

# PELATIHAN UMKM DESA REJOSARI MENJADI GO DIGITAL MELALUI DIGITAL MARKETING DAN PENGELOLAAN KEUANGAN DIGITAL

Fatichatur Rachmaniyah<sup>1</sup>, Anisa Ulfah<sup>2</sup>, Intan Sari Finas<sup>3</sup>, Alif Indah Maulida<sup>4</sup>

<sup>1,3</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Darul ‘Ulum Lamongan

<sup>1</sup>email: fatichaturrachmaniyah@unisda.ac.id

<sup>3</sup>email: intan.2021@mhs.unisda.ac.id

<sup>2,4</sup>Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Islam Darul ‘Ulum Lamongan

<sup>2</sup>email: anisaulfah@unisda.ac.id

<sup>4</sup>email: alif.2021@mhs.unisda.ac.id

## Abstract

*In the digital era, MSMEs are faced with the challenge of adapting to technology in order to remain competitive. This study aims to improve the competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) of herbal drinks in Rejosari Village, Lamongan. This is done through digital marketing and financial management training using the Qasir application. This training includes socialization of the importance of digital marketing and direct practice using social media platforms and financial management applications. The results of the study showed a significant increase in participants' digital knowledge and skills. In addition, participants showed a high interest in applying the knowledge gained in running their businesses. However, there are still several obstacles faced, such as the lack of digital literacy. This study concludes that digital training can be an effective solution to improve the competitiveness of MSMEs in rural areas.*

*Keywords: Digital Marketing, Financial Management, Qasir Application, MSMEs.*

## 1. PENDAHULUAN

Era digital telah mengubah lanskap bisnis secara drastis. UMKM, sebagai tulang punggung perekonomian, dituntut untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tetap relevan dan kompetitif (Vinatra, 2023). Namun, UMKM di desa seringkali menghadapi kendala dalam mengakses teknologi dan informasi, sehingga kesulitan dalam mengembangkan usahanya. Desa Rejosari, Lamongan sebagai salah satu contoh, memiliki potensi besar dalam mengembangkan produk lokal, khususnya minuman herbal tradisional. Namun, minimnya pengetahuan dan keterampilan digital menjadi hambatan utama dalam memasarkan produk secara lebih luas.

Minuman herbal tradisional Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi produk unggulan di pasar global. Namun, persaingan yang semakin ketat dan perubahan perilaku konsumen menuntut para pelaku UMKM minuman herbal untuk terus berinovasi.

Digitalisasi menjadi salah satu solusi untuk mengatasi tantangan tersebut. Dengan memanfaatkan platform digital, UMKM minuman herbal dapat memperluas jangkauan pasar, membangun merek yang kuat, dan mengelola bisnis secara lebih efisien. Pelatihan digital marketing dan penggunaan aplikasi pengelolaan keuangan secara digital, *Qasir Apps*, diharapkan dapat mendorong pertumbuhan UMKM minuman herbal di Desa Rejosari, Lamongan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi efektivitas program pelatihan digital marketing dan pengelolaan keuangan digital berbasis aplikasi *Qasir* dalam meningkatkan daya saing UMKM minuman herbal di Desa Rejosari, Lamongan. Pelatihan ini, diharapkan pelaku UMKM dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digitalnya, sehingga mampu memanfaatkan berbagai peluang yang ditawarkan oleh era digital. Selain itu, penelitian ini juga ingin

mengidentifikasi tantangan dan kendala yang dihadapi oleh UMKM dalam proses transformasi digital, serta memberikan rekomendasi kebijakan untuk mendukung pengembangan UMKM berbasis digital di daerah pedesaan.

## 2. KAJIAN LITERATUR

Digital marketing adalah strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan produk atau jasa. Salah satu bentuk digital marketing, adalah melalui media sosial (Wu et al., 2024).

Keuntungan digital marketing melalui media sosial Facebook dan Instagram sangatlah signifikan bagi bisnis. Kedua platform ini menawarkan jangkauan yang luas kepada audiens yang sangat tertarget. Dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti iklan berbayar, konten yang dapat disesuaikan, dan analisis data yang mendalam, bisnis dapat meningkatkan kesadaran merek, membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan, dan mendorong konversi penjualan (Naimah et al., 2020). Selain itu, biaya yang relatif terjangkau dibandingkan dengan media tradisional membuat digital marketing melalui FB dan IG menjadi pilihan yang menarik bagi banyak bisnis.

