

MENINGKATKAN PENJUALAN SECARA DIGITAL MARKETING DAN SERTIFIKASI PRODUK HALAL UMKM KECAMATAN TINGKIR KOTA SALATIGA TAHUN 2024

Rudika Harminingtyas¹⁾, Catur Prabowo²⁾, Diva Riza Fahlefi³⁾,
Nurrohmi Ambar Tasriastuti⁴⁾, Maduretno Widowati⁵⁾
STIE Pelita Nusantara Semarang^{1) 4), 5)},
STMIK Himsya Semarang²⁾, Universitas Wahid Hasyim³⁾
rudikaharminingtyas@gmail.com¹⁾, catur@stmikhimsya.ac.id²⁾, diva@unwahas.ac.id³⁾,
n.ambartasriastuti@gmail.com⁴⁾, maduretnowidowati161@gmail.com⁵⁾

Abstract

Salatiga is a city located in Central Java Province, Indonesia. This city is known as a cool area because it is located on the slopes of Mount Ungaran. Salatiga has a rich history and is a comfortable place to live as well as a center of government, economy and recreation. Tingkir is also a sub-district in Salatiga City, Central Java Province. Basically, MSMEs are a productive business or business that is run by individuals, groups, households, or small business entities that meet the standards as micro-businesses. So, it can be concluded that this MSME as a business managed by people from the lower middle class, this MSME aims to expand employment opportunities and provide economic services to the community at large. The characteristics of MSMEs are usually that business actors have not yet gained access to banking, but can access non-banking institutions, Generally do not have a business license, including a Taxpayer Identification Number (NPWP). The place of business can move. The commodity goods produced by the business are not fixed and can change. By looking at the conditions in the field, the MSMEs were given training on improving the use of digital technology which is currently widely used by the community. They feel that what they have done so far has not been optimal because they do not know what to do with technological advances. With this training, they open their hearts and minds to develop their business with the knowledge received during this training, namely marketing through digital media. This training is very helpful for MSMEs in trying to increase sales of their products so that they can cover their operational costs and can get decent profits and do not need to worry about sluggish sales. It is hoped that participants can continue to improve their businesses and use the right technology so that the businesses they run can grow.

Keywords: *Training, Capital and Qris.*

PENDAHULUAN

Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) resmi meluncurkan QR Code pada tanggal 17 Agustus 2019. Akan tetapi, di Indonesia memiliki banyak sistem pembayaran berbasis online seperti Gopay, OVO, Dana, LinkAja, Oleh karena itu, tiap sistem pembayaran tersebut juga mempunyai QR Code yang berbeda-beda. Infrastruktur sistem pembayaran yang bersifat eksklusif ini, menjadi kurang efisien karena keterbatasan interkoneksi dan interoperabilitas. Agar penggunaan QR Code di era digital ekonomi bisa optimal, pada tanggal 1 Januari 2020 Bank Indonesia (BI) merancang dan menetapkan standarisasi sistem pembayaran QRIS (Sekarsari et al., 2021). Keberadaan QRIS memungkinkan penggunaan QR Code yang sama di metode pembayaran berbeda yang tersedia di Indonesia.

Di era digital, banyak pelaku UMKM kini telah banyak yang mengetahui akan perkembangan teknologi digital di era industri 4.0. Para UMKM yang kebanyakan telah meleak adanya teknologi tersebut, dapat menjadi target yang potensial untuk transaksi pembayaran penyedia jasa layanan QR Code sebagai pengguna dan untuk mengembangkan layanan. Meskipun

banyak layanan mudah digunakan dan nyaman yang ditawarkan kepada UMKM dalam penelitian ini, seperti UMKM di Kecamatan Tingkir Kota Salatiga, namun masih banyak UMKM yang memilih untuk melakukan kegiatan rutin dan membayar uang tunai.

Ada beberapa faktor yang menjadi pertimbangan UMKM ketika mereka ingin menggunakan layanan QR Code. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan QR Code seperti halnya persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, dan sikap perilaku penggunaan QRIS. Persepsi kegunaan merupakan sejauh mana seseorang itu percaya bahwa dengan menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerja UMKM pada layanan QRIS. Sedangkan persepsi kemudahan penggunaan adalah tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem pembayaran merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Selanjutnya ada faktor *social capital* mengatakan modal sosial adalah sumber daya yang tersedia dalam pribadi seseorang dan jaringan kerja yang dimiliki, sedangkan modal sosial sebagai semua aspek yang mengarah dan diciptakan untuk memudahkan tindakan individu dalam struktur sosial. Modal sosial merupakan seperangkat hubungan dan norma yang tidak tertulis yang memungkinkan individu dan kelompok untuk bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Modal sosial memiliki tiga dimensi, yaitu dimensi struktural, dimensi relasional dan dimensi kognitif. Dengan demikian, Modal sosial menjadi modal paling utama yang harus dipunyai oleh pelaku UMKM, sehingga jiwa kewirausahaan meningkat agar roda usaha dapat berjalan.

Melihat pentingnya bagaimana UMKM dapat menjual produk atau jasanya yang ditandai peningkatan pelayanan menjadi topik dalam pengabdian kepada masyarakat yang akan kami laksanakan. UMKM Kecamatan Tingkir Kota Salatiga saat ini dalam melakukan penjualan masih sangat tradisional yaitu mengandalkan pembeli datang ke tempat usaha mereka. Belum terpikirkan bagaimana menjual secara elektronik atau menawarkan produk dan jasanya dan label halal melalui media sosial. Penjualan/peningkatan penjualan ini sangat dibutuhkan oleh para UMKM agar terus berlangsung dan dapat meningkatkan usahanya. Dalam pengabdian kepada masyarakat ini akan diberikan Pelatihan dan pelatihan berupa:

1. Bagaimana meningkatkan modal sosial bagi pelaku UMKM
2. Bagaimana menggunakan Qris bagi pelaku UMKM.

Metode Kegiatan ini dilaksanakan dengan pendekatan/ metode Pelatihan dan implementasi. Pemahaman tentang cara meningkatkan penjualan bagi pelaku UMKM agar memiliki mental dan semangat berusaha. Pengarahan tentang usaha-usaha yang dilakukan sebagai pelaku usaha. Memberikan materi tentang Modal Sosial dan Qris.

Rancangan evaluasi merupakan kegiatan yang perlu dilakukan dalam setiap kegiatan pengabdian masyarakat. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui capaian atas kegiatan atau program yang dilaksanakan. Evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat ini direncanakan sebagai berikut:

1. Evaluasi langsung dilakukan pada semua kegiatan Pelatihan dan pelatihan.
2. Evaluasi akhir dilakukan atas pemahaman dan implementasi peserta tentang strategi meningkatkan penjualan, Qris

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keberhasilan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dapat dilihat dari dua tolok ukur sebagai berikut:

1. Respon positif dari peserta Pelatihan
Respon peserta Pelatihan dan pelatihan diukur melalui observasi selama pelatihan berlangsung dan dengan mengadakan diskusi yang menyangkut kesan, saran, kritik dan usulan peserta setelah mendapat pelatihan terhadap pengabdian kepada masyarakat ini.
2. Meningkatnya keterampilan peserta setelah mendapat pelatihan.
Keterampilan peserta diobservasi saat Pelatihan dan pelatihan melalui tugas-tugas dan diskusi tentang permasalahan yang sering dihadapi.

UMKM Kecamatan Tingkir Kota Salatiga menghasilkan beberapa produk dan jenis usaha yang memiliki banyak variasi.

1. Menentukan produk yang dijual atau macam produk apa yang dijual.
Dalam hal ini para peserta menjadi tahu apa yang sebaiknya dijual oleh para UMKM. Mereka menyadari bahwa produk yang dijual kurang memberikan ciri khas untuk Kota Salatiga, pengemasan yang kurang menarik serta kualitasnya menurun.
2. Bagaimana menaikkan penjualan dengan penetapan harga jual produk para pedagang kurang memperhatikan komponen harga pokok. Hal ini bisa dimaklumi karena pendidikan mereka rata-rata hanya SMA yang kurang memiliki jiwa wirausaha yang kuat. Dalam Pelatihan dan pengabdian ini diberikan cara-cara untuk menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. Mereka harus memahami komponen yang menentukan harga pokok sehingga dapat menentukan harga jual produk yang layak. Harga yang layak disini adalah harga yang sudah diperhitungkan keuntungan yang diperoleh para pedagang sehingga mereka tidak menerima kerugian.
3. Bagaimana cara menjual agar cepat sampai ke tangan konsumen
Penjualan yang dilakukan seringkali hanya terbatas di tempat jual saja. Untuk itu para pedagang diarahkan untuk menjual dengan digital marketing. Hal ini akan mendorong orang untuk berbelanja.
4. Media Sosial seperti FB, WA, Instagram dll dapat dijadikan media untuk promosi sekaligus untuk menjual produk yang ditawarkan, sehingga perlu dipahami benar Media Sosial yang banyak dipakai oleh masyarakat.

