

**PELATIHAN PENGELOLAAN MANAJEMEN USAHA MIKRO
BERBASIS *DIGITAL MARKETING* DAN SISTEM KEUANGAN SEDERHANA**

Th. Liris Windyaningrum¹, Ch. Dian Indrawati²

¹Program Studi Rekayasa Industri (Kampus Kota Madiun) – Fakultas Teknik
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Email: theresialiris@ukwms.ac.id

²Program Studi Rekayasa Industri (Kampus Kota Madiun) – Fakultas Teknik
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Email: chdian.indrawati@ukwms.ac.id

ABSTRACT

Technology developments nowadays provide many conveniences for business owners. Product marketing and transactions are no longer done offline, but online. As one of the impacts is the competitiveness of product price. Unfortunately, not all business owners including small bussiness have optimal technology capabilities, including the use of e-commerce which is a digital marketing application. As a result, business owners are unable to market their products more widely and lack the product price knowledge. The aim of this program was to provide training in marketing products for micro-entrepreneurs by utilizing e-commerce and also training in a simple financial system including determining the selling price of products. The results of the training showed that program partners understood how to transact online and evaluate the selling price of their products so that they were able to develop their business.

Keywords: *digital marketing, micro business, e-commerce*

A. Pendahuluan

1. Analisis Situasi

Perubahan teknologi yang berkembang pesat saat ini memberikan banyak kemudahan bagi pelaku usaha maupun konsumen. Transaksi jual beli tidak lagi menggunakan cara bertatap muka langsung dengan konsumen tetapi dapat dilakukan secara daring sehingga memberikan banyak penghematan biaya produksi bagi pelaku usaha. Namun demikian, sebagai dampaknya, peran pemasaran produk menjadi sangat krusial dalam sebuah usaha. Berapapun jumlah dan jenis produk, jika tanpa peranan pemasaran maka pelaku usaha akan mengalami kerugian. Maka dari itu

digital marketing dirasa menjadi cara bagi pelaku usaha untuk lebih menonjolkan produknya dengan kemasan media *online*.

Digital marketing merupakan suatu usaha untuk melakukan pemasaran sebuah produk atau *brand* melalui dunia *digital* atau internet. Tujuannya adalah untuk menjangkau konsumen maupun calon konsumen secara cepat (Septiano, 2017). Dengan memanfaatkan *digital marketing*, para pelaku usaha dapat memperluas saluran promosi produk atau *brand* usahanya sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen secara lebih efektif. *Digital marketing* dapat membuka pasar-pasar baru tanpa ada batasan waktu dan jarak (Riadi, 2020). Dari pengertian di atas tampak bahwa *digital marketing* memberikan kemudahan yang dapat dimanfaatkan oleh semua pelaku usaha, termasuk usaha mikro.

Salah satu bentuk penerapan *digital marketing* adalah *e-commerce*. *E-commerce* merupakan perdagangan elektronik yang memiliki aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran barang dan jasa yang mengandalkan sistem elektronik. *E-commerce* melibatkan transfer dana dan pertukaran data elektronik (Kristiadi, 2017). Perdagangan melalui *e-commerce* memberikan keuntungan baik bagi pelaku usaha maupun konsumen. Sistem transaksi keuangan pada *e-commerce* dinilai memberikan rasa aman bagi konsumen terhadap kemungkinan adanya tindak penipuan, sehingga tingkat kepercayaan konsumen terhadap pelapak dapat meningkat. Namun demikian, dengan adanya berbagai macam media pemasaran *online* yang ada saat ini, belum ditunjang dengan pemahaman sepenuhnya para pelaku usaha mikro tentang *digital marketing*. Oleh karena itu program pengabdian kepada masyarakat ini hendak memberikan pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman kepada mitra untuk menjadi pelapak pada sistem pemasaran *e-commerce*, termasuk di dalamnya pengetahuan dan pemahaman tentang penentuan harga jual produk sehingga mitra dapat menjadi pelaku usaha yang kompetitif dalam dunia usaha saat ini.

2. Permasalahan yang Dihadapi Mitra

Mitra PkM adalah dua usaha mikro yang bergerak di bidang asesoris, yaitu pembuatan *pouch*, *tote bag*, dan boneka rajut. Sistem produksi usaha ini masih bersifat *make to order* (MTO) dikarenakan kesibukan sebagai ibu rumah tangga sehingga belum terlalu optimal dalam menjalankan usahanya. Namun demikian, keinginan untuk mengembangkan hobi menjadi sebuah usaha, adalah kegiatan yang dilakukan di sela-sela perannya sebagai ibu rumah tangga.

Dalam menjalankan usahanya, mitra PkM yang pertama membuat produk berupa *pouch* dan *tote bag* yang dibanderol dengan harga Rp 25.000,00 Rp 35.000,00 dengan varian gambar berupa gambar lukis sehingga bisa *custom* sesuai dengan permintaan konsumen. Kesulitan yang dihadapi mitra pertama PkM adalah durasi pengerjaan, media pemasaran, serta harga jual produk. Proses pengerjaan yang tergolong manual karena menggunakan varian lukis membuat waktu siklus produksi menjadi lebih lama, terlebih dengan peran mitra sebagai ibu rumah tangga. Media pemasaran yang digunakan selama ini juga masih sebatas pada grup-grup *WhatsApp* serta dari mulut ke mulut karena durasi pengerjaan yang membuat waktu tunggu konsumen menjadi lebih lama. Seiring dengan perjalanan waktu, mitra PkM cukup aktif dalam grup-grup produsen *pouch* maupun *tote bag* Kota Madiun sehingga dapat saling bertukar pengalaman serta saling membantu jika terdapat order dari konsumen. Hal ini yang membuat mitra PkM ini berkeinginan untuk memperluas saluran pemasarannya.



Gambar 1. Pouch dan Tote Bag Produksi Usaha Mitra 1

Senada dengan produk hasil usaha mitra PkM yang pertama, mitra PkM yang kedua adalah produsen yang mengkhususkan diri membuat boneka rajut dan gantungan kunci boneka rajut dengan *brand* Nanigurumi. Dengan sistem produksi *make to order* (MTO), usaha ini dijalankan di tengah kesibukannya juga sebagai ibu rumah tangga. Kesulitan yang dihadapi mitra PkM boneka rajut adalah dalam hal penentuan harga jual dikarenakan dengan harga jual boneka rajut maupun gantungan kunci boneka rajut berkisar antara Rp 30.000,00-100.000,00 beberapa konsumen menilai mahal untuk ukuran produk yang tidak terlalu besar. Sebenarnya, produk rajut memang bukan produk yang tergolong mudah pengerjaannya,

terlebih dengan ukuran produk yang kecil tentu memiliki tingkat kesulitan tersendiri. Namun, konsep nilai seni ini dirasa belum mampu diterima oleh konsumen sehingga penilaian harga yang cukup tinggi berpengaruh terhadap tingkat pemesanan. Mitra PkM boneka rajut berkeinginan untuk mengevaluasi harga jual, sekaligus juga ingin mendapatkan peluang pasar yang lebih luas agar kesempatan penjualan produk dapat lebih terbuka.



Gambar 2. Boneka Rajut Produksi Usaha Mitra 2

3. Solusi yang Ditawarkan

Berdasarkan pada penjelasan permasalahan yang dihadapi mitra PkM, tim kerja menawarkan beberapa solusi pada program kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu:

- a. Mengenalkan dan melatih cara bertransaksi dengan menggunakan *platform e-commerce*.
- b. Melatih cara menentukan harga jual produk serta sistem keuangan sederhana yang dapat diterapkan pada usaha mikro.

B. Target dan Luaran

Target program pengabdian kepada masyarakat ini adalah mitra PkM mampu memahami sistem transaksi dengan menggunakan *platform e-commerce* serta dapat menentukan harga jual produk agar di kemudian hari mitra PkM tidak memiliki kesulitan dalam menentukan harga jual maupun

memasarkan varian produknya. Dengan program ini, luaran yang diharapkan adalah peningkatan pengetahuan dan kemampuan mitra dalam bertransaksi dengan media *e-commerce* serta kemampuan mitra dalam memahami sistem keuangan secara sederhana melalui harga produk yang kompetitif.

