



charity
Jurnal Pengabdian Masyarakat

Penerapan Digital Marketing dan Personal Finance Sebagai Pengembangan Usaha Jus Honje di Desa/Kecamatan Mangunjaya Kabupaten Pangandaran

Keni Kaniawati¹, Rully Indrawan², Andhi Sukma³

¹Universitas Widyatama

²Universitas Pasundan

³Universitas Widyatama

*kaniawatikeni@gmail.com

INFO ARTIKEL

Diterima 2 November 2017
Direvisi 9 November 2017
Disetujui 16 November 2017
Tersedia Online 24 Oktober 2018

ABSTRAK

Digital marketing merupakan penggunaan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi pemasaran tradisional. Digital marketing mencakup banyak teknik dan praktik yang terkandung dalam kategori pemasaran internet. Personal finance adalah seni dan ilmu mengelola dana keuangan dari unit individual / rumah tangga yang berfungsi mengelola keuangan pribadi.

Permasalahan pada kedua mitra yaitu: pertama, Pemasaran jus honje yang masih bersifat tradisional, terbatas dan masih menggunakan metode pemasaran dari mulut ke mulut atau tradisional, dan hanya didistribusikan oleh Koperasi Serba Usaha (KSU) Kuntum Mekar Desa Kecamatan Mangunjaya Kabupaten Pangandaran. Akses perjalanan dari lokasi mitra sangat sulit dijangkau. Kedua, Para pelaku usaha Jus Honje belum menggunakan pencatatan dan pengelolaan keuangan yang baik. Kedua permasalahan diatas menyebabkan tidak berkembangnya pelaku usaha HONJEKU.

Metode pendekatan yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan di atas yaitu dengan metode pelatihan, pembimbingan, dan monitoring. Solusi permasalahan kedua mitra adalah dengan cara melakukan beberapa kegiatan yakni Pelatihan Digital Marketing bagi Usaha Mikro; Pelatihan Personal Finance bagi Usaha Mikro dan Pembimbingan dan monitoring penerapan digital marketing dan Pelaksanaan Personal Finance.

Keterlibatan ahli dalam bidangnya diperlukan dalam kegiatan dengan harapan dapat memberikan wawasan, pengetahuan dan kemampuan menerapkan digital marketing dan personal finance sehingga wirausaha dapat bersaing dan mengembangkan usaha jus honje.

Keyword : Jus Honje, Digital Marketing, Personal Finance, Wirausaha, Usaha Mikro

Korespondensi :

Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Universitas Telkom
Jl. Telekomunikasi No. 1, Terusan Buah Batu, Bandung, 40257
Indonesia.

E-mail: charity@telkomuniversity.ac.id

ORCID ID:

Penulis Pertama: 0000-0001-7892-2740

<https://doi.org/10.25124/charity.v1i01.1576>

Paper_reg_number Charity0004010104 © The Authors. Published by Directorate of Research and Community Service, Telkom University.

This is an open access article under the CC BY-NC license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>)

1. PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Pangandaran resmi menjadi kabupaten di Provinsi Jawa Barat pada tanggal 17 November 2012 dan diatur dalam UU No 21/2012. Potensi terbesar di kabupaten pangandaran adalah pariwisata ini terlihat dari data wisata yang datang ke pangandaran pada tahun 2016 yakni sebanyak 3.804 orang wisata mancanegara dan sebesar 1.402.960 (dispar.pangandarankab.go.id). Banyaknya kunjungan wisata ke pangandaran sebenarnya memberikan peluang kepada daerah-daerah yang ada di kabupaten pangandaran untuk mengembangkan potensi-potensi yang ada saat ini. Desa Mangunjaya merupakan salah satu desa yang terletak di Kabupaten Pangandaran, dimana salah satu visinya adalah mengembangkan perekonomian rakyat guna mendukung sektor Industri dan Pariwisata . (<http://www.pangandarankab.go.id>, diakses tanggal 7 Juni 2017). Jarak Desa Mangunjaya – Kabupaten Pangandara ke Universitas Widyatama adalah sebesar 175 Km.

