

**LAPORAN AKHIR
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT YANG DIAJUKAN
KE LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



**PEMBERDAYAAN DIGITALISASI BISNIS WANITA PELAKU UMKM DI PACITAN
DALAM MENGATASI KENDALA PEMASARAN DAN PENDANAAN SELAMA PANDEMI**

Disusun oleh:

Ketua Tim

Dr. Ignatius Roni Setyawan, S.E., M.Si. – NIDN 0318037301

Nama Mahasiswa:

Corriyanti Kosasih – NIM 115180182
Valentino Chandrawinata- NIM 115180376

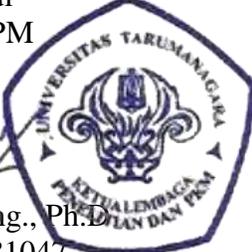
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
TAHUN
2022**

**HALAMAN PENGESAHAN
PELAKSANAAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
PERIODE II / TAHUN 2022**

1. Judul : Pemberdayaan Digitalisasi Bisnis Wanita Pelaku UMKM di Pacitan Dalam Mengatasi Kendala Pemasaran dan Pendanaan Selama Pandemi
2. Nama Mitra PKM : Smitha Catur Widyantara
3. Ketua Tim PKM :
Nama dan gelar : Dr. Ignatius Roni Setyawan, SE, M.Si
NIK/NIDN : 10103011/ 0318037301
Jabatan/Golongan : Lektor Kepala/IIID
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi & Bisnis
Bidang keahlian : Manajemen Keuangan
Alamat kantor : Jl. Tanjung Duren Utara 1 Jakarta 11470
Nomor HP : 081210398269
4. Anggota Tim PKM (Dosen)
Jumlah anggota : - orang
Nama anggota 1/Keahlian : -
Nama anggota 2/Keahlian : -
Nama anggota 3/Keahlian : -
5. Anggota Tim Mahasiswa : 2 orang
Nama Mahasiswa dan NIM : Corriyanti Kosasih (115180182)
Nama Mahasiswa dan NIM : Valentino Chandrawinata (115180376)
6. Lokasi Kegiatan Mitra
Wilayah Mitra : Purwoharjo, Baleharjo, Pacitan
Kabupaten/Kota : Pacitan
Provinsi : Jawa Timur
Jarak PT ke lokasi Mitra : 644 km dari Kampus UNTAR
7. Luaran yang dihasilkan : Artikel Ilmiah dan Artikel Populer
8. Jangka Waktu Pelaksanaan : Periode II (Juli – Desember)
9. Biaya yang disetujui LPPM : Rp 10.500.000,-

Jakarta, 21 Desember 2022
Ketua

Menyetujui
Ketua LPPM



Jap Tji Beng., Ph.D.
NIK : 10381047



Dr. Ignatius Roni Setyawan, SE, MSi
NIDN/NIK: 0318037301/10103011

RINGKASAN

Melanjutkan kegiatan PKM di Sindang Jaya, Tangerang yang berhasil membuat profilisasi wanita pelaku UMKM dari aspek literasi keuangan dan pemasaran digital maka kegiatan PKM kali ini mengambil kembali tema yang hampir sama dengan obyek berbeda yakni wanita pelaku UMKM di Pacitan. Adapun yang menjadi latar belakang PKM adalah upaya dari regulator setempat yakni PLUT KUKM (Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi Usaha Kecil, Mikro dan Menengah) untuk mengangkat potensi bisnis wanita pelaku UMKM yang dibina karena dari sisi motivasi usaha dan nilai jual produk maka wanita pelaku UMKM memiliki potensi bisnis yang baik. Hal ini dapat dibuktikan saat pandemi yang berlangsung ternyata wanita pelaku UMKM di Pacitan masih mampu bertahan dengan baik. Berdasarkan pembicaraan dengan pihak PULT KUKM Pacitan, maka tim PKM kembali mendapatkan ijin melakukan PKM dengan obyek wanita pelaku UMKM di Pacitan.

Ada dua argumentasi yakni pertama, mendasarkan pada pengalaman kesuksesan PKM dengan topik literasi keuangan dan pemasaran digital pada wanita pelaku UMKM Kecamatan Sindang Jaya, Tangerang. Kedua, adalah sudah pernahnya tim PKM melakukan kegiatan terhadap wanita pelaku UMKM di Pacitan dengan hasil respon yang cukup bagus.

Hasil kegiatan PKM tanggal 17 September 2022 berbentuk konsultasi pendampingan secara daring adalah tercapainya interaksi diskusi antara tim PKM dan wanita pelaku UMKM. Interaksi diawali dengan presentasi wanita pelaku UMKM latar belakang usaha; proses bisnis, capaian yang sudah ditorehkan serta kiat mengatasi hambatan selama pandemi. Terbukti 6 wanita pelaku UMKM terpilih mampu menggunakan digitalisasi bisnis dan mengatasi masalah pendanaan. Hanya pada bidang pemasaran digital saja, wanita pelaku UMKM perlu didorong lebih maksimal.

Kata Kunci: Wanita UMKM, Literasi Keuangan, Pemasaran Digital, PLUT KUKM Pacitan

PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) secara daring pada mitra Wanita Pelaku UMKM di Pacitan, Jawa Timur secara daring pada tanggal 17 September 2022 berjalan dengan lancar, sehingga kami dapat menyelesaikan laporan akhir kegiatan PKM ini tepat pada waktu yang telah ditentukan.

Kami menyadari bahwa terlaksananya kegiatan PKM dan penyusunan laporannya adalah berkat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kami ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada LPPM (Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat) Universitas Tarumanagara, Bapak Jap Tji Beng., Ph.D (Ketua LPPM UNTAR), Ibu Dr. Ir. Endah Setianingsih, MT (Manager Bidang PKM LPPM UNTAR), bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, SE, MM, MBA (Dekan FEB UNTAR), dan berbagai pihak lainnya yang telah memberikan dukungan pendanaan, bimbingan, perhatian dan arahan yang bermanfaat bagi kami untuk melakukan penyelesaian laporan akhir PKM ini,

Laporan akhir ini dibuat dengan tujuan melaporkan semua kegiatan dan target luaran yang harus sesuai dengan proposal. Selain itu laporan akhir juga akan digunakan sebagai pedoman untuk menyusun proposal kegiatan PKM selanjutnya dan hal-hal yang perlu perbaikan dari segi isi, format dan jenis-jenis luaran.

Kami menyadari bahwa laporan akhir ini memang masih terdapat ketidaksempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat kami harapkan. Atas perhatian dan kerjasamanya, kami mengucapkan banyak terima kasih. Semoga laporan ini bermanfaat untuk kita semua.

Jakarta, 21 Desember 2022

Ketua Tim Pelaksana,



Dr. Ignatius Roni Setyawan, SE, M.Si

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	1
Halaman Pengesahan	2
A. Laporan Akhir Pengabdian Kepada Masyarakat	
Ringkasan	3
Prakata	4
Daftar Isi	5
Daftar Tabel	6
Daftar Gambar	7
Daftar Lampiran	8
BAB 1 PENDAHULUAN	9
1.1 Analisis Situasi	9
1.2 Permasalahan Mitra	11
1.3 Uraian Hasil Penelitian dan PKM Terkait	11
BAB II. SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN	13
2.1 Solusi Permasalahan	13
2.2 Luaran Kegiatan PKM	13
BAB III. METODE PELAKSANAAN	14
3.1 Tahapan Langkah-Langkah Solusi Bidang Digitalisasi Bisnis	14
3.2 Partisipasi Mitra dalam Kegiatan PKM	15
3.3 Kepakaran dan Pembagian Tugas Tim	15
BAB IV. HASIL DAN LUARAN YANG DI CAPAI	16
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	21
DAFTAR PUSTAKA	22
LAMPIRAN-LAMPIRAN	23

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Profil Wanita (W) UMKM di Kec. Sindang Jaya, Tangerang	12
Tabel 2.	Luaran Kegiatan	13
Tabel 3	Tim Pengusul, Status dan Kepakaran	15
Tabel 4.	Nama dan Tugas Tim Pengusul	15

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Persiapan Akhir Agenda PKM	16
Gambar 2.	Pemaparan Tim PKM (Bapak Roni)	17
Gambar 3.	Sesi Foto Bersama Kegiatan PKM	18

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Materi Yang Disampaikan ke Mitra	23
Lampiran 2.	Foto-Foto Kegiatan & Link Video Kegiatan	34
Lampiran 3.	Luaran Wajib: <i>Draft</i> Artikel (ada bukti submit) Ke Jurnal Mitra Atmajaya	36
Lampiran 4.	Luaran Tambahan: Artikel Sudah Terbit Di PINTAR Sosial Humaniora	61
Lampiran 5.	Poster	68

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Kabupaten Pacitan merupakan salah satu Kabupaten yang berada di wilayah Provinsi Jawa Timur, dengan letak yang berbatasan langsung dengan Provinsi Jawa Tengah, yaitu Wonogiri. Sebelah selatan dari Kabupaten Pacitan adalah lautan luas, yang dikenal dengan Samudera Hindia (Laut Cina Selatan), sedangkan sebelah barat berbatasan dengan deretan pegunungan seribu, yang terbentang dari wilayah Wonogiri (Jawa Tengah) sampai dengan Kabupaten Pacitan. Sebelah utara dari Kabupaten Pacitan adalah Kota Ponorogo (Jawa Timur), sedangkan sebelah timur berbatasan dengan Kota Trenggalek (Jawa Timur). Kondisi geografis dan alam yang dimiliki oleh Kabupaten Pacitan mengakibatkan masyarakat di Pacitan mempunyai keunggulan potensi sumber daya alam yang berbeda. Masyarakat di wilayah selatan, mempunyai potensi unggulan berupa hasil perikanan, mengingat kondisi wilayah mereka yang berdekatan dengan laut atau Samudra Hindia. Masyarakat di wilayah Barat, mempunyai potensi unggulan kerajinan batu akik, karena kondisi wilayah di daerah Barat merupakan pegunungan kapur, sehingga banyak hasil alam berupa batu mulia di daerah ini. Sedangkan di wilayah Utara, masyarakatnya banyak yang mengolah hasil pertanian, karena daerah utara lebih subur dan dingin dibandingkan dengan wilayah lain. Untuk masyarakat yang tinggal di daerah kota, memiliki potensi perdagangan dan kuliner sebagai produk unggulan mereka. Potensi sumber daya alam dan ragam jenis sumber ekonomi yang berbeda inilah yang membuat Pacitan memiliki potensi produk unggulan yang bermacam-macam.

Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) adalah Lembaga yang menyediakan jasa non finansial yang menyeluruh dan hubungan bagi koperasi dan usaha mikro, kecil dan menengah (KUMKM) guna untuk meningkatkan kinerja produksi, kinerja kerjasama, akses ke pembiayaan, pengembangan SDM melalui peningkatan kapasitas kewirausahaan, teknis dan manajerial, serta kinerja kelembagaan untuk meningkatkan daya saing KUMKM. UMKM yang terdata di PLUT (Pusat Layanan Usaha Terpadu) di Kabupaten Pacitan meliputi usaha bidang kerajinan, makanan dan souvenir.

Usaha-usaha kecil dan menengah ini tersebar di seluruh wilayah Kabupaten Pacitan, dengan memanfaatkan potensi sumber daya alam berada di sekitar mereka. Menurut data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan, jumlah perusahaan industri formal dan informal di Kabupaten Pacitan tahun 2019 sebanyak 12.386 perusahaan. Klasifikasi industri ini didominasi oleh industri gula merah sebanyak 5.104 unit dan industri tempe dengan jumlah 1.123 unit usaha. Sebagai penunjang aktivitas perdagangan, Pacitan memiliki 98 pasar, 6 toko dan 1.286 kios serta warung.

Dari berbagai potensi UMKM tersebut, ternyata ada potensi terpendam yang dimilikinya, yaitu potensi kaum wanita sebagai pelaku usaha. Potensi dan peran wanita dalam sektor ekonomi sangatlah besar. Berdasarkan data dari kementerian koperasi menyebutkan bahwa 99,9% usaha di Indonesia adalah UMKM dan berdasarkan survey dari Bank Dunia (2016) dalam Gendro & Kusuma (2020) serta Lee and Huruta (2022) menyebutkan lebih dari 50% usaha mikro dimiliki oleh wanita. Wanita mempunyai dua peran, yaitu wanita sebagai penggerak ekonomi keluarga dan wanita sebagai penggerak ekonomi di lingkungan sekitarnya, yang akan menggerakkan perekonomian nasional. Bukan sesuatu yang mudah bagi kaum wanita untuk menjalankan dua peran ini sekaligus. Oleh karena itulah edukasi tentang peran dalam keluarga dan bidang usaha harus dilakukan.

Peranan wanita dalam perekonomian terlihat kiprahnya secara signifikan, yaitu dari sektor UMKM terdapat 53,67% UMKM yang dimiliki oleh kaum wanita, dengan hampir 97% karyawannya merupakan kaum wanita. Kontribusi yang diberikan oleh kaum wanita pada perekonomian nasional sebesar 61%, sedang kontribusi wanita di bidang investasi sebesar 60%. Hal ini menunjukkan betapa besarnya peranan yang diberikan kaum wanita dan perekonomian nasional. Sehingga, kemampuan literasi dan kapasitas wanita dalam berpikir secara cerdas pada pengelolaan keuangan akan membawa dampak yang luar biasa bagi pengambilan keputusan keuangan yang dilakukannya. Besarnya populasi wanita di Indonesia hampir separuh dari total penduduk di Indonesia. Partisipasi wanita sangat penting untuk kekuatan dan ketahanan ekonomi yang berkelanjutan. Selama pandemi Covid-19, terjadi peningkatan dari jumlah UMKM yang dikelola oleh kaum wanita. Ada beberapa hal yang mengakibatkan hal ini, beberapa diantaranya adalah wanita lebih cenderung menyukai keterlibatan dalam industri rumah tangga, daripada kegiatan industri pabrik. Selama pandemi Covid-19, banyak terjadi penutupan pabrik ataupun pengurangan karyawan. Hal berikutnya adalah jam kerja yang lebih luwes dalam industri rumah tangga, sehingga merupakan hal positif dan menguntungkan bagi kaum wanita. Karena mereka masih berkesempatan untuk merawat dan mengasuh anak-anaknya. Selain itu sikap luwes dan tangguh yang dimiliki oleh kaum wanita, merupakan salah satu bekal mereka untuk bertahan hidup dan berupaya untuk menopang perekonomian keluarga. Wanita merupakan pelaku perekonomian yang berperan penting dalam kemajuan UMKM. Sehingga ketangguhan wanita UMKM menjadi hal yang mendasar, karena UMKM merupakan penggerak dan tulang punggung ekonomi keluarga serta ekonomi nasional. Ketangguhan wanita dalam pengelolaan UMKM dimulai dari kemampuan mereka dalam memahami pengelolaan keuangan (literasi keuangan), produk keuangan dan investasi yang ditawarkan oleh lembaga keuangan (inklusi keuangan), alokasi dana, pengembangan pemasaran serta teknologi digital untuk lebih mengembangkan usaha UMKM tersebut.