C. Metode Pelaksanaan

Secara umum, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam tiga tahap, yaitu tahap koordinasi awal, pelaksanaan, dan pendampingan. Pada tahap awal, tim berkoordinasi bersama dengan mitra untuk mengidentifikasi kesulitan yang dihadapi mitra dalam menjalankan usahanya. Jumlah order yang cenderung stagnan dan keraguan akan harga jual produk menjadi persoalan utama yang dihadapi oleh mitra. Dengan adanya data hasil identifikasi awal ini, tim kemudian berdiskusi untuk menentukan topik materi yang diberikan kepada mitra. Materi yang diberikan kepada mitra terdiri atas dua topik yaitu terkait *digital marketing* dan harga jual produk serta sistem keuangan sederhana.

Pada tahap pelaksanaan, pelatihan dilakukan dalam dua sesi, yaitu sesi pelatihan *digital marketing* berbasis *e-commerce* dan pelatihan penentuan harga jual produk serta pengenalan sistem keuangan sederhana. Setiap sesi diisi dengan paparan materi, tanya jawab, diskusi, dan juga praktik kerja. Tujuannya agar mitra tidak hanya memahami materi saja, namun juga memiliki pengalaman pendalaman materi melalui praktik *digital marketing* serta penentuan harga jual.

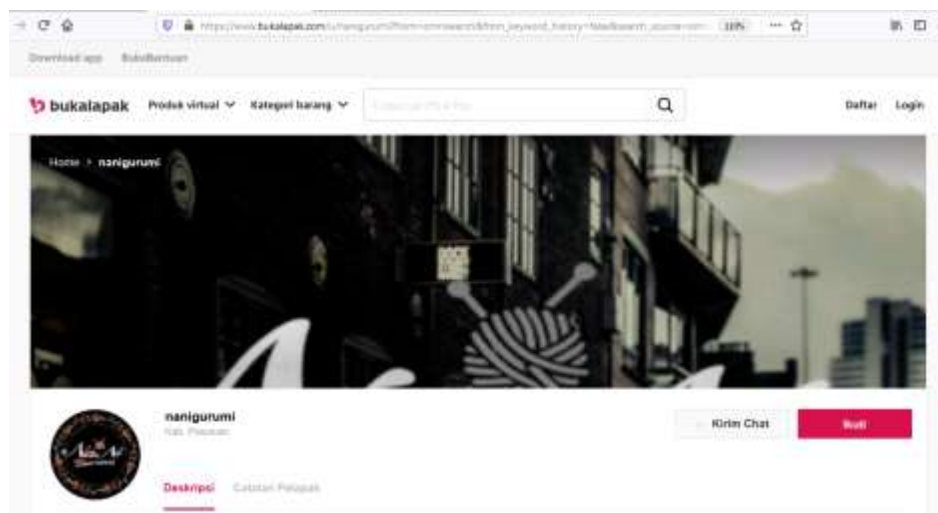
Tahap ketiga dalam pelatihan ini adalah pendampingan. Pendampingan dilakukan secara daring melalui *WhatsApp Group*. Pendampingan kepada mitra diberikan selama kurang lebih satu minggu untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan maupun kesulitan-kesulitan yang masih dihadapi oleh mitra terkait dengan topik pelatihan.

