

Pendampingan *Digital Finance* Dan *Digital Marketing* Pada UMKM Anyaman Eceng Gondok Di Dusun Krajan Kecamatan Pakusari Kabupaten Jember

Tatit Diansari Reskiputri¹⁾, Nursaidah²⁾, Ira Puspitadewi, S³⁾, Ahmad Izzudin⁴⁾
Universitas Muhammadiyah Jember^{1),2)3)}

E-mail: tatit.diansari@unmuhjember.ac.id¹⁾, nursaidah@unmuhjember.ac.id²⁾,
irapuspita@unmuhjember.ac.id³⁾, Izzudin@unmuhjember.ac.id⁴⁾

Diterima: Januari 2024 | Dipublikasikan: Februari 2024

Abstrak

UMKM Anyaman Eceng Gondok Pakusari merupakan usaha ekonomi kreatif yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide-ide dan pengetahuan dari Sumber Daya Manusia sebagai faktor produksi utama dan didukung keberadaan industri kreatif yang berdiri sejak tanggal 26 Juli 2021 terletak di Kabupaten Jember tepatnya di Dusun Krajan, Kecamatan Pakusari. Eceng gondok (nama latin: *Pontederia crassipes* atau *Eichornia crassipes*) adalah salah satu jenis tumbuhan air mengapung. Perkembangan UMKM ini bisa dibilang lambat, karena banyak masalah yang sering timbul, seperti menurunnya daya beli masyarakat. Untuk itu diperlukan suatu langkah pendampingan digital finance yang tepat melalui peningkatan digital marketing. Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah memberikan pendampingan digital finance dan digital marketing agar selain dapat mempertahankan eksistensi juga dapat mengembangkan usahanya dalam persaingan bisnis.

Kata kunci : Eceng Gondok, Digital Finance, Digital Marketing

Abstract

Pakusari Water Hyacinth Woven MSME is a creative economic business that intensifies information and creativity by relying on ideas and knowledge from Human Resources as the main production factor and is supported by the existence of a creative industry which was founded on July 26 2021, located in Jember Regency, specifically in Krajan Hamlet, Pakusari District. Water hyacinth (Latin name: *Pontederia crassipes* or *Eichornia crassipes*) is a type of floating aquatic plant. The development of MSMEs can be said to be slow, because many problems often arise, such as the decline in people's purchasing power. For this reason, appropriate digital finance assistance steps are needed through increased digital marketing. The aim of this community service is to provide digital finance and digital marketing assistance so that apart from maintaining its existence, it can also develop its business in business competition.

Keywords: water hyacinth, digital finance, digital marketing

Pendahuluan

Eceng gondok merupakan tanaman air yang tumbuhnya terapung di permukaan air, memiliki nama ilmiah *Eichhornia crassipes* tanaman ini berasal dari Brazil dan memiliki pertumbuhan serta perkembangbiakan yang cepat dan berfungsi sebagai penjernih air. Eceng gondok memiliki segudang manfaat. Saat ini tanaman eceng gondok banyak dimanfaatkan sebagai bahan baku untuk membuat kerajinan rumah tangga. Beberapa contoh kerajinan tangan yang dibuat dengan bahan baku eceng gondok adalah tikar, tas, kap lampu, sandal, keranjang dan anyaman pada meja atau kursi. Tak hanya itu, tanaman ini juga bermanfaat untuk kesehatan. (Agrozine, 2021). Eceng gondok mempunyai kemampuan berkembangbiak dengan cepat dan eceng gondok mempunyai kemampuan menyerap unsur hara, senyawa organik, dan unsur kimia lain dari air limbah dalam jumlah yang besar Secara potensial, Jember mempunyai industri kecil yang memiliki daya saing dan mampu untuk ditingkatkan. Berbagai jenis tanaman selalu dicari para konsumen diantaranya ialah berbagai macam produk kerajinan tangan yang terbuat dari eceng gondok.

Potensi UMKM dalam perkembangan persaingan bisnis sampai saat ini masih belum diupayakan dengan maksimal. Banyak UMKM justru sering mengalami masalah internal sehingga sulit untuk berkembang dan bersaing baik antara sesama UMKM maupun dengan pedagang besar. Masalah pendampingan *digital finance* dan *digital marketing* merupakan salah satu masalah yang sering ditemui dalam UMKM. Pelaku usaha mayoritas memulai usaha mereka dengan modal keyakinan tanpa dibekali dengan rencana taktis dan strategi jangka panjang dalam berwirausaha. Beberapa masalah dalam pendampingan *digital finance* dan *digital marketing* yang sering dijumpai pada UMKM Anyaman Eceng Gondok antara lain adalah:

- a. Pemilihan waktu dalam memulai usaha.

Pelaku usaha sering kali tidak memperkirakan waktu yang tepat dalam memulai usahanya. Usaha yang dikelola sering berbenturan dengan kondisi lingkungan yang kurang mendukung seperti terlalu banyaknya pesaing, *trend* yang sedang berkembang atau selera masyarakat terhadap perkembangan bisnis yang ada, maupun kondisi perekonomian daerah.

- b. Kurangnya efektivitas promosi

Pelaku usaha juga sering kali tidak memperhitungkan peran dari promosi. Kebanyakan pelaku usaha hanya sekedar mendirikan usaha tanpa adanya promosi yang terencana. Promosi hanya dilakukan ala kadarnya seperti penyebaran informasi mulut ke mulut (*word of mouth*) kepada orang-orang yang dikenal saja.

c. Kurangnya komunikasi dengan konsumen.

Masalah yang dialami pelaku usaha berikutnya adalah kurangnya komunikasi dengan konsumen. Seringkali pelaku usaha menganggap konsumen, terlebih pelanggan hanya sebagai sumber pendapatan semata. Selama mereka membutuhkan produk kita, mereka pasti akan membelinya, dan selama tidak ada komplain, berarti segalanya baik-baik saja. Pelaku usaha tidak memperhitungkan perilaku konsumen yang semakin cerdas dalam memilih produsen, dimana konsumen cenderung memilih produsen yang mau mendengar suara mereka, diberi akses untuk berkomunikasi dalam menyampaikan masukan, kritik, atau mendapatkan informasi terbaru. Mendapatkan informasi sebagai umpan balik dari pelanggan akan membantu berkembangnya bisnis di masa yang akan datang.

d. Kurangnya pengetahuan tentang *digital finance*

Terkadang tidak setiap pelaku bisnis kecil menengah bisa dengan mudah menerapkannya. Padahal, laporan keuangan merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam menjalankan usaha, baik skala kecil maupun besar. Dalam usaha skala kecil menengah, laporan keuangan juga sangat diperlukan bila memang pemilik usaha menginginkan agar usaha yang dikelola terus berkembang dan memiliki arah yang jelas. Permasalahan umum yang juga terjadi yaitu buruknya pencatatan keuangan, yang terjadi karena belum bisa memisahkan antara keuangan keluarga dengan keuangan untuk bisnis

Dari permasalahan pada UMKM Anyaman Eceng Gondok, banyak pelaku usaha belum mengetahui fungsi *digital marketing*. Pada dasarnya, strategi pemasaran *digital* atau strategi *digital marketing* adalah kegiatan pemasaran produk berupa barang atau jasa menggunakan media atau teknologi berbasis *digital*, penggunaan media *digital* diharapkan mampu menjangkau target pasar yang lebih luas. *Digital marketing* juga memiliki beberapa tujuan lain termasuk diantaranya, meningkatkan kualitas relasi serta komunikasi pemilik usaha dengan konsumen atau calon konsumen. Diakui atau tidak, hal tersebut juga sangat penting karena yang diinginkan dalam suatu penjualan tidak hanya produk laku

sesaat tetapi bisa senantiasa memiliki pelanggan dan memicu penjualan jangka panjang. Paling penting, *digital marketing* adalah upaya yang dilakukan pemilik usaha untuk bisa *survive* di era globalisasi (Greatnusa,2023). Setelah survei pada UMKM Anyaman Eceng Gondok, masih terlihat kurangnya efektif dalam *digital marketing*, karena UMKM Anyaman Eceng Gondok hanya menjual secara langsung ke pasar dan toko toko terdekat dan menawarkan kepada tetangga atau masyarakat yang ada disekitar.

Metode Pelaksanaan

Pengabdian dilakukan di UMKM “Anyaman Eceng Gondok” yang merupakan UMKM yang mengembangkan dan memproduksi Anyaman Eceng Gondok Di Kabupaten Jember. Kegiatan dilaksanakan dengan memberikan pelatihan, diskusi dan pendampingan. Sasaran utama dalam kegiatan ini adalah UMKM Anyaman Eceng Gondok Di Dusun Krajan Kecamatan Pakusari Kabupaten Jember.

Metode pelaksanaan yang digunakan:

- a. Pelatihan dan pendampingan kepada mitra dalam dalam layanan dan transaksi keuangan yang dilakukan secara elektronik melalui *platform digital*. Ini mencakup berbagai aktivitas seperti pembayaran *online*, transfer uang antar rekening, investasi melalui aplikasi dan asuransi *digital*.
- b. Memberikan bantuan promosi *online* secara optimal sehingga terjadi peningkatan pemasaran pada UMKM Anyaman Eceng Gondok.

Hasil Kegiatan

Output yang dicapai dalam Program Kemitraan Masyarakat Stimulus ini adalah pelatihan dan pendampingan kepada mitra dalam dalam layanan dan transaksi keuangan yang dilakukan secara elektronik melalui *platform digital*. Ini mencakup berbagai aktivitas seperti pembayaran *online*, transfer uang antar rekening, investasi melalui aplikasi dan asuransi *digital* serta memberikan bantuan promosi *online* secara optimal sehingga terjadi peningkatan pemasaran pada UMKM Anyaman Eceng Gondok di Kelurahan Krajan Kecamatan Pakusari Kabupaten Jember. Pada tahap diskusi, diskusi berjalan sangat lancar. Materi diskusi yang diberikan adalah pengenalan atau pendahuluan mengenai transaksi keuangan yang dilakukan

secara elektronik melalui *platform digital*. Ini mencakup berbagai aktivitas seperti pembayaran *online*, transfer uang antar rekening, investasi melalui aplikasi dan asuransi *digital* serta memberikan bantuan promosi *online* secara optimal. Sebagian besar audiens belum mengerti tentang pelatihan dan pendampingan *digital finance* dan *digital marketing*.

Beberapa hal yang diperoleh dari pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat Stimulus dapat diuraikan dalam pembahasan berikut ini:

- a. Para peserta yang hadir sangat menyambut baik pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat sebab akan menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi para peserta yang hadir.
- b. Dengan diberikannya Pelatihan dan pendampingan kepada mitra dalam dalam layanan dan transaksi keuangan yang dilakukan secara elektronik melalui *platform digital*. Ini mencakup berbagai aktivitas seperti pembayaran *online*, transfer uang antar rekening, investasi melalui aplikasi dan asuransi *digital*.
- c. Memberikan bantuan promosi *online* secara optimal sehingga terjadi peningkatan pemasaran pada UMKM Anyaman Eceng Gondok.
- d. Dengan ketekunan dan antusias para peserta dapat diaplikasikan dengan baik, serta menambah wawasan dan ilmu pengetahuan lebih mengenai manajemen pemasaran.



