

PENINGKATAN KUALITAS PRODUK UMKM MELALUI *DIGITAL MARKETING* DAN LEGALITAS PRODUK DI DESA CERME

Achmad Saiful Ulum¹, Thea Diva Theresa², Ade Firmansyah², Fathur Rohman²

^{1,2}Universitas Hayam Wuruk Perbanas

Email: achmad.saiful@perbanas.ac.id¹

Abstract. *The Covid-19 pandemic has hit Indonesia, so it has had a lot of impact on the community's economy, especially MSME actors. The impact is a decrease in sales turnover, a decrease in product sales, and difficulties in financing loan installments. Around 47, 13% of businesses were able to survive in August 2020, around 72.02% of businesses would close in November 2020, and around 85.42% could last a maximum of one year during the Covid-19 Pandemic era. The impact of the Covid-19 pandemic was also felt by Micro MSME actors in Cerme Village, Nganjuk Regency who are partners in this community service program. The number of MSMEs in Cerme Village is 15 Micro Business actors. The types of businesses that are run are Food, Beverage, Natural Stone, Bonsai, and Plantation. The purpose of this community service program is to help MSME actors, especially in Cerme Village, Nganjuk Regency in overcoming the problem of decreasing sales turnover in the Covid-19 pandemic era. The implementation method for this community service activity is carried out in a Hybrid manner, namely a combination of offline and online. Meanwhile, this community service method consists of 3 stages, namely the metric exposure method, practice and mentoring. The results of community service that have been carried out include: Increased knowledge of MSMEs, especially in Cerme Village in mapping marketing strategies and Digital Marketing, