

Pengelolaan Manajemen Usaha pada UMKM dan Pelatihan Pemasaran Digital di Kelurahan Cibaduyut Kidul Kecamatan Bojongloa Kidul

Vika Aprianti

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia
Email: vika.aprianti@unibi.ac.id.

Abstrak

Pemanfaatan sistem informasi secara optimal menjadi salah satu harapan masyarakat tentunya dalam memotivasi keberlanjutan bangkitnya kembali perekonomian dalam masa sulit saat ini. Dimana hal ini diharapkan juga dapat mengembangkan potensi tidak hanya dilihat dalam aspek pemasaran produk dalam pemanfaatan sistem informasinya saja melainkan juga pentingnya peran pengembangan SDM guna meningkatkan kualitas masyarakat, serta pengoptimalan Manajemen Keuangan berbasis digital pula dianggap sebagai salah satu unsur penunjang dalam membangkitkan kembali gairah dalam perekonomian pada ruang lingkup usaha kecil menengah. target dalam kegiatan ini agar pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah lebih sadar pentingnya memasarkan produk mereka memanfaatkan platform digital. luaran yang akan dihasilkan, Peningkatan Keterampilan Pelaku UMKM dalam pemasaran digital, Peningkatan Pemahaman Pelaku UMKM dalam pengelolaan sumber daya manusia, Peningkatan Keterampilan Pelaku UMKM dalam pengelolaan keuangan usaha, Metode pendekatan yang digunakan dalam program kegiatan ini adalah dengan pendekatan deskriptif analisis dimana deskriptif berupa penggambaran kondisi wilayah dan potensi dari apa yang menjadi kendala serta solusi untuk di masa mendatang.

Kata Kunci: Manajemen Usaha, UMKM, Pemasaran Digital

Abstract

Optimal utilization of information systems is one of the hopes of the community, of course, in motivating the sustainability of the revival of the economy in these difficult times. Where this is also expected to develop potential not only seen in terms of product marketing in the utilization of its information system but also the importance of the role of HR development in order to improve the quality of society, and optimization of digital-based Financial Management is also considered as one of the supporting elements in reviving passion in the economy in the scope of small and medium enterprises. the target in this activity is for Micro, Small and Medium Enterprises to be more aware of the importance of marketing their products using digital platforms. the outputs that will be produced, Improving the Skills of MSME Actors in digital marketing, Improving the Understanding of MSME Actors in managing human resources, Improving the Skills of MSME Actors in managing business finances, The approach method used in this activity program is a descriptive analysis approach where the descriptive is in the form of a description of the condition of the area and the potential of what are the obstacles and solutions for the future.

Keywords: Business Management, SMEs, Digital Marketing

1 PENDAHULUAN

Keberhasilan dalam perekonomian sangat identik dengan adanya pergerakan Usaha Mikro, Kecil, & Menengah (UMKM) dalam laju penyerapan energi kerja yg tinggi, UMKM disebut juga sebagai salah satu sektor riil yg bisa mengurangi taraf pengangguran, dimana hal ini lah yang pada akhirnya jg dipakai sebagai motor penggerak yang memiliki peran strategis baik pada ruang lingkup perkotaan juga pedesaan. Kondisi perekonomian yang terus menurun saat ini sebagai dampak dari kondisi yang disebabkan oleh Covid 19 dimana menjadikan pentingnya peran pemerintah dalam memotivasi para pelaku UKM dalam menggerakkan kemampuan pada pengaplikasian Bisnis Digital. Dikutip dari Laporan Perekonomian Provinsi Jawa Barat yang dirilis oleh Bank Indonesia Dalam hal ini dapat digaribawahi bahwa keberlanjutan masyarakat dalam hal ini dibutuhkan guna keberlanjutan perekonomian, tantangan ini dapat dilakukan pula melalui pengoptimalan pengembangan Bisnis berbasis digital. Pemanfaatan sistem informasi secara optimal menjadi salah satu harapan masyarakat tentunya dalam memotivasi keberlanjutan bangkitnya kembali perekonomian dalam masa sulit saat ini. Dimana hal ini diharapkan juga dapat mengembangkan potensi tidak hanya dilihat dalam aspek pemasaran produk dalam pemanfaatan sistem informasinya saja melainkan juga pentingnya peran pengembangan SDM guna meningkatkan kualitas masyarakat, serta pengoptimalan Manajemen Keuangan berbasis digital pula dianggap sebagai salah satu unsur penunjang dalam membangkitkan kembali gairah dalam perekonomian pada ruang lingkup usaha kecil menengah. Lebih lanjut dengan adanya kondisi pandemi yang masih terus berlangsung dalam hal ini para pelaku UMKM pun harus terus dapat bersaing di UMKM harus memperbaiki strategi pemasaran mereka. Selain itu, mereka juga harus menguasai ilmu mereka. Selain itu, mereka juga harus menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) agar mampu bertahan ditengah kondisi yang sangat

