

Pengembangan Digital Marketing Dalam Peningkatan Omset Pada Deka Craft Desa Penggarit Kecamatan Taman Pemalang

*Development of Digital Marketing in Increasing Turnover at Deka Craft Penggarit Village,
Taman Pemalang District*

Tri handayani(*)¹ Eli Erfandi² Dian Murdianingsih³ Yanuar Kusuma Dewi⁴

^{1,4}Program Studi Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Adias Pemalang, Indonesia

^{2,3} Program Studi Akuntansi, Institut Teknologi dan Bisnis Adias Pemalang, Indonesia

e-mail : trihandayani94@ymail.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di kerajinan olahan kayu Deka Craft Desa Penggarit Dusun Sirandu Kabupaten Pemalang dengan tujuan agar membantu pemertumbuhan ekonomi melalui pengelolaan manajemen usaha khususnya di Deka Craft. Pengembangan berfokus pada 1.) Manajemen Pemasaran yaitu: pemasaran dan promosi yang efektif dengan sosial media. 2.) Pendampingan Manajemen Usaha yaitu: mengupgrade banner UMKM, memperbaiki kemasan produk pada saat proses pengiriman. Di akhir kegiatan pendampingan ini, mendapatkan banner dan sticker logo beserta kotak kemasan agar pada saat pengiriman barang lebih aman serta menarik dan media promosi melalui media sosial.

Kata kunci— Manajemen, Pendampingan, Promosi, Pengembangan

Abstract (Bahasa Inggris)

This community service activity was carried out at the Deka Craft wood craft, Penggarit Village, Sirandu Hamlet, Pemalang Regency. It aims to help empower the economy through business management, especially in Deka Craft. This assistance is focused on 1.) Marketing Management, namely: effective marketing and promotion through social media. 2.) Business Management Assistance, namely: upgrading MSME banners, improving product packaging during the delivery process. At the end of this mentoring activity, you get banners and logo stickers along with packaging boxes so that when shipping goods it is safer and more attractive and promotional media through social media.

Keyword— Management, Mentoring, Promotion, Development

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha atau usaha yang dijalankan oleh perorangan, kelompok, usaha kecil dan rumah tangga. Keberadaan UMKM di Indonesia diperhitungkan karena memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. (Hamidah, Sejati, dan Mujahidah 2019). Usaha Mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dikelola oleh orang per orang. Usaha menengah adalah ekonomi produktif mandiri yang dilakukan oleh orang perseorangan atau unit usaha yang bukan menjadi bagian anak perusahaan / afiliasi dari usaha langsung / tidak langsung dimiliki, dikuasai / bagian dari usaha kecil dan besar. juga hasil penjualan tahunan. (Adhastian ym.2020)

Pengklasifikasian UKM dilakukan dengan membatasi omzet tahunan, total aset. perusahaan yang tidak tergolong UMKM digolongkan sebagai perusahaan besar. Usaha besar

Submitted: Juni 2024, **Accepted:** Juli 2024, **Published:** Agustus 2024

ISSN 2746-6345 (media online)

diartikan sebagai usaha ekonomiproduktif yang dilakukan oleh badan usaha dimana kekayaan bersih / hasil penjualan tahunan di atas rata-rata, termasuk badan usaha kepunyaan negara / swasta, usaha patungan dan badan usaha asing yang melakukan usaha di Indonesia. Selain itu, usaha mikro dikatakan penopang utama perekonomian nasional yang mendapat pengembalian yang utama, yang pada umumnya merupakan pihak yang kuat bagi kelompok – perekonomian nasional, dengan tidak melupakan peran perekonomian nasional. Se bagian besar perusahaan, perusahaan komersial adalah milik negara. (Rot E 2017)

Menurut definisi kerajinan (Raharjo 2011) yaitu: Sebuah kata lahir dari sifat kerja manusia. Penekanan pada pelayanan dan pembuatan karya seni dan kerajinan bukan berasal dari sifat kerja keras, melainkan dari kemampuan membuat suatu produk kerajinan. Dari pengalaman dan ketekunan dalam bekerja diperoleh keterampilan yang memungkinkan untuk meningkatkan teknik pencipta produk, kualitas kerja seseorang yang akhirnya memiliki kompetensi suatu profesi tertentu. (Khoziyah dan Lubis 2021)

Deka Craft adalah UMKM yang bergerak dibidang kerajinan olahan kayu menjadi olahan kerajinan berupa frame, jam dinding dsb. Tapi dengan adanya perkembangan zaman dan dengan susahny mencari bahan utamanya yaitu kayu sekarang bahan yang digunakan tidak menggunakan full kayu namun dikombinasikan dengan fiber yang diimpor langsung dari Cina. Deka Craft tidak hanya membuat produk dari olahan kayu saja karena untuk mengikuti pasar dan kompetitor. Namun sekarang lebih banyak memproduksi frame fiber yang di impor dari Cina.

Masalah yang dihadapi pada usaha produksi olahan kayu di Deka Craft antara lain :

1. Belum memiliki banner usaha
2. Belum maksimalnya promosi di media sosial
3. Pengemasan yang kurang menarik
4. Belum adanya laporan keuangan yang terstruktur

Dari hasil observasi masalah diatas, maka dalam upaya meningkatkan omset yang didapatkan oleh UMKM Deka Craft. Kita lakukan pendampingan secara langsung untuk mengelola manajemen dengan baik sehingga dapat meningkatkan penjualan serta pendapatan UMKM. Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Deka Craft maka tim pengabdian berupaya untuk memberikan solusi untuk permasalahan yang dihadapi oleh Deka Craft.

METODE PELAKSANAAN

Untuk menangani permasalahan pada Deka Craft, maka kita berfokus pada kegiatan pemasaran melalui digital marketing sehingga menjadi solusi yang berkemanfaatan secara nyata. Tahapan pendampingan sebagai berikut :

1. Tahap Survey
 - a. mengidentifikasi permasalahan awal yaitu pada UMKMDeka Craft antara lain:
 - a. Belum memiliki banner usaha.
 - b. Belum maksimalnya promosi di media sosial.
 - c. Pengemasan yang kurang menarik.
 - d. Belum adanya laporan keuangan yang terstruktur.
2. Tahap Pelaksanaan Program

Melaksanakan program kerja yang sudah disusun antara tim dengan pihak usaha. Sehingga dapat mencapai capaian yang diinginkan
3. Tahap Penyampaian Hasil

Hasil pelaksanaan yang sudah dilaksanakan diserahkan kepada pihak Deka Craft.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel. 1 . IDENTIFIKASI MASALAH

No	Permasalahan	Solusi	Hasil Capaian
1	Belum memiliki banner usaha	Perlu dibantu dalam menyusun banner usaha	UMKM mendapatkan banner usaha sebagai salahsatu media promos
2	Belum maksimalnya promise menggunakan media sosial	Pembuatan akun sosial media	UMKM mempunyai tambahan akun media sosial seperti TikTok dan Bio Link untuk mempromosikan produk
3	Pengemasan yang kurang menarik	Pembuatan sticker logo, kotak kemasan, dan cardthanks	UMKM mendapatkan kotak pengemasan produk beserta sticker logo dan thanks card padasaat pengemasan produk
4	Belum Adanya laporan keuangan yang terstruktur	Pembuatan laporan keuangan sederhana	UMKM mempunyai laporan keuangan sederhana

A. Manajemen Usaha

Manajemen Usaha juga melibatkan penciptaan lingkungan bisnis bagi karyawan dan pengusaha untuk bekerja sama untuk menggapai tujuan organisasi agar sukses dan kompeten. Ini mengarahkan se kelompok orang untuk meng gabungkan pekerjaan mereka dengan cara yang ter rencana untuk menuju tujuan organisasi.. Tugas administrasi meliputi:

1. *Planning* (Perencanaan)

Yaitu, menetapkan dan menggunakan fakta dan membuat serta perkiraan/ asumsi masa depan dengan gambaran dan mengartikulasikan tindakan yang diperlukan untuk dicapainya tujuan yang dimaksud.

2. *Organizing* (Pengorganisasian)

Adalah penentuan, pengelompo kan, dan organisasi jenis kegiatan yang di perlukan untuk capai tujuan, penempatan pegawai, dalam kegiatan usaha, menyediakan faktor fisik sesuai dengan kebutuhan dan perjumpaan kerja. hubungan otoritas, yang didelegasikan untuk semua orang dengan implementasi proses dari setiap aktivitas.

3. *Actuating* (Pelaksanaan /Pengerakan)

Adalah menyadarkan dan men dorong semua bagian kelompok untuk berharap dan berupaya mencapai tujuan dengan itikad baik dan sesuai dengan perencanaan dan usaha penyelenggaraan pemerintahan.

4. *Controlling* (Pengawasan)

Pengendalian mempunyai peran dan kedu dukan yang penting dalam manajemen, karena fungsinya untuk menguji apakah pekerjaan dilakukan secara terkendali atau tidak.

B. *Digital Marketing*

Urban (2004:2) dalam (Lucyantoro and Rachmansyah 2018), Digital Marketing mempergunakan jaringan in ternet dan tekno logi informasi dalam mem perluas dan meningkat kan peran marketing tradisional. Digital marketing dikatakan sebagai proses pemasaran / promosi suatu merek produk atau jasa yang di lakukan melalui digitalisasi. Tujuan pemasar an ini dijangkaunya sebanyak-banyaknya pelanggan secara efisien, relevan, dan efisien. Jika pemasaran tradisional mengguna kan media cetak sebagai sarana nya, pemasaran digital banyak mengguna kan media daring.

Berikut beberapa kelebihan dari pemasaran digital dibandingkan dengan pemasaran konvensional antara lain :

a. Kecepatan Penyebaran

Dengan sistem digital ini tentu kecepatan informasi yang diberikan akan lebih .

b. Kemudahan Evaluasi

Hasil yang di dapat dari kegiatan pemasaran dapat diketahui secara langsung.

c. Jangkauan Lebih Luas

Promosi yang dilakukan secara langsung dapat tersebar ke berbagai penjuru sehingga cakupan pasar semakin luas.

- d. Murah dan Efektif
Biaya yang dikeluarkan lebih efektif dan efisien.
- e. Membangun Nama Brand
Dapat membangun citra merk Deka Craft lebih baik lagi.

C. Manajemen Pemasaran

Menurut William J. Stanton (2012) dalam (Hana Catur W 1980) pemasaran adalah bidang usaha yang tujuannya merancang, mengevaluasi, memasarkan dan men distribusikan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan konsumen. Manajemen pemasaran adalah jenis manajemen yang di butuh kan semua bisnis. Manajemen pemasaran mengacu pada produk /layanan yang lebih di kenal konsumen, Maka darinya perusahaan harus menerapkan manajemen pemasaran ini dengan pemahaman penuh. Perusahaan harus perhatikan hal ini karena bisa berpengaruh terhadap keefektifan proses pemasaran. Hal ini juga berfungsi sebagai pengukuran dan analisa strategis, juga dalam proses pemasaran suatu perusahaan maupun organisasi.



Gambar 1 : Produk UMKM Deka Craft



Gambar 2 : Kunjungan dan Identifikasi Permasalahan

Deka Craft awalnya memproduksi undangan dan souvenir pada tahun 2017 yang bernama Restin Souvenir , lalu pada 2018 mulai membentuk nama baru, yaitu Deka Dekor Pemasang.com. Awal tahun 2019 pemilik memikirkan untuk membuat usaha kado nikah dan pada tahun ini juga akhirnya pemilik usaha yaitu mas Lutfi Amirudin memutuskan untuk mengganti dan menetapkan nama UMKM ini yang sekarang kita kenal dengan nama Deka Craft yang terinspirasi dari nama sebelumnya, yaitu Deka Dekor. Awalnya Deka Craft tidak memproduksi hanya dropship dari Bogor. Sampai suatu hari terjadi masalah, yaitu ketika kenalan dari pemilik Deka Craft memesan salah satu produknya ternyata ada logo usaha dari usaha yang ada di Bogor tersebut. Dengan terjadinya hal tersebut akhirnya pemilik usaha akhirnya untuk memutuskan untuk memproduksi produk sendiri dan berjalan sampai sekarang. Deka Craft berlokasi di Jl.Wirasangka 2 Dusun Sirandu RT.01 RW.01 Desa Penggarit Kab.Pemalang.Dan untuk pemasaran produk Deka Craft sudah berbagai wilayah seperti Semarang, Jakarta dan bahkan sudah ke luar pulau Jawa , misalnya Kalimantan, Sumatera dan Bali.

Beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM selanjutnya menjadi agenda utama bagi tim pendampingan dengan hasil kegiatan pendampingan laksanakan selama kurang lebih 1 bulan telah mensukseskan semua kegiatan seperti yang sudah direncanakan diantaranya yaitu:

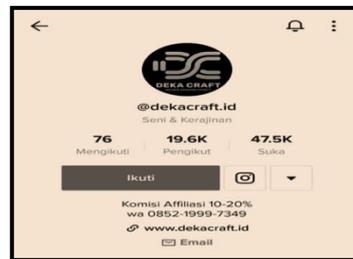
1. Pengadaan Banner dan Sosial

Banner digunakan sebagai media promosi terkini dengan desain yang menarik

sehingga dapat memikat orag yang melihatnya serta agar dapat mengetahui lokasi usahanya, dengan media sosial juga cangkupan promosi akan menjadi semakin luas dari sebelumnya.