Gambar 6.1 diskusi dengan Bapak Andrik (pemilik anyaman eceng gondok Pakusari)

Saat kegiatan program kemitraan masyarakat stimulus kami memberikan bantuan promosi *online* secara optimal sehingga terjadi peningkatan pemasaran pada UMKM Anyaman Eceng Gondok, dengan diberikannya pelatihan dan pendampingan kepada mitra dalam dalam layanan dan transaksi keuangan yang dilakukan secara elektronik melalui

platform digital. Ini mencakup berbagai aktivitas seperti pembayaran *online*, transfer uang antar rekening, investasi melalui aplikasi dan asuransi *digital*.



Gambar 6.2 Media sosial melalui Instagram

Setelah berdiskusi cukup banyak tentang peningkatan pemasaran dan dengan berkembangnya teknologi, bertambah pula kemudahan dalam bidang teknologi yang bisa dirasakan. Mungkin tidak pernah terbayangkan sebelumnya, jika kegiatan jual beli bisa terjadi tanpa adanya tatap muka, ataupun pergi ke suatu tempat dengan menggunakan kendaraan yang bisa dipesan melalui telepon genggam. Hal tersebut menunjukkan bahwa bisnis digital merupakan salah satu usaha yang menjanjikan, dimana para pelakunya bisa menjalankan bisnis tersebut dari tempatnya masing-masing. Bisnis digital merupakan kegiatan usaha yang memanfaatkan teknologi dalam pelaksanaannya, baik saat menciptakan pun dengan serangkaian kegiatan pemasarannya. Bisnis ini meliputi penyediaan barang dan jasa, perubahan dari jenis fisik juga berbagai usaha yang bisa dilakukan secara online. Dengan bisnis berbasis digital ini, kita bisa terhubung dengan konsumen secara cepat, melewati batasan ruang, wilayah, maupun waktu. Satu sama lain bisa langsung terkoneksi hanya dengan menggunakan gadget serta koneksi internetnya. Penggunaan internet dan teknologi digital lainnya untuk komunikasi, koordinasi, dan manajemen organisasi. (Kenneth C. Laudon dan Jane P. Laudon. 2011).

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari pelaksanaan program kemitraan masyarakat stimulus dengan Pendampingan *Digital Finance* dan *Digital Marketing* Pada UMKM Anyaman Eceng Gondok di Dusun Krajan Kecamatan Pakusari Kabupaten Jember adalah sebagai berikut:

- a. Dengan diberikannya Pelatihan dan pendampingan kepada mitra dalam layanan dan transaksi keuangan yang dilakukan secara elektronik melalui *platform digital*. Ini mencakup berbagai aktivitas seperti pembayaran *online*, transfer uang antar rekening, investasi melalui aplikasi dan asuransi *digital*.
- b. Memberikan bantuan promosi *online* secara optimal sehingga terjadi peningkatan pemasaran pada UMKM Anyaman Eceng Gondok.
- c. Dengan ketekunan dan antusias para peserta dapat diaplikasikan dengan baik, serta menambah wawasan dan ilmu pengetahuan lebih mengenai manajemen pemasaran.

Saran

Pelaksanaan program kemitraan masyarakat stimulus dengan Pendampingan *Digital Finance* dan *Digital Marketing* Pada UMKM Anyaman Eceng Gondok di Dusun Krajan Kecamatan Pakusari Kabupaten Jember perlu dilakukan kepada mitra lain. Tidak hanya UMKM saja, tetapi perlu juga dilakukan kepada kelompok-kelompok lain seperti koperasi dan pengelola dana desa. Selain itu, kami menyarankan kepada pemilik UMKM Anyaman Eceng Gondok aktif dalam media social terutama Instagram sehingga bisa menambah tempat pemasaran dari hasil produksi anyaman.

