

PENINGKATAN KAPASITAS DIGITAL MARKETING DAN MANAJERIAL MELALUI PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN BERBASIS KEMITRAAN PADA MUTIARA CRAFT (ECOPRINT)

Kristiana Widiawati^{1*}, Ari Nurul Alfian², Shalahuddin³,
Nurul Kamila⁴, Handrean Manurung⁵

^{1,4,5}Manajemen, Universitas Bina Insani, Indonesia.

²Rekayasa Perangkat Lunak, Universitas Bina Insani, Indonesia.

³Manajemen Administrasi, Universitas Bina Insani, Indonesia.

kristiana@binainsani.ac.id¹, arin@binainsani.ac.id², shalahuddin@binainsani.ac.id³,

nurulkamila@binainsani.ac.id⁴, handreanmanurung@gmail.com⁵

ABSTRAK

Abstrak: Permasalahan utama yang dihadapi UMKM Mutiara Craft adalah penjualan masih dilakukan secara sederhana belum mengoptimalkan pemanfaatan *digital marketing*. Untuk pengelolaan *managerial* pengelolaan keuangan masih belum sesuai standar PSAK ETAP. Tujuan kegiatan pendampingan memberikan solusi terhadap permasalahan mitra yaitu memberikan peningkatan *softskill* melalui motivasi kewirausahaan serta peningkatan *hardskill* melalui optimalisasi *digital marketing* dan mampu menyusun laporan keuangan sesuai standar untuk meningkatkan promosi dan penjualan. Metode yang digunakan adalah pelatihan dan pendampingan kepada mitra binaan Mutiara Craft Ecoprint di Kota Bekasi dengan peserta 35 orang. Pelatihan yang telah dilaksanakan ialah pelatihan motivasi berwirausaha dan teknik ecoprint, pelatihan *digital marketing* dan pelatihan pengelolaan manajerial/keuangan. Hasil monitoring dari pelaksanaan kegiatan pendampingan UMKM berbasis kemitraan terlihat dari meningkatnya pengetahuan dan keterampilan mitra. Capaian indikator digital marketing adalah 78% dan Capaian indikator pengelolaan keuangan adalah 80%. Tingkat kepuasan pelaksanaan kegiatan rata-rata menyatakan sangat puas 73% melalui *depth interview* dan penyebaran angket.

Kata Kunci: Digital Marketing; Ecoprint; Pengelolaan Keuangan; Pendampingan.

Abstract: The main problem faced by Mutiara Craft MSMEs is that sales are still carried out simply and have not optimized the use of digital marketing. For managerial management, financial management is still not in accordance with PSAK ETAP standards. The purpose of mentoring activities is to provide solutions to partner problems, namely providing soft skills improvement through entrepreneurial motivation and increasing hard skills through optimizing digital marketing and being able to prepare financial reports according to standards to increase promotion and sales. The method used is training and mentoring to Mutiara Craft Ecoprint fostered partners in Bekasi City with 35 participants. The training that has been carried out is entrepreneurial motivation training and ecoprint techniques, digital marketing training and managerial / financial management training. The monitoring results of the implementation of partnership-based MSME mentoring activities can be seen from the increase in partner knowledge and skills. The achievement of digital marketing indicators is 78% and the achievement of financial management indicators is 80%. The average level of activity implementation satisfaction stated very satisfied 73% through depth interviews and distributing questionnaires.

Keywords: Digital Marketing; Ecoprint; Financial Management; Mentoring.



Article History:

Received: 12-12-2023

Revised : 25-01-2024

Accepted: 26-01-2024

Online : 21-02-2024



This is an open access article under the
CC-BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan urat nadi perekonomian daerah dan nasional. Secara umum, UMKM berperan sebagai pemain kunci dalam kegiatan perekonomian, sebagai penyedia lapangan kerja terbesar, sebagai pemain kunci dalam pembangunan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat, sebagai pencipta pasar baru dan sumber inovasi, serta sebagai kontributor pembangunan. berperan dalam perekonomian nasional. neraca pembayaran. Selain itu, UMKM berperan penting dalam menyediakan lapangan kerja dan sumber pendapatan, pemerataan pendapatan dan pengentasan kemiskinan khususnya bagi masyarakat miskin, serta berperan dalam pembangunan ekonomi daerah. (<https://www.djkn.kemenkeu.go.id>). UMKM memiliki peran kunci memajukan serta pertumbuhan ekonomi, peningkatan inovasi, dan menciptakan peluang kerja, sehingga UMKM menjadi konsentrasi terpenting bagi pemangku kebijakan dan asosiasi bisnis (Maak et al., 2023).

Menurut Undang-Undang Nomor 20, 2008, ketentuan umum Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut: 1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. 2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. 3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Penelitian terdahulu menyatakan bahwa UMKM memiliki peranan yang cukup besar terhadap perekonomian di Indonesia. Hal ini terbukti dengan adanya data Kementerian Koperasi dan UMKM tahun 2013, aktivitas bisnis UMKM berkontribusi 97,16% terhadap penyerapan tenaga kerja dan menyumbang 57,94% terhadap PDB nasional. Disamping itu UMKM sudah terbukti mampu bertahan dari gelombang krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia. Kemampuan bertahan UMKM ini merupakan jaminan bagi keamanan dalam negeri dalam menghadapi krisis ekonomi (Munthe et al., 2023). UMKM memiliki peran yang sangat signifikan dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, dengan menyumbang hingga 99% dari total unit usaha di negara tersebut. Dalam hal kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), UMKM mencatatkan angka sebesar 60,5%, dan dalam penyerapan tenaga kerja, UMKM bertanggung jawab atas 96,9% dari total penyerapan

tenaga kerja nasional. UMKM merupakan salah satu faktor utama yang mendorong pertumbuhan ekonomi, memberikan sumbangan yang penting tidak hanya dalam hal penciptaan lapangan kerja tetapi juga dalam meningkatkan pendapatan bruto nasional, yang menjadi fokus utama di banyak negara dalam upaya pembangunan dan pertumbuhan mereka (Harahap & Tambunan, 2022).

Kota Bekasi yang memiliki bonus demografi merupakan kota dengan jumlah UMKM yang cukup banyak. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan pertumbuhan ekonomi (UMKM) di Kota Bekasi terus tumbuh. Laju pertumbuhan ekonomi Kota Bekasi pada tahun 2021 sebesar 3,22%, sedangkan pada tahun 2022 sebesar 4,9%. (<https://bekasikota.bps.go.id/>). Salah satu bidang UMKM di Kota Bekasi adalah usaha ecoprint. Usaha ecoprint merupakan usaha *fashion* yang ramah lingkungan, dimana usaha ecoprint menggunakan bahan alami dan pewarna alami yang tidak akan menimbulkan pencemaran karena ramah lingkungan. Faktor yang menyebabkan pertumbuhan usaha ecoprint yaitu kesadaran lingkungan, peningkatan minat konsumen, dukungan pemerintah, inovasi produk, peluang pasar dan lainnya. Ecoprint sangat cocok menjadi sebuah ide usaha di bidang *fashion* dan dapat menjadi sebuah produk yang unik, kreatif dan inovatif (Utami et al., 2023). Teknik ecoprint merupakan alternatif membuat batik atau tekstil ramah lingkungan serta sebagai pesan pentingnya menciptakan/menghasilkan batik yang ramah lingkungan (Bahri & Ulfa, 2023). Teknik Ecoprint juga menjadi alternatif sebagai industri rumahan yang ramah lingkungan karena menggunakan daun-daunan, bunga atau kayu yang mengeluarkan warna alami (Putra et al., 2022).

Mutiara Craft merupakan pelaku UMKM yang berada di kota Bekasi, selanjutnya merupakan mitra binaan yang memiliki beberapa permasalahan dalam pengelolaan usaha ecoprint yang telah dijalankan hampir 5 (lima) tahun, telah mengalami *up and down*. Pengelolaan usaha ecoprint yang telah berjalan belum maksimal, karena sampai saat ini usaha tersebut masih dalam tingkat usaha mikro, konsumen juga masih terbatas pada tingkat lokal dan propinsi. Mutiara Craft menjalankan usaha masih dalam bentuk konvensional, cenderung berbentuk *homemade*, saat ini penjualan hanya dilakukan melalui *mouth to mouth*, sementara untuk sarana promosi masih menggunakan Instagram @mutiaracraftbekasi, belum memiliki website. Dalam transaksi penjualan juga masih dilakukan secara manual belum memanfaatkan digital marketing seperti *marketplace* atau *e-commerce*. Marketplace sebagai tempat yang sangat tepat bagi UMKM dalam memulai bisnis online, marketplace juga membantu terciptanya pasar serta transaksi dengan biaya sangat murah dan gratis (Susilowati et al., 2022). Minimnya infrastruktur, akses, dan kemampuan pelaku UMKM untuk mengakses teknologi. Rendahnya literasi dan inklusi keuangan bagi mitra. *Digital Marketing* sering kali dikenal dengan pemasaran digital sebagai strategi pemasaran ataupun promosi menggunakan perangkat elektronik atau

internet yang bertujuan untuk menjangkau pasar konsumen yang sangat luas (Cucus et al., 2022).

Penelitian terdahulu menyatakan kurangnya pengetahuan mengenai pemasaran digital di kalangan pelaku UMKM merupakan kendala yang dihadapi para pebisnis dalam memasarkan produknya. Jika pelaku UMKM memahami pentingnya teknologi digital, diharapkan akan lebih berani menggunakan *digital marketing* menjadi alat promosi (Syifa et al., 2021). Salah satu pemanfaatan *digital* yang paling populer adalah *social media*, dimana *social media* dijadikan sebagai *social selling* (Cucus, dkk, 2022). Penelitian sebelumnya menyatakan dalam meningkatkan penjualan dan jumlah konsumen dengan memanfaatkan *Digital marketing* seperti WhatsApp, Instagram, transaksi tokopedia dan shopee dan *channel* youtube, dan juga menggangkat citra usaha (Widiawati, 2019). *Marketplace* memungkinkan UMKM bersaing dengan korporasi besar, mengembangkan peluang bisnis serta memberikan kemudahan akses ke pasar global. Dengan meningkatkan daya saing, UMKM dapat meningkatkan pendapatan, menciptakan peluang kerja, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi. Peran pasar sangat penting untuk meningkatkan persaingan dan kesuksesan UMKM di era digital. (Saputri et al., 2023).

Dalam hal pengelolaan manajerial masih dilakukan secara sederhana belum memiliki laporan kinerja yang professional. Pencatatan laporan keuangan sangat pening bagi UMKM untuk keberlanjutan usaha, setiap perusahaan atau UMKM harus memiliki laporan keuangan yang baik sesuai standar akuntansi untuk mengetahui kinerja keuangan yang baik (Anggraeni et al., 2021). Problem utama yang dihadapi mitra adalah pemanfaatan *digital marketing* dan *marketplace* secara maksimal, serta pengelolaan manajerial yang masih konvensional dan belum professional. Merujuk dari permasalahan tersebut maka diperlukan percepatan penyelesaian permasalahan yang terjadi pada Mitra Mutiara Craft adalah bagaimana meningkatkan penjualan dan pengembangan usaha yang berkelanjutan. Manfaat kegiatan program pendampingan UMKM berbasis kemitraan bagi Universitas Bina Insani adalah memberikan solusi dan perbaikan atas permasalahan mitra, memberikan peluang dalam peningkatan koneksi Universitas Bina Insani dengan UMKM serta sebagai bentuk pengembangan kurikulum yang relevan dengan bidang keilmuan, kompetensi yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

B. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dari Akhir Oktober 2023 sampai Awal Desember 2023. Metode pendampingan dilakukan dengan memberikan pelatihan kepada peserta dengan dan praktek langsung mengerjakan latihan kasus (Indarti et al., 2021). Kegiatan Pelatihan dan pendampingan merupakan kolaborasi antara dosen dan mahasiswa sesuai bidang kompetensi di Universitas Bina Insani. Untuk Pelatihan Mitra juga

melibatkan pelaku usaha yang baru memulai/merintis usaha ecoprint sebanyak 35 (tiga puluh lima). Untuk kegiatan Pendampingan hanya difokuskan kepada Mitra yang melibatkan 6 (enam) orang karyawan yang bertanggung jawab mengelola *digital marketing* dan pengelolaan keuangan. Beberapa mekanisme pelaksanaan program pendampingan bagi mitra pengusaha ecoprint (Mutiara Craft) adalah sebagai berikut:

1. Studi awal dan Identifikasi kebutuhan melalui *survey*:

- a. Melakukan Identifikasi Kebutuhan Mitra Binaan (Mutiara Craft) dengan melakukan studi pendahuluan dalam memahami pasar ecoprint, termasuk melakukan identifikasi pesaing dan *trend industry fashion/craft*.
- b. Melakukan identifikasi kebutuhan mitra (Mutiara Craft) yang meliputi keterampilan teknis, pemahaman pasar dan manajemen bisnis.
- c. Menetapkan metode untuk merancang dan menetapkan kegiatan-kegiatan pelatihan yang sesuai dengan permasalahan dan kebutuhan mitra.

2. Pelaksanaan Program Kegiatan

- a. Menyelenggarakan pelatihan motivasi dan wirausaha (mengembangkan teknik ecoprint).
- b. Menyelenggarakan pelatihan *digital marketing*, yang meliputi aplikasi *marketplace* dan *e-commerce*, *website* berbasis canva, dan *social media* (Instagram) dan Linktree lainnya sehingga mitra mampu mengoptimalkan dan menyesuaikan dengan kebutuhan usaha.
- c. Memberikan pelatihan Managerial Pengelolaan Keuangan (Penyusunan Laporan Keuangan).

3. Pendampingan

- a. Pendampingan mitra dalam mengoptimalkan digital marketing untuk meningkatkan promosi dan penjualan. Mitra dibimbing dan dipandu untuk mengelola *Website* dan *e-commerce* menggunakan beberapa aplikasi untuk transaksi penjualan secara online, seperti *social media*, linktree, aplikasi shopee. Pendampingan teknik pembuatan dan mengolah konten, bisa melatih kreatifitas untuk promosi dan pemasaran digital melalui *marketplace* maupun social media (Pradana, 2020).
- b. Pendampingan untuk pengelolaan manajerial/keuangan sesuai standar PSAK ETAP, dimana Mitra dibimbing untuk menyusun laporan keuangan yaitu Posting buku besar, Kertas kerja/*worksheet*, Jurnal Penyesuaian, Laporan Keuangan (R/L, perubahan ekuitas, Jurnal Penutup dan Neraca Saldo. Managerialkapasitas.

4. Monitoring

Kegiatan monitoring dilakukan kepada mitra bertujuan untuk memastikan progres peningkatan *softskill* dan *hardskill* yaitu kapasitas *digital marketing* dan pengelolaan *managerial* (keuangan). Metode yang digunakan adalah melalui *depth interview* dan penyebaran kuesioner indicator capaian sebelum kegiatan dan sesudah kegiatan untuk mengukur keberhasilan kegiatan pelatihan dan pendampingan. Tim Dosen memastikan mitra telah terampil dalam menggunakan *digital marketing* dan telah memastikan transaksi penjualan menggunakan aplikasi yang telah dibangun/diinstal. Untuk pengelolaan manajerial/keuangan, mitra mampu mencatat dan menginput semua dokumen dan bukti-bukti transaksi pada *worksheet* yang telah disediakan, dan mampu menyusun laporan keuangan sesuai standar PSAK ETAP. Berikut Jadwal Pelaksanaan kegiatan Pendampingan UMKM berbasis kemitraan.

No	Nama Kegiatan	Waktu Kegiatan					
		Okt		Nov		Des	
		IV	I	II	II	IV	I
1	Observasi dengan pihak mitra						
2	Koordinasi Tim pelaksana untuk menyusun rencana Kerja						
3	Koordinasi dengan pihak Mitra						
4	Pelatihan I: Motivasi Kewirusahaan & Teknik ecoprint						
5	Pelatihan II: Optimalisasi Digital Marketing (Marketplace, E-commerce)						
6	Pelatihan III: Pengelolaan manajerial/Keuangan						
7	Pendampingan kepada Mitra: Penggunaan aplikasi ecommerce, Website dan marketplace dll.						
8	Pendampingan Mitra: Penyusunan Laporan Keuangan						

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Studi awal dan Identifikasi kebutuhan melalui *survey*

Sesuai dengan metode kegiatan yang telah dijelaskan, kegiatan pengabdian yang dilaksanakan meliputi 8 tahapan. Kegiatan diawali dengan *survey* oleh tim pengusul yang dilaksanakan pada akhir Oktober 2023 untuk memperoleh latar belakang UMKM yang akan menjadi Mitra pendampingan. Kegiatan *survey* adalah mendapatkan informasi dan mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra UMKM. Program pendampingan UMKM berbasis Kemitraan telah dilaksanakan. UMKM yang menjadi mitra Binaan Universitas Bina Insani adalah Mutiara Craft Bekasi. Kegiatan pendampingan yang telah terlaksana merupakan kolaborasi antara dosen dan mahasiswa sesuai program studi di Universitas Bina Insani.

Tahap selanjutnya berdasarkan identifikasi permasalahan, tim pengusul yang terdiri dari dosen melakukan koordinasi yang telah dilakukan pada tanggal 6 November 2023 dan 11 November 2023. Koordinasi yang dilakukan adalah untuk merancang dan penetapan jadwal kegiatan pelatihan yang akan dilaksanakan. Selain menetapkan kegiatan pelatihan juga menetapkan jadwal kegiatan pendampingan pasca pelatihan untuk mengukur progress atau peningkatan kemampuan *softskill* dan *hardskill* pada mitra UMKM. Pada tahap selanjutnya Tim dosen melakukan koordinasi dengan mitra UMKM untuk menyampaikan hasil koordinasi tim dosen sebelumnya dan memastikan rencana kegiatan yang telah disusun, baik kegiatan pelatihan dan kegiatan pendampingan. Pada tahap ini Mitra UMKM juga memastikan peserta atau karyawan yang akan mengikuti kegiatan. Selain mempersiapkan sumber daya manusia, Mitra juga memberikan kontribusi untuk menyediakan tempat kegiatan pelatihan dan pendampingan selama berlangsung.

2. Pelaksanaan Program Kegiatan

a. Pelatihan I

Tahapan Pelatihan pertama adalah memberikan penguatan motivasi kewirausahaan melalui pelatihan Ecoprint (20 November 2023). Kegiatan pelatihan motivasi membangun keiwarusahaan melalui pelatihan ecoprint dengan menghadirkan pakar ekspert bidang ecoprint. Kegiatan diikuti oleh 35 (tiga puluh) yang terdiri karyawan dari Mutiara Craft dan pelaku UMKM di wilayah sekitar Kota dan Kabupaten Bekasi. Pada kegiatan ini seluruh peserta belajar membuat batik dengan teknik ecoprint, mulai dari pemilihan daun-daunan, dan pemilihan warna yang diinginkan untuk menghasilkan batik yang terbaik. Materi yang disampaikan tidak hanya teori membuat batik saja, tetapi peserta melakukan praktek langsung, seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pelatihan Motivasi Wirausahaan & teknik Ecoprint

b. Pelatihan II

Pelaksanaan pelatihan kedua adalah Optimalisasi *Digital marketing* yang telah terlaksana pada 22 November 2023. Kegiatan dilakukan guna memberikan pembekalan serta pemahaman kepada pelaku UMKM bagaimana memanfaatkan *digital marketing* secara optimal, efektif serta efisien yang meningkatkan penjualan produk (Karim et al., 2022). Kegiatan pelatihan *digital marketing* dilaksanakan di Kampus Universitas Bina Insani dikarenakan harus menggunakan ruang Lab Komputer untuk praktek, seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Pelatihan Digital Marketing

Pelatihan optimalisasi pemanfaatan *Digital Marketing* bertujuan memberikan pembekalan kepada peserta untuk memanfaatkan aplikasi digital marketing guna meningkatkan promosi dan penjualan secara digital. Materi yang telah disampaikan meliputi beberapa topik besar yaitu: Materi *E-commerce*, *Website* Sistem Informasi Penjualan, *Website* Portofolio (Canva), Social Media (IG) & Link Tree, dan Foto Editing. Tujuan pemberian materi *digital marketing* adalah agar peserta (mitra UMKM) memahami konsep dasar *digital marketing* untuk implementasi atau merancang aplikasi *digital marketing & E-commerce* sesuai kebutuhan mitra. Komponen yang harus diperhatikan oleh peserta pelatihandalam memanfaatkan *digital marketing* seperti media social, memanfaatkan website dan manfaatnya bagi UMKM. Membangun dan manfaat Website sistem informasi penjualan. Secara garis besar materi yang disampaikan adalah memberikan beberapa aplikasi website dan e-commerce yang bisa digunakan sebagai strategi penjualan, dan kepada mitra dikenalkan aplikasi yang lebih mudah dan ramah dengan kondisi dan kebutuhan mitra saat ini. Peserta juga melakukan praktek membuat aplikasi penjualan secara sederhana dengan menggunakan Website Portofolio (Canva), dengan menggunakan canva website templete. Intasari pemaparan materi pelatihan digital marketing adalah memberikan edukasi dan praktek membuat aplikasi *digital marketing* melalui *social media* seperti instagram dan pembuatan aplikasi link tree untuk akun tiktok dan melakukan pendaftaran linktree. Peserta juga diberikan pelatihan untuk Foto dan

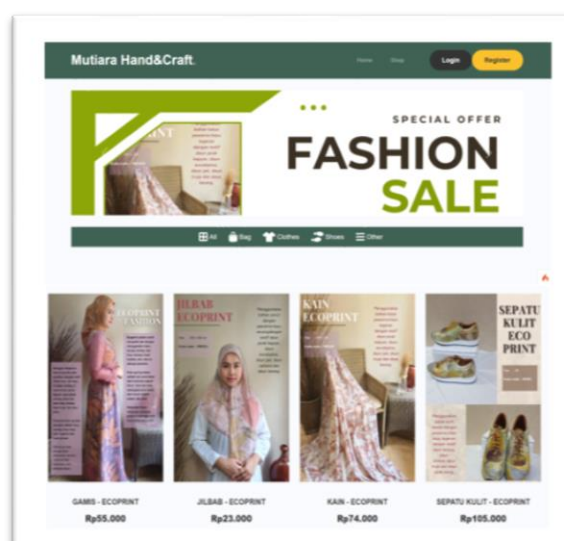
Editing. Peserta diajarkan tentang teknik pengambilan gambar atau foto produk dan *editing* yang diinginkan sesuai untuk promo dan penjualan produk.

c. Pelatihan III

Kegiatan Pelatihan ketiga adalah Pelatihan Manajerial/Pengelolaan Keuangan yang telah dilaksanakan pada tanggal 24 November 2023. Pembuatan laporan keuangan bagi UMKM berbeda dengan laporan keuangan pada perusahaan (Yusuf et al., 2022). Pelatihan manajerial (pengelolaan Keuangan) bertujuan untuk memberikan pengetahuan dalam mengelola Keuangan secara professional. Saat ini usaha mitra masih berada pada level Mikro, sehingga diperlukan pelatihan dan pendampingan yang lebih intens. Materi pelatihan yang diberikan adalah Siklus Akuntansi yang meliputi: Posting buku besar, Kertas kerja/*worksheet*, Jurnal Penyesuaian, Laporan Keuangan (Rugi/Laba, perubahan ekuitas, Jurnal Penutup dan Neraca Saldo.

3. Pendampingan

Tahapan terakhir kegiatan adalah kegiatan pendampingan kepada mitra secara intensif. Kegiatan pelatihan dan pendampingan memberikan manfaat yang luar biasa dalam pengelolaan digital marketing secara efektif dan aktif secara digital dan online yang mampu menunjang kemajuan usaha (Wisnuaji et al., 2023). Pendampingan untuk *digital marketing* diberikan kepada mitra dalam upaya peningkatan *hardskill* dan keterampilan membangun *e-commerce* melalui *website* yang telah dibangun. Progres dari pendampingan adalah *upgrade e-commerce* yang dibangun dan pembuatan konten promosi. Mitra dibantu dan didampingi secara intensif dalam sehingga menghasilkan progres pembuatan rancangan website dan *e-commerce* untuk meningkatkan promosi dan penjualan produk mitra UMKM seperti pada gambar berikut, seperti terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Hasil Perancangan *Website E-commerce*

Untuk kegiatan pendampingan *digital marketing* dilakukan pemantauan sampai 6 (enam) bulan ke depan pasca kegiatan pelatihan. Pemantauan dilakukan untuk membantu mitra jika ada kendala atau trouble dalam implementasi digital marketing dan penjualan melalui *e-commerce*. Diharapkan setelah pendampingan mitra benar-benar bisa menjalankan *digital marketing* dengan benar dan melakukan transaksi *e-commerce* dengan tepat serta menunjukkan peningkatan penjualan. Selain pendampingan *digital marketing* pendampingan juga diberikan untuk pengelolaan managerial (keuangan) agar mitra UMKM mampu mengimplementasikan dalam menyusun laporan keuangan baik mulai Posting buku besar, Kertas kerja/*worksheet*, Jurnal Penyesuaian, Laporan Keuangan (R/L, perubahan ekuitas, Jurnal Penutup dan Neraca Saldo dalam format excel atau aplikasi. Penyusunan laporan PSAK dimulai dari pencatatan, mengerjakan daftar transaksi, mengerjakan jurnal khusus, jurnal penyesuaian, dan melanjutkan ke buku besar, neraca saldo, neraca lajur dan jurnal penutup (Omega, 2020). Kegiatan pendampingan dilaksanakan dalam kurung waktu 3 - 4 minggu setelah kegiatan pelatihan, seperti terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Pendampingan Pengelolaan Managerial

Pada Gambar 4 menunjukkan kegiatan pendampingan oleh tim dosen kepada mitra UMKM. Mitra dibantu untuk memperbaiki penyusunan laporan keuangan dengan baik sesuai standar PSAK. Tim Dosen juga melakukan pemeriksaan atas proses dan progres penyusunan laporan keuangan. Mitra juga dibimbing untuk melakukan pengiputan bukti transaksi dengan menggunakan aplikasi yang telah disiapkan oleh tim dosen.

4. Monitoring dan Evaluasi

Kegiatan Monitoring dan Evaluasi telah dilaksanakan selama pendampingan dengan merujuk pada capaian Indikator baik melalui *depth interview* dan penyebaran kuesioner capaian indicator dengan hasil seperti terlihat pada Tabel 2 dan Tabel 3.

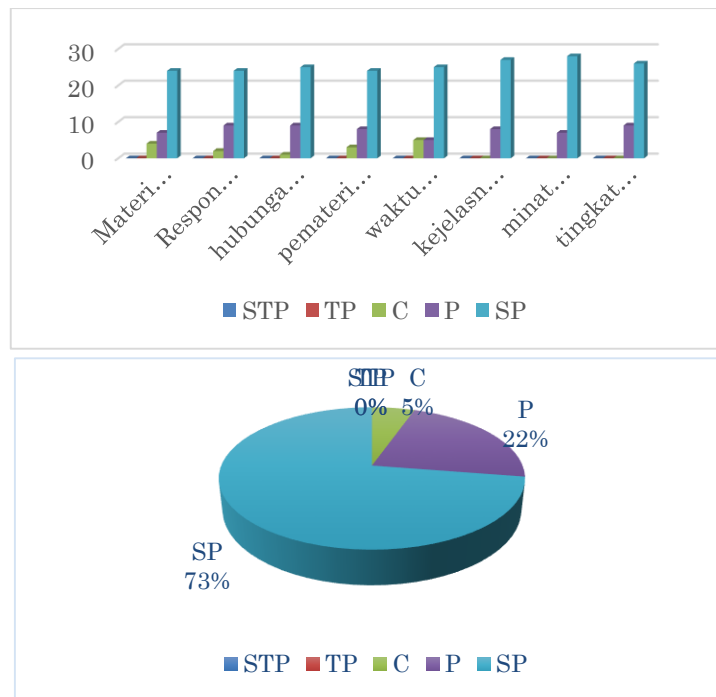
Tabel 2. Monitoring *Digital Marketing*

No	Indikator Capaian	Prosentase Capaian	
		Sebelum	Sesudah
1	Kemampuan Mengelola Website Canva	5%	15%
2	Kemampuan Update Promosi Via Sosial Media	7%	15%
3	Kemampuan Editing Foto Produk	6%	13%
4	Kemampuan melakukan Penjualan melalui E-commerce	10%	25%
5	Kemampuan mengelola Linktree	5%	10%
Skor		33%	78%

Tabel 3. Monitoring Kemampuan Manajerial

No	Indikator Capaian	Prosentase Capaian	
		Sebelum	Sesudah
1	Kemampuan Posting buku Besar	10%	25%
2	Kemampuan menyelesaikan kertas kerja/ <i>worksheet</i>	7%	15%
3	Jurnal penyesuaian	7%	12%
4	Membuat lap keuangan (R/L, perubahan ekuitas/modal, lap posisi perubahan modal)	5%	10%
5	Jurnal penutup	6%	8%
6	Neraca saldo setelah penutup	6%	10%
Skor		41%	80%

Tabel 1 dan Tabel 2 menyatakan bahwa mitra mengalami peningkatan pengetahuan dan keterampilan yang lebih baik dan meningkat. Peningkatan terlihat dari sebelum dilakukan pendampingan dan setelah diberikan pendampingan secara intens kepada mitra Mutiara Craft Ecoprint. Untuk *skill* dan ketrampilan *digital marketing* meningkat dari 33% meningkat 78% sementara untuk keterampilan pengelolaan manajerial meningkat dari 41% menjadi 80%, artinya pendampingan sangat efektif dan memberikan pengaruh positif untuk meningkatkan bisnis pada Mitra Mutiara Craft (ecoprint). Evaluasi juga untuk mengukur tingkat kepuasan yang dilakukan terhadap kegiatan pelatihan dari seluruh penyelenggaraan serta evaluasi materi yang disampaikan (Justitia et al., 2021). Tujuan Evaluasi adalah sebagai *feedback* untuk kegiatan pelatihan dan pendampingan yang telah terlaksana. Seluruh peserta diminta untuk mengisi survey kepuasan terhadap pelaksanaan pelatihan dan secara keseluruhan di akhir pendampingan UMKM berbasis kemitraan. Berikut hasil survey yang telah dilaksanakan seperti yang terlihat di bawah ini. Secara keseluruhan kepuasan menyatakan 73 % menyatakan sangat puas.



Gambar 5. Kepuasan Pelaksanaan Kegiatan

5. Luaran

Sebagai bentuk luaran dari keseluruhan kegiatan ini adalah sebagai berikut: Kegiatan pendampingan UMKM berbasis Kemitraan telah dipublish Media Online yaitu:

a. Media bekasiguide.com

<https://bekasiguide.com/2023/11/22/universitas-bina-insani-memajukan-umkm-berbasis-kemitraan-2023/>

b. Media Tapost.com: <https://www.tapost.id/berita/upgrade-umkm-biu-laksanakan-program-hibah-berbasis-kemitraan/>

Kegiatan juga dipublish pada *social media* Instagram yaitu: <https://www.instagram.com/binainsaniuniversity/#> dan Channel Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=zxVXjR4rxiw>

6. Kendala yang Dihadapi atau Masalah Lain yang Terekam

Kendala yang dihadapi pada kegiatan pendampingan adalah masih minimnya kemampuan dan *skill* mitra dalam menggunakan aplikasi digital marketing karena terbatasnya sarana atau media. Kendala lain belum adanya penanggung jawab dalam melakukan *maintenance* baik untuk digital marketing maupun pengelolaan keuangan. Solusinya adalah memberikan pendampingan secara intens dengan melakukan kunjungan setiap 1 (satu) bulan sekali.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pendampingan UMKM berbasis Kemitraan pada Mutiara Craft (ecoprint) telah terlaksana sebagai bentuk pendampingan sesuai dengan permasalahan yang dihadapi oleh mitra selama ini yaitu masih minimnya kemampuan dalam penggunaan *digital marketing* dan pengelolaan manajerial, sehingga penjualan tidak memberikan hasil yang maksimal. Kegiatan pengabdian diberikan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan melalui pelatihan motivasi kewirausahaan, pelatihan mengoptimalkan *digital marketing* dan pengelolaan manajerial (keuangan). Hasil dari kegiatan pendampingan menunjukkan adanya peningkatan *skill* dan ketrampilan untuk *digital marketing* adalah dari 33% menjadi 78% dan 80% untuk peningkatan keterampilan dalam pengelolaan manajerial keuangan yang sebelumnya adalah 40% melalui *depth interview* dan penyebaran angket (kuesiner). Diharapkan untuk kegiatan pendampingan harus dilanjutkan secara dengan menambahkan literisasi yang lebih *update* dan berkolaborasi dengan bidang atau kompetensi lain yang berkaitan dengan kebutuhan mitra saat ini dan masa depan. Kegiatan pendampingan lebih lanjut hendaknya lebih membawa perubahan pada UMKM dari mikro agar bisa naik level pada tingkat usaha kecil.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung kegiatan pendampingan UMKM berbasis kemitraan sebagai berikut: (1) Kemendikbudristek dan Kedaireka yang telah memberikan dana hibah pendampingan UMKM berbasis kemitraan sehingga kegiatan ini terlaksana dengan baik; (2) Universitas Bina Insani yang telah memfasilitasi kegiatan ini; dan (3) Mutiara Craft (ecoprint) sebagai mitra binaan yang telah bersedia dan kooperatif sehingga kegiatan berjalan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Anggraeni, S. N., Marlina, T., & Suwarno, S. (2021). Penyusunan Laporan Keuangan Pada Umkm Berdasarkan Sak Emkm. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 1(2), 253–270.
- Bahri, H., & Ulfa, U. A. D. (2023). Pkm Pengembangan Usaha Batik Ecoprint Di Desa Sidomulyo Kecamatan Biru-Biru Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara. *Snhrp*, 5, 1202–1209.
- Cucus, A., Dunan, H., Soewito, S., Warganegara, P., Iskandar, A. A., & Habiburrahman, H. (2022). Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing Umkm Penghasil Keripik Ksu Gapoktan Rukun Santoso Desa Bumi Sari Kecamatan Natar. *Jurnal Pengabdian Umkm*, 1(1), 57–65.
- Harahap, N. A., & Tambunan, K. (2022). Umkm Dan Pembangunan. *Cemerlang: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 2(2), 228–235.
- Indarti, M. G. K., Widiatmoko, J., Setiawan, M. B., & Badjuri, A. (2021). Pelatihan Dan Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan-Entitas Mikro Kecil Menengah Bagi Pelaku Umkm. *Jmm (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(3), 1130–1141.
- Justitia, A., Werdiningsih, I., Effendy, F., & Taufik, T. (2021). Pelatihan Dan

- Pendampingan Digital Marketing Bagi Umkm Jasa Laundry Menuju Umkm Go Digital. *Jurnal Nasional Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 60–72.
- Karim, A., Fadlina, F., & Ginting, G. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Dengan Facebook Ads Bagi Pelaku Umkm Di Labuhanbatu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (Jpmg)*, 2(1), 12–16.
- Maak, C. S., Riwu, Y. F., Fanggidae, R. E., & Lada, J. H. (2023). Pendampingan Umkm Dan Digital Marketing Kepada Warga Binaan Lapas Perempuan Kelas Ii B Kupang. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(4), 2738–2745.
- Munthe, A., Yarham, M., & Siregar, R. (2023). Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 593–614.
- Omega, T. N. (2020). *Implementasi Penyusunan Laporan Keuangan Pada Umkm Berdasarkan Sak Emkm (Study Kasus Pada Pengrajin Tas Ibu Indra Suriyanti)*. Wijaya Kusuma Surabaya University.
- Pradana, E. A. A. (2020). Pkm-Pendampingan Tehnik Pembuatan Konten Promosi Digital Bagi Umkm Kota Bogor. *Jurnal Abdimas*, 4(1), 81–90.
- Putra, D., Irawati, A., & Swissia, P. (2022). Pkm Pelatihan Pembuatan Ecoprint Untuk Ibu-Ibu Pkk Berdampak Covid-19 Di Komplek Bcl Hajimena Lampung Selatan. *Abdimas Toddopuli: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(1), 11–20.
- Saputri, S. A., Berliana, I., & Nasrida, M. F. (2023). Peran Marketplace Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Indonesia. *Knowledge: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian Dan Pengembangan*, 3(1), 69–75.
- Susilowati, E., Rusfian, E. Z., Sulaiman, S., Juminawati, S., & Sudrartono, T. (2022). Pelatihan Pengoptimalan Marketplace Untuk Peningkatan Omset Umkm Industri Tas. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 1553–1558.
- Syifa, Y. I., Wardani, M. K., Rakhmawati, S. D., & Dianastiti, F. E. (2021). Pelatihan Umkm Melalui Digital Marketing Untuk Membantu Pemasaran Produk Pada Masa Covid-19. *Abdipraja (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), 6–13.
- Utami, R. F., Hartikasari, A. I., & Noviana, M. (2023). Ecoprint: Ide Usaha Kreatif Dan Inovatif. *Prosiding Seminar Nasional Lppm Ump*, 4, 142–146.
- Widiawati, K. (2019). Penerapan Digital Marketing Sebagai Pendukung Sociopreneur Teh Bunga Telang (Butterfly Pea Tea). *Jurnal Administrasi Kantor*, 7(2), 215–224.
- Wisnuaji, P. T., Rachmawati, D., & Sudari, S. A. (2023). Penerapan Digital Marketing Untuk Peningkatan Pemasaran Ukm Heppi Kitchen Depok. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 139–146.
- Yusuf, Y., Fadli, S., & Muarifin, H. (2022). Pendampingan Pembuatan Laporan Keuangan Umkm (Restoran Ayam Goreng Kampung Banjar). *Jurnal Abdi Masyarakat Multidisiplin*, 1(1), 49–55.