Gambar 3 : Pembuatan Banner



Gambar 4 : Pembuatan akun promosi produk melalui Tiktok

2. Pembuatan Desain Kemasan

Bertujuan untuk melindungi produk dari kerusakan dan menambah nilai kemasan yang safety dan memilki desain kemasan yang kreatif.



Gambar 5 : Desain Kemasan

3. Pembuatan Bio Link

Pembuatan Bio Link Bertujuan memudahkan konsumen untuk membeli produk dengan adanya bio link hanya dengan mengklik link tersebut akan diarahkan ke beberapa media penjual yang terhubung dengan bio link.



Gambar 6 : Pembuatan Bio Link

4. Pembukuan Laporan Keuangan Sederhana

Bertujuan Memudahkan pemilik usaha dalam mencatat laporan keuangan



Gambar 7: Pembukuan Laporan Sederhana

5. Pembuatan Stiker Logo Pada Kemasan
Memberikan ciri khas pada kemasan produk UMKM.



Gambar 8 : Pembuatan Stiker Logo



Gambar 8 : Pembuatan *Thanks Card*

KESIMPULAN

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dikatakan sebagai usaha yang penting, karena banyak peranannya yang nyata di perekonomian. UMKM dijadikan penggerak ekonomi kerakyatan, serta pondasi ekonomi sosial. Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, telah kami realisasikan program yang telah kami susun sebelumnya.

Diantaranya program yang telah kami laksanakan antara lain : pembuatan banner identitas, pembuatan digital marketing, pembuatan desain pengemasan, pembuatan stiker logo, pembuatan video promosi, pembuatan Bio Link, pembuatan laporan keuangan sederhana, pembuatan stiker logo pada kemasan. Hal ini sebagai penerapan teoritis yang di buat program studi ITB ADIAS Pemalang, dengan mengembangkan sebuah kreatifitas program pengabdian. Program ini sangat berarti dan bermanfaat bagi penulis karena sebagai pengetahuan dan pengalaman dalam dunia usaha yang sesungguhnya, begitu juga bagi sektor UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhastian, Patria, Tedi Dahniar, Agus Syahabuddin, Yudi Maulana, and Mairizal Mairizal. 2020. "Implementasi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Susu Kambing Etawa Budidaya Pesantren Masyhad An-Nur Sukabumi." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) - Aphelion* 1(01):27.
- Adhastian, Patria, Tedi Dahniar, Agus Syahabuddin, Yudi Maulana, and Mairizal Mairizal. 2020. "Implementasi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Susu Kambing Etawa Budidaya Pesantren Masyhad An-Nur Sukabumi." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) - Aphelion* 1(01):27.
- Anon. n.d. "ASAS-ASAS."
- Hamidah, Qotrunnada Ratri, dkk. 2019. "The Development of Small and Medium Businesses (MSMEs) Based on Tecnology to Deal with The Industrial Revolution 4.0." *Social, Humanities, and Educational Studies (SHEs): Conference Series* 2(1):345.
- Hana catur w, enny koeswandari. 1980. "analisis pengaruh marketing mix terhadap penjualan keramik (studi kasus pada industri keramik kasongan di kabupaten bantul , jogjakarta) oleh : hana catur w , st (dosen teknik industri umsida) dan enny koeswandari , st." 1–8.
- Khoziyah, Siti, and Evawani Elysa Lubis. 2021. "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @KPopConnection." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10(1):39–50.

- Lucyantoro, Bagas, and Mochammad Rachmansyah. 2018. "Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di MyBCA Ciputra World Surabaya)." *Jurnal Ekonomika* '45 5(1):39–40.
- Putri E, Hasmita. 2017. "Efektivitas Pelaksanaan Program Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Samarinda (Studi Pada Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Samarinda)." *E-Journal Administrasi Negara* 5(1):5431–45.
- Raharjo, Timbul. 2011. "Seni Kriya & Kerajinan." *Yogyakarta: Program Pascasarjana*. 1–158.
- Raharjo, Timbul. 2011. "Seni Kriya & Kerajinan." *Yogyakarta: Program Pascasarjana*. 1–158.
- Roseniati, I. R., Dumadi, D., & Umisara, E. (2023). Peningkatan Kompetensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (MKM) Berbasis Studi Kelayakan Bisnis pada Aspek Keuangan (Studi Kasus UMKM Desa Randusanga Wetan). *JAMU: Jurnal Abdi Masyarakat UMUS*, 4(01), 8-15.