1.2 Permasalahan Mitra

Dengan melihat potensi keunggulan yang dimiliki oleh setiap daerah, maka pemerintah pusat melalui kementerian koperasi dan UMKM (KemenkopUKM) mendirikan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT), dengan tujuan untuk mendorong UKM menjadi lebih baik. Program PLUT ini mulai di laksanakan sejak tahun 2014, dengan dikeluarkannya peraturan Kemenkop (Permenkop) No. 9 tahun 2013. Tujuan dari PLUT itu antara lain untuk memberikan fasilitas layanan pengembangan usaha KUMKM, melakukan mediasi bagi KUMKM dalam membangun hubungan dengan pemangku kepentingan, menstimulasi perkembangan usaha KUMKM, dan peningkatan kualitas KUMKM secara inovatif, kreatif dan produktif. Oleh karena itu di PLUT disediakan konsultan pendamping, yang memberikan layanan pendampingan untuk para pelaku usaha KUMKM. PLUT Kabupaten Pacitan memiliki 5 orang konsultan pendamping, dimana setiap konsultan memegang satu topik pendampingan. Bapak Smitha Catur Widyantara merupakan salah satu konsultan pendamping untuk pelaku UMKM di Kabupaten Pacitan. Berdasarkan hasil diskusi dengan beliau, maka terdapat 2 permasalahan utama yang di hadapi oleh wanita pelaku UMKM di Kabupaten Pacitan, yaitu :

1. Wanita pelaku UMKM di Kabupaten Pacitan masih memiliki kemampuan yang minim dalam hal literasi keuangan dan inklusi keuangan.
2. Wanita pelaku UMKM di Kabupaten Pacitan masih memiliki kemampuan yang minim dalam hal pemanfaatan kemajuan teknologi digital, serta media sosial yang dipergunakan dalam rangka untuk mengembangkan usaha mereka.

Masalah pertama ini terkait dengan rendahnya literasi keuangan yang dialami oleh wanita pelaku UMKM di Pacitan. Akibat masalah pertama maka mncul masalah kedua yakni belum begitu familiarnya wanita UMKM di Pacitan dengan pemasaran digital. Kedua masalah berdampak kurang bagusnya kinerja wanita UMKM Hal ini merujuk studi Fadila, et. al. (2021), Hapsoro, et.al. (2019) serta Rohmah (2019).

1.3. Uraian Hasil Penelitian dan PKM Terkait

Kegiatan PKM dengan berpusat pada topik masalah literasi keuangan dan belum familiarnya *digital marketing* di kalangan wanita UMKM sudah dilakukan sebelumnya di Kec. Sindang Jaya, Tangerang dengan profil seperti terlihat pada tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Profil Wanita (W) UMKM di Kec. Sindang Jaya, Tangerang

Inisial Nama (W)	Usia dan Pendidikan	Bentuk Usaha dan Lama Operasional	Hambatan Usaha Selama Kondisi Pandemi	Sosial Media untuk Promosi Penjualan	Aplikasi yang Dipakai Untuk Penjualan On line
U (W)	23 (SMU)	Makanan Ringan (2 tahun)	Pemasaran dan semakin banyak pesaing	Facebook, Instagram, Tiktok, Twitter	Gofood, Shopee, Tokopedia, Bukalapak
EDA (W)	29 (S1)	Susu almond (1 tahun)	Jarang ada peminat	Instagram	Gofood, Shopee, Tokopedia
RJPD (W)	27 (S1)	F & B (1 tahun)	Fluktuatif harga bahan pangan	Instagram	Gofood
M (W)	36 (S1)	Makanan dan Minuman (3 tahun)	Promosi dan harga	Instagram	Gofood
E (W)	47 (S1)	Rumah Makan (3 tahun)	Promosi	Instagram Facebook	Gofood

Profil sampel wanita UMKM di Kec. Sindang Jaya, Tangerang terlihat memiliki level literasi keuangan dan familiarisasi pemasaran digital yang cukup bagus. Hal ini dirujuk dari kemampuan mengidentifikasi jenis aplikasi penjualan online dan media sosial serta mengidentifikasi hambatan usaha selama pandemi. Profil seperti inilah yang ditularkan ke wanita UMKM di Pacitan melalui metode konsultasi sesuai studi Rita & Utomo (2019), Nur et.al. (2020), Octavina & Rita (2021).

Dengan konsultasi yang penuh keakraban antara instruktur dan pelaku UMKM maka potensi kemampuan dari pelaku UMKM di bidang manajemen pemasaran, operasional dan yang lainnya yang selama ini terpendam dapat dimunculkan dengan baik dan akan terus dikembangkan dengan berbagai pelatihan yang relevan.

BAB 2 SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN

2.1. Solusi Permasalahan

Terkait permasalahan wanita pelaku UMKM di Pacitan dalam hal minimnya pemanfaatan kemajuan teknologi digital termasuk literasi keuangan dan pemasaran digital, maka tim PKM memberi solusi berupa rancangan konsultasi pendampingan wanita pelaku UMKM pada area digitalisasi bisnis terkait. Metode konsultasi pendampingan dinilai lebih efektif daripada metode webinar atau ceramah karena lebih banyak melibatkan peserta secara aktif untuk lebih cepat menemukan masalah dan solusinya.

Agar kegiatan selama 120 menit ini efektif maka peserta wanita pelaku UMKM minimum perbekalannya adalah HP/WA, ATK serta brosur produk atau contoh produk (fisik). Kemudian 1 tim PKM mendampingi 5-10 peserta per 1 topik konsultasi di atas. Dapat juga dimintakan kepada para pelaku UMKM untuk menyiapkan video profil bisnis mereka untuk kemudian dievaluasi oleh tim PKM terkait.

2.2. Luaran Kegiatan

Kegiatan PKM memiliki dua jenis yakni luaran wajib yakni publikasi ilmiah pada jurnal ber ISSN sebagai hasil kegiatan temu ilmiah SENAPENMAS UNTAR pada bulan Oktober 2022 dengan target publikasi bulan Desember 2022- Januari 2023 dan luaran tambahan yakni publikasi media massa pada kolom PINTAR Sosio Humaniora dengan target publikasi bulan Desember 2022, seperti di tabel 2.

Tabel 2. Luaran Kegiatan

No.	Jenis Luaran	Keterangan
Luaran Wajib		
1	Publikasi ilmiah pada jurnal ber ISSN atau	Draft sudah <i>submit</i>
2	Prosiding dalam temu ilmiah	-
Luaran Tambahan (wajib ada)		
1	Publikasi di media massa	Draft sudah <i>submit</i>
2	Hak Kekayaan Intelektual & Teknoligi Tepat Guna	-
3	Model/purwarupa/karya desain	-
4	Buku ber ISBN	-

BAB 3 METODE PELAKSANAAN

3.1. Tahapan/Langkah-Langkah Solusi bidang Digitalisasi Bisnis

Persoalan rendahnya literasi keuangan dan pemasaran digital akan berdampak pada munculnya kendala pemasaran dan pendanaan bagi pelaku UMKM. Mengingat kedua hal ini cukup kritis terutama saat pandemi covid-19, maka metode pelaksanaan PKM bukan lagi dalam webinar melainkan perlu dalam bentuk konsultasi pendampingan. Metode ini dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Perkenalan tim PKM untuk kegiatan pendampingan yang dilakukan.
2. Perkenalan beberapa peserta wanita pelaku UMKM untuk memperoleh informasi terkini dari bisnis UMKM selama pandemi.
3. Pengenalan materi *women entrepreneur* melalui paparan deskripsi pengalaman studi empirik tentang wanita pelaku UMKM di India.
4. Dua topik Konsultasi atau Pendampingan wanita pelaku UMKM.
 - a. Masalah: Kendala Pendanaan akibat rendahnya literasi keuangan
Pengalaman memperoleh pendanaan melalui pinjaman bank dan yang lainnya. Target temuan: Hal-hal memudahkan maupun hal-hal sebaliknya. Target solusi: Jika lebih banyak ditemukan hal-hal yang tidak memudahkan. Contoh: wanita pelaku UMKM A kurang memahami tentang mekanisme perhitungan kebutuhan kredit, maka solusinya adalah pengenalan metode *Working Capital Turnover* untuk menghitung kebutuhan modal kerja.
 - b. Masalah: Kendala Pemasaran akibat belum familiarnya *digital marketing*
Pengalaman menggunakan media pemasaran baik konvensional & digital.
Target temuan: Hal-hal yang memudahkan maupun hal-hal sebaliknya.
Target solusi: Jika lebih banyak ditemukan hal-hal yang tidak memudahkan.
Contoh: wanita pelaku UMKM B kurang memahami penggunaan media pemasaran digital, maka solusi adalah pengenalan penggunaan Instagram, Facebook dll. sebagai media pemasaran digital yang sudah begitu populer. Penjelasan penggunaan media pemasaran sampai hal-hal yang teknis.
5. Kesimpulan oleh tim PKM tentang hasil kegiatan konsultasi atau /pendampingan yang telah dilakukan untuk kedua topik kendala pemasaran dan pendanaan.
6. Pemberian apresiasi bagi 1-2 wanita pelaku UMKM terbaik yang dinilai paling mampu menampilkan profil bisnis dan menceritakan penggunaan teknologi digital pada aktivitas usahanya.

3.2 Partisipasi Mitra dalam Kegiatan PKM

Mitra yakni Bapak Smitha Catur Widyantara (Konsultan Teknis PLUT KUKM Pacitan) memiliki partisipasi sebagai *co-host* kegiatan PKM dan berhak melakukan seleksi peserta kegiatan PKM 17 September 2022. Peserta diseleksi dari hasil komunikasi dengan kelompok Wanita UMKM per industri maksimum 20 orang dan minimum 6 orang.

3.3 Kepakaran dan Pembagian Tugas Tim

Kepakaran dan pembagian tugas tim PKM diuraikan pada tabel 3 dan 4.

