

PELATIHAN INOVASI PEMASARAN DIGITAL DAN LITERASI KEUANGAN DALAM MENINGKATKAN POTENSI UMKM BOJONG JENKOL BOGOR

**Budi Suryowati¹⁾, Ati Harianti²⁾, Faizah Syihab³⁾, Nelly Camelia Puspita⁴⁾,
Muhammad Haikal⁵⁾, Yolanda⁶⁾**

^{1,2,3,4,5,6}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trilogi

Correspondence author: A.Harianti, a_harianti@trilogi.ac.id, Jakarta, Indonesia

Abstract

Community service is a tangible effort to apply science and technology to directly benefit society. In the context of training Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) based on digital marketing with the theme "Advancing Bojong Jengkol MSMEs with Innovation," the main objective of this activity is to broaden insights on the use of social media in promotion and sales enhancement for the participants, as well as to provide education on financial literacy, especially for housewives. Through this training, it is hoped that the participants can utilize social media, especially WhatsApp (WA) and Instagram (IG), to develop their businesses in the future and increase understanding and awareness of the importance of financial literacy in family life. Involving a team of implementers consisting of lecturers and students, and through face-to-face lectures and workshops, this community service activity has successfully provided significant benefits to MSMEs in Bojong Jengkol Village, Ciampea, Bogor. The positive impact of social media on MSMEs, such as increased visibility, strengthening customer relationships, and facilitating online sales, supports the growth and sustainability of MSMEs. Thus, community service through digital marketing training makes a meaningful contribution to advancing MSMEs and improving the welfare of the community at large.

Keywords: *MSMEs, digital marketing, social media, financial literacy*

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat merupakan upaya nyata dalam menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk memberikan manfaat langsung kepada masyarakat. Dalam konteks pelatihan UMKM berdasarkan Pemasaran digital dengan tema "Memajukan UMKM Bojong Jengkol dengan Inovasi", tujuan utama kegiatan ini adalah untuk membuka wawasan tentang pemanfaatan media sosial dalam promosi dan peningkatan penjualan bagi para peserta, serta memberikan edukasi tentang literasi keuangan khususnya untuk ibu rumah tangga. Melalui pelatihan ini, diharapkan para peserta dapat memanfaatkan media sosial, terutama WhatsApp (wa) dan Instagram (IG), untuk mengembangkan usaha mereka di masa depan, serta meningkatkan pemahaman dan kesadaran akan pentingnya literasi keuangan dalam kehidupan keluarga. Dengan melibatkan tim pelaksana yang terdiri dari dosen dan mahasiswa, serta melalui sesi ceramah dan workshop tatap muka, kegiatan pengabdian ini berhasil memberikan manfaat yang signifikan bagi UMKM

di Desa Bojong Jengkol, Ciampea, Bogor. Dampak positif dari penggunaan media sosial terhadap UMKM, seperti peningkatan visibilitas, memperkuat hubungan dengan pelanggan, dan memfasilitasi penjualan online, turut mendukung pertumbuhan dan keberlangsungan usaha UMKM. Dengan demikian, pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan Pemasaran digital ini memberikan kontribusi yang berarti dalam memajukan UMKM dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara luas.

Kata Kunci: UMKM, pemasaran digital, media sosial, literasi keuangan

A. PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi salah satu platform untuk berinteraksi dan menyiarkan kegiatan sehari-hari seseorang, namun tidak jarang media sosial dapat digunakan sebagai sarana promosi dengan konten dan keterangan yang persuasif (Dewi et al., 2020). Hingga Januari 2023, tercatat jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 167 juta orang. Jumlah tersebut setara 78 persen dari jumlah total pengguna internet di Indonesia yang mencapai 212,9 juta. Laporan *We Are Social* menunjukkan, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta orang pada Januari 2023. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri (Dinda et al., 2024). Ada tujuh media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia, antara lain whatsapp, instagram, facebook, tiktok, telegram, twitter, dan facebook messenger. Jumlah yang besar dari pengguna internet dan pengguna media sosial membuat banyak perubahan signifikan tentang cara komunikasi. Istilah pemasaran digital atau pemasaran digital sudah semakin akrab di telinga pengguna internet.

Dengan banyaknya media digital di sekitar kita saat ini, sudah jelas bahwa pemasaran digital adalah cara pemasaran yang sangat efektif. Terlebih dengan berbagai konten pemasaran menarik yang dewasa ini banyak ditemukan di berbagai media. Selain itu, peningkatan keterampilan dalam menjalankan usaha online bagi Masyarakat sangat diperlukan untuk membantu meningkatkan perekonomian keluarga (Sucahyo et al., 2023).

Sehingga pada kesempatan kali ini dilakukan pelatihan pertama tentang pemasaran digital.

Pelatihan kedua adalah pengenalan literasi keuangan. Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) ketiga yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2019 menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan penduduk Indonesia sebesar 38,03%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat literasi masih terbilang rendah. Ada sekitar 61,97% berada dalam tingkat literasi keuangan yang belum memadai. Rendahnya literasi keuangan di kalangan wanita berdampak pada rendahnya pemanfaatan jasa lembaga keuangan bank dan non-bank yang berefek pada rendahnya kesadaran menabung, terjebak investasi palsu, tertipu pinjaman online ilegal, tidak memiliki tabungan pensiun, memiliki aset rendah dan berperilaku konsumtif dalam pengeluaran. Selain itu, rendahnya pemahaman dalam manajemen keuangan seringkali menghambat pertumbuhan UKM (Nilasari et al., 2024). Sehingga, perlu dicari solusinya supaya kalangan wanita memiliki literasi keuangan yang benar.

Melalui Program Pelatihan Literasi Keuangan, UMKM di Kota Kendari berhasil diberdayakan dengan pengetahuan dan keterampilan yang memungkinkan mereka untuk mengelola keuangan usaha secara efektif dan memperluas akses terhadap kredit, yang pada gilirannya mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan pemberdayaan ekonomi Perempuan (Kalsum et al., 2024).

Kegiatan Pengabdian dalam Masyarakat ini dilakukan dalam bentuk sosialisasi dan diskusi mengenai pemasaran digital dan

literasi keuangan. Bimbingan teknis tentang pemanfaatan media sosial whatsapp dan instagram serta simulasi dalam pembukaan rekening tabungan pada bank.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui ceramah dan pelatihan tatap muka yang dipimpin oleh tim pelaksana terdiri dari dosen dan mahasiswa. Materi pelatihan disampaikan secara bergantian oleh dua narasumber yang ahli dalam bidang pemasaran digital dan literasi keuangan. Setelah sesi ceramah, dilakukan sesi tanya jawab untuk memperkuat pemahaman peserta.

Mekanisme pelaksanaan kegiatan pelatihan UMKM dilaksanakan melalui tahapan-tahapan berikut:

1. Perencanaan: Tahap awal adalah perencanaan kegiatan, termasuk penetapan tujuan, target peserta, materi pelatihan, jadwal pelaksanaan, dan metode evaluasi.
2. Persiapan Materi: Menyiapkan materi pelatihan yang mencakup konsep-konsep dasar pemasaran digital, strategi pemasaran melalui media sosial, dan literasi keuangan.
3. Pendataan Peserta: Melakukan pendataan peserta yang akan mengikuti pelatihan, termasuk profil usaha UMKM dan tingkat pemahaman literasi keuangan.
4. Pelaksanaan: Pelaksanaan pelatihan dilakukan melalui sesi ceramah dan workshop tatap muka yang dipimpin oleh nara sumber yang kompeten dalam bidang pemasaran digital dan literasi keuangan.
5. Evaluasi Awal (Pre-Test): Sebelum pelatihan dimulai, dilakukan evaluasi awal (pre-test) untuk mengukur pengetahuan awal peserta terkait pemasaran digital dan literasi keuangan.
6. Sesi Ceramah dan Workshop: Materi pelatihan disampaikan secara bergantian oleh nara sumber, dengan sesi tanya jawab untuk memperkuat pemahaman peserta.
7. Evaluasi Akhir (Post-Test): Setelah pelatihan selesai, dilakukan evaluasi akhir

(post-test) untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta setelah mengikuti pelatihan.

8. Wawancara dan Umpan Balik: Melakukan wawancara dengan peserta untuk mendapatkan umpan balik langsung terkait manfaat dan keberhasilan pelatihan.
9. Penerapan Materi: Mendorong peserta untuk menerapkan materi yang telah dipelajari dalam pengembangan usaha mereka, terutama dalam memanfaatkan media sosial dan meningkatkan literasi keuangan.
10. Monitoring dan Pendampingan: Melakukan monitoring dan pendampingan terhadap peserta setelah pelatihan untuk memastikan penerapan materi dan memberikan bimbingan tambahan jika diperlukan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan ini akan diawali dengan pre-test, kemudian penjelasan tentang pemasaran digital dan dilanjutkan dengan penjelasan tentang literasi keuangan. Untuk mengukur kemajuan pengetahuan para peserta pelatihan, maka di akhir pelatihan diberikan post-test.

Hasil pre-test tentang pemasaran digital semua peserta belum tahu tentang pemasaran digital namun mereka tahu tentang media sosial. Hasil pre-test tentang literasi keuangan yang pertanyaannya berupa pengetahuan mengenai investasi, utang, tabungan, pegadaian, pasar modal menunjukkan ibu rumah tangga di Bojong Jengkol masih *illiterate*. Setelah dilakukan pemaparan tentang pemasaran digital dan literasi keuangan, para peserta mampu menjelaskan tentang pemasaran digital, pemanfaatan media sosial yang mereka miliki (whatsapp dan instagram) untuk rencana usaha mereka di masa yang akan datang. Hasil dari pertanyaan mengenai literasi keuangan 60% ibu-ibu tidak begitu paham serta mengerti apa itu literasi keuangan. Selain itu, hasil wawancara yang dilakukan Tim Pengabdian menunjukkan bahwa ibu rumah tangga yang memiliki usaha

belum memiliki laporan keuangan yang memadai.

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan melalui pelatihan UMKM berdasarkan Pemasaran digital, hasil yang diharapkan adalah:

1. Peningkatan Pemahaman Pemasaran digital: Memberikan pemahaman yang lebih baik kepada UMKM tentang konsep dan strategi pemasaran digital, sehingga mereka dapat memanfaatkan media sosial secara efektif untuk mempromosikan produk dan layanan mereka.
2. Pengembangan Keterampilan: Mengajarkan keterampilan praktis dalam menggunakan media sosial seperti WhatsApp dan Instagram untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.
3. Edukasi Literasi Keuangan: Memberikan pemahaman tentang literasi keuangan kepada ibu rumah tangga, sehingga mereka dapat mengelola keuangan keluarga dengan lebih baik dan membangun ketahanan keuangan.
4. Pemberdayaan UMKM: Memberikan pelatihan yang dapat memberdayakan UMKM untuk bersaing dalam pasar yang semakin digital dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi.
5. Peningkatan Kesejahteraan: Diharapkan bahwa melalui pemahaman yang diberikan dalam pelatihan, UMKM dan ibu rumah tangga dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka melalui peningkatan penjualan dan pengelolaan keuangan yang lebih baik.



Gambar 1. Pelatihan Pemasaran digital



Gambar 2. Pelatihan Literasi Keuangan



Gambar 3. Evaluasi Akhir (Post-Test)

Dengan hasil tersebut kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat memberikan manfaat yang nyata bagi UMKM dan masyarakat setempat dalam menghadapi tantangan dan peluang di era digital.

Hasil dari kegiatan pelatihan UMKM Pemasaran digital dan literasi keuangan yang dilakukan melalui pengabdian kepada masyarakat dapat mencakup beberapa hal, antara lain:

1. Peningkatan Pengetahuan: Peserta pelatihan, baik UMKM maupun ibu rumah tangga, dapat meningkatkan pengetahuan mereka tentang konsep pemasaran digital, pemanfaatan media sosial, dan literasi keuangan.
2. Peningkatan Keterampilan: Peserta dapat mengembangkan keterampilan praktis dalam menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk dan layanan mereka, serta dalam mengelola keuangan secara bijak.
3. Pemberdayaan UMKM: UMKM yang mengikuti pelatihan dapat diberdayakan untuk meningkatkan kehadiran dan

penjualan mereka melalui pemanfaatan strategi pemasaran digital yang efektif.

4. Peningkatan Kesadaran: Ibu rumah tangga dapat meningkatkan kesadaran mereka akan pentingnya literasi keuangan dalam mengelola keuangan keluarga dan membangun ketahanan keuangan.
5. Peningkatan Kesejahteraan: Diharapkan bahwa melalui peningkatan pengetahuan dan keterampilan, peserta dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka, baik melalui peningkatan pendapatan usaha maupun pengelolaan keuangan yang lebih baik.
6. Penerapan Praktik Baik: Peserta diharapkan dapat menerapkan praktik-praktik baik yang mereka pelajari dalam pelatihan, seperti memanfaatkan media sosial secara efektif dan mengelola keuangan dengan bijak.
7. Dampak Positif: Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi UMKM dan masyarakat setempat, baik dalam hal peningkatan usaha, pengetahuan, maupun kesejahteraan ekonomi.

Hasil dari kegiatan pelatihan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terkait pemasaran digital dan literasi keuangan. Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam memanfaatkan media sosial, terutama WhatsApp dan Instagram, untuk mengembangkan usaha mereka. Selain itu, kesadaran akan pentingnya literasi keuangan juga meningkat, yang diharapkan dapat membantu dalam mengelola keuangan keluarga dengan lebih baik.

D. PENUTUP

Melalui kegiatan pengabdian ini, diharapkan UMKM di Bojong Jengkol dapat memanfaatkan potensi media sosial untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Selain itu, diharapkan juga terjadi peningkatan literasi keuangan di kalangan ibu rumah tangga, yang dapat

berdampak positif pada kesejahteraan keluarga.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, N. K., Astuti, H., & Sumartono. (2020). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Mempublikasikan Pantai Tanjung Pakis. *ABDIMAS : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 22–27.
<https://doi.org/10.47007/abd.v7i1.3715>
- Dinda, F., Mujaddid, M., & Rania, Q. P. (2024). Dampak Media Sosial pada Ragam Bahasa Masyarakat. *Jurnal Harmoni Nusa Bangsa*, 1(2), 121–129.
<https://doi.org/10.47256/jhnb.v1i2.293>
- Kalsum, U., Wahyuni, W., Astriwati, A., Sahlan, F., & Makkulau, A. R. (2024). Pelatihan Literasi Keuangan Dan Akses Kredit Untuk UMKM di Kota Kendari. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 2683–2688.
<https://doi.org/10.31004/cdj.v5i2.26334>
- Nilasari, Y., Nuraliati, A., Aini, N., Redjeki, F., Pertiwi, T. P., & Hasan, S. (2024). Pelatihan Literasi Keuangan Untuk Pengusaha Kecil dan Menengah. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 4078–4082.
<https://doi.org/10.31004/cdj.v5i3.27999>
- Sucahyo, N., Sopian, A., Effendy, A. A., & Dewi, C. S. (2023). Pelatihan Pemasaran Produk Secara Daring Bagi Warga RT 010/09 Jembatan Besi Jakarta Barat. *Swadimas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 13–19.
<https://doi.org/10.56486/swadimas.vol1no01.240>