

PENGEMBANGAN TARAF EKONOMI MELALUI DIGITALISASI BISNIS UMKM DESA TANJUNGSARI

Buhori Muslim^{1*}, Asep D. Rahmat², Iis Kartini³

¹²Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Putra Indonesia, Cianjur, Indonesia

³Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Putra Indonesia, Cianjur, Indonesia

*Penulis Korespondensi : buhoristtp@gmail.com

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat (PkM), merupakan kegiatan wajib yang harus dilakukan oleh civitas Perguruan Tinggi (PT), PkM ini merupakan sosialisasi atau literasi pemanfaatan sistem digital yang dipergunakan untuk meningkatkan taraf perekonomian bagi para pengelola UMKM di Desa Tanjungsari Kec. Sukaluyu Cianjur, dimana pengelola UMKM pada saat ini belum menggunakan sistem basis digital secara maksimal sehingga manfaatnya belum terasa bagi perkembangan dan optimalisasi penghasilan dari bisnis UMKM. Kegiatan PkM dilakukan selama 1 hari, dilaksanakan di Balai Desa Tanjungsari dimana pada saat pelaksanaannya untuk optimalisasi maka dilakukan metode Pre dan Pos tes, pada pelaksanaannya diuraikan keunggulan pelaksanaan bisnis menggunakan sistem digital, yang sangat menguntungkan, peluang lebih besar dan jangkauan bisnis yang luas sehingga diyakini mampu meningkatkan taraf ekonomi atau meningkatkan penghasilan. Berdasarkan pos dan pre tes yang dilakukan dari kegiatan pengabdian dihasilkan peningkatan pemahaman dan optimisme dalam berbisnis menggunakan sistem digital.

Kata kunci: PkM, Digital, Bisnis, Desa, Peluang.

Abstract

Community Service (CS) is a mandatory activity for members of higher education institutions. This PkM focuses on providing socialization or literacy regarding the utilization of digital systems aimed at improving the economic level of MSME (Micro, Small, and Medium Enterprises) managers in Tanjungsari Village, Sukaluyu District, Cianjur. Currently, MSME managers have not maximized the use of digital-based systems, resulting in limited benefits for the development and optimization of income from their businesses. The PkM activity was carried out in one day, held at the Tanjungsari Village Hall. To optimize the implementation, pre- and post-tests were conducted. During the activity, the advantages of running a business using digital systems were explained, highlighting how they are highly beneficial, offer greater opportunities, and provide a wider business reach. These advantages are believed to have the potential to improve the economic status or increase income. Based on the results of the pre- and post-tests, the community service activity led to an increase in understanding and optimism toward running a business using digital systems.

Keywords: CS, Digital, Business, Village, Opportunity.

1. PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil & menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional, terutama di wilayah pedesaan. Di tengah perkembangan teknologi informasi (TI) yang pesat, digitalisasi bisnis menjadi peluang strategis bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar [1][2]. Desa Tanjungsari, sebagai salah satu desa dengan potensi ekonomi lokal yang cukup besar, memiliki berbagai jenis UMKM yang belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital dalam operasional bisnisnya. Rendahnya literasi digital, keterbatasan akses terhadap platform digital, serta minimnya pemahaman mengenai strategi pemasaran online menjadi kendala utama dalam pengembangan UMKM di desa tersebut [3]. Oleh karena itu, diperlukan upaya secara sistematis melalui program pengabdian kepada masyarakat (PkM) guna mendorong transformasi digital dalam pengelolaan usaha kecil dan menengah.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan taraf ekonomi masyarakat Desa Tanjungsari melalui pelatihan dan pendampingan digitalisasi bisnis UMKM. Dengan memanfaatkan teknologi digital, diharapkan UMKM lokal mampu memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat ketahanan ekonomi keluarga dan desa secara keseluruhan [4]. Pada kegiatan pengabdian (PkM) merupakan hasil kerjasama antara civitas akademika UNPI yang diwakili oleh kelompok KKN yang merupakan gabungan dosen dan mahasiswa dari latar belakang berbagai prodi yang ada di lingkungan UNPI dan Pemerintah Desa melakukan kegiatan berdasarkan kebutuhan UMKM yaitu melakukan digitalisasi promosi bisnis UMKM di Desa Tanjungsari [5]. Digitalisasi dilakukan dengan melakukan pelatihan pembuatan akun bisnis pada media sosial, melakukan pelatihan tips dan trik membuat konten, meningkatkan daya promosi dengan SEO dan sebagainya yang berhubungan dengan pemasaran, pada pengabdian ini pembuatan akun bertujuan untuk berbisnis dan peningkatan taraf perekonomian para pengelola UMKM, pelaksanaan pengabdian menggunakan metode pelatihan, pendampingan dan implementasi langsung di sistem digital [6]. Untuk mengetahui keberhasilan pelatihan menggunakan metode pre dan pos tes, sehingga kegiatan PkM dapat benar-benar sesuai dengan kebutuhan UMKM.



Gambar 1. a. Lokasi pengabdian, b. Jarak tempuh UNPI ke Lokasi PkM [7].

2. BAHAN DAN METODE

Pengabdian kepada masyarakat (PkM) merupakan kewajiban yang harus dilakukan civitas perguruan tinggi (PT) termasuk UNPI, PkM yang dilakukan di Desa Tanjungsari ini merupakan hasil kerja sama antara LPPM UNPI dengan Pemerintah Desa Tanjungsari, dimana berdasarkan pendahuluan di atas masyarakat Desa Tanjungsari sebagai penyangga ibu kota Kabupaten Cianjur, sehingga menjadi pusat produksi bagi bahan produk makanan hasil pertanian. Sebagai tempat produksi hasil pertanian hingga produk yang dijual masyarakat adalah hasil pertanian dan turunan hasil pertanian dan telah berdiri berbagai UMKM yang dijalankan masyarakat secara tradisional.

UMKM produksi hasil pertanian yang dijalankan secara belum profesional akibatnya hasil bisnisnya tidak maksimal menghasilkan kesejahteraan kepada masyarakat & pengelola UMKM itu sendiri [8], Pemerintah Desa Tanjungsari melihat hal ini bekerja sama dengan peserta kegiatan PkM dari UNPI menjadikan kegiatan optimalisasi UMKM sebagai sesuatu yang harus dikembangkan bentuk kegiatannya adalah upaya digitalisasi pemasaran produk hasil UMKM, melalui media sosial harapannya dengan melakukan pemasaran menggunakan media sosial mampu memperluas daerah pemasaran menjadi global, menekan biaya pemasaran, efisiensi biaya pemasaran, memangkas alur pemasaran sehingga tidak terlalu banyak distributor atau penyalur sehingga menekan biaya.

Sehingga produk bisa langsung sampai pada konsumen yang potensial, dengan demikian harga produk tidak perlu dinaikan sebagai akibat panjangnya rantai pemasok, ini dimungkinkan dapat menekan juga biaya produksi sehingga harga barang menjadi minimal, tetapi tetap mampu mensejahterakan para petani dan para

pengusaha UMKM yang menjadi penyalur dan barang produksi [9]. Untuk kegiatan PkM ini maka para pengabdian mempersiapkan berbagai hal yang diperkirakan mampu mendukung kegiatan.

A. Bahan

Kegiatan PkM harus dipersiapkan dengan sebaik mungkin, agar pada pelaksanaannya mampu mengena dengan kebutuhan masyarakat penerimanya. Pada pelaksanaan kegiatan PkM ini peserta kegiatan PkM menyediakan beberapa hal yang menjadi kebutuhan pelatihan:

1. Materi Pelatihan:

- Modul pengenalan UMKM digital.
- Panduan penggunaan media sosial untuk pemasaran (*WhatsApp Business, Instagram, Facebook*).
- Materi pelatihan *marketplace* (*Shopee, Tokopedia*).
- Modul manajemen keuangan digital sederhana (penggunaan aplikasi keuangan seperti *BukuWarung, AkuntansiKu*, dll).

2. Peralatan Pendukung:

- Laptop dan *smartphone*.
- Proyektor dan layar presentasi.
- Koneksi *internet*.
- Bahan cetak (*leaflet*, panduan singkat penggunaan aplikasi digital).
- Formulir *pre-test* dan *post-test*.

3. Dokumentasi dan Evaluasi:

- Kamera dokumentasi.
- *Form* evaluasi kegiatan.
- Grup komunikasi daring (*WhatsApp*) untuk tindak lanjut.

B. Metode

Metode pelaksanaan kegiatan PkM dilakukan dengan pendekatan edukatif, partisipatif, dan aplikatif, agar peserta dapat langsung mengimplementasikan ilmu yang didapat [10]. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Kebutuhan

- Melakukan observasi lapangan dan wawancara dengan pelaku UMKM di Desa Tanjungsari.
- Mengidentifikasi tingkat literasi digital, jenis usaha, dan kesiapan teknologi yang dimiliki UMKM.

2. Sosialisasi dan Pembukaan Kegiatan

- Pengenalan program kepada pelaku UMKM dan aparat desa.
- Penyampaian tujuan dan manfaat digitalisasi UMKM.

3. Pelatihan Digitalisasi UMKM

- Pelatihan dasar penggunaan *smartphone* dan internet untuk keperluan bisnis.
- Pelatihan membuat dan mengelola akun media sosial bisnis.
- Pelatihan membuka toko di *platform marketplace* lokal/nasional.
- Pelatihan pencatatan keuangan digital secara sederhana.

4. Pendampingan dan Simulasi

- Praktik langsung pembuatan konten digital (foto produk, *caption*, harga, dsb).
- Simulasi pemasaran *online*.
- Pendampingan personal untuk UMKM yang mengalami kesulitan teknis.

5. Evaluasi dan Tindak Lanjut

- Pelaksanaan *post-test* untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta.
- Pengumpulan testimoni dan umpan balik peserta.
- Pembentukan grup pendampingan *online* sebagai bentuk keberlanjutan.

Metode ini dirancang agar pelaku UMKM tidak hanya memahami konsep digitalisasi, tetapi juga mampu menerapkannya secara langsung dalam aktivitas usaha sehari-hari, sehingga berdampak pada peningkatan taraf ekonomi keluarga dan masyarakat desa [11]. Berdasarkan rincian dan alur kegiatan PkM yang

dilakukan, selanjutnya pengabdian dapat menyusunnya kedalam rencana kegiatan PkM penyuluhan digitalisasi pemasaran (bisnis) UMKM, dengan rincian diuraikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Kegiatan PkM Desa Tanjungsari

No	Kegiatan	Jam	Pelaksana
1	Pembukaan	08.00-08.40	Moderator
2	Melakukan pre tes	08.40-09.00	Pelaksana PkM
3	Manajemen bisnis UMKM	09.00-09.40	Narsum 1
4	Pembuatan akun bisnis medsos & Konten	09.40-10.20	Narsum 2
5	Tips & trik pemasaran digital di Medsos	10.20-11.00	Narsum 3
6	Optimalisasi & SEO	11.00-11.40	Narsum 4
7	Evaluasi pos tes	11.40-12.00	Pelaksana PkM
8	Penutup	12.00-ss	Moderator

Berdasarkan tabel 1, kegiatan PkM yang dilaksanakan agar lebih optimal dilakukan pre dan pos tes, harapannya kegiatan yang dilakukan merupakan kebutuhan UMKM dan dapat dilaksanakan oleh UMKM karena mereka memahami dengan baik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) yang dilakukan di Desa Tanjungsari bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui digitalisasi bisnis UMKM. Program ini mencakup pelatihan, pendampingan, dan praktik langsung terkait penggunaan teknologi digital dalam pemasaran dan pengelolaan usaha. Dimana kegiatan PkM ini sesuai dengan metode pelaksanaan yang diikuti dimulai dengan:

A. Identifikasi kebutuhan

Kegiatan PkM ini merupakan rangkaian kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh civitas akademika UNPI yang dilakukan tahunan yaitu kuliah kerja nyata (KKN), dimana diikuti oleh seluruh mahasiswa dari berbagai prodi dan dosen tetap yang mengabdikan di lingkungan UNPI, Desa Tanjungsari merupakan salah satu lokasi KKN yang diwakili oleh Kelompok KKN angkatan IV Tahun Akademik 2024/2025. Dimana berdasarkan identifikasi yang dilakukan di Desa Tanjungsari terdapat beberapa UMKM yang dalam pelaksanaan bisnisnya tidak maksimal secara penghasilan karena dikelola dengan tradisional, sehingga perlu dilakukan optimalisasi dan peningkatan pendapatan agar bisa mensejahterakan, sebagai upaya maka dilakukan digitalisasi bisnis.

B. Sosialisasi

Setelah dilakukan identifikasi kebutuhan masyarakat, selanjutnya adalah melakukan pengelompokan program atau pembuatan skala prioritas kegiatan yang dilaksanakan, mengingat waktu pelaksanaan pengabdian yang terbatas sehingga peserta pengabdian membuat skala prioritas kegiatan PkM ini, berdasarkan hasil sosialisasi dan diskusi dengan Desa serta masyarakat Desa Tanjungsari maka yang harus dimaksimalkan adalah pemasaran dalam hal ini sebagai duta pemasaran adalah UMKM, maka Desa dan perwakilan masyarakat meminta adanya optimalisasi pemasaran dari produk UMKM yang merupakan produk turunan dari hasil pertanian, mereka menyakini ketika usaha UMKM sebagai penampung produk pertanian lancar maka penjualan hasil pertanian akan lancar juga, maka jurnal PkM ini hanya melaporkan kegiatan optimalisasi pemasaran dalam bentuk digitalisasi bisnis UMKM.



Gambar 2. Sosialisasi kegiatan PkM [12]

C. Pelatihan

Kegiatan inti dari PkM ini merupakan pelatihan digitalisasi pemasaran, yang dijelaskan oleh Tabel 1 di atas yaitu melakukan pelatihan pembuatan akun, pembuatan konten, tips & trik pemasaran (*share link*) dan sedikit pemahaman *SEO*. Dimana kegiatan didahului dengan melakukan pre tes terhadap seluruh peserta pelatihan yang mana hasilnya 100% memahami (mengetahui) media sosial tetapi hanya memahami sebagai alat bersosialisasi saja, belum ada yang mencoba (100%) belum melakukan promosi melalui media sosial, sehingga akun media sosial hanya dipergunakan buat chat atau berkomunikasi saja sehingga manfaatnya kurang maksimal, sehingga berdasarkan kegiatan PkM ini peserta mampu:

Tabel 2. Pemahaman Peserta Pada Materi (Pre Tes)

No	Materi	% Pemahaman
1	Pembuatan akun bisnis medsos	20%
2	Pembuatan konten di medsos	20%
3	Pembuatan akun di Marketplace	5%
4	Teknik pemasaran medsos dan marketplace	0%
5	Aplikasi keuangan sederhana	0%

Maka berdasarkan tabel 2, pelatihan ini menjadi sangat diperlukan tabel 2 merupakan hasil dari pre tes yang dapat menjadi acuan dalam pelaksanaan pendampingan dan pelatihan pada pelaksanaan PkM.