D. Hasil yang Dicapai

1. Pelaksanaan Kegiatan

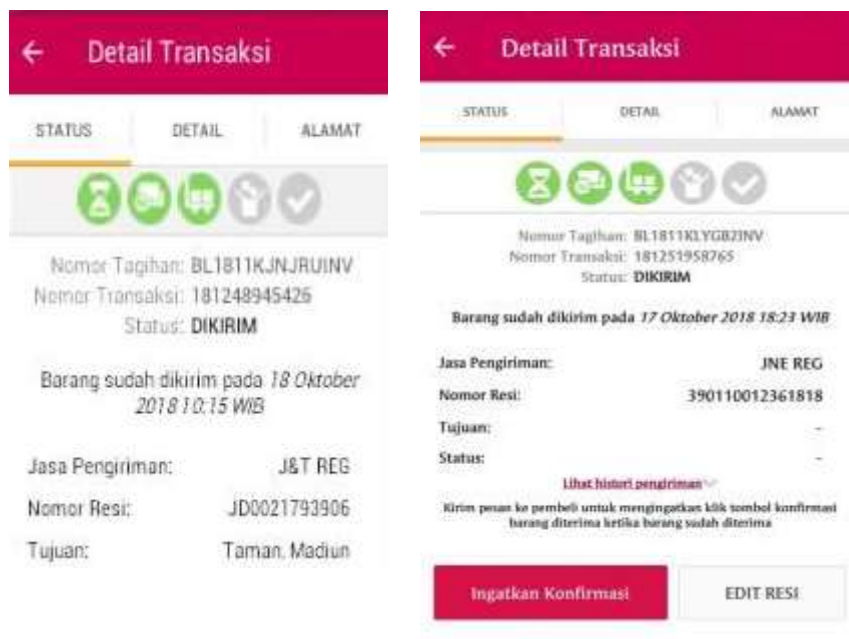
Sesi satu pada kegiatan ini adalah pelatihan pengenalan *e-commerce* sebagai bentuk penerapan *digital marketing*. Pada pelatihan sesi yang pertama ini mitra PkM diperkenalkan dengan konsep *digital marketing* dan *platform e-commerce* serta manfaat yang diperoleh dengan menerapkan *digital marketing*. Melalui materi ini, mitra PkM memahami pentingnya pemasaran *digital* di masa sekarang ini. Paparan materi juga dilanjutkan dengan praktik pembuatan akun *e-commerce*, *posting* foto produk, serta

praktik *setting* lain yang dibutuhkan oleh mitra sebagai pelapak. *Platform e-commerce* yang digunakan sebagai media praktik pada program pelatihan ini adalah Bukalapak. Mitra 1 dan mitra 2 pada kegiatan ini dilatih untuk membuka akun *platform e-commerce* Bukalapak. Melalui tahapan-tahapan sesuai mekanisme yang berlaku, mitra 1 memiliki nama akun Soethink's Corner dan nama akun untuk mitra 2 adalah Nanigurumi. Proses pelatihan selanjutnya adalah mengunggah foto produk kedua mitra. Pada proses mengunggah foto produk ini, mitra juga dilatih secara sekilas menuliskan deskripsi produk agar konsumen memiliki informasi tentang produk yang dijual. Deskripsi produk yang dituliskan terkait dengan ukuran produk, bahan baku, harga, serta mitra juga mencantumkan nomor ponsel agar proses tanya jawab dengan calon konsumen juga menjadi mudah.



Gambar 3. Akun E-Commerce Mitra PkM

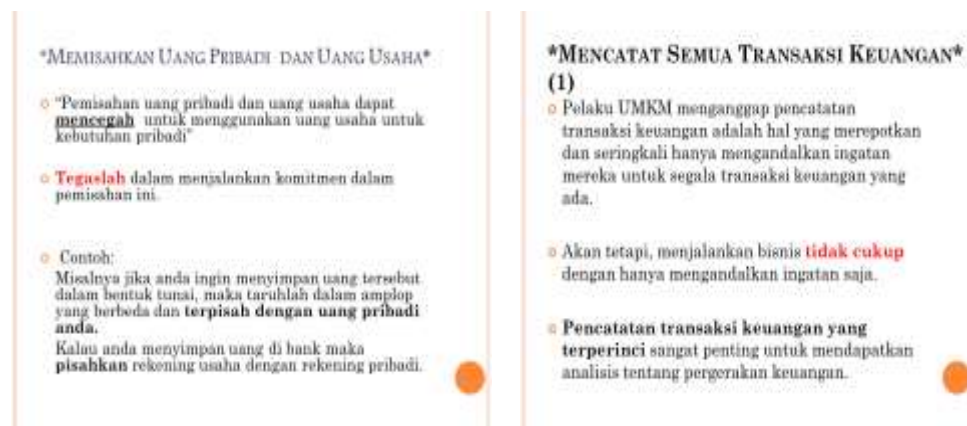
Kegiatan pada sesi 1 juga diisi tentang praktik transaksi jual beli melalui *platform e-commerce*. Tim mencoba membeli produk yang ditawarkan oleh mitra PkM sehingga dengan demikian mitra mengetahui secara lebih detil langkah-langkah dan informasi terkait dengan transaksi yang dilakukan oleh konsumen. Melalui praktik transaksi jual beli pada kegiatan ini, mitra PkM memiliki gambaran bentuk notifikasi yang diterima untuk selanjutnya dapat dilakukan persiapan produk yang dipesan konsumen. Dengan adanya praktik ini mitra PkM memiliki pengetahuan dan pengalaman bertransaksi secara *online* menggunakan *platform e-commerce*.



