



## Peningkatan Daya Saing UMKM Pengrajin Telur Asin Pesurungan Lor Melalui Pemasaran Digital dan Manajemen Usaha

**Krisdiyawati\***, Bahri Kamal, Fitri Amaliyah, Imam Hasan  
Program Studi D3 Akuntansi, Politeknik Harapan Bersama, Indonesia.  
\*Corresponding Author. Email: [krisdiyawati@poltektegal.ac.id](mailto:krisdiyawati@poltektegal.ac.id)

**Abstract:** This community service activity aims to improve the competitiveness of Pesurungan Lor Tegal salted egg craftsmen's MSMEs through digital marketing and business management. The method of implementing the community service uses interactive counseling by interacting, asking, discussing, or practicing directly. The community service evaluation instrument uses a questionnaire in the form of a pre-test and post-test and is analyzed descriptively. The results of this community service show an increase in knowledge and understanding of digital marketing and business management in an effort to build awareness of MSME Salted Egg Craftsmen to run their businesses more developed. MSME actors have also understood the benefits and used several online market ceilings (e-marketplaces) in supporting their business and business management. MSME actors believe that the support for the use of digital marketing and business management can improve their business.

**Abstrak:** Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM pengrajin telur asin Pesurungan Lor Tegal melalui pemasaran digital dan manajemen usaha. Metode pelaksanaan pengabdian menggunakan penyuluhan interaktif dengan berinteraksi, bertanya, berdiskusi, atau berlatih langsung. Instrumen evaluasi pengabdian menggunakan kuesioner berupa pre test dan post test dan dianalisis secara deskriptif. Hasil pengabdian ini menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan pemahaman tentang pemasaran digital serta manajemen usaha dalam upaya membangun kesadaran pelaku UMKM Pengrajin Telur Asin untuk menjalankan usahanya lebih berkembang. Pelaku UMKM juga telah memahami manfaat dan menggunakan beberapa plafon pasar daring (e-marketplace) dalam menunjang bisnisnya dan pengelolaan manajemen usaha. Pelaku UMKM yakin bahwa dukungan penggunaan pemasaran digital dan manajemen usaha tersebut mampu meningkatkan usahanya.

### Article History:

Received: 08-09-2024  
Reviewed: 04-10-2024  
Accepted: 26-10-2024  
Published: 21-11-2024

### Key Words:

Digital Marketing;  
Business  
Management;  
MSMEs.

### Sejarah Artikel:

Diterima: 08-09-2024  
Direview: 04-10-2024  
Disetujui: 26-10-2024  
Diterbitkan: 21-11-2024

### Kata Kunci:

Pemasaran Digital;  
Manajemen Usaha;  
UMKM.

**How to Cite:** Krisdiyawati, K., Kamal, B., Amaliyah, F., & Hasan, I. (2024). Peningkatan Daya Saing UMKM Pengrajin Telur Asin Pesurungan Lor Melalui Pemasaran Digital dan Manajemen Usaha. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 5(4), 689-695. doi:<https://doi.org/10.33394/jpu.v5i4.9582>



<https://doi.org/10.33394/jpu.v5i4.9582>

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



## Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia merupakan kelompok usaha berjumlah besar. Peran dan potensi positif dari pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah diketahui sebagai penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) nasional mencapai 60,5% ,sekaligus point penting dalam pemulihan ekonomi (Limanseto, 2022). Berdasarkan data BPS (2022) bahwa ekonomi Indonesia tahun 2021 mulai meningkat sebesar 3,69 persen, lebih tinggi dibanding capaian tahun 2020 mengalami pergerakan di titik 2,07 persen. Sebagai ujung tombak perekonomian negara, sangat penting bagi UMKM untuk meningkatkan strategi dan efektivitas usahanya. Potensi-potensi daerah dapat dikelola dengan baik bagi skala UMKM serta diharapkan bisa memberikan ekonomi secara adil dan merata



(Laili & Hendra, 2020). Beberapa usaha UMKM banyak dijumpai disetiap daerah Tegal salah satunya di Kelurahan Pesurungan Lor ini menjadi sentral usaha pengrajin telur asin di Jawa Tengah. Secara geografis terletak dekat dengan jalan pantura dan perbatasan dengan wilayah Kabupaten Brebes. Banyaknya warga sekitar yang mengandalkan peternak bebek untuk memproduksi telur asin, menjadikan populasi penghasil telur bebek Pesurungan Lor menjadi yang terbesar di Jawa Tengah. Oleh karena itu, usaha telur asin bisa menjadi pilihan yang tepat untuk meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar.

Melihat kondisi pertumbuhan UMKM di Kota Tegal yang cukup pesat, masih terdapat banyak kendala yang ditemui oleh pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya. Permasalahan klasik dari pengembangan UMKM adanya kekurangan pengelolaan manajemen usaha dan pemasaran berbasis teknologi. Kendala pada UMKM pengrajin telur pertama permasalahan selama ini sistem pemasaran yang dilakukan sangat klasik dan tidak inovatif faktor tersebut terhambatnya perkembangan usaha yang perlu di perbaiki. Tresnawati, Y. S., Wardiani, W., & Anisyahrini (2021) menambahkan bahwa UMKM telah memproduksi produk andalan membutuhkan penyaluran penjualan secara teknologi dan pemasaran digital dengan *marketplace*. Kedua permasalahan tentang pengelolaan usaha kurang efektif dan efisien dalam pengelolaan usahanya, kekurangan dan tidak pahamnya manajemen usaha pada pengelolaan SDM dan pencatatan akuntansi masih menggunakan konvensional. Maka hasil dari usaha tidak dapat diketahui secara pasti pada setiap periode. Implementasi manajemen usaha yang tertata dan baik, menghasilkan UMKM yang mampu berkembang dengan lebih sehat (Pahrul Fauzi, 2021).

Inovasi produk dalam strategi bisnis belum menjadi unggulan bagi sebagian UMKM. Dengan keunggulan yang ditawarkan sebetulnya memperoleh kesempatan memanfaatkan inovasi dalam bisnis, terutama bidang teknologi. Bagi UMKM menggunakan teknologi digital sebagian besar lebih mampu bertahan dalam kondisi apapun (Bouwman, H., Nikou, S., & de Reuver, 2019). Penerapan teknologi terkini dan tepat guna dapat secara efektif mendorong pertumbuhan bisnis UMKM dengan menghilangkan kebutuhan akan prosedur yang panjang dan sistem yang rumit. Selain kemudahan penggunaan aplikasi teknologi, kami juga menawarkan keunggulan produk dan fleksibilitas untuk menyesuaikan bisnis Anda dengan kondisi pasar yang dinamis. Oleh karena itu, UMKM harus mampu beradaptasi dengan perubahan perkembangan teknologi untuk meningkatkan produktivitas usaha (Opan Arifudin, 2020).

Untuk mengatasi masalah ini, teknologi baru harus dimanfaatkan untuk membekali para perajin telur asin dengan sistem pemasaran digital serta memperluas pengetahuan bisnis mereka dalam pengelolaan keuangan dan non-keuangan. Memahami *skill* pemasaran serta kemampuan manajemen produk suatu hal yang penting dalam peningkatan daya saing dan pengembangan pada pelaku industri makanan (Tri Hanifawati, 2021). Diharapkan dengan kegiatan PKM ini tercipta inovasi yang akan sistem pemasaran digital dan meningkatnya pengelolaan manajemen usaha. Hal ini dibutuhkan bimbingan dan pendampingan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dan mengurangi tingkat kemiskinan masyarakat desa Pesurungan Lor.

### **Metode Pengabdian**

Metode pelaksanaan pengabdian ini menggunakan penyuluhan interaktif meliputi berinteraksi, bertanya, berdiskusi, atau bahkan berlatih langsung. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini memberikan langkah solusi untuk menyelesaikan permasalahan pada UMKM pengrajin telur asin tersebut melalui tahapan sebagai berikut :



a) Pemetaan (mapping)

Pemetaan dengan melakukan survei dan observasi ke lokasi UMKM untuk mengetahui permasalahan dan mengumpulkan informasi dan latar belakang terkait permasalahan agar dapat memberikan solusi yang tepat kepada UMKM pengrajin telur asin.

b) Persiapan

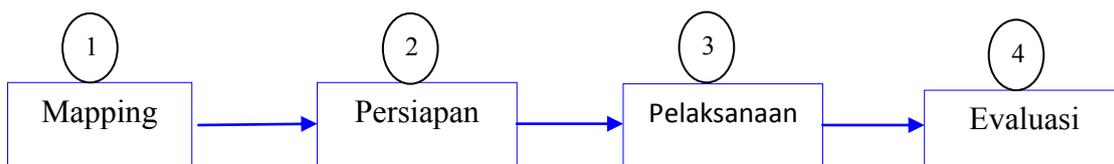
Persiapan untuk melakukan tujuan mencari solusi pengabdian dengan memberikan edukasi pengetahuan pemasaran digital dan manajemen usaha agar wawasan pemasaran melalui teknologi pengrajin telur asin lebih luas dan memberikan pemahaman pengetahuan manajemen usaha yang harus dilakukan oleh pengrajin telur asin lebih rapi dan tertib.

c) Tahap implementasi dan pelaksanaan

Pengabdian masyarakat dilakukan secara khusus dengan pelaku UMKM pengrajin telur akan dipromosikan melalui presentasi, ceramah dan diskusi dengan proses transfer ilmu pengetahuan. Dan penyuluhan pengenalan pemasaran digital agar pemasaran produk yang diproduksi UMKM pengrajin telur asin jangkauannya lebih luas. Dengan pengetahuan teknologi pada pemasaran diharapkan UMKM pengrajin telur asin bisa berkolaborasi dengan *marketplace* atau *ecommerce*. Kedua memberikan peningkatan manajemen usaha kepada UMKM pengrajin telur asin melalui pembukuan sederhana agar pencatatan keuangan lebih rapi dan tertata dengan baik.

d) Evaluasi kegiatan PKM

Evaluasi pelaksanaan program PKM dilakukan dengan membandingkan hasil penyelesaian pre dan post test UMKM penghasil telur asin sebelum dan sesudah pelaksanaan program PKM. Dengan bertujuan untuk membandingkan pengetahuan dan keterampilan UMKM penghasil telur asin sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan serta mencari solusi kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan PKM. Data pengisian yang diperoleh dianalisis secara deskriptif untuk memahami respons pelaku UMKM terhadap kegiatan tersebut.



**Gambar 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian**

### Hasil Pengabdian dan Pembahasan

Program PKM dilakukan selama satu bulan diawali dengan melakukan identifikasi masalah yang ada di UMKM, membuat langkah yang akan dilakukan untuk menyelesaikan masalah, menyusun materi dan proyek yang akan dilaksanakan. Selanjutnya direncanakan secara rinci, untuk pelaksanaan kegiatan yang dilakukan di UMKM Pengrajin telur asin. Pelaksanaan kegiatan ini dihadiri oleh 15 pelaku UMKM Pengrajin Telur Asin di Kelurahan Pesurungan Lor Tegal. Peserta mengikuti kegiatan dengan baik dan mendapatkan penilaian positif oleh Kepala Kelurahan Pesurungan Lor. Kegiatan pengabdian baru pertama kali dilakukan oleh dosen akuntansi Politeknik Harapan Bersama. Pelaku UMKM Pengrajin Telur Asin merasakan *sharing knowledge* dengan dosen akuntansi Politeknik Harapan Bersama tentang pemasaran digital sangat bermanfaat dan manajemen usaha yang lebih baik. Berdasarkan wawancara dapat diambil kesimpulan permasalahan yang menjadi prioritas selama ini sistem pemasaran yang dilakukan sangat klasik dan tidak inovatif dan pengelolaan



manajemen masih bersifat tradisional. Faktor tersebut menghambat perkembangan usaha yang perlu di perbaiki secara bersama.

Sesi pertama Tim Pengabdian melakukan sosialisasi dengan tujuan memberikan informasi kepada peserta kegiatan sesuai rencana kegiatan, target dan sasaran yang yaitu kondisi permasalahan UMKM (I Gede Widhiantara, 2019). Kegiatan sosialisasi ini dengan memberikan materi pertama yang diberikan Tim PKM mengenai manajemen usaha meliputi (1) Keuangan, dalam pengelolaan keuangan usaha mampu menyisihkan antara keuangan usaha dengan keuangan pribadi dengan pencatatan pembukuan yang lebih rapi dan tertib, (2) Produksi/operasional, dalam perkembangannya pengrajin telur asin mampu berkolaborasi dengan teknologi sehingga dapat mengurangi harga bahan dan di jual harga jual yang relatif rendah, (3) Pemasaran, lingkup pemasaran usaha masih sangat terbatas bisa mulai dengan pemasaran digital agar mampu memperluas pemasaran dan promosi, (4) Sumber daya manusia, aspek sumber daya manusia UMKM mampu memanfaatkan teknologi dan kreativitas untuk menghasilkan inovasi. Pelaku UMKM dalam proses manajemen sebagai strategi kinerja bisnis peran yang paling penting dalam pengelolaan keuangan seperti yang disebutkan pada hasil empiris Popa, S., Soto-Acosta, P., & Perez-Gonzalez, (2018) dan Azudin, A., & Mansor, (2018). Dengan memberikan pemahaman tersebut, menjawab bagaimana melakukan manajemen usaha yang baik maka pelaku UMKM telah memperoleh kemampuan untuk mengembangkan usahanya agar lebih berkembang.



**Gambar 1. Penyampaian Materi 1 Manajemen Usaha**

Materi kedua tentang pemasaran digital (*ecommerce*) di Indonesia berpotensi lebih berkembang. Isi materi mulai dari (1) Pengenalan penggunaan teknologi informasi untuk pemasaran produknya, (2) Belajar pergeseran pola perilaku pengrajin telur asin untuk menggunakan pemasaran teknologi dan (3) Pengenalan platform pemasaran digital. Peran digitalisasi pemasaran sangat penting dalam pemanfaatan sosial media marketing dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan. Pelaku UMKM memperoleh jangkauan pemasaran yang lebih luas dengan menghemat biaya promosi yang mahal.



**Gambar 2. Penyampaian Materi 2 Pengenalan Pemasaran online**

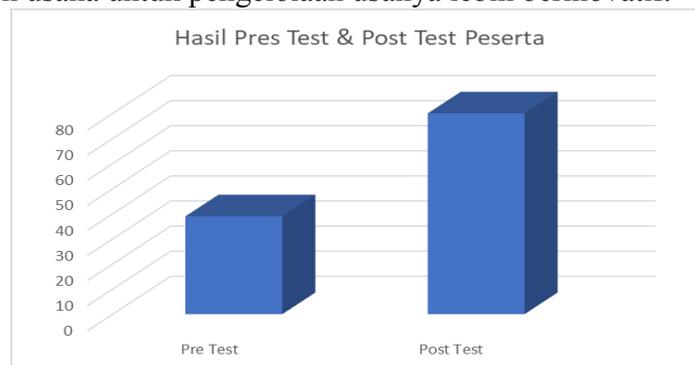


Sesi kedua dilanjutkan diskusi dan tanya jawab dimana peserta berpartisipasi dalam tahap diskusi dan tanya jawab. Pada sesi ini peserta pengabdian dapat bertanya mengenai permasalahannya kepada tim PKM secara antusias. Peserta yang mengajukan pertanyaan sebagian besar terkait dengan sistem pemasaran digital dan kebutuhan untuk memperluas pengetahuan bisnis di bidang pengelolaan keuangan dan non keuangan.



**Gambar 3. Sesi Diskusi dan Pengisian Post Test**

Sesi evaluasi pada kegiatan pengabdian ini untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan yang telah di ikuti oleh peserta UMKM. Melalui *post test* dilakukan diakhir pemaparan para narasumber. Sebelumnya dilakukan pengisian materi diawal dengan hasil *pretest* ada sebanyak 39% pelaku UMKM yang memiliki tentang pemasaran online dan manajemen usaha dalam pengelolaan usaha telur asin dan pada sesi ini hasil *post test* menunjukkan kenaikan yang cukup signifikan yaitu hasilnya menjadi 80% disajikan pada gambar 2. Ada kenaikan sebanyak 41% pelaku UMKM pengrajin Telur asin paham tentang pemasaran *online* dan manajemen usaha untuk pengelolaan usanya lebih berinovatif.



**Gambar 4. Hasil Pre Test dan Post Test**

Hasil pelaksanaan kegiatan secara keseluruhan dengan memberikan kontribusi kepada pelaku UMKM Pengrajin Telur Asin melalui pengetahuan pemasaran online dan manajemen usaha di Kelurahan Pesurungan Lor Tegal. Bisa diukur dari tingkat partisipasi kehadiran peserta antusias mencapai 100% dari keseluruhan peserta yang hadir. Sebagain besar UMKM mulai memahami dan berlatih menggunakan plafon pemasaran online. Didukung hasil penelitian Acosta, A. S., Crespo, A. H., & Agudo, (2018) bahwa penguasaan keterampilan pemasaran dapat meningkatkan kinerja bisnis dan penelitian Cahyuni Novia (2022) menyatakan digital marketing adanya pengaruh signifikan terhadap volume penjualan dan mampu menjangkau secara luas pangsa pasar baru dalam waktu jangka Panjang. Pengelolaan manajemen usaha



juga tidak kalah pentingnya dalam menjalankan usaha agar mampu bersaing. Hal ini di dukung dari penelitian Harjadi, (2022) adanya Strategi bisnis berpengaruh terhadap daya saing, dan kinerja bisnis, sedangkan daya saing berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Menunjukkan manajemen usaha mampu meningkatkan daya saing dan kinerja bisnis.

### **Kesimpulan**

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil pengabdian ini pertama meningkatkan pengetahuan teknologi pada pemasaran online dapat memberikan kemampuan UMKM pengrajin telur asin berkolaborasi dengan marketplace atau *ecommerce*. Kedua peningkatkan manajemen usaha untuk mengelolan keuangan, SDM dan persiapan produksi agar terlaksana tata kelola usaha yang baik. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan pemahaman tentang pemasaran digital serta manajemen usaha dalam upaya membangun kesadaran pelaku UMKM Pengrajin Telur Asin untuk menjalankan usahanya lebih berkembang. Pelaku UMKM juga telah memahami manfaat dan menggunakan beberapa plafon pasar daring (*emarketplace*) dalam menunjang bisnisnya dan pengelolaan manajemen usaha. Pelaku UMKM yakin bahwa dukungan penggunaan pemasaran digital dan manajemen usaha tersebut mampu meningkatkan usahanya.

### **Saran**

Dengan adanya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, saran bagi para pelaku UMKM Pengrajin Telur Asin Kelurahan Pesurungan Lor agar memulai menjalankan usahanya dengan menerapkan manajemen usaha lebih baik dan penerapan pemasaran digital melalui *e-commerce* agar memasarkan dan penjualan lebih luas dan meningkat. Mengingat kondisi pasar saat ini selalu berubah dengan adanya perkembangan teknologi. Bagi pemerintah daerah melalui Dinas koperasi dan UMKM agar memberikan pendampingan pelatihan secara berkala kepada UMKM agar keterampilan mereka bertambah dalam menjalankan usahanya.

### **Ucapan Terima Kasih**

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Harapan Bersama yang telah memberikan bantuan dana dan fasilitas sehingga kegiatan PKM berjalan dengan lancar. Pihak eksternal yang telah bersedia mendukung kegiatan ini adalah Kepala Kelurahan Pesurungan Lor Kota Tegal serta para pelaku UMKM Pengrajin Telur Asin atas tingginya partisipasi.

### **Daftar Pustaka**

- Acosta, A. S., Crespo, A. H., & Agudo, J. C. (2018). Effect of Market Orientation, Network Capability and Entrepreneurial Orientation on International Performance of Small and Medium Enterprises (SMEs). *International Business Review*, 27. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.04.004>
- Azudin, A., & Mansor, N. (2018). Management accounting practices of SMEs: The impact of organizational DNA, business potential and operational technology. *Asia Pasific Management Review*. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.apmr.2017.07.014>
- Bouwman, H., Nikou, S., & de Reuver, M. (2019). Digitalization, business models, and SMEs: How do business model innovation practices improve performance of digitalizing SMEs? *Telecommunications Policy*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.telpol.2019.101828>
- BPS. (2022). *Ekonomi Indonesia Triwulan IV 2021 Tumbuh 5,02 Persen (y-on-y)*.



- Cahyuni Novia, dkk. (2022). Dampak Digitalisasi Marketing Terhadap Daya Saing UKM Tahu. *Jurnal Pertanian Terpadu*, 10. <https://doi.org/https://doi.org/10.36084/jpt.v10i2.381>
- Harjadi. (2022). Dampak Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Usaha Terhadap Daya Saing Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis (Studi Kasus Pelaku UMKM Pemerintah Kabupaten Kuningan). *Manajemen Motivasi*, 18. <https://doi.org/http://orcid.org/0000-0001-6023-3867>
- I Gede Widhiantara, dkk. (2019). Peningkatan Kualitas Produk dan Manajemen Kelompok Tani Jamur Tiram Desa Lulus Tabanan. *BHAKTI PERSADA*, 5. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.31940/bp.v5i1.1022>
- Laili, Y. F. dan, & Hendra, S. A. (2020). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN UMKM SENTRA BATIK DI KOTA PEKALONGAN. *DIPONEGORO JOURNAL OF ECONOMICS*, 9.
- Limanseto, H. (2022). *Perkembangan UMKM Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukkungan-pemerintah>
- Opan Arifudin. (2020). Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Di PT. GLOBAL (PT.GM). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v3i2.243>
- Pahrul Fauzi, et al. (2021). Pendampingan UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19. *Dimasejati*.
- Popa, S., Soto-Acosta, P., & Perez-Gonzalez, D. (2018). An Investigation of the Effect of Electronic Business on Financial Performance of Spanish Manufacturing SMEs. *Technological Forecasting and Social Change*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.08.01>
- Tresnawati, Y. S., Wardiani, W., & Anisyahrini, R. (2021). Pengembangan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Rajutan Terdampak Covid 19 Di Kampoeng Rajoet Kota Bandung. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Tri Hanifawati, R. S. L. (2021). Peningkatan Kinerja UMKM Selama Pandemi Covid-19 melalui Penerapan Inovasi Produk dan Pemasaran Online. *Warta LPM*, 24. <http://journals.ums.ac.id/index.php/warta>