

# Upaya Peningkatan Penjualan Umkm Digital Printing Berbasis Online

Putri Rachmawati<sup>1</sup>, Hanifah Rahmi Fajrin<sup>2</sup>, dan Puspita Dewi Wulaningrum<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Teknologi Mesin, Program Vokasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,

<sup>2</sup> Program Studi Teknologi Elektro-medis, Program Vokasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,

<sup>3</sup> Program Studi Akuntansi, Program Vokasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,

Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183

Email: putri.rachmawati@vokasi.umy.ac.id

DOI: 10.18196/ppm.44.889

## Abstrak

Tujuan pengabdian ini adalah memanfaatkan teknologi informasi khususnya membuat brand pada produk yang akan dijual pada platform online. Zaman semakin berkembang dengan adanya wabah covid-19 yang berlangsung di Indonesia menuntut UMKM Prambanan Digital Printing lebih giat dan kreatif dalam melakukan pemasaran. Karena pandemi yang masih melanda akses untuk interaksi dengan manusia sangat dibatasi banyak pengusaha yang gulung tikar atas usahanya. Oleh karena itu, pengabdian ini membantu UMKM untuk mulai membuka digital online. Penjualan secara online merupakan jalan yang efektif dan solutif sekarang ini karena kurangnya masyarakat sekitar dalam pengenalan Digital Printing sehingga banyak penurunan income saat pandemi ini. Metode dalam pengabdian ini adalah pengembangan platform online. Sasaran program adalah UMKM prambanan Digital Printing. Hasil pengabdian ini adalah terbentuknya brand Digital Printing "Prambanan", dan penentuan titik koordinat pada Google Map dengan platform media sosial pada Instagram [http://instagram.com/digitalprambanan?utm\\_medium=copy\\_link](http://instagram.com/digitalprambanan?utm_medium=copy_link).

Kata Kunci: branding, Prambanan digital printing, sosial media

## Pendahuluan

Musibah yang melanda seluruh dunia terutama Indonesia sejak Maret 2020 sampai saat ini dengan musibah wabah covid-19 sangat memengaruhi banyak sektor perkembangan terutama bidang perekonomian apalagi yang dialami oleh pengusaha UMKM (Heliany, 2019; Yuniarti & Mauliana, 2012). Pendapatan para UMKM di pasar pariwisata, khususnya Prambanan, Klaten, Jawa Tengah ini menurun karena pengaruh wabah tersebut. Adanya PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) merupakan kebijakan pemerintah Indonesia sejak awal tahun 2021 untuk menangani pandemi covid-19 di Indonesia (Yuniarti & Mauliana, 2012) sehingga menurunkan daya beli konsumen pada usaha bisnis para UMKM tersebut. Untuk itu, diperlukan manajemen yang baik supaya bisa memperluas usaha dan menstabilkan omzetnya, diperlukan pembiayaan kecil. Manajemen *marketing* sangat diperlukan terutama *marketing digital* agar usaha yang dijalankan terjangkau oleh konsumen atau pembeli yang tidak bisa secara langsung karena PPKM. Pertumbuhan jumlah industri semakin meningkat setiap tahunnya terutama Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Perkembangan industri yang sangat pesat menimbulkan persaingan antarusaha sejenis sehingga memaksa pelaku usaha bersaing satu dengan yang lainnya. Teknologi digital saat ini merupakan peluang di berbagai bidang industri. Pelaku usaha pada masa pandemi sekarang ini menginginkan pemasaran yang efektif dan efisien sebagai sarana informasi. Berbagai informasi bisa didapat dari internet dengan melakukan usaha melalui *e-commerce* (Kotler & Keller, 2016). Pemanfaatan teknologi komputer dan printer yang saat ini banyak digunakan untuk mencetak teks dan gambar sederhana saat ini bisa digunakan untuk menghasilkan foto dengan kualitas yang bagus (Sriyadi & Ikhsan, 2020).

*Digital Printing* sekarang ini sedang menjadi *trend* untuk promosi pelaku usaha dalam pemasaran. Di sisi lain, permintaan akan produk *Digital Printing* semakin meningkat seiring

dengan banyaknya pesaing usaha *Digital Printing* yang baru. Persaingan akan semakin menggilgila karena didukung oleh teknologi *Digital Printing* yang lebih bagus dengan sistem pasar terbuka mampu dalam mengimplementasikan (Al Hakim, 2021).

Prambilan *Digital Printing* adalah sebuah usaha yang bergerak dalam bidang konveksi kemudian berkembang menjadi jasa percetakan yang menawarkan berbagai macam pelayanan cetak. Usaha ini merupakan jenis usaha mikro kecil menengah yang sudah memiliki pelanggan setia untuk pemesanan konveksi. Namun, dalam masa pandemik sekarang ini, prambilan *Digital Printing* mengalami dampak yang sangat signifikan. Sebelum pandemik, toko ini sudah memenuhi target dalam penjualan. Karena belum memanfaatkan teknologi sepenuhnya, promosi belum efektif (Lesmana, Sunardi, Kartono, Rudy, & Sumiaty, 2020).

Strategi pemasaran merupakan kunci bagi pengusaha dalam menghadapi persaingan. Tujuan utama dari sebuah usaha adalah pencapaian laba sebagai tolak ukur dalam berhasilnya suatu pencapaian tujuan. Selain itu, efektif dan efisien dalam menjalankan promosi (Kadim, Sunardi, Lesmana, & Sutarman, 2019). Efisiensi adalah strategi pemasaran yang dilakukan agar tidak mengalami pemborosan biaya operasional maupun biaya promosi (Kotler & Keller, 2016). Efektifitas adalah strategi pemasaran yang tepat sasaran. Permasalahan prambilan *Digital Printing* adalah pelanggan yang datang hanya warga asli prambilan saja, promosi dari mulut ke mulut, dan dalam memberikan leaflet ke sekolah-sekolah secara offline (Yuniarti & Mauliana, 2012).

## Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam kegiatan Pengabdian KKNPPM ini adalah:

1. Pengumpulan Informasi/data dan *brainstorming* ke UMKM daerah Kebondalem kidul Klaten Jawa Tengah di tengah pandemik covid-19 dengan wawancara kepada perangkat desa, pelaku usaha, kelompok masyarakat, kelompok UKM, kelompok PKK di Desa Kebondalem Kidul.
2. Pelatihan Manajemen *Marketing* dan pembukuan dalam bentuk memberikan edukasi pemasaran digital serta penerapannya.



Gambar 1. Pemberian Plakat kepada Pemilik Prambilan *Digital Printing*

Adapun waktu dan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini:

1. Pelaksanaan kegiatan Pengabdian KKNPPM dilaksanakan pada 16 Januari - 18 Maret 2021.
2. Tempat pelaksanaan di Kebondalem Kidul, Klaten, Jawa Tengah.

## Hasil dan Pembahasan

### 1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan yang dilakukan meliputi:

#### a. Survei awal

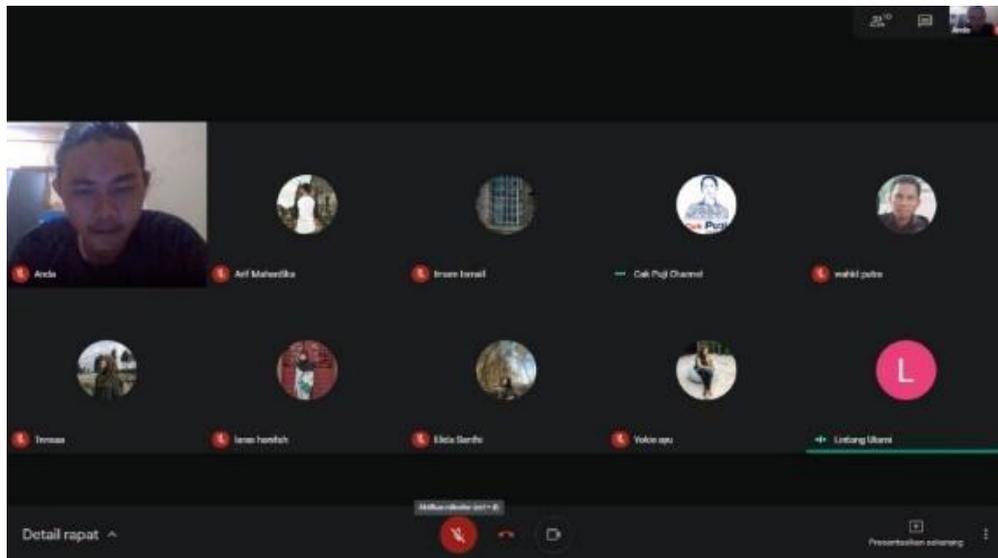
Pada tahap ini dilakukan survei lokasi UMKM dengan mendatangi perangkat desa setempat.

#### b. Observasi

Tahap ini dilakukan setelah survei dengan menentukan pelaksanaan dan sasaran kegiatan yang akan dilakukan.

#### c. FGD atau rapat koordinasi tim

Pada tahap ini forum diskusi bersama mengenai tanggal pelaksanaan dilakukannya pengabdian, pembagian tugas, mulai dari persiapan, pelaksanaan, sampai evaluasi program dan penyusunan laporan kegiatan selesai.



Gambar 2. Forum Diskusi Meeting Online

### 2. Tahap Pelaksanaan Pengabdian KKNPPM berbasis IT

Tahap pelaksanaan yang dilakukan meliputi:

#### a. Sosialisasi program

Pada tahap ini awal dari pelaksanaan dengan melakukan sosialisasi terhadap pelaku usaha dan perangkat desa setempat di Kebondalem Kidul.



Gambar 3. Sosialisasi Program Bersama Calon Mitra dan Perangkat Desa

b. Pelatihan dan Pendampingan

Pada tahapan ini diberikan pelatihan dan pendampingan kepada mitra UMKM berupa pelatihan pembukuan digital dan *marketing* berbasis digital dengan sosial media upaya dalam peningkatan omzet penjualan bagi UMKM Prambanan *Digital Printing* di tengah pandemik covid-19 yang sudah berlangsung hampir 2 tahun ini.



Gambar 4. Pelatihan Pembukuan Online



Gambar 5. Pendampingan UMKM Prambanan *Digital Printing*

### 3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi ini merupakan penilaian setelah rangkaian kegiatan dilakukan oleh pelaksana sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Evaluasi ini bisa berupa perbaikan atau saran untuk pelaksanaan kegiatan lebih baik lagi dan kelanjutan menjadi binaan kampus.



Gambar 7. Evaluasi Bersama Mitra Prambanan *Digital Printing*

### Simpulan

1. Hasil pendampingan pada Pelatihan Pembukuan secara Digital Menggunakan Program BukuKu yang ada di playstore dalam Pengabdian KKN PPM berbasis IT kepada mitra UMKM ini cukup membantu dan memudahkan dalam pencatatan harian hingga tahunan dengan rapi dan penerimaan omzet setiap bulannya bisa terhitung dengan jelas.
2. Dalam pengabdian ini juga diberikan pelatihan *marketing online* di *marketplace* dan Instagram karena pelaku usaha prambanan *Digital Printing* sudah familiar. Dengan demikian, diharapkan dapat memaksimalkan dalam *marketing* di social media sehingga mudah dikenal oleh konsumen di luar wilayah Kebondalem kidul. Berikut adalah laman sosial medianya: [http://instagram.com/digitalprambanan?utm\\_medium=copy\\_link](http://instagram.com/digitalprambanan?utm_medium=copy_link).

### Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada LPM UMY yang sudah membantu dalam program pengabdian KKNPPM ini. Terima kasih juga kami ucapkan kepada masyarakat Kebondalem Kidul yang sudah bersedia menjadi mitra pengabdian kami.

### Daftar Pustaka

- Al Hakim, R. R. (2021). Pencegahan penularan Covid-19 berbasis aplikasi Android sebagai implementasi kegiatan KKN tematik Covid-19 di Sokanegara Purwokerto Banyumas. *Community Engagement and Emergence Journal (CEEJ)*, 2(1), 7-13.
- Astari, N. K. P., Apriantara, I. G. A., & Tampubolon, A. H. (2020). BRANDING BERAS DI DESA BURUAN SEBAGAI SOLUSI UNTUK MENINGKATKAN HARGA JUAL BERAS. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 228-231.
- Heliany, I. (2019). Wonderful Digital Tourism Indonesia Dan Peran Revolusi Industri Dalam Menghadapi Era Ekonomi Digital 5.0. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 1(1), 21-35.
- Kadim, A., Sunardi, N., Lesmana, R., & Sutarman, A. (2019). Revitalisasi Fungsi Masjid Sebagai Pusat Penguatan Manajemen Peternak Sapi Rakyat melalui Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Terpadu (LEMPERMADU). (Studi Kasus di Masjid Ainul Yaqin Kel. Jontlak, Kec. Praya, Kab. Lombok Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Barat). *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Global edition (Global)*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Lesmana, R., Sunardi, N., Kartono, K., Rudy, R., & Sumiaty, R. Y. (2020). Implementasi Manajemen dalam Meningkatkan Minat Baca Warga Desa Cihambulu, Kec. Pabuaran, Kab. Subang, Jawa Barat. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(2).
- Sarwani, S., Sunardi, N., AM, E. N., Marjohan, M., & Hamsinah, H. (2020). Penerapan Ilmu Manajemen dalam Pengembangan Agroindustri Biogas dari Limbah Kotoran Sapi yang Berdampak pada Kesejahteraan Masyarakat Desa Sindanglaya Kec. Tanjungsiang, Kab. Subang. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(2).
- Satrianto, A., & Amar, S. (2020). PELATIHAN PEMASARAN PRODUK DAN PEMBUKUAN USAHA KECIL BAGI ANGGOTA KELOMPOK USAHA BERSAMA (KUBE) JASA E-WARONG JAYA BERJAYA KOTA PADANG. *Journal of Community Service*, 2(1), 015-023.
- Sriyadi, S., & Ikhsan, J. (2020). PKM Industri Kacang Mete Taman Mojo Dusun Mojolegi, Karang Tengah, Imogiri, Bantul. Paper presented at the Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat.
- Wibowo, S. A., & Ilmi, M. B. (2020). PENINGKATAN SKILL BERWIRAUSAHA MASYARAKAT MELALUI INOVASI PENGOLAHAN SUSU SAPI SIAP JUAL. Paper presented at the Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat.
- Yuniarti, Y., & Mauliana, S. (2012). Strategi pemasaran produk *Digital Printing* pada CV. fnb digital Jambi. *Digest Marketing*, 1(1).