

Digital Marketing dan Inovasi Produksi UMKM SSaeka Angelina (Sepatu Sandal Dampingan UMKN Kota Bogor) dalam Meningkatkan Penjualan

Bintang Sahala Marpaung¹⁾ | Annaria Magdalena²⁾ | Febry Lodwyk Rihe Riwoe³⁾

^{1,2,3)}Program Studi Manajemen, IBI Kesatuan, Bogor, Indonesia

bintangsaahala0203@gmail.com | anna.jkt29@yahoo.com | mr.febry@ibik.ac.id |

Abstrak: Dimasa yang tidak stabil ini, seperti Masa Pandemi, Perang Rusia dan Ukraina, Bencana Alam serta Gejolak Ekonomi menjadi masa yang sulit bagi *UMKM* yang ada di Kota Bogor. Salah satu *UMKM* yang terdampak adalah *SSaeka Angelina* (Sepatu Sandal dampingan *UMKN* Kota Bogor). Berkurangnya pesanan menyebabkan kemerosotan pendapatan dan menjadi masalah serius bagi keberlanjutan usaha. Berbagai Upaya dilakukan Pendamping *UMKN* Kota Bogor (*IBI Kesatuan*) terus melaksanakan berbagai Kegiatan Pendampingan pada berbagai mitra termasuk mitra *SSaeka Angelina* serta melalui pengembangan digital marketing serta inovasi produk. Metode yang digunakan adalah *participatory rural appraisal (PRA)* dimana metode ini dilakukan dalam beberapa tahap seperti sosialisasi, penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan terhadap mitra *UMKM*. Hasil yang dicapai adalah bertambahnya kemampuan mitra menggunakan komputer dengan aplikasi *canva*, memiliki pengetahuan *Soft Skill* yang bermanfaat dalam mengembangkan *UMKN* dan memiliki pengetahuan mengenai strategi penjualan yang dilakukan melalui digital marketing. Mitra juga mampu mengoperasikan di komputer, *smartphone android* serta strategi digital marketing untuk keberlanjutan usaha yang dilakukannya serta mengelola konten yang menarik sebagai media promosi produk di *Web Canva* serta media social khususnya *Instagram*, *Tik Tok*.

Kata Kunci: Digital Marketing; Inovasi; Pendampingan *UMKM*

Pendahuluan

Analisis Situasi

Sepatu Sandal tak dapat lepas dari dunia fashion dimana terdapat banyak jenis sepatu sandal untuk memenuhi semua kondisi. Pemilihan jenis sepatu sandal harus sesuai dengan kebutuhan dan kondisi. Selain kondisi yang perlu diperhatikan dalam pemilihan sepatu sandal adalah usia, ukuran, jenis kelamin, bahan, harga, kenyamanan saat dipakai dan faktor lainnya. Sepatu sandal pada masa kini bukan hanya sekedar kebutuhan primer sebagai alat pelindung kaki saja namun juga menjadi ajang trendi dan nyaman tersendiri bagi pemakainya.

Banyak masyarakat kebingungan dalam memilih sepatu sandal, hal tersebut dikarenakan banyaknya pilihan sepatu sandal di pasaran mulai dari merk, harga, bentuk, warna, kenyamanan saat dipakai dan faktor lainnya. Di sisi lain Produsen sepatu juga saling berlomba-lomba mempromosikan produk sepatunya dengan berbagai macam keunggulan.

Kondisi perekonomian yang Fluktuatif yang didukung data global dengan kondisi perang Rusia dengan Ukraina yang berdampak terhadap inflasi serta kebijakan cina pasca covid yang menetapkan zero covid 19 sehingga pertumbuhan perekonomian cenderung melambat membuat perekonomian di

negara kita mengalami perlambatan. Pendampingan dan Pembinaan UMKM sangat berperan dalam keseharian kegiatan mitra UMKN.

Implikasi dari perkembangan teknologi dan informasi yang sangat pesat pada saat ini melahirkan inovasi dalam beberapa aktivitas vital keseharian masyarakat, seperti e-business, e-commerce, e-learning, e-book, e-Money, Mobile Banking, e-Banking, dan lain sebagainya. Secara umum, bisnis *online* dapat disebut sebagai kegiatan-kegiatan bisnis yang terkait dengan aktivitas konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *service providers* dan pedagang perantara (*intermediaries*), dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer networks*) yaitu internet. Pemanfaatan dan penggunaan teknologi informasi dapat memberikan peluang pembangunan di sektor perekonomian dan meningkatkan interaksi sosial kearah yang lebih maju melalui teknologi yang ditawarkan serta memberikan kesempatan kepada seluruh pihak untuk dapat saling berbagi informasi dan pengetahuan, Pada era media teknologi yang semakin canggih saat ini.

Tujuan Kegiatan

Tujuan yang diharapkan dengan adanya Penelitian ini yang berjudul Digital Marketing dan Inovasi Produksi UMKM SSaeka Angelina (Sepatu Sandal dampingan UMKN Kota Bogor) dalam meningkatkan penjualan adalah agar dapat mengetahui dan menggunakan internet sebagai media massa baru kekinian yang dapat digunakan untuk hal-hal yang bermanfaat dan berdaya guna, selain itu untuk mengembangkan UMKM agar pelaku usaha mempunyai kreatifitas dalam mengelola usaha dan membuat produk yang inovatif pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan pelaku usaha.

Kemampuan Soft Skill merupakan pengetahuan dari pendamping UMKN berhubungan dengan peraturan, penerapan kegiatan usaha sehari hari lebih optimum

Manfaat Kegiatan

Adapun manfaat kegiatan ini agar mitra UMKN kota Bogor, terutama mitra UMKM SSaeka Angelina (Sandal Sepatu) untuk memahami bagaimana cara menggunakan dan memanfaatkan teknologi komunikasi. Sedangkan sasaran kegiatan ini ditujukan khususnya untuk para pengrajin sepatu di UMKM SSaeka Angelina (Sandal Sepatu) dapat memanfaatkan media sosial sebaik dan sebijak mungkin dalam memasarkan produknya. Disini masyarakat berperan sebagai komoditas yang bernilai untuk dijadikan para pemilik pengrajin sepatu dapat meluaskan usahanya melalui bisnis virtual.

Dengan Adanya Pendampingan Soft Skill sehingga mitra UMKN dapat menjalankan Usahanya, memecahkan kendala atau masalah yang dihadapi serta dapat mengembangkan usaha sesuai pengetahuan serta ketentuan yang didapatnya.

Tinjauan Pustaka

Industri kecil rata – rata tidak mempunyai pusat khusus sebagai kawasan pengrajin sepatu. Bahan baku kalep merupakan bahan utama dalam pembuatan sepatu. Bahan baku kalep berasal dari kulit sapi atau kulit domba yang sudah diproses, dengan hasil berupa bahan baku kulit yang cukup lunak agar mudah untuk dalam pembuatan macam - macam model sepatu. Adapun bahan yang digunakan berupa jenis kulit beludru, kulit Buk, kulit sintetis, kulit Lak, canvas denim dan karet. Tipe sepatu sandal yang diproduksi dari toko, agen maupun agen grosir yang masing - masing memiliki merk sendiri yaitu seperti sepatu sandal formal / Informal, sepatu kelom, sepatu wedges , sepatu teplek, sepatu sampan dan sepatu *boot*. Walaupun sektor pengrajin sepatu menjadi pusat perhatian dengan tingkat perekonomian dan pengetahuan yang kurang maju dalam berbisnis. UMKM memiliki hambatan dalam mempertahankan/mengembangkan usahanya karena kurangnya pengetahuan pengelolaan usaha serta lemahnya dalam pemasaran. Perkembangan bisnis online hari ke hari semakin meningkat, hal itu seiring dengan meningkatnya kualitas teknologi serta pengguna internet semakin banyak di dunia terutama di

Indonesia. Teknologi Komunikasi menjadi bentuk upaya para pelaku usaha untuk mempromosikan produk mereka saat ini, dengan menggunakan bisnis virtual dapat menjangkau konsumen secara luas.

Sementara itu masyarakat yang letaknya jauh dapat juga mengakses belanja virtual dengan memanfaatkan fasilitas *internet* yang ada. Hal ini dapat memudahkan untuk mendapatkan kriteria produk, harga, *stock* produk, layanan konsumen, dan respon dari pembeli lainnya, serta menentukan penjual yang luas merupakan alasan konsumen untuk memilih berbelanja online. Kehidupan pengrajin sepatu lebih dekat dapat dilihat dari taraf hidup sederhana pada setiap rumah, yang dimana tempat tinggal tidak dipisah dengan bengkel pembuatan sepatu mereka. Pada umumnya mereka masih menyewa untuk tempat tinggal, selain itu peralatan mesin masih sederhana seperti mesin jahit, kaka tua, asahan, cetakan kaki/ list dan mesin press sederhana.

Bahan baku merupakan hal penting dalam pembuatan bahan dasar sepatu, persediaan bahan dasar harus dipilih secara tepat agar proses produksi dapat berjalan maksimal. Demi memudahkan pengrajin sepatu memerlukan persediaan optimum, hal ini sangat penting dilakukan karena persediaan dasar kalep dipesan sesuai kebutuhan pengrajin sepatu agar tidak terjadi *over* maupun *under* persediaan sehingga tidak mengakibatkan biaya simpannya tinggi (Gea & Yani, 2023).

Konsumen yang berbelanja melalui bisnis online dengan memanfaatkan jejaring sosial berupa *instagram*, *tik tok*, *facebook*, *whats app*, aplikasi Shoppe, Tokopedia dan Website melalui Canva dapat mempermudah untuk melakukan perbelanjaan, dengan cara hanya membuka akun media sosial dan aplikasi seperti Shopee, Tokopedia serta website canva mereka di *gadget* atau *handphone* untuk melihat toko *online*, mereka berbelanja untuk diri sendiri maupun untuk dijual kembali. (Fauziah, 2021).

Teknologi komunikasi merupakan solusi efektif dalam membuka peluang usaha secara *online*, karena produk tersebut bisa dilihat oleh siapapun, bahkan semua orang juga bisa demikian, sehingga jangkauan promosi penjualan melalui *online* bisa semakin sukses. Sebagian besar konsumen berbelanja melalui virtual dengan melihat barang yang dijual dan yang dibeli, karena mudah dijangkau dan diakses dengan membuka internet.

Belanja virtual selain menyediakan produk *fashion* untuk remaja ataupun dewasa serta *reseller*. Belanja virtual tidak terlepas dari konsumen yang setia berbelanja *online*. Belanja virtual memiliki pelayanan dan kenyamanan. Hal tersebut untuk mempertahankan konsumen yang setia dan konsisten.

Dalam memasarkan produk sepatu dengan melalui bisnis *online* sangat penting, karena semua konsumen bisa melihat langsung jenis-jenis produk sepatu yang terbaru dan harganya. Mereka bisa langsung pesan *Short Message Service (SMS)* dan barang yang telah dipesan bisa langsung dikirim. Cakupan belanja virtual dapat menjangkau seluruh tempat, baik kita dapat memesan barang lokal maupun luar negeri dengan harga yang dijual lebih murah dibandingkan dengan harga pada penyedia barang tersebut diluar *online*. Hal tersebut disebabkan karena berbelanja online tidak membutuhkan tempat untuk disewa. Kemudahan dalam berbelanja virtual yakni, dapat memilih produk, kemudian bayar ditempat setelah barang itu tiba, selain hemat juga tidak mengharuskan konsumen bolak-balik memilih produk yang diinginkan, sambil bersantai kita dapat berbelanja kapan saja tanpa harus mendatangi tempat tersebut.

Cara pembayaran belanja virtual memberikan kemudahan dalam membayar yaitu melalui *transfer* rekening dan bayar secara langsung ditempat. Konsumen tidak harus khawatir dengan produk yang dibeli, pesanan diantar sesuai alamat yang dituju, jika barang tersebut mengalami kerusakan dapat diganti. Belanja virtual memiliki fitur yang dapat memudahkan penjual untuk melihat transaksi dengan waktu yang ditentukan. Informasi dapat digunakan untuk melihat riwayat pembelian, sehingga belanja virtual bisa menyesuaikan dengan kebutuhan. Dengan strategi digital marketing sangat membantu

pengrajin sepatu sehingga mereka tidak perlu harus memiliki toko sendiri atau menyewa toko. Artinya biaya operasionalnya bisa diminimalisir dan para pengrajin lebih fokus dalam memproduksi sepatu dengan kualitas yang lebih bagus.

Realisasi Kegiatan

Waktu Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa pendampingan pengembangan usaha melalui Digital Marketing dan Inovasi Produksi UMKM SSAeka Angelina (Sepatu Sandal dampingan UMKN Kota Bogor) dalam meningkatkan penjualan dimulai pada bulan Maret

sampai dengan Agustus 2023

Kerangka Pemecahan Masalah

Permasalahan yang diangkat dalam kegiatan PKM mitra kota bogor dan mitra UMKM SSAeka Angelina adalah sebagai berikut :

1. Pelatihan bagi UMKM Pendampingan IBI Kesatuan agar dapat menggunakan komputer untuk bisnis online dalam menjual belikan produknya.
2. Pelatihan *softskill* baik kualitas produk, pemasaran.
3. Pelatihan bagi UMKM Pendampingan IBI Kesatuan bagaimana meningkatkan penjualan UMKM Pendampingan IBI Kesatuan dengan menggunakan bisnis *online*.

Tabel 1. Kerangka pemecahan Masalah

No.	Aspek Permasalahan	Permasalahan	Solusi yang ditawarkan	Target Luaran dan Indikator Pencapaian
1	Pendampingan Penggunaan komputer bisnis online dalam	■ Belum ada pendampingan penggunaan komputer dalam bisnis online ■ Belum ada pengetahuan standar yang harus dimiliki dalam bisnis online	■ Pendampingan penggunaan komputer dalam bisnis online ■ Dengan adanya pendampingan penggunaan komputer maka tercipta standar pengetahuan dalam bisnis online	■ Mitra Pendampingan UMKN kota bogor memiliki pemahaman yang baik akan pentingnya pendampingan penggunaan komputer ■ Mitra memiliki panduan dalam pengetahuan standar yang berkembang dalam bisnis online
2.	Sumber Daya (Human Capital)	■ Pemahaman mitra UMKN terkait kewirausahaan masih rendah	■ Memberikan peningkatan pemahaman dan Motivasi kepada mitra UMKN untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan	■ Pelatihan UMKN Tembus Pasar Ekspor ■ Pendampingan Konsep Bisnis dan Pengaturan keuangan mitra UMKN ■ Pendampingan Laporan Keuangan Sederhana, meliputi Perhitungan Harga Pokok Penjualan, HPPR dan Rugi laba

				■ Pendampingan Luar Kampus Di Kecamatan Ciomas Pembuatan Laporan Keuangan berdasarkan SAK EMKM dengan Progrm Microsoft Excel ■ Pelatihan Riset Menentukan Dimensi Kualitas Produk serta bagaimana mitra meningkatkan Dimensi Kualitas produknya.
3.	■ Aspek Pemasaran	■ Strategi pemasaran yang dilakukan Mitra masih sangat tradisional dan kurang memanfaatkan teknologi.	■ Menambahkan metode pemasaran tidak hanya bersifat tradisional dari pintu ke pintu atau hanya mangkal tetapi mengembangkan saluran pemasaran melalui media web atau digital	■ Mitra memperoleh pemahaman jalur pemasaran dengan pemanfaatan teknologi ■ Adanya Pengembangan saluran pemasaran melalui media web atau digital. ■ Mitra mampu menerapkan serta mengoperasikan pemasaran melalui web dan sarana digital lainnya (media social). ■ Mitra akan meningkat penjualan

Khalayak Sasaran antara yang Strategi

Khalayak sasaran antara Seluruh UMKM Pendampingan IBI Kesatuan yang mengembangkan produk strategi pemasaran dan menerapkan dari implikasi teknologi dan informasi dalam kegiatan sehari hari, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan pemasaran.

Keterikatan

Keterikatan antara UMKM Sepatu sandal SSaeka Angelina dengan berbagai mitra UMKM Pendampingan IBI Kesatuan Bogor merupakan sama sama mitra pendampingan kota bogor bagaimana mengembangkan suatu produk serta dengan variasi produk bagaimana menciptakan meningkatkan penjualan

Metode

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode *partisipatory rural appraisal* (PRA). Penggunaan metode ini memungkinkan mitra berpartisipasi aktif sejak kegiatan pengabdian dimulai sehingga dapat memberikan hasil yang lebih maksimal. Untuk mendukung hasil yang lebih optimal, kegiatan pengabdian dibagi ke dalam beberapa tahapan kegiatan berikut ini :

1. Pelatihan bagi UMKM Pendampingan IBI Kesatuan agar dapat menggunakan komputer Membuat Website yang yang mudah dan gratis Canva dalam menjual belikan produknya.
2. Pelatihan *softskill seperti UMKN* Tembus Pasar Ekspor, Pendampingan Konsep Bisnis dan Pengaturan keuangan mitra *UMKN*, Pendampingan Laporan Keuangan Sederhana, meliputi Perhitungan Harga Pokok Penjualan, HPPR dan Rugi laba, Pendampingan luar kampus di kecamatan Ciomas Pembuatan Laporan Keuangan berdasarkan *SAK EMKM dengan Microsoft Excel*, *Pelatihan Riset Menentukan Dimensi Kualitas Produk* serta bagaimana mitra meningkatkan Dimensi Kualitas produknya.
3. Pelatihan bagi UMKM Pendampingan IBI Kesatuan bagaimana meningkatkan Penjualan UMKM seperti Pendampingan di Lokasi mitra *SSaeka Angelina Small Busines Class UMKN Pemanfaatan Aplikasi Android, Pemanfaatan Instagram, Tik Tok, Marketplace (Shopee dan Tokopedia)* Pada bisnis online.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan 1

Pelatihan mitra pendampingan UMKN Kota Bogor dengan Menggunakan komputer di Laboratorium Komputer Gedung Baru (A) IBI Kesatuan Jln. Ranggagading No.1 Bogor Tengah pada Rabu 9 Agustus 2023, pukul 09.00 sampai dengan 12.00 wib. Adapun inti pembahasan :

Gambar 1 Foto Kegiatan Pelatihan Canva



Pelatihan canva ini adalah:

1. Mengenali Canva sebagai Platform desain grafis yang digunakan untuk membuat grafis media sosial, presentasi, poster, dokumen dan konten visual lainnya. Aplikasi ini juga menyediakan beragam contoh desain untuk digunakan. Canva terdiri dari dua jenis layanan, yakni gratis dan berbayar (Rahmatullah, Inanna, & Ampa, 2020).
2. Mengetahui kelebihan dan kekurangan dari canva.
3. Pembuatan berbagai Banner Untuk website.
4. Pembuatan berbagai company profile.

Gambar 2 Contoh company profile canva



5. Pembuatan berbagai Logo

Gambar 3 Contoh Pembuatan Logo



Kegiatan 2

Beberapa pelatihan *softskill* sebagai berikut :

1. Pelatihan Rabu, 8 Maret 2023 kegiatan tentang UMKM Tembus Pasar Ekspor. Kegiatan dimulai jam 09.00 sd 13.00. Di Aula gedung B. Jln Ranggagading No.1 Bogor Tengah. Adapun inti pembahasan :
 1. Mempelajari Cara dan Peraturan Ekspor.
 2. Membuat Website Sendiri
 3. Memahami Pasar Luar Negeri
 4. Berinovasi Produk yang Unik (Fiati & Zuliyati, 2015)

Gambar 4 Foto Kegiatan UMKM Tembus Pasar Ekspor



2. Pendampingan Rabu 15 Maret 2023 kegiatan tentang Konsep Bisnis dan Pengaturan keuangan mitra UMKN. Kegiatan dimulai jam 09.00 sd 12.00. Di Ruang 1 gedung B. Jln Ranggagading No.1 Bogor Tengah. Adapun inti pembahasan :
 1. Mitra UMKN umumnya pencatatan transaksi keuangan antara bisnis dan keuangan keluarga atau pribadi dicampur untuk itu diperlukan pemisahan dan pencatatan sedetail mungkin dengan menggunakan aplikasi akuntansi keuangan sederhana sehingga terlihat perkembangan bisnisnya .

Gambar 5 Foto Kegiatan Konsep Bisnis dan Pengaturan keuangan mitra UMKN



3. Pendampingan Rabu 31 Mei 2023 kegiatan tentang Pendampingan Laporan Keuangan Sederhana, meliputi Perhitungan Harga Pokok Penjualan, HPPR dan Rugi laba. Kegiatan dimulai jam 09.00 sd 12.00. Di Ruang 1 gedung B. Jln Ranggagading No.1 Bogor Tengah. Adapun inti pembahasan :
1. Menghitung Pembelian Bersih
 2. Persediaan Awal Barang Dagang
 3. Persediaan Akhir Barang Dagang
 4. Menghitung Harga Pokok Penjualan (HPP)
 5. Menentukan Harga Jual
 6. Menghitung Margin Laba Kotor
 7. Mengetahui Perbedaan Antara Biaya Langsung dan Tidak Langsung

Gambar 6 Foto Kegiatan Pendampingan Laporan Keuangan Sederhana, meliputi Perhitungan Harga Pokok Penjualan, HPPR dan Rugi laba



4. Pendampingan Luar Kampus Minggu 4 Mei 2023. Di Kecamatan Ciomas Pembuatan Laporan Keuangan berdasarkan SAK EMKM dengan Progm Microsoft Excel Kegiatan dimulai jam 08.00 sd 12.00. Adapun inti pembahasan :
1. Mengetahui Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) yang diterbitkan oleh Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntan Indonesia (DSAK IAI) pada 2009 sebelumnya menjadi standar bagi UMKM. Namun standar ini dianggap terlalu kompleks sehingga diperlukan standar yang lebih sederhana untuk digunakan oleh UMKM.” Karenanya, IAI merumuskan standar untuk UMKM hingga diterbitkannya Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, Menengah (SAK EMKM) pada November 2016 dan diberlakukan efektif pada 1 Januari 2018. Dalam SAK EMKM laporan keuangan terdiri dari laporan laba rugi, laporan posisi keuangan dan catatan atas laporan keuangan. Harapannya SAK EMKM ini dapat dijadikan panduan oleh para pelaku usaha UMKM untuk mempermudah penyusunan laporan keuangan (Ikatan Akuntansi Indonesia, 2021), (Indonesia, 2016) .
 2. Menggunakan Microsoft Excel karena merupakan software yang familiar kalangan masyarakat luas, tidak terkecuali Mitra UMKM yang sudah menggunakannya sehingga untuk pengaplikasiannya dapat dengan mudah dipahami. Kapasitas Microsoft Excel pun terbilang cukup bagi perusahaan dengan skala kecil-menengah.

Gambar 7 Foto Kegiatan, Pendampingan luar kampus di kecamatan Ciomas Pembuatan Laporan Keuangan berdasarkan SAK EMKM dengan Microsoft Excel



5. Pendampingan Sabtu 1 Juli 2023 kegiatan tentang Pelatihan Riset Menentukan Dimensi Kualitas Produk serta bagaimana mitra meningkatkan Dimensi Kualitas produknya. Kegiatan dimulai jam 09.00 sd 12.00. Di Ruang 1 gedung B. Jln Ranggagading No.1 Bogor Tengah. Adapun inti pembahasan :
1. kualitas produk dapat menentukan kepuasan pelanggan yang berhubungan dengan harapan dari pelanggan itu sendiri terhadap kualitas produk yang dirasakannya. Harapan pelanggan yang dinyatakan dengan Dimensi produk, yang berbeda beda setiap produk (Yulianto, Subariyanti, & Wardhana, 2020).

Gambar 8 Foto Kegiatan , Pelatihan Riset Menentukan Dimensi Kualitas Produk serta bagaimana mitra meningkatkan Dimensi Kualitas produknya



Kegiatan 3

1. Pendampingan Rabu 14 Juni 2023 di Lokasi mitra *SSaeka Angelina Small Busines Class UMKN Pemanfaatan Aplikasi Android, Pemanfaatan Instagram, Tik Tok, Marketplace (Shopee dan Tokopedia)* pada bisnis online. Kegiatan dimulai jam 09.00 sd 13.00 di Lokasi mitra *SSaeka Angelina Perumahan Bondongan residence blok d5 Bogor* Adapun inti pembahasan :
 1. Penggunaan marketplace sebagai sarana pemasaran online memiliki banyak keuntungan bagi penjual diantaranya fleksibilitas waktu, tidak adanya biaya operasional, tidak memerlukan promosi sebab platform marketplace telah memiliki strategi promosi tersendiri, tidak memerlukan biaya untuk sewa, pengguna hanya perlu mendaftarkan toko onlinenya untuk berjualan di marketplace, dapat meningkatkan pelayanan dan promo, serta lainnya (Ma & Yue, 2021).
 2. Penggunaan aplikasi android yang praktis dan penggunaannya semakin lama semakin banyak sangat berperan dalam pemasaran online, dan banyak aplikasi yang berbasis UMKN dapat digunakan yang mengakselerasi kegiatan mitra UMKN.

Gambar 9 Foto Kegiatan. *Small Busines Class UMKN Pemanfaatan Aplikasi Android, Pemanfaatan Instagram, Tik Tok, Marketplace (Shopee dan Tokopedia)* Pada bisnis online.



Berdasarkan kegiatan pendampingan mitra UMKN berdampak terhadap mitra UMKN, pada UMKN *SSaeka Angelina* inovasi produk sepatu sandal berbagai macam bentuk yang dapat kita lihat pada company profile dan foto model Sepatu sandal. Gambar 10 Foto desain sepaatu sandal *SSaeka Angelina* :



Tabel 1. Jabatan Jabatan dan Pangkat Dosen

No	Jenjang Jabatan	Jenjang Pangkat/ Golongan Ruang	Angka Kredit
1	Asisten Ahli	Penata Muda Tk.1, III/b	150
2	Lektor	Penata, III/c	200
		Penata Tk.1, III/d	300
3	Lektor Kepala	Pembina, IV/a	400
		Pembina Tk.1, IV/b	550
		Pembina Utama Muda, IV/c	700
4	Guru Besar	Pembina Utama Madya, IV/d	850
		Pembina Utama, IV/e	1050

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Di masa yang tidak stabil ini, seperti Masa Pandemi, Perang Rusia dan Ukraina, Bencana Alam serta Gejolak Ekonomi membawa perubahan pada pola penjualan produk dari UMKM yang membawa konsekuensi pada adanya perubahan metode penjualan dari yang awalnya offline menjadi mix Offline dan *online* (*memperluas pemasaran*) dengan memanfaatkan digital marketing melalui media

sosial, Aplikasi Marketplace dan content grafis yang dapat mengkomunikasikan produk dengan customer (Canva) . Kecepatan *dalam* menyebarkan informasi menjadi kekuatan tersendiri bagi mitra UMKM yang ingin mempromosikan produknya melalui media sosial, Aplikasi Marketplace dan content grafis. Kegiatan pengabdian pada masyarakat yang telah dilakukan membawa dampak pada terjadinya perubahan pengetahuan mitra terkait pemanfaatan media sosial, Aplikasi Marketplace dan content grafis sebagai sarana promosi dan penjualan produk. Selain itu mitra juga memahami bagaimana cara membuat konten serta *hashtag* yang menarik sebelum di posting didalam media sosial, Aplikasi Marketplace dan content grafis tempat menjual produknya. Hasil dari Pendampingan, pelatihan dan pengembangan digital marketing ini membawa dampak positif pada aktivitas usaha mitra UMKM kota bogor, terutama mitra Ssaeka Angelina Sepatu Sandal khususnya pada saat kondisi yang fluktuatif saat ini berlangsung. Melalui operasionalisasi media sosial sebagai sarana penjualan, mitra UMKM tetap dapat menjalankan usahanya.

Keterampilan Soft skill dapat memperkaya mitra UMKN Kota Bogor dalam menjalankan Usaha sehingga kendala dapat diperkecil.

Saran

Perlu adanya kegiatan yang berkelanjutan pengembangan *Digital Marketing, Pelatihan Soft skill* pada mitra UMKM kota bogor sesuai dengan perkembangan jaman. Selain itu perlu untuk membiasakan dalam penggunaan content grafis agar komunikasi antara produk dan customer semakin menarik dan jelas sehingga proses penjualan di media sosial dan aplikasi marketplace supaya lebih mudah apabila ingin memposting produk ke dalam berbagai format media pemasaran.

Ucapan Terima kasih

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan wujud realisasi Tri Dharma Perguruan Tinggi berupa Pengabdian kepada Masyarakat yang harus dijalankan sebagai tanggung jawab perguruan tinggi kepada masyarakat.

Terselenggaranya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini tidak lepas dar dukungan serta bantuan berbagai pihak, karenanya kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan yang telah memberikan kesempatan dan bantuan dana pelaksanaan kegiatan
2. Ketua LPPM Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan yang telah memberikan penilaian yang baik mulai dari pengajuan hingga pelaksanaan kegiatan
3. Ketua PPM IBI Kesatuan yang telah memberikan ijin dan mendukung penuh Digital Marketing dan Inovasi produksi UMKM Ssaeka Angelina (Sepatu Sandal dampingan umkn kota bogor) dalam meningkatkan penjualan.
4. Civitas akademik Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan yang telah berpartisipasi dan bekerjasama dengan baik.
5. Mitra pendampingan Kota Bogor, terutama mitra Ssaeka Angelina yang berpartisipasi pada kegiatan ini. Laporan kegiatan pelatihan tersebut diharapkan dapat menjadi bahan masukan yang berguna dalam meningkatkan kemampuan Peserta Pelatihan.

Daftar Pustaka

Aco, A., & Endang, H. (2017). Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. (R. Maulana, Ed.) *Jurnal INSYPRO (Information System and Processing)*, 2(1). doi:<https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/insypro/article/view/3246>

- Badan Pusat Statistik. (2020). *Analisis Hasil Survei Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha Jilid 2*. Jakarta: Badan Pusat Statistik. doi:chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve=N2VjMDJkMzlkNjczMjk3MmRjZWJlNTRm&xzmn=aHR0cHM6Ly93d3cuYnBzLmdvLmlkL3B1YmxpY2F0aW9uLzlwMjAvMTIvMjEvN2VjMDJkMzlkNjczMjk3MmRjZWJlNTRmL2FuYWxpc2lzLWhh
- Bisnis.com. (2021, 3 19). *Survei BI : 87,5 Persen UMKM Indonesia Terdampak Pandemi Covid-19*. Retrieved from Bisnis.com: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210319/9/1370022/survei-bi-875-persen-umkm-indonesia-terdampak-pandemi-covid-19>
- Fauziah. (2021). Pengaruh Online Shop di Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Mutiara 1 Jakarta. (D. A. M.Sos, Ed.) *PROMEDIA (PUBLIC RELATION DAN MEDIA KOMUNIKASI)*, 7(1). doi:<http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/kom/article/view/4567/1823>
- Fiati, R., & Zuliyati. (2015). Peningkatan Kualitas Produk Pigura Kaligrafi Dalam Rangka Memacu Pertumbuhan Ekspor Melalui Pasar Yang Kompetitif. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Informatika (SNATIF)*. 2. Kudus: Universitas Muria Kudus (UMK). Retrieved from <http://jurnal.umk.ac.id/index.oho/SNA/article/view/316>
- Gea, C. N., & Yani, A. S. (2023). PENGARUH PERSEDIAAN BAHAN BAKU, DAN PEMELIHARAAN PERALATAN,. *MEDIA STUDI EKONOMI*, 26(1). doi:<http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/MSE/article/view/1228/840>
- Ikatan Akuntansi Indonesia. (2021). SAK EMKM. In I. A. Indonesia, *SAK EMKM* (p. 9). Jakarta: Ikatan Akuntansi Indonesia. Retrieved from http://iaiglobal.or.id/v03/files/file_sak/emkm/files/basic-html/page9.html
- Indonesia, I. A. (2016). *IStandar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta: Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntan Indonesia (Vol. 1). Jakarta: Indonesia, Ikatan Akuntansi. Retrieved from chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://iaiglobal.or.id/v03/files/draft_ed_sak_emkm_kompilasi.pdf
- Ma, Y., & Y. H. (2021, February 25). Business Model Innovation and Experimentation in Transforming Economies: ByteDance and TikTok. *Management and Organization Review*, 17(2). doi: <https://doi.org/10.1017/mor.2020.69>
- Rahmatullah, Inanna, & Ampa, A. T. (2020). Media Pembelajaran Audio Visual Berbasis Aplikasi Canva. (M Rudi Irwansyah, Ed.) *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 12(2). doi: <https://doi.org/10.23887/jjpe.v12i2.30179>
- Yulianto, A. R., Subariyanti, H., & Wardhana, A. K. (2020, august 7). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi*, 22(2). doi:<https://doi.org/10.37721/je.v22i2.648>