D. Simulasi/Pendampingan

Pada pelaksanaan kegiatan PkM yang dilakukan di Desa Tanjungsari yaitu Kegiatan digitalisasi kegiatan Bisnis UMKM ini, terdiri dari beberapa tahap kegiatan yang mana urutannya sesuai dengan Tabel 1, yaitu:

a. Pre Tes.

Kegiatan pre tes sesuai dengan pada tabel 1, kegiatan pelatihan didahului dengan usaha memahami tingkat pemahaman para peserta pelatihan terhadap materi yang akan disampaikan. maka hasilnya bisa dilihat pada tabel 2.

b. Pengelolaan UMKM

Tata cara pengelolaan UMKM meliputi perencanaan bisnis, manajemen keuangan, pemasaran, pengelolaan operasional, pengembangan produk, dan pengembangan sumber daya manusia. Penting juga untuk menjaga kualitas produk dan layanan, serta beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan tren pasar [13]. Berikut adalah langkah-langkah lebih detail dalam pengelolaan UMKM:

1. Perencanaan Bisnis:

- Identifikasi Pasar: Lakukan riset pasar untuk memahami target pelanggan, kebutuhan mereka, dan persaingan di pasar.
- Rencana Bisnis: Buat rencana bisnis yang jelas, termasuk tujuan bisnis, strategi pemasaran, manajemen keuangan, dan rencana operasional.
- Pemilihan Struktur Bisnis: Pilih struktur bisnis yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan Anda (perorangan, firma, koperasi, dll.).
- Daftar Bisnis: Daftarkan nama dan NPWP perusahaan untuk legalitas.

2. Manajemen Keuangan:

- Pemisahan Keuangan: Pisahkan keuangan pribadi, bisnis untuk menjaga transparansi dan akurasi.
- Pencatatan Transaksi: Catat seluruh transaksi keuangan secara teratur untuk memantau arus kas dan kinerja keuangan.
- Rencana Pengeluaran: Buat rencana pengeluaran yang cermat & patuhi anggaran yang ditetapkan.
- Evaluasi Arus Kas: Evaluasi arus kas secara berkala identifikasi masalah & peluang peningkatan.
- Dana Darurat: Buat dana darurat untuk menghadapi situasi yang tidak terduga.
- Manfaatkan Teknologi: Gunakan aplikasi atau perangkat lunak keuangan digital untuk membantu pencatatan dan pengelolaan keuangan.

3. Pemasaran:

- Pemasaran Digital: Manfaatkan media sosial, *website*, dan pemasaran digital lainnya untuk menjangkau pasar yang lebih luas.
 - Pemasaran Konvensional: Gunakan media tradisional seperti iklan cetak, *brosur* & acara pameran untuk meningkatkan brand *awareness*.
 - Kemitraan: Bangun kemitraan dengan bisnis lain untuk meningkatkan jangkauan pasar dan akses ke sumber daya.
4. Pengelolaan Operasional:
 - Manajemen Persediaan: Kelola persediaan dengan efektif untuk menghindari kekurangan atau kelebihan barang.
 - Manajemen Karyawan: Motivasi dan beri pelatihan kepada karyawan agar dapat meningkatkan kinerja dan produktivitas.
 - Pengendalian Kualitas: Lakukan kontrol kualitas memastikan produk/ layanan yang berkualitas.
 5. Pengembangan Produk:
 - Riset dan Pengembangan: Lakukan riset dan pengembangan produk untuk menciptakan produk baru atau meningkatkan kualitas produk yang ada.
 - Inovasi: Terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan tetap relevan di pasar.
 6. Pengembangan Sumber Daya Manusia:
 - Pelatihan: Berikan pelatihan pada karyawan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan.
 - Motivasi: Berikan motivasi kepada karyawan agar mereka tetap termotivasi dan produktif.
 7. Kualitas dan Pelayanan:
 - Kualitas Produk: Pastikan produk/ layanan berkualitas mempertahankan kepuasan pelanggan.
 - Pelayanan Pelanggan: Berikan pelayanan yang baik untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.
 8. Adaptasi:
 - Tren Pasar: Pantau perkembangan tren pasar dan teknologi untuk beradaptasi dengan perubahan.
 - Teknologi: Manfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip pengelolaan UMKM ini, pelaku usaha dapat meningkatkan kinerja dan keberlanjutan bisnis mereka.

c. Pembuatan akun bisnis medsos & *Marketplace*

1. Tata cara pembuatan akun bisnis *whatsap*

Untuk buat dan mengelola akun bisnis di *WhatsApp*, perlu mengunduh aplikasi *WhatsApp Business*, mendaftar dengan nomor telepon bisnis, dan mengatur profil bisnis dengan informasi yang relevan seperti nama, alamat, deskripsi & jam kerja [14]. Anda juga bisa memanfaatkan fitur lain seperti katalog produk, pesan selamat datang otomatis & balas cepat untuk meningkatkan efisiensi komunikasi dengan pelanggan. Berikut adalah langkah lengkap untuk buat & kelola akun *WhatsApp Business*:

a. Unduh dan Instal *WhatsApp Business*:

- Buka *Google Play Store (Android)* atau *App Store (iOS)* & unduh aplikasi *WhatsApp Business*.
- Instal aplikasi pada perangkat Anda.

b. Dapatkan Akun Bisnis:

- Transfer dari *WhatsApp Messenger*: Jika Anda sudah memiliki akun *WhatsApp Messenger*, Anda dapat mentransfernya ke *WhatsApp Business*.
- Buat Akun Baru: Jika belum memiliki akun, buat akun baru dengan nomor telepon bisnis.

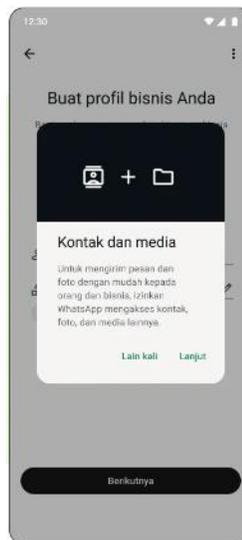
c. Verifikasi Nomor Telepon:

- Masukkan nomor telepon bisnis Anda saat diminta.
- Verifikasi nomor telepon dengan kode yang dikirim melalui SMS atau panggilan.

d. Atur Profil Bisnis:

- Nama Bisnis: Masukkan nama bisnis Anda sesuai dengan aturan *WhatsApp*.
- Kategori Bisnis: Pilih kategori yang paling sesuai dengan jenis bisnis Anda.
- Foto Profil: Tambahkan foto profil atau logo bisnis Anda.
- Deskripsi Bisnis: Tambahkan deskripsi singkat tentang bisnis Anda.

- Alamat: Masukkan alamat bisnis Anda.
 - Jam Kerja: Atur jam kerja bisnis Anda.
 - Tautan: Tambahkan tautan ke situs *web* atau media sosial Anda.
- e. Gunakan Fitur Bisnis:
- Katalog Produk: Tambahkan foto dan deskripsi produk Anda ke dalam katalog.
 - Pesan Selamat Datang: Buat pesan selamat datang otomatis untuk menyambut pelanggan baru.
 - Pesan Cepat: Buat pesan cepat untuk menjawab pertanyaan yang sering diajukan pelanggan.
 - Label: Gunakan label untuk mengelompokkan percakapan dan mengidentifikasi pelanggan.
 - Tautan Pendek: Bagikan tautan pendek *WhatsApp Business* Anda di berbagai platform untuk mempermudah pelanggan terhubung dengan bisnis Anda.
- f. Kelola Interaksi dengan Pelanggan:
- Balas pesan dengan cepat dan ramah.
 - Gunakan fitur perpesanan dan fitur bisnis lainnya untuk meningkatkan efisiensi komunikasi.
 - Pantau statistik pesan untuk mengetahui kinerja bisnis Anda.
 - Dengan mengikuti langkah ini, Anda dapat buat dan kelola akun *WhatsApp Business* dengan efektif untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan mengembangkan bisnis Anda.

Gambar 3 Daftar Akun *whatschap business* [14]

2. Tata cara pembuatan akun bisnis *Instagram*

Untuk menyiapkan akun bisnis di *Instagram*, pertama-tama beralih ke akun profesional dari profil pribadi. Lalu, pilih kategori bisnis yang sesuai dan pilih opsi "Bisnis". Setelah itu, lengkapi detail kontak & hubungkan dengan Halaman *Facebook* (opsional). Terakhir, Anda dapat menyembunyikan atau menampilkan informasi bisnis di profil Anda. Langkah lengkap:

- Beralih ke Akun Profesional:
 - Buka profil Anda dan ketuk di sudut kanan atas.
 - Pilih Pengaturan & privasi, lalu Jenis & fitur akun & pilih Beralih ke akun profesional.
- Pilih Kategori Bisnis: Pilih kategori yang paling sesuai menggambarkan bisnis Anda.
- Pilih "Bisnis": Pilih Bisnis untuk jenis akun.
- Lengkapi Detail Kontak (Opsional):
 - Tambahkan detail kontak seperti alamat email, nomor telepon, dan petunjuk arah.
 - Anda bisa memilih untuk tidak menggunakan info kontak Anda.
- Hubungkan dengan Halaman *Facebook* (Opsional):
 - Anda dapat menghubungkan akun bisnis Anda dengan Halaman *Facebook* yang terkait.

- Ini memudahkan penggunaan fitur di seluruh Meta dan memudahkan untuk berbagi informasi *login* menggunakan Pusat Akun.
- Atur Tampilan Profil (Opsional):
 - Buka profil Anda dan ketuk Edit profil.
 - Di bawah Informasi bisnis publik, pilih apakah ingin menampilkan atau menyembunyikan label kategori dan info kontak.
 - Ketuk "Selesai" untuk menyimpan perubahan.

Tips Tambahan:

- Gunakan foto profil yang menarik dan visual pelengkap di *feed* Anda.
- Manfaatkan Instagram *Reels* untuk konten video kreatif.
- Gunakan *Instagram Insights* untuk menganalisis performa konten.
- Buat konten yang menarik dan relevan dengan target *audiens* Anda.
- Manfaatkan fitur "*Boost Post*" untuk meningkatkan engagement.
- Buat *bio* yang jelas dan menarik untuk profil bisnis Anda.

d. Tips & trik pemasaran

Tips pemasaran produk yang efektif meliputi memahami target pasar, membuat perencanaan produk yang komprehensif, menetapkan harga yang tepat, dan melakukan promosi yang efektif melalui berbagai saluran seperti media sosial, iklan, dan pemasaran langsung. Selain itu, penting juga untuk membangun hubungan baik dengan pelanggan, memberikan diskon atau hadiah, dan memanfaatkan data untuk mengoptimalkan strategi pemasaran. Berikut adalah beberapa tips pemasaran produk yang lebih detail:

1. Mengenali Target Pasar:

- Siapa target pasar? Identifikasi karakteristik demografis, psikografis & perilaku pembelian target pasar.
- Apa kebutuhan dan keinginan mereka? Pahami apa yang mereka cari dalam produk dan layanan.

2. Merencanakan Produk:

- Apa yang membedakan produk Anda? Identifikasi *unique selling proposition (USP)* produk Anda.
- Buat rencana produk yang komprehensif. Rencanakan setiap aspek produk, mulai dari desain hingga produksi.

3. Menetapkan Harga:

- Harga yang kompetitif. Pertimbangkan harga produk serupa di pasar.
- Harga yang sesuai dengan nilai. Pastikan harga mencerminkan nilai yang ditawarkan produk.

4. Melakukan Promosi:

Promosi *online*:

- Sosial media: Gunakan *platform* media sosial untuk menjangkau target pasar.
- Iklan berbayar: Pilih *platform* iklan yang sesuai dengan target pasar Anda.
- *Website* dan *blog*: Buat konten informatif, menarik untuk meningkatkan visibilitas produk.

Promosi *offline*:

- Pemasaran langsung: Berinteraksi langsung ke pelanggan melalui penjualan langsung atau acara.
- Spesialisasi: Menjadi *sponsor event* atau memanfaatkan iklan di tempat strategis.

Strategi promosi lainnya:

- Diskon dan penawaran: Berikan diskon atau penawaran khusus untuk menarik minat pelanggan.
- *Giveaway*: Adakan kuis atau *giveaway* untuk meningkatkan *engagement* dan *brand awareness*.
- *Influencer marketing*: Bekerja sama dengan *influencer* yang relevan dengan target pasar Anda.
- *Content marketing*: Buat konten yang menarik dan bermanfaat untuk menarik *audiens*.

5. Membangun Hubungan dengan Pelanggan:

- Pelayanan pelanggan yang baik: Berikan pelayanan yang ramah dan responsif.
- Berkomunikasi aktif: Berinteraksi dengan pelanggan melalui media sosial, *email/ platform* lain.
- Minta umpan balik: Tanyakan umpan balik pelanggan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan.

6. Memanfaatkan Data:

- Analisis data: Pantau kinerja kampanye pemasaran dan identifikasi area yang perlu ditingkatkan.
 - Personalisasi: Gunakan data pelanggan untuk memberikan pengalaman yang lebih personal.
 - Dengan menerapkan tips-tips ini, Anda dapat meningkatkan efektivitas pemasaran produk dan mencapai target penjualan yang diinginkan.
- e. Optimasi (*SEO*)
- SEO (Search Engine Optimization)* adalah serangkaian praktik untuk meningkatkan peringkat situs web di hasil mesin pencari, seperti *Google*. Tips dan trik *SEO* meliputi riset kata kunci, optimasi *on-page* (seperti konten, judul dan *URL*), optimasi teknis (seperti kecepatan dan *mobile-friendliness*), serta membangun backlink dari situs berkualitas tinggi. Berikut beberapa tips dan trik *SEO* yang lebih detail:
1. Riset Kata Kunci:
 - Gunakan alat riset kata kunci: Alat seperti *Google Keyword Planner*, *Ahrefs* & *SEMrush* bantu Anda menemukan kata kunci yang relevan dan memiliki tingkat persaingan yang rendah.
 - Fokus kata kunci *long-tail*: Kata kunci yang spesifik dan lebih panjang (misal, "cara membuat kue bolu tanpa telur") cenderung memiliki persaingan rendah & menarik *audiens* yang lebih terfokus.
 2. Optimasi *On-Page*:
 - Buat konten yang berkualitas tinggi: Konten informatif, relevan & bermanfaat bagi pengguna akan menarik perhatian dan meningkatkan peringkat.
 - Optimalkan judul, deskripsi *meta* & *heading*: Gunakan kata kunci relevan di elemen penting ini.
 - Buat *URL* yang *SEO-friendly*: *URL* yang singkat, deskriptif & mengandung kata kunci akan membantu mesin pencari memahami isi halaman.
 - Optimalkan gambar: Gunakan *tag alt* yang menggambarkan gambar secara jelas dan gunakan gambar yang berukuran kecil untuk meningkatkan kecepatan situs.
 - Manfaatkan internal *linking*: Tautkan halaman terkait di dalam situs untuk membantu mesin pencari memahami struktur dan hubungan antar halaman.
 3. Optimasi Teknis:
 - Pastikan situs web cepat: Kecepatan situs faktor penting pada peringkat & pengalaman pengguna.
 - Pastikan situs web Anda *mobile-friendly*: Mayoritas lalu lintas internet berasal dari perangkat seluler, jadi pastikan situs web Anda responsif.
 - Gunakan *sitemap XML*: *Sitemap* bantu mesin pencari mengindeks situs web Anda secara efektif.
 - Gunakan *file robots.txt* dengan benar: Pastikan *file robots.txt* tidak memblokir halaman penting.
 4. Backlinking (*Link Building*):
 - Bangun hubungan dengan situs web berkualitas tinggi: *Backlink* dari situs web yang memiliki otoritas tinggi akan meningkatkan peringkat situs.
 - Tulis artikel tamu di situs web lain: *Guest posting* cara yang efektif untuk mendapatkan *backlink* dan meningkatkan *visibilitas*.
 5. Analisis dan Monitoring:
 - Gunakan *Google Analytics*: Pantau lalu lintas, keterlibatan pengguna & metrik lainnya untuk mengukur keberhasilan upaya *SEO* Anda.
 - Gunakan *Google Search Console*: Alat ini membantu Anda memantau peringkat, melihat masalah teknis, dan mengoptimalkan situs web.
 6. Tips Tambahan:
 - Jangan mengabaikan pengalaman pengguna: Fokus pada membuat situs web yang mudah digunakan dan menarik bagi pengguna.
 - Gunakan struktur yang baik: Pastikan situs web memiliki struktur logis dan mudah dinavigasi.
 - Jangan lupa tentang lokal *SEO*: Jika Anda memiliki bisnis lokal, optimalkan situs web untuk pencarian lokal dan daftarkan bisnis di *Google My Business*.
 - *SEO* adalah proses yang berkelanjutan: Jangan berhenti memantau dan mengoptimalkan situs web secara berkala.

Dengan mengikuti tips dan trik ini, Anda dapat meningkatkan peringkat situs web Anda di hasil mesin pencari dan menarik lebih banyak pengunjung

f. Laporan keuangan sederhana

Menyusun laporan keuangan sederhana melibatkan pencatatan dan pengolahan data keuangan perusahaan atau pribadi. Langkah pertama adalah mencatat semua transaksi keuangan, baik pemasukan maupun pengeluaran. Kemudian, data ini dikumpulkan dan diorganisir, biasanya dalam bentuk jurnal umum atau buku besar, sebelum diolah menjadi laporan keuangan seperti neraca, laporan laba rugi, dan laporan arus kas. Berikut adalah langkah-langkah lebih detail:

1. Pencatatan Transaksi:

- Catat semua transaksi keuangan, baik pemasukan (pendapatan, penjualan, dll.) maupun pengeluaran (biaya operasional, investasi, dll.).
- Pencatatan dapat dilakukan secara manual atau menggunakan perangkat lunak akuntansi.
- Pastikan mencatat setiap transaksi dengan lengkap, termasuk tanggal, deskripsi & jumlah.

2. Pengolahan Data:

- Setelah semua transaksi dicatat, data tersebut dapat diorganisir dan diolah untuk membuat laporan keuangan.
- Langkah ini melibatkan pembuatan jurnal umum (mencatat setiap transaksi secara urut) dan buku besar (mengumpulkan dan menyajikan informasi dari jurnal umum).
- Buat neraca saldo untuk menyajikan saldo setiap akun di buku besar.

3. Penyusunan Laporan Keuangan:

- Laporan keuangan terdiri dari beberapa jenis, di antaranya:
 - Laporan Laba/Rugi: Menunjukkan pendapatan dan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu, serta laba atau rugi yang dihasilkan.
 - Laporan Posisi Keuangan (Neraca): Menunjukkan aset, kewajiban, dan ekuitas perusahaan pada suatu titik waktu tertentu.
 - Laporan Arus Kas: Menunjukkan perubahan kas dan kas setara kas perusahaan dalam suatu periode tertentu, baik dari kegiatan operasional, investasi, maupun pendanaan.
 - Laporan Perubahan Modal: Menunjukkan perubahan modal perusahaan dalam suatu periode tertentu.
- Laporan-laporan ini dapat digunakan untuk mengevaluasi kinerja keuangan perusahaan dan membuat keputusan bisnis.

4. Analisis dan Evaluasi:

- Setelah laporan keuangan selesai disusun, langkah selanjutnya adalah menganalisis dan mengevaluasi hasil laporan.
- Analisis ini dapat membantu dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan, serta membuat keputusan yang lebih baik.

Contoh:

Jika Anda memiliki sebuah toko kecil, Anda bisa mencatat semua penjualan harian, biaya operasional (sewa, listrik, dll.), dan pembelian barang dagangan. Kemudian, Anda bisa membuat laporan laba/rugi untuk mengetahui seberapa besar keuntungan atau kerugian yang Anda dapatkan setiap bulan. Selain itu, Anda juga bisa membuat neraca untuk mengetahui posisi keuangan toko Anda, seperti aset (barang dagangan, kas) dan kewajiban (utang kepada pemasok). Dengan mengikuti langkah-langkah ini, Anda dapat menyusun laporan keuangan sederhana yang berguna untuk mengelola keuangan dan membuat keputusan bisnis yang lebih baik.