PENUTUP

Dari kegiatan Pelatihan dan pelatihan ini dapat disimpulkan Produk yang dijual diarahkan ke produk yang sifatnya khas Kota Salatiga, mempunyai mutu yang baik serta keunikan produk yang baik sebagai daya tarik pelanggan. Dalam penetapan harga perlu dikaji komponen yang masuk dalam penetapan harga sehingga pedagang dapat menentukan harga yang wajar serta memperoleh keuntungan yang layak. Dalam melakukan penjualan tidak terpaku hanya di tempat jualan tetapi bisa secara digital atau transaksi dilakukan melalui Qris. Promosi perlu dilakukan dengan periklanan, promosi penjualan ataupun publisitas dalam *digital marketing*. Dengan demikian perlu ditingkatkan kekhasan produk sehingga mempunyai daya tarik yang lebih baik. Kemudian melakukan penetapan kembali harga produk yang dijual. Serta ditambah promosi *digital marketing*-nya sehingga pelanggan lebih mengenal dan gunakan Qris untuk membuat konsumen kita menjadi lebih yakin dan mempermudah transaksi.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada:

1. Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Kota Salatiga yang telah memberikan waktu dan tempat dalam kegiatan pengabdian ini.
2. Teman-teman satu tim pengabdian kepada masyarakat yang telah berkontribusi dalam kegiatan pengabdian ini
3. Ka LPPM yang telah memberikan *support* dan motivasinya sehingga kami tim pelaksana pengabdian mampu menyelesaikan kegiatan ini sampai selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, F. S. K. R. (2022). Analisis yang Mempengaruhi Minat Penggunaan QRIS sebagai Metode Pembayaran pada Masa Pandemi. 1(1). <https://journal.uinsi.ac.id/index.php/INASJIF/index>
- Ahmad, G. N. J. et al., (2023). ANALISIS FAKTOR TINGKAT KEPERCAYAAN PENGGUNAAN QRIS PADA UMKM DI SURABAYA MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM). Djtechno: Jurnal Teknologi Informasi. (4)1. DOI: <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/djtechno>
- Anggun, N. R., & Murtanto. (2023). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK (QRIS) PADA MAHASISWA AKUNTANSI. Jurnal Ekonomi Trisakti, 3(1). 1247-1256. DOI: <http://dx.doi.org/10.25105/jet.v3i1.16032>
- Aziz, M. et al., (2024). Pengaruh Sosial Budaya Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Pedagang Terhadap Minat Menggunakan QRIS sebagai Metode Pembayaran *Cashless*. Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat. 3(10). 3960-3966. DOI: 10.59141/comserva.v3i10.1162
- Bank Indonesia. (2024). Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). <https://www.bi.go.id/id/default.aspx>
- Cahyani, U. E. et al., (2022). Determinant of Behavioral Intention to Use Digital Zakat Payment: The Moderating Role of Knowledge of Zakat. *Ziswaf: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 9(1), 1. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v9i1.13330>
- Cecilia, E. et al., (2023). PENGARUH PENGETAHUAN DAN MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN LAYANAN QRIS DENGAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. Jurnal Revenue. (4)1, 386-397. DOI: <http://dx.doi.org/10.46306/rev.v4i1.274>
- Davis, F.D. et al., (1989). User acceptance of information technology: A model- based approach. *MIS quarterly*, 13(4), 989-1005.
- Davis, F.D. (1989b). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology Author(s). Management Information Systems Research Center. (13)3, 319-340. DOI: <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F.D. et al., (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*. (35)8. 982- 1003. DOI: <https://doi.org/10.1287/mnsc.35>.