Daftar Pustaka

- Aini, S. A., Wijyantini, B., & Rusdiyanto, R. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Fitur Layanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Cabang Jember*. National Multidisciplinary Sciences, Vol 1 No 3, 493–503. <https://doi.org/10.32528/nms.v1i3.83>
- Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Fatqurhohman, F., and R. Rusdiyanto. 2022. "Pelatihan Penggunaan Media Pembelajaran Berbasis Online Di Madrasah Aliyah At-Taqwa Jember." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage* Vol 3 No 2. 99-108. <https://doi.org/10.32528/jpmm.v3i2.8317>

- Hafidzi, Achmad Hasan & Qomariah, Nurul. (2022) The Role of Return on Asset Mediation in Influencing Corporate Social Responsibility on Stock Returns in Manufacturing Companies. *J. Qual. Access Success*. <https://doi.org/10.47750/QAS/23.186.30>
- Hafidzi, Achmad Hasan. Satoto, Eko Budi & Endah Supeni, Retno. (2023) *The Effect of COVID-19 Pandemic on Stock Return of Kompas 100 Index*. *International journal of sustainable Development and Planning*. hal 283-294. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.180130>
- Herlambang, T., & Rusdiyanto, R. (2022). *Pelatihan Literasi Keuangan Untuk Peningkatan Kapasitas Usaha pada Pelaku Usaha Mikro*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 3(1), 47-58. <https://doi.org/10.32528/jpmm.v3i1.7379>
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2016. *A framework for marketing management*. Sixth Edition, Global Edition. England: Pearson.
- Laudon. Kenneth C., dan Laudon. Jane P., "Management Information System", 10th ed, Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Nawafil, Aulia N. Supeni, Retno Endah & Rusdiyanto. 2022. *Kepuasan Nasabah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Atas Kualitas Layanan Bank Syariah Indonesia Cabang Jember*. *Growth: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol 20 No 1. 237-251 <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v20i2.1956>
- Qomariah, N.; Nursaid, E.B.S. *Improving financial performance and profits of pharmaceutical companies during a pandemic: Study on environmental performance, intellectual capital and social responsibility*. *Qual.-Access Success* **2021**, 22, 154–165. <https://doi.org/10.47750/QAS/22.184.20>
- Qomariah, N., Sari, M. I., & Budiarti, D. A. (2016). *Perbandingan kinerja reksadana syariah dan reksadana konvensional (pada reksadana saham dan reksadana pendapatan tetap yang terdaftar di BEI periode 2010-2014)*. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 20(3), 417-427. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v20i3.273>
- R. E. Supeni, Nurhayati, N. Puspitasari, D. Wulandari, and M.I. Sari, "Does Indonesian businesswomen entrepreneurial orientation of small and medium enterprises (SMEs) matter in their financial performance?," *Seybold Rep.*, vol. 18, pp. 322–340, 2023, doi: [10.17605/OSF.IO/QKBSZ](https://doi.org/10.17605/OSF.IO/QKBSZ)
- Rusdiyanto, (2022). *Sosialisasi dan Pendampingan Penerapan Pembagian Harta Bersama Pasca Perceraian Menurut UU No 16 Tahun 2019 dan Kompilasi Hukum Islam*. *Jurnal Pengabdian Mujtama*. 2 (2). 61-68. <https://doi.org/10.32528/mujtama.v2i2.7628>
- Setiadi, J. 2016. *Perilaku Konsumen (edisi revisi)*. Jakarta : Kencana Perdana.
- Setiawan, Agus B., Badrut Tamami & Rusdiyanto (2023). *Workshop Mindset Change Penguatan Implementasi Kurikulum Merdeka*. Vol 3 No 2. <https://doi.org/10.32528/mujtama.v3i2.22219>
- Setyowati, T., Az, B. T., & Tobing, D. S. K. (2021). The Role of Organizational Citizenship Behavior in Mediating the Relationship Between Organizational Culture and Job Satisfaction with Employee Performance. *Quality - Access to Success*, 22(185), 220–234. <https://doi.org/10.47750/QAS/22.185.29>
- Suharsono, R. S., Nirwanto, N., & Zuhroh, D. (2020). Voluntary Disclosure, Financial Reporting Quality and Asymmetry Information. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(12), 1185–1194. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO12.1185>