g. Pos tes

Tahap terakhir merupakan mengulang tes, untuk mengetahui tingkat keberhasilan dari pelaksanaan pelatihan yang dilakukan, hal itu dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 3. Hasil Pos Tes

No	Materi	% Pemahaman
1	Pembuatan akun bisnis medsos	100%
2	Pembuatan konten di medsos	100%

3	Pembuatan akun di <i>Marketplace</i>	100%
4	Teknik pemasaran medsos dan <i>marketplace</i>	100%
5	Aplikasi keuangan sederhana	100%

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini membuktikan bahwa digitalisasi bisnis dapat menjadi solusi strategis dalam meningkatkan taraf ekonomi masyarakat desa, khususnya bagi pelaku UMKM di Desa Tanjungsari. Melalui pelatihan dan pendampingan yang terstruktur, terjadi peningkatan signifikan dalam literasi digital, kemampuan pemasaran, serta pengelolaan usaha secara modern dan efisien. Adopsi teknologi digital memungkinkan UMKM memperluas jangkauan pasar, memperkuat identitas usaha, dan meningkatkan daya saing. Dengan terbentuknya komunitas UMKM Digital Tanjungsari, keberlanjutan program dapat terjaga melalui kolaborasi dan saling berbagi pengetahuan antar pelaku usaha. Ke depan, dukungan dari berbagai pihak, baik pemerintah desa, akademisi, maupun mitra swasta, sangat diperlukan untuk memperluas dampak dan mendorong transformasi ekonomi digital di tingkat pedesaan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Suharyono (2017) Sikap Dan Perilaku Wirausahawan. *Jurnal Ilmu & Budaya*. Vol. 40, No.56 pp 6551-6586.
- [2] Suroto (2023) Dampak Digitalisasi Terhadap Umkm Di Kota Jambi: Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Persepsi Para Pakar Dan Pelaku Usaha UMKM. *Khazanah Intelektual* Vol.7 No.3 pp 1830-1854.
- [3] Anaqi, I dkk (2023) Pengembangan Digitalisasi Marketing Usaha UMKM Untuk Meningkatkan Mengembangkan UMKM Masyarakat. *JURAI: Jurnal ABDIMAS Indonesia* Vol. 1 No. 2 Juni 2023 e-ISSN: 2987-2952, p-ISSN: 2987-2944, Hal 171-179 DOI : <https://doi.org/10.59841/jai.v1i2.112>.
- [4] Dayar, MB dkk (2023) Digitalisasi Marketing UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Pangan Lokal Desa Mendukung Ketahanan Pangan. *International Journal of Community Service Learning* Volume 8, Issue 4, 2024, pp. 455-466 P-ISSN: 2579-7166 E-ISSN: 2549-6417 Open Access: <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v8i4.84705>.
- [5] Mardiana, N dkk (2022) Digitalisasi Pemasaran Hasil Produksi UMKM Desa. *Jurnal Abdimas Sang Buana*, Volume 3 No 1 pp 1-9 E-ISSN: 2745-9047
- [6] Sulistiyowati, R dkk (2024) Program pengabdian kepada masyarakat nasional: pelatihan digital marketing dan digitalisasi akuntansi bagi UMKM di pulau Madura. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* Volume 8, Nomor 3, September 2024, hal. 3025 – 3032
- [7] <https://maps.app.goo.gl/H3mK71GaDaqKd94t8>
- [8] Aliyah, AH (2022) Peran usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Welfare jurnal ilmu ekonomi* Vol 3 No. 1 <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/welfare> ISSN 2723-2212 (MEDIA ONLINE) ISSN 2723-2220 (MEDIA CETAK)
- [9] Margono, H (2022) Pemasaran Strategik Membangun Strategi Pemasaran Di Era Digital. Sempurna. PT. Insan Sempurna Mandiri Jl. Woltermonginsidi No.88A Lt.2 Kebayoran Baru Jakarta Selatan 12170 Tel. 72797389 | Fax. 7220370 Website : indometamorph-imc.com.
- [10] Yuniwati, ED dkk (2025) Optimalisasi Pemanfaatan Sumberdaya Lokal Untuk Pembangunan Dan Kesejahteraan. Cetakan ke-1, Februari 2025, PT. Penerbit Qriset Indonesia Anggota IKAPI No. 269/JTE/2023 Jl. Sirkandi, Desa Sirkandi, Kecamatan Purwareja Klampok, Kabupaten Banjarnegara Email: admin@qrisetindonesia.com.
- [11] Zahroh, N. A. ., Rolianah, W. S., Istifadhoh, N., Arifiansyah, F., & Albar, K. (2025). Strategi Digitalisasi dalam Pemberdayaan UMKM Desa Ketapanglor untuk Meningkatkan Ekonomi Lokal *Jurnal PkM Nusantara*, 6(1), 1189-1199. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i1.4990>.
- [12] Laporan KKN Angkatan IV Tahun 2024/2025 UNPI Cianjur (Tidak terbit).

- [13] Ling, Ay (2013) Pengelolaan Dan Pengembangan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Deskriptif Pada Rumah Makan Palem Asri Surabaya). AGORA Vol. 1, No. 1, pp 1-8.
- [14] <https://business.whatsapp.com/products/business-app-get-started>