Pendekatan individu yang dilakukan adalah dengan mendorong masyarakat untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan, mendorong tumbuhnya usaha kecil, serta mendorong peran serta individu agar secara optimal dapat mendayagunakan iklim usaha sehingga dapat meningkatkan daya beli masyarakat dan kesejahteraan. Pendekatan ini diwujudkan melalui pemanfaatan dan pengembangan produk pangan lokal yang ada di wilayah Kabupaten pangandaran yaitu Buah Honje.

Honje, nama yang mungkin masih terdengar asing disebagian telinga kita. Namun ternyata tumbuhan honje mempunyai banyak manfaatnya. Honje merupakan jenis tanaman rempah dan merupakan tumbuhan tahunan. Bunga dan buahnya dapat dimanfaatkan sebagai bahan sayuran. Honje yang memiliki nama latin *Etlingera Hemispaerica* digunakan sebagai bumbu penyedap masakan. Di kabupaten Pangandaran Honje diolah menjadi minuman segar dengan berbagai manfaat. Saat ini Minuman buah honje menjadi minuman tradisional khas Kabupaten Pangandaran, Jawa Barat.

Pengagas utama dibuatnya minuman herbal ini adalah Ibu Hj.oyoh Darhayati atau yang kerap disapa Ibu Hj.Ooy. berawal dari tangan kreatifnyalah produk tersebut tercipta. Buah Honje hasil olahan Ibu hj.Ooy dikemas dengan merk HONJEKU, sudah memiliki legalitas dan ijin yang sudah sangat dipatenkan, dan kini mendapat respon yang sangat baik dari kalangan masyarakat dan pemerintah. Adapun manfaat dari minuman herbal tersebut antara lain : menjaga dan meningkatkan stamina, kebugaran dan kesehatan, menurunkan kolestrol, menurunkan demam untuk semua usia, membersihkan lambung, membantu menyembuhkan maag, diabetes dan darah tinggi.

Dengan adanya pertumbuhan pengguna internet di Indonesia, menyebabkan tidak asing lagi penggunaan teknologi berbasis internet pada masyarakat Indonesia. Hal ini juga memberikan pengaruh positif terhadap pertumbuhan Digital Marketing di Indonesia sehingga mendorong para pelaku usaha untuk memanfaatkan kondisi ini dalam memasarkan produk atau jasanya. Akan tetapi kenyataannya berbeda ketika melakukan kunjungan ke pelaku usaha jus HONJEKU di Desa Mangunjaya yakni tidak adanya penggunaan digital marketing pada usaha yang mereka laksanakan, sementara masyarakat disana sudah terbiasanya menggunakan teknologi internet hal ini dapat di lihat sudah terbiasanya mereka menggunakan aplikasi internet khususnya aplikasi mobile.

Sebagian besar pelaku usaha HONJEKU adalah usaha mikro yang di lakukan secara tradisional dan pemasarannya masih berada di sekitar wilayah produksi saja. Pada umumnya diatas 80% pelaku usaha mikro tidak mempunyai pelaporan keuangan yang jelas, dimana rekening pribadi, keluarag tidak dipisahkan dengan rekening usaha. Hal ini menyebabkan pelaku usaha tidak mengetahui kinerja keuangannya. Hal ini juga terjadi pada pelaku usaha HONJEKU dalam membuat pelaporan keuangan. Saat ini pelaku usaha mikro HONJEKU yang berada di wilayah desa Mangunjaya berjumlah 31 Kelompok.

2. RUMUSAN MASALAH

Permasalahan yang dihadapi pelaku usaha HONJEKU dalam mengembangkan usahanya di Desa /Kecamatan Mangunjaya Kabupaten Pangandaran sebagai calon Mitra adalah sebagai berikut :

1. Pemahaman Pelaku Usaha Jus Honjeku Pelaku terhadap Digital Marketing masih kurang baik. Karena pemasaran jus honjeku di lakukan secara tradisional, terbatas dan masih menggunakan metode pemasaran dari mulut ke mulut atau traditional danPermasalahan jarak yang sangat jauh ditempuh oleh transportasi mobil, menyulitkan untuk distribusi, dimana selama ini hanya didistribusikan oleh Koperasi Serba Usaha (KSU) Kuntum Mekar Desa Kecamatan Mangunjaya Kabupaten Pangandaran
2. Pemahaman Pelaku Usaha Jus Honjeku Pelaku terhadap Personal Finance masih kurang baik. Para pelaku usaha jus Honjeku tidak paham betapa pentingnya Personal Finance dalam pengembangan usaha
3. Pelaku Usaha Jus Honjeku Pelaku belum menerapkan Digital Marketing.
4. Pelaku Usaha Jus Honjeku Pelaku belum menerapkan Personal Finance dengan baik. Kedua permasalahan diatas menyebabkan tidak berkembangnya pelaku usaha HONJEKU, Yakni tidak berkembangnya pemasaran usaha dan tidak baiknya pengelolaan keuangan.

3. METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN MASYARAKAT

3.1. Metode Pelaksanaan

Berdasarkan permasalahan yang ada pada kedua mitra, maka kegiatan PKM ini memberikan pemahaman dan keterampilan dalam bidang Digital Marketing dan pengelolaan keuangan bagi usaha mikro khususnya Jus Honjeku, sehingga usaha tersebut dapat berkembang dengan menerapkan Digital Marketing dan Pengelolaan Keuangan yang baik.

Adapun Metode yang akan diterapkan pada PKM ini adalah sebagai berikut :

3.2. Langkah-langkah dalam melaksanakan solusi dari permasalahan mitra.

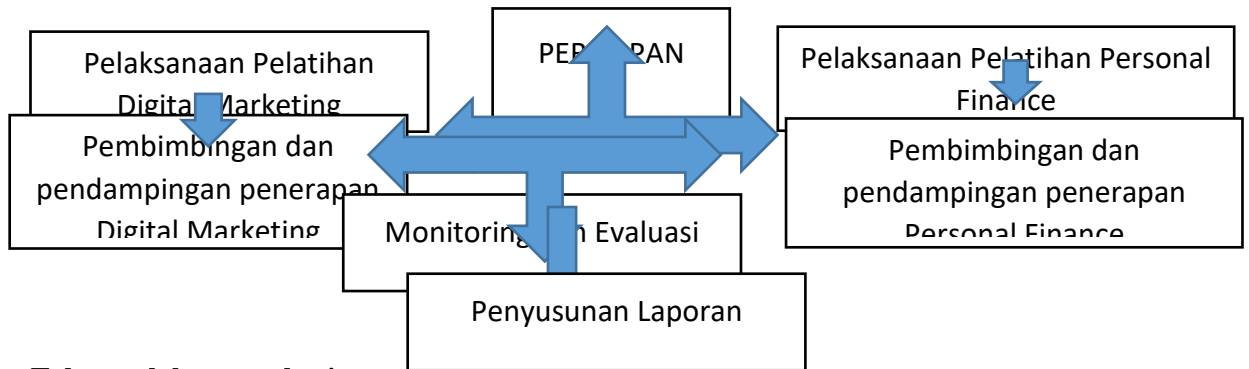
Langkah-langkah dalam melaksanakan solusi untuk pemecahan masalah mitra ini di bagi 2 bagian menjadi pelatihan/training dan Bimbingan/pendampingan.

- 3.2.1. **Pelatihan/Training**, Pelatihan atau *training* merupakan suatu metode yang dilakukan untuk memberikan pemahaman ilmu pengetahuan dan keterampilan dalam bidang pemasaran dan keuangan.
 - 3.2.2. **Bimbingan dan Pendampingan**. metode ini bertujuan untuk menindaklanjuti hasil pelatihan yang bersifat teori dan kemudian diberikan bimbingan dan pendampingan dengan menerapkan Digital Marketing dan Personal Finance. Tim melakukan pembimbingan dan pendampingan pada Mitra dalam bentuk :
 - 3.2.2.1. Digital Marketing.
 - a. Bimbingan dan pendampingan dalam mempersiapkan peralatan teknologi informasi untuk Digital Marketing.
 - b. Bimbingan dan pendampingan dalam penerapan Digital Marketing.
 - c. Bimbingan dan pendampingan dalam membuat laporan Digital Marketing.
 - 3.2.2.2. Personal Finance.
 - a. Bimbingan dan pendampingan penerapan catatan keuangan (personal finance).
 - b. Bimbingan dan pendampingan dalam interpretasi catatan keuangan.
 - c. Bimbingan dan pendampingan dalam pengambilan alternatif keputusan terhadap interpretasi catatan keuangan.
 - 3.2.3. **Monitoring dan Evaluasi**.
Monitoring dan Evaluasi adalah salah satu mengukur keberhasilan penerapan Digital marketing dan Personal Finance.

4. ANALISA HASIL KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

4.1. Prosedur Kerja Dalam Mendukung Realisasi Metode Yang Ditawarkan

Prosedur kerja sangat di perlukan guna mendukung realisasi metode yang di tawarkan. Adapun prosedur kerjayang meliputi langkah–langkah pada Gambar 3 sebagai berikut:



4.1.1. Tahap pelaksanaan kegiatan pelatihan

Kegiatan pelatihan Digital Marketing dan Personal Finance di laksanakan di akan dilaksanakan di Desa/Kecamatan Mangunjaya Kabupaten Pangandaran. Peserta kegiatan merupakan pelaku usaha mikro jus Honjeku yang berada di Desa/Kecamatan Mangunjaya tersebut.

4.1.2. Tahap Pembimbingan dan pendampingan

Bimbingan dan pendampingan dilakukan guna memastikan terlaksananya penerapan Digital Marketing dan Personal finance. Ini akan dilakukan secara jarak jauh dengan menggunakan email, social media, telephone. Dan beberapa kali kunjungan akan di lakukan guna bimbingan secara intensif apabila ada hal-hal yang kurang jelas.

4.1.3. Tahap pelaksanaan monitoring dan evaluasi

Pelaksanaan monitoring merupakan kegiatan yang dilaksanakan oleh tim pelaksana dalam mengamati dan memonitor pelaksanaan kegiatan yang dilaksanakan.Sedangkan pelaksanaan evaluasi merupakan penilaian yang dilaksanakan oleh tim pelaksana setelah pelaksanaan kegiatan.

4.1.4. Tahap penyusunan laporan

Kegiatan ini dilaksanakan oleh tim pelaksana yaitu menyusun laporan seluruh kegiatan yang dilaksanakan beserta pengeluaran dananya, laporan ini akan diunggah pada laman simlitabmas pada waktu yang telah ditentukan oleh kemenristek. Laporan ini juga akan dipresentasikan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

4.2. Langkah–Langkah Solusi Atas Permasalahan Kedua Mitra

Untuk mengatasi permasalahan–permasalahan yang dihadapi oleh kedua mitra, tim menetapkan solusi, lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 2. Permasalahan dan Solusi

Permasalahan	Solusi
Pemahaman Pelaku Usaha Jus Honjeku Pelaku terhadap Digital Marketing masih kurang baik.	Pelatihan Digital Marketing
Pemahaman Pelaku Usaha Jus Honjeku Pelaku terhadap Personal Finance masih kurang baik.	Pelatihan Personal Finance

Pelaku Usaha Jus Honjeku Pelaku belum menerapkan Digital Marketing	Pembimbingan dan monitoring penerapan Digital Marketing
Pelaku Usaha Jus Honjeku Pelaku belum menerapkan Personal Finance dengan baik.	Pembimbingan dan monitoring pelaksanaan Personal Finance

5. PEMBAHASAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan maka target luaran yang diharapkan setelah pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat adalah wirausaha Jus Honje yang merupakan kelompok-kelompok ibu rumah tangga.

Pada hakekatnya, kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (Gambar 1) ini adalah solusi terhadap permasalahan yang dihadapi mitra melalui pendekatan secara terpadu yakni melalui pelatihan digital marketing dan personal finance agar dapat meningkatkan pemasaran dan pengelolaan keuangan. Ini di tunjukan pada perubahan perilaku para wirausaha Jus Honje.



Gambar 1. Kerangka Program Kemitraan Masyarakat.

Rencana kegiatan yang akan di lakukan merupakan langkah-langkah yang akan di lakukan adalah sebagai berikut :

Kegiatan 1 : Pelatihan Digital Marketing bagi Usaha Mikro.

Kegiatan pelatihan ini memanfaatkan teknologi informasi yang sudah ada dimana meliputi penjelasan mengenai *Digital Marketing* dan manfaatnya dalam dunia usaha khususnya usaha mikro. Penjelasan mengenai jenis-jenis Digital Marketing serta penentuan jenis digital marketing yang mana yang sesuai untuk digunakan pada usaha mikro dan mempraktikkan penggunaannya.

Luaran yang diinginkan adalah Para wirausaha jus Honje (HONJEKU) paham dan terampil dalam menggunakan *digital marketing* sebagai media pemasaran jus HONJEKU

Kegiatan 2 : Pelatihan Personal Finance bagi Usaha Mikro.

Pelatihan ini memperkenalkan para wirausaha jus honje tentang pencatatan keuangan dan pengelolaan keuangan usaha mikro, dimana pada pelatihan memberikan wawasan pentingnya pencatatan dan pengelolaan keuangan, manfaatnya, dan bagaimana cara melakukan pencatatan dan pengelolaan keuangan serta hubungannya dengan pengembangan usaha mikro tersebut. Kegiatan ini diselenggarakan untuk mencapai luaran yang di inginkan yaitu para wirausaha jus Honje :

- a. Mendapat wawasan dan pengetahuan mengenai pencatatan dan Pengelolaan keuangan
- b. Menerapkan pencatatan dan pengelolaan keuangan pada usaha jus honje.
- c. Dapat membaca laporan keuangan sehingga mengetahui apa yang perlu dilakukan untuk pengembangan usaha tersebut

Kegiatan3 : Pembimbingan dan monitoring penerapan digital marketing dan pelaksanaan Personal Finance.

Kegiatan ini bertujuan untuk membimbing para wirausaha jus Honje dalam menerapkan Digital Marketing dan pelaksanaan personal finance. Pembimbingan dan monitoring dilakukan secara berkala :

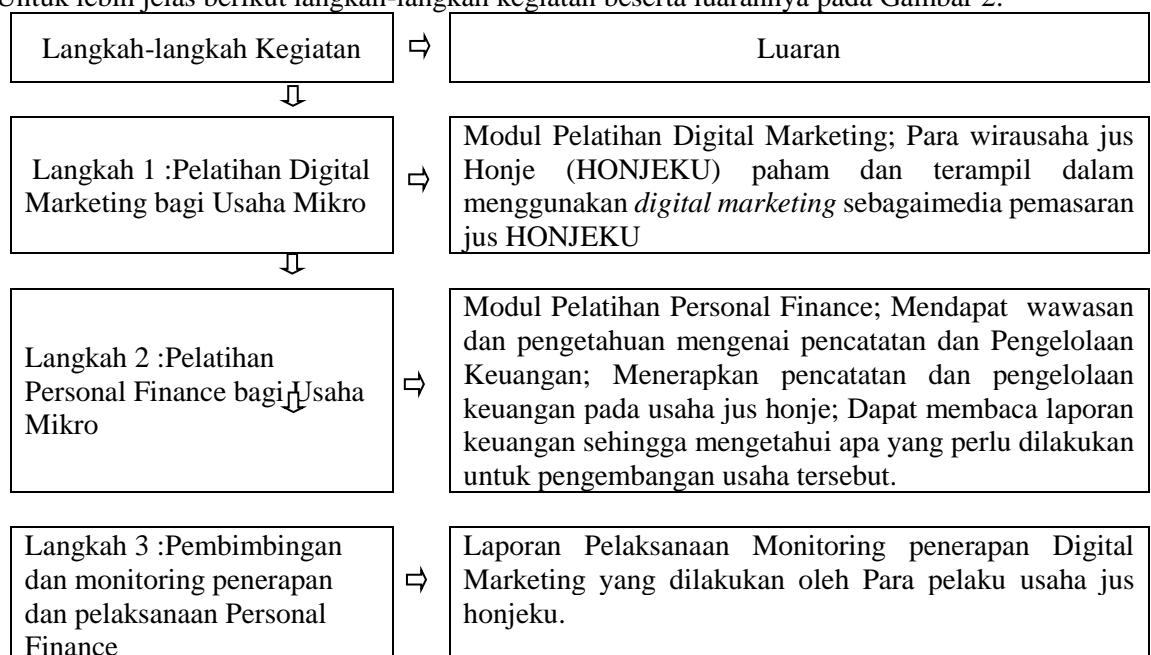
- a. Pembimbingan dan monitoring penerapan Digital Marketing dapat di lakukan secara mingguan dan bulanan.
- b. Pembimbingan dan monitoring penerapan Personal Finance di lakukan secara mingguan dan bulanan.

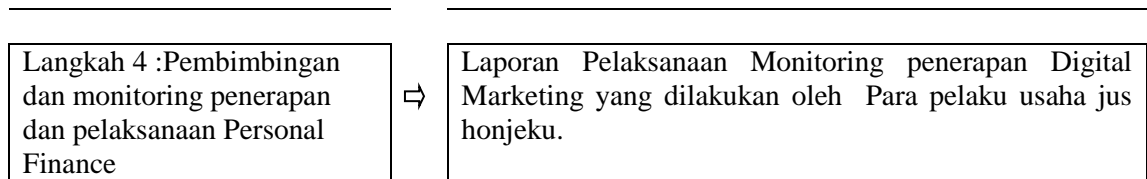
Luaran yang ingin dicapai dari kegiatan ini adalah para pelaku usaha jus honje lebih terampil dalam menerapkan digital marketing dan menumbuhkembangkan perilaku pencatatan keuangan sehingga hal ini menjadi kebiasaan yang baik.

Langkah 4 :Bimbingan dan pendampingan Digital Marketing dan Personal Finance pembimbingan pembuatan artikel ilmiah dan publikasinya

Pada kegiatan ini akan di lakukan pembimbingan dan pendampingan pada pelaku Jus Honje dalam melakukan penerapan Digital Marketing dan Personal Finance Luaran yang diharapkan adalah pelaku usaha Jus Honjeku memahami dan terampil dalam menerapkan Digital Marketing dan Personal Finance dan akan di buat modul pelatihan Digital Marketing dan Personal Finance.

Untuk lebih jelas berikut langkah-langkah kegiatan beserta luarannya pada Gambar 2.





Gambar 2. langkah-langkah kegiatan beserta luarannya

6. SIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan

1. Bahwa pengabdian kepada masyarakat ini harus terus berlanjut dan bermanfaat bagi seluruh masyarakat Desa Kecamatan Mangunjaya Kabupaten pangandaran, caranya bahwa ada komitmen perjanjian dengan ketua kelompok untuk selalu memberikan informasi kepada ketua pengabdian tentang perkembangan usahanya.
2. Akan diprogramkan menjadi Desa Binaan Univ, widyatama dalam pengembangan pemberdayaan masyarakat produktif dan inovatif.
3. Diusulkan untuk tahun berikutnya dengan masalah dan solusi yang berbeda.
4. Desa .Desa Kecamatan Mangunjaya memiliki workshop yang khusus untuk proses produksi (lab fermentasi pertama di Jawa Barat)
5. Desa Kecamatan Mangunjaya menjadi **Centra Produksi jus honjeku..**

Lampiran-Lampiran

Lampiran 1. Biodata Ketua Tim Pengusul

I. Biodata Ketua Pengusul

Keni Kaniawati, S.E., M.Si. adalah dosen pengajar pada Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama Bandung. Saat ini mengampu matakuliah Manajemen Pemasaran, Kewirausahaan I dan II, Komunikasi Bisnis, Business Plan, Seminar Manajmen Pemasaran, Metode Kuantitatif, Manajemen Koperasi dan UMKM dan memiliki jabatan akademik Lektor Kepala serta aktif dalam organisasi ISEI Bandung, IBIS Bandung serta AMA Bandung, KOMUNITA Majalah Utama Bandung..

II. Biodata Anggota Pengusul 1

Andhi Sukma, S.S., S.E., M.M. adalah dosen pengajar pada Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama Bandung. Saat ini mengampu matakuliah Manajemen Pemasaran, Kewirausahaan I, Etika Bisnis dan memiliki jabatan akademik Asisten Ahli serta aktif dalam organisasi ISEI Bandung

Lampiran 2. Foto Kegiatan PKM.





REFERENSI

Kholilah Naila Al, Iramani Rr . 2013. Studi Financial Management Behavior pada Masyarakat Surabaya, *Journal of Business and Banking* Volume 3, No. 1: 69 – 80

Nadya, 2016, PERAN DIGITAL MARKETING DALAM EKSISTENSI BISNIS KULINER SEBLAK JELETET MURNI, *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* Vol.1, No.2, Oktober 2016. <http://www.pangandarankab.go.id>, diakses tanggal 7 Juni 2017

SIARAN PERS "Kemenperin Mengembangkan Wirausaha Baru yang Berdaya Saing Global", <http://www.kemenperin.go.id/artikel/3241/kementerian-mengembangkan-wirausaha-baru-yang-berdaya-saing-global>

1.