cepat. Karena saat ini, kita sudah berada pada era digital dimana segala sesuatunya bisa dilakukan hanya dengan melalui gadget. Selain strategi dalam memasarkan produk peningkatan SDM berbasis digital dibutuhkan pula guna mendapatkan karyawan yang memiliki kompetensi yang sesuai saat ini. Peran bisnis digital dalam hal ini pun mampu memudahkan dalam proses pengelolaan keuangan . Sehingga para pelaku UKM yang masih bertahan sampai saat ini, perlu memikirkan kembali bagaimana strategi yang tepat dalam mengkolaborasi ketiga elemen pemasaran ,sumber daya manusia , maupun keuangan sehingga bisa terus meningkatkan penjualan dan keunggulan bersaing, bahkan bisa kembali meraih pangsa pasar seperti dahulu.

2 METODE

Metode yang pengusul gunakan pada program pengabdian masyarakat ini adalah metode pendekatan deskriptif analisis dimana kami melihat ada berbagai masalah yang terdapat didalam UKM Kecamatan Bojongloa Kidul ini dan pengusul mencoba untuk menyelesaikannya dengan membuat program agar lebih terbuka dengan kondisi yang sudah seharusnya dilakukan melalui alternatif solusi dalam pengoptimalan dan pemanfaatan sistem informasi mengenai teknologi guna mengikuti perkembangan zaman serta menindaklanjuti meminimalisir akibat pandemi yang terjadi saat ini.

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat dari dua indikator yaitu ketercapaian target Keluaran dan peningkatan skill peserta yang diukur melalui pembawaan materi dan juga simulasi yang mengeluarkan output berupa pengaplikasian kegiatan. Dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui indikator keberhasilan implementasi pemaksaan digital ini luaran yang dihasilkan dinilai berdasarkan terealisasinya pelatihan dengan tercapainya pengembangan materi dan juga simulasi yang mengeluarkan output

berupa pengaplikasian kegiatan ketika para peserta kembali lagi ke usahanya masing-masing juga memberikan pengamalan keterampilan bagi mahasiswa untuk melaksanakan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat

4 SIMPULAN

Kesimpulan dari hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini (PkM):

1. Terbatasnya sarana dan prasarana pada kantor kecamatan Bojongloa Kidul mengakibatkan transfer teknologi kurang memadai sehingga proses digitalisasi pada keluhan kebun lega berjalan dengan lambat melalui pelaksanaan pengambilan kepada masyarakat dapat meningkatkan pengalaman manajemen UMKM secara digital.
2. Jumlah penduduk yang padat dan heterogen menimbulkan banyak masalah sosial khususnya di lingkungan kelurahan Kebon lega Kecamatan Bojongloa Kidul sehingga transfer teknologi pada Kelurahan Bojongloa berjalan dengan lambat.
3. Kelurahan Kebon negara Kecamatan Bojongloa Kidul belum memiliki database yang lengkap dan akurat mengenai data kependudukan dan perekonomian yang baik sehingga transfer teknologi kurang memadai sehingga proses digitalisasi pada keluhan Kebon lega berjalan dengan lambat.
4. Melalui pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat keluhan Kebon lega yang disebabkan pada covid-19 melalui pengelolaan manajemen UMKM secara digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- BI. 2010. *Laporan Perekonomian Provinsi Jawa Barat Mei 2020*. Jakarta: BI.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet