

## **Digital Marketing dan Literasi Finansial pada Kelompok Usaha Kecil Menengah Binaan Laznas Yakesma Medan**

Suri Purnami, Netty, dan Efri Debby Ekinola Ritonga  
Manajemen/Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Medan  
Jl. Almamater No. 1 Kampus USU, Medan, Kode Pos 20155, Telp. 061 8210436  
Email Correspondence : Suripurnami@polmed.ac.id

### **Abstrak**

*Pandemi yang berlangsung hampir 2 tahun dan melanda seluruh dunia saat ini membuat para pelaku ekonomi baik usaha kecil maupun besar menjadi terdampak. Permasalahan kelompok Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) selama masa pandemi korona yaitu: penjualan mengalami penurunan pandemi, lemahnya promosi dan rendahnya pengetahuan pengelolaan dana usaha menjadi sebab bagi penurunan penghasilan mereka. Tujuan dari pengabdian ini adalah memberikan pelatihan digital marketing dan literasi finansial kepada Pelaku UKM binaan Laznas Yakesma Medan yang saat ini terdampak dari sisi penjualan produk dan penghasilan ekonomi keluarga. Manfaat kegiatan yaitu membantu menyelesaikan sebagian permasalahan yang mereka hadapi. Metode yang dipakai yaitu dengan melakukan workshop dan pelatihan digital marketing dan literasi finansial baik secara luring serta coaching clinic dan evaluasi kegiatan setiap 2 pekan sekali dengan mitra selama 2 bulan untuk lebih memantapkan dan memastikan hasil dari pemahaman digital marketing dan literasi finansial para mitra. Hasil yang diberikan berupa transfer ilmu digital marketing dan literasi finansial yang nantinya diharapkan kelompok UKM ini dapat melakukan promosi produknya dan membuat konten yang baik serta mampu mengelola finansial usaha dengan memisahkannya dengan keuangan pribadi melalui pengetahuan literasi finansial yang telah mereka terima. Target khusus yang ingin dicapai adalah meningkatnya penghasilan para pelaku UKM sehingga dapat membantu perekonomian keluarga. Kesimpulan dalam pelatihan digital marketing dan literasi finansial kepada pelaku UKM binaan Laznas Yakesma Medan, terlihat antusias untuk mengikuti sampai selesai dan cepat memahaminya.*

**Kata Kunci:** Digital Marketing, Literasi Finansial

## **Digital Marketing and Financial Literacy Training for Small and Medium-Sized Enterprises Assisted by Laznas Yakesma Medan**

### **Abstract**

*The pandemic that has lasted for almost 2 years and has hit the whole world today has made economic actors, both small and large businesses, real. The problems of the Small and Medium*

*Enterprises (SMEs) during the corona pandemic, namely: sales experienced a decline in the pandemic, weak promotions and low knowledge of business fund management were the reasons for the decline in their income. The purpose of this service is to provide digital marketing and financial literacy training to SME actors assisted by Laznas Yakesma Medan which are currently the point of sale of products and family economic income. Benefits are helping to solve some of the problems they face. The method used is by conducting workshops and training on digital marketing and financial literacy both offline as well as coaching clinics and evaluations every 2 weeks with partners for 2 months to further strengthen and ensure the results of understanding digital marketing and financial literacy of partners. The results provided are in the form of transfer of knowledge of digital marketing and financial literacy which later is hoped that this SME group can promote products and create good content and be able to manage finances by separating them from personal finance through the financial literacy they receive. The specific target to be achieved is the achievement of SMEs so that they can help the family economy. The conclusion in the digital marketing and literacy training for SMEs assisted by Laznas Yakesma Medan, looks enthusiastic to follow to completion and understand it quickly.*

**Keywords:** Digital Marketing, Financial Literacy.

## I. Pendahuluan

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia bisa dibilang bertumbuh sangat pesat. Dapat dilihat dengan semakin menjamurnya usaha-usaha kecil hampir merata di seluruh Indonesia, baik dalam skala mikro, kecil dan menengah, maupun juga secara formal dan informal. Dukungan dari pemerintah juga lumayan banyak untuk semakin berkembangnya usaha-usaha kecil dan menengah ini yang bisa dilihat dari banyaknya tawaran dana dari perbankan maupun dari banyak pihak lainnya dengan tingkat bagi hasil yang cukup kompetitif, tawaran-tawaran pelatihan dan kemampuan berwirausaha serta kemudahan-kemudahan lainnya.

Walaupun begitu ternyata kondisi pandemi corona yang sudah berlangsung hampir 2 tahun dan melanda seluruh dunia saat ini membuat para pelaku ekonomi baik usaha kecil maupun besar menjadi terdampak. Pemerintah melalui kementerian Koperasi dan kementerian ekonomi kreatif telah banyak melakukan upaya untuk membantu UKM

(usaha kecil dan menengah) yang cukup terpukul usahanya disebabkan pandemi ini. Pelaku Usaha Kecil dan Menengah harus terus didorong untuk melakukan inovasi dalam promosi produk-produk mereka baik secara kualitas, harga, rasa dan tentu saja pemasarannya.

Menurut Kasmir (2010) daya inovasi termasuk dalam salah satu kemampuan yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha. Seperti yang dituliskannya dalam pengertian kewirausahaan yaitu sesuatu kemampuan kreatif dan inovatif (*create new and different*) yang dijadikan kiat, dasar, sumber daya, proses dan perjuangan untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa yang dilakukan dengan keberanian untuk menghadapi risiko.

Berdasarkan analisis situasi kondisi terkini pada kelompok UKM binaan Laznas Yakesma Medan yang juga mengalami penurunan penjualan selama masa pandemi korona, otomatis juga menjadi sebab semakin rendahnya penghasilan yang mereka dapatkan. Disamping itu pengelolaan modal dan dana hasil usaha juga belum maksimal dan disiplin dalam hal penggunaannya karena minimnya catatan keuangan pandemic besar mereka. Literasi keuangan erat kaitannya dengan pengelolaan keuangan karena semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang maka semakin baik pula kemampuan pengelolaan keuangannya. *Personal Financial Management* merupakan aplikasi dari konsep pengelolaan keuangan pada level individu. Manajemen keuangan termasuk perencanaan pengelolaan dan pengendalian kegiatan keuangan sangat penting untuk mencapai kemakmuran finansial. Kegiatan perencanaan meliputi kegiatan perencanaan yang mengalokasikan pendapatan yang diperoleh untuk digunakan untuk apa saja. Manajemen adalah kegiatan untuk mengatur dan mengelola keuangan secara efektif sedangkan pengendalian adalah kegiatan untuk menilai apakah pengelolaan keuangan sudah sesuai dengan yang telah direncanakan dan dianggarkan. Widayati (2012) menyatakan bahwa keputusan keuangan individu mencakup berapa banyak uang yang

harus dikeluarkan dalam setiap periode jika ada surplus dan bagaimana menginvestasikan surplus dan bagaimana membiayai investasi dan konsumsi. (Widyawati, 2012)

Lembaga Amil Zakat Nasional Yakesma Medan adalah Lembaga filantropi nasional dan memiliki 22 kantor cabang di seluruh Indonesia yang bergerak di bidang penghimpunan zakat, infak, sedekah dan wakaf serta memiliki banyak program penyaluran ziswaf salah satunya adalah program pemberdayaan masyarakat di bidang ekonomi. Ada beberapa pelaku usaha kecil dan menengah yang awalnya termasuk mustahik/penerima manfaat/penerima zakat, setelah mendapatkan pembinaan dari Laznas Yakesma berangsur berubah statusnya menjadi lebih mandiri dan beberapa bahkan sudah menjadi muzakki atau orang yang sudah mampu untuk mandiri dan bersedekah.

Untuk lebih meningkatkan penjualan, pemasaran, kemampuan mengatur keuangan usaha para pelaku UKM binaan Laznas Yakesma Medan ini, maka Tim Pengabdian Masyarakat Politeknik Negeri Medan berinisiatif untuk melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat dengan melaksanakan pelatihan digital marketing dan literasi keuangan untuk meluaskan pasar konsumen produk para UKM binaan Laznas Yakesma mereka dengan system online dan melatih bagaimana agar disiplin dalam pengelolaan dan pencatatan dana usaha sehingga diharapkan peningkatan penjualan yang lebih signifikan akan mereka dapatkan.

## **II. Metode Pelaksanaan**

Metode pelaksanaan dalam kegiatan ini dilakukan dengan metode partisipatif individual dan kelompok melalui koordinasi serta pemantauan, metode diskusi melalui pelatihan yang diberikan. Koordinasi dan pemantauan dilakukan sesuai dengan keperluan mitra guna memperlancar kegiatan. Adapun kegiatan dibagi menjadi persiapan kegiatan dan pelaksanaan, yang terdiri dari:

a. Tahap persiapan.

Melakukan koordinasi dengan mitra dalam membahas persiapan pelaksanaan kegiatan. Melihat sampai sejauh mana keadaan mitra dan manajemen yang dimiliki serta waktu yang tersedia bagi mitra, sehingga dapat dirancang rencana pelaksanaan yang tepat bagi pelaksanaan pelatihan kepada mitra. Disini sangat dibutuhkan komunikasi dan kordinasi yang baik antara tim pengabdian dengan mitra, terutama tentang kondisi peserta, tempat dan waktu yang tepat untuk pelaksanaan kegiatan serta segala sesuatu yang dapat mendukung kelancaran kegiatan.

Tahap pelaksanaan diawali dengan pemberian informasi kepada mitra tentang pelaksanaan kegiatan melalui sosialisasi program PKM pada kelompok UKM binaan Laznas Yakesma Medan. Hal ini bertujuan untuk memberi pemahaman kepada mitra rencana program kerja untuk mitra dalam peningkatan pengetahuan digital marketing dan kemampuan literasi finansial mereka berupa kemampuan pencatatan pembukuan keuangan yang benar. Berikutnya adalah pelaksanaan pemberian pelatihan digital marketing berupa cara berjualan di marketplace yang ada seperti Shopee, Lazada, juga di Whatsap, Facebook dan Instagram serta pemberian alat bantu pelatihan digital marketing berupa 1 unit in focus untuk mitra yang dapat dipergunakan secara bersamaan pada pelatihan-pelatihan dan pertemuan-pertemuan berikutnya.

b. Tahap pelaksanaan

Tahap pelaksanaan diawali dengan pemberian informasi kepada mitra tentang pelaksanaan kegiatan melalui sosialisasi program PKM pada kelompok UKM binaan Laznas Yakesma Medan. Hal ini bertujuan untuk memberi pemahaman kepada mitra, rencana program kerja untuk mitra dalam peningkatan pengetahuan digital

marketing dan kemampuan literasi finansial mereka berupa kemampuan pencatatan pembukuan keuangan yang benar.

Berikutnya adalah pelaksanaan pemberian pelatihan digital marketing berupa cara berjualan di marketplace yang ada seperti Shopee, Lazada, juga di Whatsap, Facebook dan Instagram. Pemberian alat bantu pelatihan digital marketing berupa 1 unit infocus untuk mitra yang dapat dipergunakan secara bersama pada pelatihan-pelatihan dan pertemuan-pertemuan berikutnya guna semakin baiknya pemahaman dan keterampilan yang dimiliki oleh kelompok ukm binaan Laznas Yakesma Medan dalam bidang digital marketing dan kemampuan literasi keuangan mereka.

c. Tahap akhir pelaksanaan

Dalam pelaksanaan pelatihan dan implementasi yang telah dilakukan akan selalu dievaluasi oleh tim pelaksana pengabdian. Penilaian didasarkan dari hasil pencapaian mitra. Hal ini dibutuhkan untuk mengetahui tingkat pencapaian mitra menyangkut peningkatan penjualan produk kuliner dan non kuliner dan kemampuan pencatatan keuangan usaha yang lebih baik. Mitra juga akan diberikan motivasi agar bersemangat mengembangkan usahanya sehingga persentase penjualan dapat meningkat dengan penambahan alat produksi kerja. Karena bila usaha ini dilakukan secara serius maka manfaat kegiatan program PKM ini akan sangat besar bagi kehidupan pribadi, keluarga mitra, serta lingkungan sekitar mitra yang diharapkan dapat menjadi contoh bagi masyarakat sekitarnya.

### **III. Hasil Kegiatan**

Hasil dari kegiatan ini diharapkan akan membawa perubahan yang cukup signifikan bagi para pelaku UKM binaan Laznas Yakesma Medan yang merupakan peserta dalam kegiatan ini, baik dari sisi perubahan pemahaman akan dunia bisnis, semakin siapnya menghadapi tantangan

pandemic dengan segala perubahan yang ada, memiliki keterampilan dibidang digital marketing yang semakin baik dan terasah untuk meningkatkan volume penjualan produk mereka dan tentu saja semakin memahami dan mampu membuat catatan pembukuan dan literasi keuangan untuk kedisiplin keuangan usaha mereka.



Gambar 1. Pelaksanaan Pelatihan



Gambar 2. Contoh Produk-produk UKM Binaan Laznas Yakesma Medan



Gambar 3. Contoh Penerapan Produk di Sosial Media dan Landing Page

Pemasaran melalui media sosial tidak hanya berhubungan dengan memeli dan menjual. Melalui cara ini, produk dipasarkan melalui konten kreatif dalam bentuk gambar atau video. Konten yang dipasarkan melalui media sosial relevan dengan produk yang dijual. Teknik pemasaran modern ini tidak hanya bertujuan untuk memasarkan produk tetapi juga digunakan untuk pemasaran merek. Tujuan dari *brand marketing* disini adalah untuk memperkenalkan *brand* secara umum kepada masyarakat atau yang biasa dikenal dengan *brand awareness*. Dengan menampilkan merek dan kesan yang baik, maka kepercayaan masyarakat akan meningkat sehingga dapat meningkatkan konversi promosi menjadi penjualan. (Permana, 2019)



Gambar 4. Penyerahan 1 unit InFocus/Projector Acer Bs120p XGa, 4000 dari Tim PKM Politeknik Negeri Medan kepada Mitra PKM

## IV. Penutup

### A. Kesimpulan

Kegiatan PKM berupa pemberian pelatihan digital marketing dan literasi finansial kepada para pelaku UKM binaan Laznas Yakesma Medan ini diharapkan akan meningkatkan penjualan produk-produk yang mereka produksi sendiri maupun produk-produk orang lain yang mereka pasarkan. Dengan kemampuan dan ketrampilan dalam

bidang digital marketing yang telah didapatkan ini, dengan sendirinya akan semakin meningkatkan kepercayaan diri para peserta untuk juga bisa menjual produk tidak hanya secara offline yang sangat terbatas waktu dan tempatnya juga bisa merambah ke dunia online yang sangat luas dan tak terbatas baik dari sisi waktu maupun jangkauan pasarnya sehingga saat penjualan mengalami peningkatan maka akan berdampak positif pada peningkatan modal usaha juga dari laba yang didapat. Dapat disimpulkan:

1. Pelatihan digital marketing dan literasi finansial yang dilaksanakan oleh Tim Pengabdian Masyarakat dari Polmed ini sangat bermanfaat dan berdampak positif bagi peserta pelatihan yang merupakan kelompok UKM binaan Laznas Yakesma Medan.
2. Diharapkan terjadinya peningkatan penjualan produk-produk kelompok UKM binaan Laznas Yakesma Medan setelah mendapatkan pelatihan digital marketing dan literasi finansial ini.
3. Kemampuan literasi keuangan dalam hal kedisiplinan pencatatan penjualan, baik dari mulai modal, laba, pemisahan dari harta pribadi dan usaha juga semakin bisa mereka terapkan dengan baik.

## **B. Saran**

1. Dibutuhkan follow up atau pemberian motivasi yang rutin untuk terus menyemangati peserta pelatihan dengan cara terus meningkatkan kapasitas diri dan memantaskan diri untuk menjadi wirausaha sukses dengan adanya pelatihan dibidang pemasaran dan pembukuan pencatatan keuangan yang baik dan benar di masa-masa berikutnya.
2. Adanya tindak lanjut pemberian pemahaman dengan pelatihan yang lebih intens dibidang media online dan offline seperti facebook, Instagram, flyer, brosur, spanduk, youtube dan radio.

## **Daftar Pustaka**

- Kasmir. (2010). *Kewirausahaan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Permana, A. (2019). *Pemasaran Melalui Media Sosial: Solusi Pemasaran Digital Bisnis Anda*. S.E.O. Anak Sholeh. <https://seoanaksholeh.com/pemasaran-melalui-media-sosial/>
- Widyawati, I. (2012). . Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Literasi Finansial Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. *ASSET: Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*, 1(1).