dilaksanakan. Konsep ekonomi digital dan transformasi digital bisnis, yang merupakan bidang fokus kegiatan sebagai solusi menunjukkan bahwa suatu unit usaha perlu beradaptasi dengan teknologi untuk tetap bersaing dalam era digital. Pengabdian kepada masyarakat ini secara umum bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang lingkungan bisnis mereka, baik yang bersifat internal maupun eksternal, dan mengapa hal ini memiliki relevansi yang signifikan. Secara lebih spesifik, pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan untuk memperkuat pemahaman tentang konsep lingkungan bisnis.

Referensi

- Arner, D.W., Barberis, J., & Buckley, R.P (2015). "The Evolution of Fintech : A New Post-Crisis Paradigms?" University of Hong Kong Faculty of Law Research Paper No.2015/047.
- Badan Pusat Statistik Kota Depok. (2023). Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Depok (Jiwa), 2023. <https://depokkota.bps.go.id/indicator/12/34/1/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kota-depok.html> diakses bulan Maret 2024.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, a. (2014). "The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies". W.W Norton Company.
- Hakim, H.I., Ohorella, N.R., Prihantoro, E. (2022). "Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram". Jurnal Mukasi Vol 1 No.2. <https://journal.yp3a.org/index.php/mukasi/article/view/802>
- Nawang Sari, S., Setyawati, D. M., Himawati, D., & Nurfitri, A. R. (2023). Improving Community Values through Digital Marketing Knowledge for UMKM" Sari Markisa Manis" RT 01/RW 08, Mampang Village, Pancoran Mas District, Depok City. Indonesian Journal of
- Prihandoko., Widyanto, S., Setyawati, D.M (2020). "Development Of Business Management And Marketing Of Handy Crafts Products Based On Online Marketing Partnership Strategy" Journal of International Conference Proceeding (ICPM). Vol.3, No.2, ISSN 2622-0989/2621-993 <http://ejournal.aibpm.org/index.php/JICP/article/view/898>
- Prihantoro, E., dkk. (2022) Digital Public Relation Pendekatan Berbasis Teknologi Dalam Dunia Public Relation. Jakarta : Gunadarma
- Setyawati, D.M., Usman, S., Fidyah, F. (2023). Buku Referensi :Teknologi Finansial dan Transformasi Akuntansi. Literasi Nusantara Abadi Grup
- Sulaeman Eman. 2024. "Peningkatan Pemahaman Pelaku UMKM di Tangerang Selatan Terhadap Lingkungan Bisnis UMKM". Jurnal Pro Bono Pengabdian Kepada Masyarakat Vol.4 No.1. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/jpb/article/view/38473>