Tabel 3 Tim Pengusul, Status dan Kepakaran

No.	Nama	NIDN/NIDK /NIM	Status	Kepakaran
1.	Dr. Ignatius Roni Setyawan, SE, M..Si	0318037301	Dosen	Keuangan
2.	Corriyanti Kosasih	115180182	Mahasiswa	Keuangan
3.	Valentino Chandrawinata	115180376	Mahasiswa	Keuangan

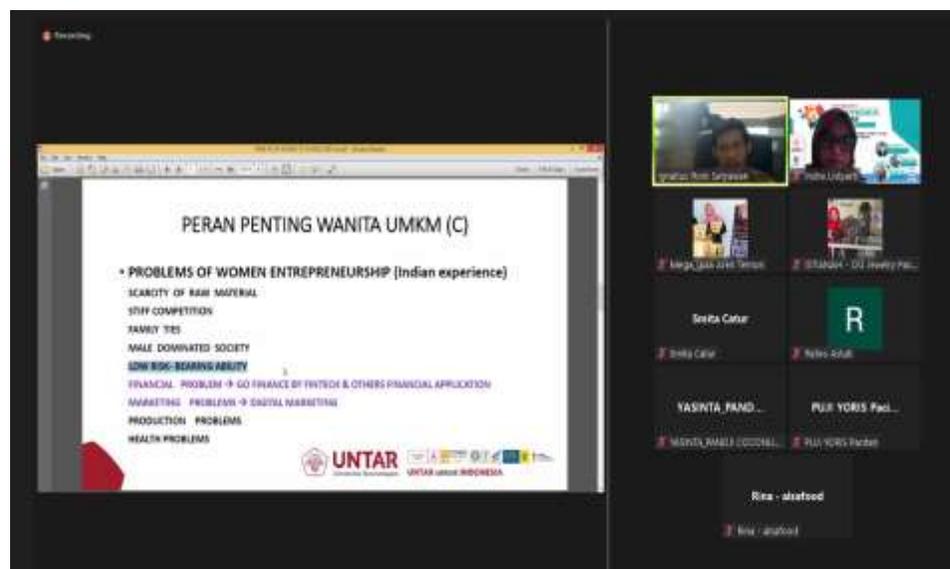
Adapun tugas sebelum dan saat pelaksanaan setiap anggota tim PKM berbeda-beda menurut kepakaran dan pengalaman masing-masing sesuai tabel 4. yaitu

Tabel 4 Nama dan Tugas Tim Pengusul

Nama	Tugas Pra Pelaksanaan PKM	Tugas Pelaksanaan PKM
Dr. Ignatius Roni Setyawan, SE, M..Si	Kompilasi Materi	Pelaksana Utama
Corriyanti Kosasih	Administrasi Proposal	Pelaksana Penunjang
Valentino Chandrawinata	Administrasi Proposal	Pelaksana Penunjang

mereka memerlukan pendampingan dari nol sampai mereka jadi. Dana bergulir yang merupakan program dari pemerintah, telah mereka terima meski belum semua pelaku UMKM yang menerimanya, yaitu dana bergulir dari Bank Jatim, KUR, Bank BRI dan Bank BNI. Selain itu mereka perlu untuk dikenalkan *digital marketing awareness, marketing tools* untuk meningkatkan *positioning* produk mereka di pasar.

Kegiatan pada hari ke 2 dilakukan pada tanggal 17 September 2022, melalui media *zoom*, dimana kegiatan ini diikuti oleh 6 peserta wanita pelaku UMKM di Kabupaten Pacitan yang telah dipilih oleh pihak PLUT. Seperti terlihat pada gambar 2 kegiatan PKM diawali oleh pemaparan Bapak Roni mengenai peran penting wanita UMKM dengan menitikberatkan pembentukan semangat *women entrepreneurship*.



Gambar 2, Pemaparan Tim PKM (Bapak Roni)

Sebelum para peserta ini ikut kegiatan di hari Sabtu, tim PKM terlebih dahulu telah membuat sarana komunikasi dengan mereka melalui whatsapp group. Beberapa hari sebelumnya mereka telah mengirimkan kepada tim PKM video singkat mengenai profile usaha mereka. Ke enam peserta webinar ini adalah OG Jewellery, Alsa Food, Gula Aren Temon, Minuman Yoris, Criping Pisang, dan Coconut Snack. Setiap peserta ini mempunyai keunikan dari produk masing-masing, yang mencerminkan sumber daya lokal dari Pacitan. Kegiatan webinar di hari Sabtu ini ditanggapi sangat antusias oleh para peserta, sehingga sampai akhir diskusi dan pendampingan, mereka tetap semangat untuk berdiskusi.



Gambar 3, Sesi Foto Bersama Kegiatan PKM

Setelah masing-masing pelaku UMKM melakukan presentasi dan menerima masukan dan saran dari tim PKM dan narasumber, maka kemudian dilakukan penjurian untuk memilih pemenang dari peserta webinar. Pemilihan pemenang berdasarkan originalitas video profile produknya, presentasi dan keunikan dari produknya. Akhirnya diperoleh 2 pemenang, yaitu *Alsa Food* dan *Gula Aren Temon*. Kegiatan PKM diakhiri dengan sesi foto bersama seperti terlihat pada gambar 3.

4.2. Luaran yang Dicapai

Luaran kegiatan PKM ini adalah hasil bahasan presentasi wanita UMKM yang terkumpul sebanyak 6 pelaku bidang usaha. Detil presentasi dan masukan dari tim PKM dapat dilihat di tautan yakni: https://drive.google.com/file/d/1gE7qW02v1NqWx9HkfEvumuAPcsWb9N4I/view?usp=share_link.

Konten dari luaran kegiatan PKM ini telah menjadi bahan tulisan di luaran wajib yakni draft jurnal ber-ISSN hasil Senapenmas UNTAR Oktober 2022 dan di luaran tambahan artikel kolom PINTAR Sosial Humaniora UNTAR.

Beberapa bahasan hasil yang diperoleh dari presentasi wanita pelaku UMKM pada agenda tanggal 17 September 2022 melalui zoom ini antara lain:

1. **OG Jewellery**, mereka sudah menggunakan media sosial untuk mempromosikan produknya, sering melakukan pameran, dan sudah melakukan penjualan produk secara online. Satu hal yang perlu diperbaiki adalah OG Jewellery perlu menambahkan *Scan Barcode* di kartu nama OG Jewellery, yang

langsung terhubung dengan media sosial yang telah mereka miliki. Scan Barcode ini langsung terhubung dengan *account whatsapp business* mereka, sehingga akan mempermudah bagi mereka untuk melebarkan pangsa pasar dan berkomunikasi dengan customer.

2. **Gula Aren Temon**, merupakan pelaku UMKM yang mengolah hasil sumber daya lokal dari Kabupaten Pacitan, yaitu gula aren. UMKM ini mempunyai keunggulan berupa smartfarming, dimana Gula Aren Temon melakukan kemitraan dengan petani-petani lokal dan mendidik mereka supaya membudidayakan pohon aren yang berkualitas, sehingga akan menghasilkan hasil aren yang bagus. Gula Aren Temon mengambil aren yang dihasilkan oleh para petani, dan mengolahnya menjadi beberapa jenis olahan gula aren yang berkualitas. Gula Aren Temon sudah menggunakan media sosial untuk memasarkan produknya dan melakukan penjualan secara online. Hal yang perlu dilakukan oleh Gula Aren Temon adalah menggunakan kartu nama dengan scan barcode yang terhubung dengan media sosial yang mereka miliki, menggunakan personal branding dan product branding. Media sosial yang mereka miliki sebaiknya menampilkan video singkat mengenai edukasi tentang produk gula aren kepada konsumen. Pengemasan video edukasi ini bisa berupa drama pendek tentang petani yang memanen aren, proses produksinya serta khasiatnya bagi kesehatan. Gula Aren Temon dapat menembus pasar luar negeri melalui TKI atau jamaah haji.
3. **Alsa Food**, merupakan pelaku UMKM yang bergerak dalam usaha pengolahan hasil laut yaitu pengolahan ikan tuna. Ikan tuna merupakan salah satu produk unggulan dari Kabupaten Pacitan, yaitu wilayah selatan. Alsa Food sudah menggunakan media sosial untuk mempromosikan produknya dan melakukan penjualan secara online. Untuk memperluas pangsa pasarnya maka Alsa Food dapat menggunakan forum TKI, agem umroh dan jamaah haji untuk mempromosikan salah satu produk unggulannya, yaitu abon ikan tuna.
4. **Minuman Yoris**, merupakan pelaku UMKM yang bergerak di bidang minuman kesehatan atau herbal. Produk unggulan yang dimiliki oleh Minuman Yoris ini adalah jahe merah, yang merupakan salah satu kekayaan lokal sumber daya alam yang dimiliki oleh Kabupaten Pacitan. Minuman Yoris sudah menembus pasar di daerah Bali, terutama produk jahe merah dalam bentuk kemasan sachet. Minuman Yoris sudah menggunakan media sosial untuk mempromosikan produknya, tetapi belum optimal dalam penggunaan media sosial dan penjualan online. Salah satu cara yang dapat dipergunakan untuk memperluas pangsa pasar yaitu dengan menggunakan forum TKI, forum mahasiswa yang kuliah di Luar Negeri untuk menembus pasar di Luar Negeri.

5. **Coconut Snack**, merupakan salah satu UMKM yang menghasilkan camilan sehat yang berasal dari daging buah kelapa. UMKM ini mengolah hasil lokal sumber daya alam dari Kabupaten Pacitan, Daging kelapa diolah menjadi camilan yang sehat dan enak. UMKM ini sudah menggunakan media sosial untuk mempromosikan produknya dan menjual produknya secara online. Selain itu mereka mempunyai 2 jenis pangsa pasar yang berbeda, yaitu menengah ke atas dan menengah ke bawah. Oleh karena itu, Coconut Snack harus hati-hati dalam melakukan *positioning* terhadap produknya, jangan sampai nanti mematikan produk mereka yang menengah ke atas.
6. **Criping Pisang**, merupakan pelaku UMKM yang masih konvensional dalam memasarkan produknya dan pengemasan produk, Kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM ini adalah minimnya literasi tentang *digital marketing* dan literasi teknologi. Sehingga UMKM ini perlu lebih banyak diberikan bimbingan dalam penggunaan dan pemanfaatan teknologi untuk memasarkan produknya, kemasan produknya sebaiknya dibuat kemasan yang lebih kecil, menarik sehingga nantinya akan dapat masuk ke pasaran retail.

Dari kegiatan PKM yang dilakukan maka terlihat bahwa para wanita pelaku UMKM masih memiliki kemampuan yang minim dalam literasi digital. Mereka masih belum optimal dalam menggunakan teknologi untuk meningkatkan usahanya. Di Indonesia, tercatat terdapat 73% pengguna internet, tetapi hanya 18% yang menggunakannya sebagai kebutuhan UMKM dalam meningkatkan produktivitasnya. Penggunaan jaringan berbisnis internet sangat bagus bagi UMKM untuk mempercepat penjualan produknya serta memasarkan produknya, yang pada akhirnya akan meningkatkan omzet penjualan dan meningkatkan keuntungan. Penggunaan digital marketing oleh pelaku usaha merupakan hal mutlak yang harus dilakukan di masa sekarang, supaya mereka terus bisa bertahan usahanya. Internet marketing merupakan sarana untuk memperluas jangkauan pasar, menurunkan biaya pemasaran dan meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Hasil kegiatan PKM tanggal 17 September 2022 yang dicapai oleh tim PKM adalah tercapainya interaksi diskusi antara tuim PKM dan Wanita pelaku UMKM setempat. Interaksi diawali dengan presentasi wanita pelaku UMKM akan latar belakang usaha; proses bisnis yang berjalan, capaian yang sudah ditorehkn serta kiat mengatasi hambatan selana pandemi. Dari pengamatan tim PKM maka terlihat 6 wanita pelaku UMKM terpilih sudah terbukti mampu menggunakan digitalisasi bisnis dan mampu mengatasi masalah pendanaan.

Hanya pada bidang pemasaran digital saja, 6 wanita pelaku UMKM perlu didorong agar lebih maksimal. Hal yang menjadi perhatiannya adalah efektivitas penulisan konten cerita profil bisnis dalam blog 6 wanita pelaku UMKM agar lebih menarik minat pembeli baru.

5.2. Saran

Dalam hal ini *engagement rate* dari pemasaran digital yang didapat masih rendah; sehingga hal ini menimbulkan ide baru untuk PKM berikutnya yakni membangun *brand awareness* dari produk dan bisnis ke-6 wanita polaku UMKM dalam bentuk pendampingan kegiatan lebih detil dan mengikat misalnya 1 wanita pelaku UMKM didampingi 1 instruktur PKM.

Dengan kehadiran 1 instruktur PKM tentang branding yang sesuai dengan profil bisnis setiap wanita pelaku UMKM maka diyakini hasil yang diharapkan yaitu perilaku lebih produktif dan kreatif untuk optimalisasi personal brand dan bisnis terkait akan terealisasi.

DAFTAR PUSTAKA

1. Fadila, A., D.R. Sholihah dan S. Nugraheni (2021), Pembinaan Pengelolaan Keuangan dan Pemasaran Digital Pada Pelaku UKM Di Kecamatan Ciomas Bogor, To Maega, *Jurnal Pengabdian Masyarakat* Vol. 4 No.2, hal. 221-230
2. Gendro, W., & Kusuma, C. K. (2020). Efek Impresi Fintech Terhadap Perilaku Keuangan UKM. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 21(April), 69–81.
3. Hapsoro, B. B., Palupiningdyah, & Slamet, A. (2019). Peran Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Omset. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 23(2), 117–120.
4. Lee, C.-W and Huruta, A.D. (2022) Green Microfinance and Women’s Empowerment: Why Does Financial Literacy Matter? *Sustainability MDPI*, Vol. 14 No.3. pp 1-13 <https://doi.org/10.3390/su14053130>
5. Nur, I.M, S. Hidayati dan Nurmatias (2020), Determinan Perilaku Manajemen Keuangan pada UMKM di Kelurahan Benda baru, Kecamatan Pamulang, Tangerang Selatan, *Prosiding BIEMA*, hal. 221-235.
6. Octavina, L.A. & M.R Rita (2021), Digitalisasi UMKM, Literasi Keuangan, dan Kinerja Keuangan: Studi Pada Masa Pandemi Covid-19, *Journal of Business & banking* Vol. 11 No.1, hal. 73-92. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2552>.
7. Rita, M. R., & Utomo, M. N. (2019). An entrepreneurial finance study: MSME performance based on entrepreneurial and financial dimensions. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 23(2), 217–234. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v23i2.3076>.
8. Rohmah, N. N. (2019). Efektifitas Digitalisasi Marketing Para Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Lombok (Analisis Media Equation Theory). *Al-I’lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.31764/jail.v3i1.1363>.