Gambar 4. Deskripsi Bentuk Transaksi

Pelatihan dilanjutkan dengan kegiatan sesi dua berupa pelatihan sistem keuangan sederhana dan penentuan harga jual produk. Pelatihan ini dilakukan dikarenakan adanya keluhan dari konsumen mitra PkM bahwa produk yang dijual memiliki harga yang relatif tinggi jika dibandingkan dengan produk lain yang sejenis serta kesulitan mitra PkM mengatur keuangan usaha yang terkadang tercampur dengan keuangan rumah tangga.

Pelatihan sesi dua diawali dengan paparan materi pengenalan sistem keuangan sederhana. Materi dan paparan materi diberikan dengan bahasa sehari-hari sehingga mudah dipahami oleh mitra PkM. Dalam kegiatan ini mitra



Gambar 5. Contoh Materi Pelatihan

PkM banyak mendiskusikan pengalamannya dalam mengelola keuangan usaha. Kesulitan dalam mengatur keuangan usaha yang terkadang tercampur dengan keuangan rumah tangga dirasa menjadi kendala bagi mitra PkM dalam mengembangkan usahanya. Tingkat penjualan yang tidak *ajeg* menyebabkan pencatatan keuangan juga menjadi tidak rutin. Materi pelatihan memberikan pengetahuan kepada mitra PkM tentang perlunya pemisahan antara keuangan usaha dan keuangan rumah tangga, dan dibutuhkan ketegasan sikap dalam pengelolaan ini. Selain itu mitra PkM juga diberikan pengetahuan tentang perlunya melakukan perencanaan prioritas pembelanjaan bahan untuk usaha. Kecenderungan pembelian bahan baku dalam jumlah banyak dikarenakan harga lebih murah, masih belum disarankan apabila tingkat penjualan produk tidak stabil dan tidak rutin karena pola ini akan menyebabkan besarnya modal usaha namun tidak diikuti oleh pendapatan hasil usaha.

Sesi dua pelatihan ini juga diisi dengan diskusi dan evaluasi harga jual produk menggunakan metode *cost based pricing*. Harga produk mitra PkM Nanigurumi, satu unit boneka yang berukuran tinggi kurang lebih 20 cm dijual seharga Rp 45.000,00-Rp 100.000,00. Sedangkan gantungan kunci boneka dijual dengan harga Rp 40.000,00-Rp 45.000,00. Jika dilihat dari segi kesulitan dalam pembuatannya, tentu harga ini dirasa wajar dikarenakan proses pembuatan boneka rajut yang tergolong lama dan rumit dikarenakan ukurannya yang kecil. Namun demikian, dari sudut pandang konsumen, wajar pula jika konsumen merasa berat untuk mengeluarkan sejumlah uang untuk produk yang berukuran kecil. Hasil diskusi bersama mitra menyatakan bahwa biaya tenaga kerja menjadi komponen biaya yang cukup besar pengaruhnya terhadap biaya produksi yang berdampak pada harga jual produk.



Gambar 6. Paparan Materi Pelatihan

Paparan materi tentang penentuan harga jual produk berkaitan dengan komponen-komponen biaya yang perlu menjadi pertimbangan mitra dalam menentukan harga jual, di antaranya biaya bahan baku utama dan pendamping, biaya tenaga kerja, biaya energi yang digunakan, dan biaya depresiasi alat. Faktor lain yang berpengaruh terhadap harga jual adalah margin laba yang dipatok oleh mitra PkM. Paparan materi memberikan saran sejumlah 30%-50% margin laba yang dapat ditentukan oleh pemilik usaha. Untuk memperjelas materi yang dipaparkan dalam pelatihan ini, sama seperti halnya pada sesi satu, sesi dua ini juga diisi dengan praktik dan diskusi penentuan harga jual produk. Hasil praktik menunjukkan bahwa produk *pouch* dengan ukuran 20 cm x 10 cm dapat dijual seharga Rp 25.000,00 sedangkan gantungan kunci boneka rajut dua warna berukuran 5 cm x 3 cm x 8 cm dapat dijual dengan harga Rp 35.000,00.

2. Perubahan yang Terjadi pada Mitra

Dengan adanya kegiatan ini, beberapa perubahan yang terjadi pada mitra di antaranya adalah:

- a. Mitra memiliki pengetahuan tentang pemasaran produk yang tidak hanya melalui media sosial namun juga dengan menggunakan *digital marketing* khususnya ber-*platform e-commerce* mengingat bahwa sistem pembayaran pada *platform e-commerce* memiliki tingkat keamanan yang dapat terhindar dari penipuan.
- b. Mitra memiliki pengetahuan tentang pengelolaan sistem keuangan secara sederhana sekaligus mendapatkan pengetahuan tentang menentukan biaya produksi dan harga jual produk.

- c. Mitra aktif mengunggah foto produk setelah pelatihan berlangsung, dan secara mandiri mempelajari mekanisme menu-menu lain yang terdapat pada *platform e-commerce*.
- d. Mitra dapat melakukan evaluasi biaya produksi dan penentuan harga jual untuk produk selanjutnya. Mitra PkM menjadi lebih kreatif dalam memodifikasi bahan baku komponen pembentuk biaya produksi sehingga harga jual produk menjadi lebih kompetitif.

3. Rencana Keberlanjutan Program

Program kegiatan pelatihan ini telah memberikan manfaat bagi mitra PkM. Namun demikian, mitra PkM masih membutuhkan bentuk-bentuk pelatihan lain di antaranya adalah penentuan merek produk dan teknik fotografi sederhana berbasis ponsel genggam. Mitra PkM berharap adanya pelatihan lanjutan sehingga mitra memiliki pengetahuan dan keterampilan menyeluruh tentang pengelolaan produk usaha.

E. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kegiatan PkM berupa pelatihan dan pendampingan *digital marketing* ber-*platform e-commerce* dan sistem keuangan sederhana telah terlaksana dengan baik dan mitra mengikuti kegiatan dengan antusias.
- b. Mitra memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam memasarkan produk menggunakan *e-commerce*, sekaligus dapat menentukan biaya produksi dan harga jual produk.

2. Saran

Pengelolaan manajemen usaha secara terintegrasi khususnya dalam hal pengelolaan produk masih perlu pendampingan lebih lanjut untuk dapat memberikan gambaran secara menyeluruh tentang mengelola produk khususnya yang terkait dengan pasar konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Kristiadi, N. 2017. *E-Commerce, Manfaat dan Keuntungannya*.
<https://www.kompasiana.com/novikristiadi/5992634e93be2508e06c5402/e-commerce-manfaat-dan-keuntungannya>.
- Riadi, M. 2020. *Digital Marketing Pengertian, Manfaat, Fungsi, dan Strategi*.
<https://www.kajianpustaka.com/2020/09/digital-marketing.html>.
- Septiano. 2017. *Apa Itu Digital Marketing? Pengertian dan Konsep Dasarnya*.
<http://redtreeasia.com/info/apa-itu-digital-marketing-pengertian-dan-konsep-dasarnya/>.