Pengelolaan keuangan digital adalah proses mengelola keuangan, meliputi mencatat semua transaksi keuangan suatu bisnis atau individu ke dalam sistem digital. Data transaksi ini kemudian disimpan dalam database yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja.

Tujuan utama dari pengelolaan keuangan digital adalah untuk meningkatkan efisiensi, akurasi, dan transparansi dalam pengelolaan keuangan. Dengan menggunakan sistem digital, data keuangan dapat diakses dan dianalisis dengan lebih cepat dan mudah. Adapun beberapa manfaat dari pencatatan keuangan digital (Asyik et al., 2022; Yolanda et al., 2023), yaitu:

- a. Efisiensi, mengurangi waktu dan tenaga yang dibutuhkan untuk mencatat transaksi secara manual.
- b. Akurasi, meminimalisir kesalahan pencatatan yang sering terjadi pada pencatatan manual.
- c. Transparansi, menyediakan data keuangan yang akurat dan mudah diakses untuk analisis lebih lanjut.

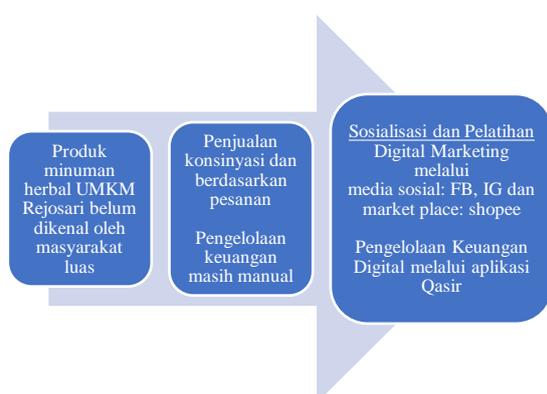
- d. Keamanan, data keuangan tersimpan dengan aman di dalam sistem digital, mengurangi risiko kehilangan atau kerusakan data.
- e. Integrasi, dapat diintegrasikan dengan berbagai aplikasi bisnis lainnya, seperti aplikasi akuntansi, e-commerce.

## 3. METODE

Target pada sasaran kegiatan ini adalah UMKM minuman herbal dan ibu-ibu PKK di Dusun Gajah, Desa Rejosari. Rangkaian kegiatan yang kami laksanakan untuk mewujudkan pengabdian masyarakat pada program kewirausahaan ini meliputi beberapa metode tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu:

*Tahap pertama* adalah sosialisasi melalui persentasi, tanya jawab interaktif. Sesi ini, dilaksanakan pada tanggal 7 Juli 2024, bertempat di Balai Desa Rejosari. Terdapat dua pemateri yaitu untuk pemateri pertama memberikan pemahaman mendalam tentang pentingnya pemasaran digital serta strategi-strategi branding efektif yang dapat diterapkan oleh pelaku UMKM untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk mereka. Sementara itu, pemateri kedua membekali peserta dengan pengetahuan mengenai cara mengelola keuangan usaha secara efisien melalui aplikasi Qasir.

*Tahap kedua* adalah pelatihan melalui praktik pembuatan akun dan simulasi menjalankan operasional secara digital. Pada sesi ini, dilaksanakan tanggal 26 Juli 2024, bertempat di kantor PKK Desa Rejosari. Pada tahap ini dilakukan pendampingan untuk melakukan simulasi praktek menggunakan akun yang disesuaikan dengan kondisi kebutuhan bisnis mereka masing-masing.



Gambar 1. Kerangka Pikir

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Di Dusun Gajah, Desa Rejosari terdapat dua pengusaha UMKM minuman herbal, yaitu usaha minuman ramuan tradisional (jamu) dan usaha minuman herbal dari daun kelor. Usaha ini masih tergolong usaha mikro, dimana menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, usaha mikro adalah usaha yang memiliki nilai total aset tidak melebihi Rp50.000.000,-. Aset ini mencakup seluruh harta yang dimiliki usaha, seperti tanah, bangunan, peralatan, dan sebagainya (Indonesia, 2008; Sarfiah et al., 2019).

UMKM minuman herbal di Desa Rejosari memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan. Beberapa alasan UMKM minuman herbal di desa ini menarik perhatian, adalah pertama, Warisan budaya. Minuman herbal (Jamu) merupakan warisan budaya Indonesia yang kaya akan khasiat dan nilai sejarah, memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai produk unggulan nasional. Beragam jenis dan manfaat, minuman herbal tidak hanya dapat memenuhi kebutuhan kesehatan masyarakat, tetapi juga membuka peluang usaha yang menjanjikan bagi pelaku UMKM. Melalui inovasi dan pengemasan yang menarik, usaha minuman herbal dapat semakin memperkenalkan kekayaan budaya Indonesia di mata dunia.

Namun, UMKM minuman herbal di desa Rejosari ini tidak dapat berkembang dengan baik karena beberapa hal. Pertama, strategi pemasaran yang masih sangat bergantung pada cara tradisional, seperti penjualan konsinyasi ke toko-toko kecil sekitar Desa Rejosari, membuat jangkauan pasar menjadi terbatas. Kedua, kurangnya sistem pencatatan keuangan yang baik mengakibatkan kesulitan dalam mengelola

keuangan usaha, menganalisis kinerja, dan merencanakan pengembangan bisnis.

Digital marketing adalah kunci keberhasilan UMKM di era modern. Persaingan bisnis yang semakin ketat, UMKM dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam memasarkan produknya. Melalui digital marketing, UMKM dapat menjangkau pasar yang jauh lebih luas dan beragam tanpa terbatas oleh lokasi geografis (Susanto et al., 2021). Selain itu, dengan memanfaatkan berbagai platform digital seperti media sosial dan market place, UMKM dapat berinteraksi langsung dengan konsumen, membangun branding dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Salah satunya keunggulan digital marketing adalah biaya yang relatif lebih terjangkau dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional. UMKM dapat membuat konten menarik dan menargetkan audiens yang spesifik dengan biaya yang minimal. Selain itu, dapat melakukan evaluasi dan optimasi secara berkala sehingga dapat meningkatkan penjualan (Sukmasetya et al., 2020).

Pada kegiatan pelatihan digital marketing ini berfokus pada media sosial facebook dan instagram. Facebook maupun Instagram memiliki jumlah pengguna aktif yang sangat besar di Indonesia. Ini berarti potensi jangkauan pasar akan sangat luas. Selain itu juga, facebook dan instagram memiliki fitur yang dirancang khusus untuk bisnis, seperti halaman bisnis, iklan berbayar, insights (analisis data), dan integrasi dengan platform e-commerce (Kuo & Chen, 2023).

Pada sesi kedua, kami telah melakukan sosialisasi dan pelatihan tentang pengelolaan keuangan digital. Mengedukasi kepada UMKM dan ibu-ibu PKK mengenai aplikasi Qasir.

Aplikasi Qasir dipilih karena sangat sesuai untuk membantu melakukan pengelolaan keuangan UMKM produksi minuman jamu herbal (Sitanggang et al., 2024). Aplikasi ini menawarkan fitur-fitur yang dirancang untuk memudahkan proses, inventori, penjualan dan laporan keuangan (Juliyanti et al., 2023).

Manajemen inventori bahan baku, meliputi: *Pertama*, Pemantauan stok, dimana aplikasi *Qasir* dapat membantu melacak stok bahan baku herbal yang seringkali memiliki masa kadaluarsa dan sistem akan memberikan notifikasi ketika stok bahan baku tertentu mulai menipis, sehingga produksi tidak terhambat. *Kedua*, Perhitungan biaya produksi: Dengan

data stok yang akurat, biaya produksi per botol jamu dapat dihitung dengan lebih tepat.

Manajemen penjualan (pencatatan transaksi penjualan), meliputi: *Pertama*, laporan penjualan dimana data penjualan dapat dianalisis untuk mengetahui produk terlaris, melalui tren penjualan. Selain itu, dapat melakukan pelacakan penjualan, dimana tiap transaksi penjualan, baik secara langsung maupun online, dapat tercatat dengan detail. *Kedua*, manajemen database pelanggan dengan informasi pelanggan seperti riwayat pembelian dan preferensi dapat disimpan, serta dapat membuat program loyalitas untuk mempertahankan pelanggan setia. Hal ini akan membuat strategi pemasaran yang lebih efektif dengan menggunakan data pelanggan untuk membuat kampanye pemasaran yang lebih targeted.

Laporan keuangan yang komprehensif, yang mana aplikasi *Qasir* dapat menghasilkan laporan laba rugi secara berkala, sehingga pelaku bisnis dapat memantau kesehatan finansial usahanya.

