

Peningkatan Kinerja Bisnis bagi Pelaku Usaha Nanas Goreng Khas Jambi melalui Pelatihan *Digital Marketing* dan *Financial Technology*

Tona Aurora Lubis ^{*1}, Asep Machpuddin ², Firmansyah ³, Novita Ekasari ⁴, Ade Perdana Siregar ⁵, Hanan Laras Sabrina ⁶

^{1,2,3,4,5} Universitas Jambi; Kampus Pinang Masak Mendalo Darat, 583317, ⁶ Universitas Dinamika Bangsa, Jambi
^{1,2,3,4,5} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi, ⁶ Universitas Dinamika Bangsa, Jambi
email: ^{*1} tonalubis@unja.ac.id, ² asepte628@yahoo.com, ³ firmansyah@unja.ac.id,
⁴ ekasari.novita01@yahoo.com, ⁵ ade.perdana@unja.ac.id

Abstrak

UMKM memiliki peran penting dalam pertumbuhan perekonomian, dimana pada tahun 2021 Indonesia merupakan negara yang dengan jumlah UMKM terbesar di ASEAN, tetapi Indonesia memiliki kontribusi terhadap ekspor dibawah negara lain ASEAN, yaitu Singapura dan Thailand. Kabupaten Muaro Jambi merupakan Kabupaten dengan peningkatan jumlah unit usaha terbesar di Provinsi Jambi pada tahun 2021. Pertumbuhan UMKM yang meningkat tidak sebanding dengan kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan ekspor. Desa Tangkit Baru merupakan desa penghasil nanas yang menjadi komoditas unggulan di Provinsi Jambi. Sangat banyak produk hasil olahan dari nanas yang di produksi, salah satunya adalah produk selai nanas goreng. Mitra dalam pengabdian ini adalah Malakue di Tangkit Baru Kecamatan Sungai Gelam Kabupaten Muaro Jambi. Permasalahan mitra yang diprioritaskan akan diselesaikan adalah 1) aspek pemasaran, mitra belum melakukan penjualan secara online, hal ini disebabkan masih lemahnya pemahaman mitra dalam melakukan promosi dan penjualan secara online; 2) Aspek keuangan, masih lemahnya pemahaman mitra dalam mencari sumber permodalan. Metode yang digunakan dalam pencapaian tujuan tersebut adalah metode sosial memberikan pelatihan kepada mitra mengenai peningkatan kemampuan manajemen pemasaran dengan digital marketing dan manajemen keuangan dalam financial technology

Kata kunci: Digital Marketing, Financial Technology

Abstract

MSMEs have an important role in economic growth, where in 2021 Indonesia will be the country with the largest number of MSMEs in ASEAN, but Indonesia will contribute to exports below other ASEAN countries, namely Singapore and Thailand. Muaro Jambi Regency is the Regency with the largest increase in the number of business units in Jambi Province in 2021. The increasing growth of MSMEs is not commensurate with the contribution of MSMEs to Gross Domestic Product (GDP) and exports. Tangkit Baru Village is a pineapple producing village which is a leading commodity in Jambi Province. There are many processed products made from pineapple, one of which is fried pineapple jam. The partner in this service is Malakue in Tangkit Baru, Sungai Gelam District, Muaro Jambi Regency. Partner problems that are prioritized to be resolved are 1) marketing aspects, partners have not yet made sales online, this is due to partners' still weak understanding in carrying out online promotions and sales; 2) Financial aspect, there is still weak understanding of partners in finding sources of capital. The method used to achieve this goal is the social method of providing training to partners regarding improving marketing management capabilities with digital marketing and financial management in financial technology.

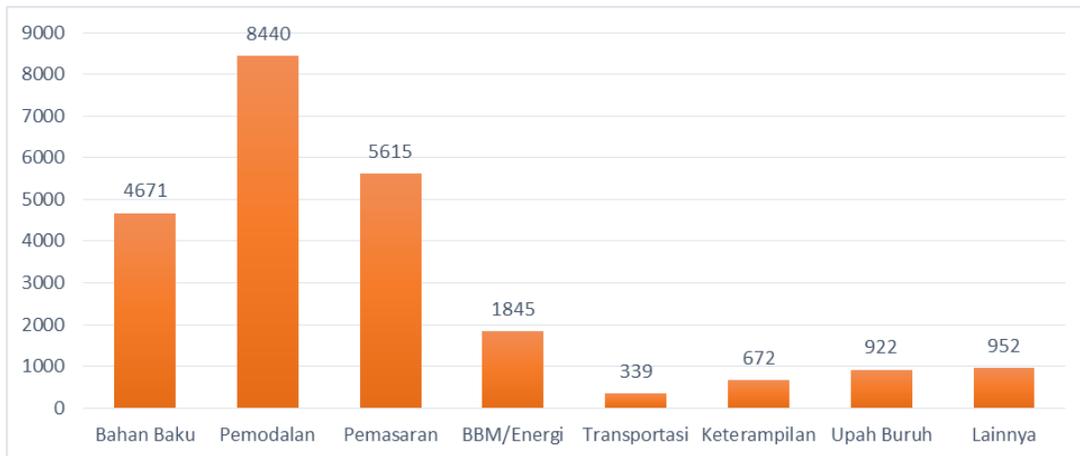
Keywords: Digital Marketing, Financial Technology

1. PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia pada tahun 2022 mengalami pertumbuhan yang impresif dengan pertumbuhan perekonomian sebesar 5.31%, penjelasan ini disampaikan oleh Sekretaris Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, Susiwijono Moegiarto dalam siaran pers pada 06 Februari 2023. UMKM memiliki peran penting dalam pertumbuhan perekonomian, dimana pada tahun 2021 Indonesia merupakan negara yang dengan jumlah UMKM terbesar di ASEAN, yaitu dengan jumlah 65,46 juta UMKM, tetapi Indonesia memiliki kontribusi terhadap

ekspor dibawah negara lain ASEAN, yaitu sebesar 14,4% sedangkan Singapura mencapai 38,3% dan Thailand sebesar 28,7% (ASEAN Invesment Report, 2022)

Berdasarkan data BPS Provinsi Jambi (2023), pada tahun 2021 UMKM provinsi Jambi mengalami kenaikan yaitu sebanyak 165.497 unit usaha sedangkan pada tahun 2019 sebanyak 138.470 unit usaha, diantara kota dan kabupaten di Provinsi Jambi kenaikan UMKM terbesar yaitu di Kabupaten Muaro Jambi, dimana pada tahun 2019 sebanyak 1.757 unit usaha meningkat pada tahun 2021 sebanyak 42.105 unit usaha. Pertumbuhan UMKM yang meningkat tidak sebanding dengan kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan ekspor, hal ini disebabkan dengan permasalahan UMKM pada jaringan pemasaran dan permodalan. Berdasarkan hasil survey Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi tahun 2019, dimana kendala UMKM terbesar pada permodalan dan pemasaran, dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi, 2019

Gambar 1. Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Menurut Kriteria Kendala

Perkembangan teknologi informasi pada saat ini, seharusnya memberikan peluang bagi UMKM untuk mendorong dalam meningkatkan kinerja bisnisnya, sehingga UMKM dapat memberikan kontribusi yang tinggi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan ekspor (Harrison, 2018).

Kabupaten Muaro Jambi merupakan penghasil nanas yang memiliki potensi untuk dapat dikembangkan yaitu berada di Desa Tangkit Baru, hal ini dijelaskan pada SK Menteri Pertanian No 103/KPTS/TP.240/3/2000 bahwa nanas di Desa Tangki adalah nanas dengan komoditas unggulan yaitu dengan nanas jenis Queen. Produk nanas sudah banyak dijadikan produk jadi yaitu salah satu produk unggulannya adalah selai nanas goreng. Berdasarkan survey, produk selai nanas goreng ini dijual pada pengecer dan mini market tetapi belum dilakukan penjualan secara online dan operasional dalam produksi produk membutuhkan modal pembelian bahan baku untuk memenuhi permintaan pasar. Survey dilakukan pada pelaku usaha Malakue, yaitu UMKM yang memproduksi selai nanas goreng dan telah memiliki PIRT. Malakue berada di Jl. Syekh Muh Said I RT. 004 RW. 002 Desa Tangkit Baru Kecamatan Sungai Gelam Kabupaten Muaro Jambi Provinsi Jambi yang dipimpin oleh Ibu Hajrawati. Kegiatan produksi Malakue telah dilakukan secara *continue* untuk penjualan lokal yaitu di kabupaten Muaro Jambi dan Kota Jambi, dapat dilihat pada gambar berikut



Gambar 2. Produksi Mitra

Berdasarkan hasil survey, pertumbuhan usaha Malakue cendrung tidak mengalami peningkatan, tetapi produk ini merupakan produk unggulan yang memiliki potensi sangat besar dipasar. Persaingan usaha dengan kemajuan teknologi semakin tinggi, pelaku usaha secara intens melakukan promosi secara *online*. Malakue belum melakukan promosi dan penjualan secara *online*, disebabkan masih lemahnya kemampuan dalam mengelola media sosial dan *marketplace*. Menurut Elkin (2017), strategi dengan tujuan menjangkau konsumen dengan luas yaitu dengan fokus pada *digital marketing*. Hasil kegiatan pengabdian sebelumnya (Lubis, T. A., Machpuddin, A., Firmansyah, F., Ekasari, N., & Siregar, A. P., 2022), Malakue telah mendesain dengan kemasan yang baik, dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 3. Kemasan Selai Nanas Goreng

Hambatan pertumbuhan usaha Malakue pada sisi lain yaitu permasalahan permodalan, tetapi munculnya teknologi financial pada saat ini memberikan solusi terhadap permasalahan tersebut. Hasil kegiatan pengabdian sebelumnya (Lubis, T. A., Machpuddin, A., Firmansyah, F., Ekasari, N., & Siregar, A. P., 2022), Malakue telah dapat melakukan pencatatan keuangan dan telah dapat menghitung harga pokok produksi, tetapi mitra belum mengetahui permodalan berbasis teknologi dengan produk teknologi finansial. Berdasarkan hasil survey dan analisis situasi ini, maka tim pengabdian memiliki ketertarikan dalam memberikan solusi terhadap permasalahan mitra tersebut dengan memingkatkan kompetensi mitra melalui peningkatan pemahaman *digital marketing* dan *financial technology*.

Permasalahan mitra meliputi 2 aspek yaitu aspek pemasaran dan aspek keuangan. Uraian dari permasalahan mitra sebagai berikut: (1) aspek pemasaran, mitra belum melakukan penjualan secara *online*, hal ini disebabkan

masih lemahnya pemahaman mitra dalam melakukan promosi dan penjualan secara online; (2) aspek keuangan, masih lemahnya pemahaman mitra dalam mencari sumber permodalan

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode dengan pendekatan sosial dan partisipatif. Hal yang menjadi dasar dalam pemilihan metode ini agar mitra dapat menyadari bahwa masalah yang telah diidentifikasi merupakan masalah pada mitra yang harus mitra selesaikan sendiri dengan mendapat pelatihan dan pendampingan dari tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Tim melakukan kunjungan dan intens dalam menjalin komunikasi dengan mitra dan menumbuhkan motivasi mitra untuk bangkit dalam mengatasi suatu masalah. Harapan tim untuk mitra pada masa yang akan datang, mitra dapat dengan mandiri untuk mengatasi masalah pada operasional usahanya, hal ini dilakukan dengan memberikan pelatihan dan pendampingan pada aspek manajemen pemasaran dan manajemen keuangan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat diawali dengan tahap persiapan, yaitu persiapan materi yang akan disampaikan pada pelatihan dengan menyesuaikan kebutuhan mitra berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan sebelumnya. Selanjutnya, tim berkoordinasi dengan mitra meliputi perkembangan usaha mitra dan kesepakatan teknis dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan di tempat usaha mitra yaitu usaha Malakue, Jl. Syekh Muh Said I RT. 004 RW. 002, Desa Tangkit Baru Kecamatan Sungai Gelam Kabupaten Muaro Jambi Provinsi Jambi, dimana dalam hal ini mitra juga tergabung dalam Kelompok Usaha Bersama Mega Buana. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dengan metode pelatihan ini dihadiri dengan peserta lain yang tergabung dalam Kelompok Usaha Bersama Mega Buana.



Gambar 4. Foto bersama Tim dan Peserta

Metode yang dilakukan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu metode pelatihan dan diskusi, dimana materi pelatihan yang dilakukan yaitu sebagai berikut: 1) Pelatihan aspek manajemen pemasaran, pelatihan manajemen pemasaran berupa pelatihan mengenai strategi dalam aplikasi *digital marketing* yang dapat menjangkau pasar yang lebih luas serta pengelolaan media digital untuk kebutuhan pemasaran. Pelatihan ini dilakukan sebagai upaya untuk mengatasi permasalahan mitra dengan meningkatkan kemampuan dan keterampilan mitra dalam pengelolaan media digital dan strategi dalam membuat promosi pada media digital, secara rinci dapat dilihat sebagai berikut: a) materi pengelolaan dan strategi media digital melalui konsep *digital marketing* dapat meningkatkan kemampuan dan keterampilan pada mitra terhadap promosi dan penjualan secara *online* melalui *digital marketing* agar dapat menjangkau pasar secara luas; b) strategi pembuatan konten dapat meningkatkan keterampilan mitra dalam membuat promosi konten pada media *online* yang menarik produk memiliki nilai lebih untuk daya saing; 2) pelatihan aspek manajemen keuangan, pelatihan manajemen keuangan berupa ketepatan dalam pencarian informasi

sumber permodalan berbasis digital dan membuat *performance* keuangan mitra akan menjadi lebih baik. Pelatihan ini sebagai upaya untuk mengatasi permasalahan mitra dengan meningkatkan kemampuan mitra pada bidang keuangan berbasis digital dengan pemanfaatan teknologi. Adapun secara rinci dapat dilihat sebagai berikut: a) materi informasi sumber modal dapat meningkatkan kemampuan mitra untuk pemahaman pencarian sumber modal usaha melalui financial teknologi; b) materi strategi pengelolaan keuangan dapat meningkatkan kemampuan mitra dalam mengelola keuangan agar modal kerja dapat mengakomodir seluruh kegiatan operasional usaha

Dalam pelaksanaan pelatihan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat berjalan sesuai dengan rencana. Peserta pelatihan berperan aktif dalam berdiskusi pada kegiatan ini.



Gambar 5. Foto Peserta Pelatihan

Peningkatan kemampuan dan keterampilan mitra dalam *digital marketing* dan *financial technology* dapat menjawab permasalahan mitra sehingga dapat bermanfaat bagi mitra untuk menjalankan strategi bisnisnya. Peningkatan kinerja UMKM dapat meningkatkan perekonomian daerah maupun nasional melalui perluasan pasar produk khas daerah, sehingga produk khas daerah dapat menjadi produk unggulan secara nasional maupun internasional

Luaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan sebagai berikut: 1) tersedianya materi dan informasi mengenai *digital marketing* dan *financial technology* bagi UMKM; 2) peningkatan kemampuan mitra dalam mengelola media digital untuk kebutuhan pemasaran dan keuangan; 3) peningkatan kemampuan mitra dalam menyusun dan menjalankan strategi pemasaran dan keuangan berbasis digital

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan sesuai dengan rencana. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan metode pelatihan dan diskusi untuk meningkatkan pemahaman mitra mengenai *digital marketing* dan *financial technology*. Kegiatan pelatihan ini mendapat respon yang positif dari mitra dan mitra berperan aktif untuk berdiskusi, diharapkan kegiatan pengabdian ini dapat menjawab permasalahan mitra.

5. SARAN

Peningkatan kinerja UMKM dapat meningkatkan perekonomian daerah maupun nasional melalui perluasan pasar produk khas daerah, sehingga produk khas daerah dapat menjadi produk unggulan secara nasional maupun internasional. Peran pemerintah dalam pendampingan agar produk menjadi produk unggulan sangat penting dilakukan sehingga produk dapat berdaya saing secara global dan kinerja UMKM dapat meningkat untuk mendukung pertumbuhan perekonomian

UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat mendapat bantuan dana dari Universitas Jambi, sehingga dapat terlaksana dengan baik. Terima kasih disampaikan kepada Universitas Jambi yang telah memberikan bantuan dana dan dukungan moral.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik (2019), Profil Industri Mikro Kecil Provinsi Jambi 2019, BPS Provinsi Jambi

- Elkin, Tobi (2017), “Global Content Marketing Revenues Poised for 14% Growth in 2017,” at: <https://www.mediapost.com/publications/article/305786/global-content-marketing-revenues-poised-for-14-g.html>, Accessed date: 18 January 2018
- Harrison, C., Burnard, K., & Paul, S. (2018). Entrepreneurial leadership in a developing economy: A skill-based analysis. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(3), 521–548.
- Lubis, T. A., Machpuddin, A., Firmansyah, F., Ekasari, N., & Siregar, A. P. (2022). Peningkatan Daya Saing Produk Selai Nanas Goreng Khas Jambi melalui Strategi Pengemasan dan Strategi Harga di Desa Tangkit Baru Kecamatan Sungai Gelam Kabupaten Muaro Jambi. *Jurnal Inovasi, Teknologi Dan Dharma Bagi Masyarakat*, 4(3), 56-59. <https://doi.org/10.22437/jitdm.v4i3.23007>