Berikut adapun ringkasan hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini, yakni:

- a. Masyarakat UMKM Dusun Gajah Rejosari dapat melakukan pemasaran secara online melalui sosial media (facebook dan instagram)
- b. Masyarakat UMKM Dusun Gajah Rejosari dapat menggunakan aplikasi keuangan digital (*Qasir*) untuk melakukan pembukuan bisnis secara praktis.

Antusiasme peserta pada kedua sesi tersebut sangat tinggi, terbukti dari partisipasi aktif dan kehadiran yang besar. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan ini sangat bermanfaat dan relevan dengan kebutuhan pelaku UMKM di Rejosari.



Gambar 1. Sesi Sosialisasi



Gambar 2. Sesi Pelatihan

## 5. SIMPULAN

Pada era digital, UMKM dihadapkan pada tantangan untuk beradaptasi dengan teknologi agar tetap kompetitif. Kegiatan ini merupakan sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan untuk UMKM di Desa Rejosari, Lamongan, dengan fokus pada digital marketing dan pengelolaan keuangan menggunakan aplikasi *Qasir*. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digital pelaku UMKM, sehingga mereka dapat memanfaatkan peluang yang ada dan mengatasi kendala dalam transformasi digital.

Kegiatan pelatihan terdiri dari sosialisasi dan pelatihan mengenai pentingnya pemasaran digital dan pengelolaan keuangan yang efisien.

Aplikasi Qasir dipilih karena kemampuannya dalam membantu manajemen inventori, penjualan, dan laporan keuangan, yang sangat relevan untuk usaha minuman herbal. Dengan pelatihan ini, diharapkan UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar, memperluas jangkauan, dan membangun merek yang kuat. Antusiasme peserta yang tinggi pada kegiatan ini menunjukkan bahwa program edukasi go digital ini bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat Dusun Gajah, Desa Rejosari, Lamongan.

## 6. DAFTAR REFERENSI

- Asyik, N. F., Patuh, M., Triyonowati, T., Respatia, W., & Laily, N. L. N. (2022). Aplikasi Digital Pengelolaan Keuangan, Sarana Meningkatkan Penjualan UMKM Makanan Minuman di Kabupaten Gresik. *Jurnal Kreativitas Dan Inovasi (Jurnal Kreanova)*, 2(3), 102–106.
- Indonesia, R. (2008). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro. *Kecil Dan Menengah*.
- Juliyanti, W., Sari, E. W., Aziz, A. N., & Candrani, A. D. (2023). Pelatihan Pemanfaatan Aplikasi Point of Sales Qasir pada Asosiasi UMKM Madiun sebagai Upaya Mewujudkan UMKM Go Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat "Wiryakarya"*, 2(01).
- Kuo, Y.-F., & Chen, F.-L. (2023). The effect of interactivity of brands' marketing activities on Facebook fan pages on continuous participation intentions: An S–O–R framework study. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 74, 103446. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103446>
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119–130.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137–146.
- Sitanggang, F. A., Windu, F. N., Fabiany, N. F., Setiadi, H., & Simarmata, J. (2024). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Pada UMKM Jamu Gendong "Mbak Eka" Berbasis Online Dengan Aplikasi Qasir. *SOROT: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 98–104.
- Sukmasetya, P., Haryanto, T., Sadewi, F. A., Maulida, R. B. G., Aliudin, H. S., & Sugiarto, B. (2020). Pemanfaatan digital marketing sebagai media pemasaran global untuk meningkatkan penjualan produksi pada home industry. *Community Empowerment*, 5(2), 28–35.
- Susanto, B., Hadianto, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syaokani, M. M., & Daniswara, A. A. (2021). Penggunaan digital marketing untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42–47.
- Vinatra, S. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 1–8.
- Wu, C.-W., Botella-Carrubi, D., & Blanco-González-Tejero, C. (2024). The empirical study of digital marketing strategy and performance in small and medium-sized enterprises (SMEs). *Technological Forecasting and Social Change*, 200, 123142. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.123142>
- Yolanda, S., Shaddiq, S., Faisal, H., & Kurnianti, I. (2023). Peran manajemen keuangan digital dalam pengelolaan keuangan pada umkm di banjarmasin. *Indonesian Red Crescent Humanitarian Journal*, 2(1), 23–32.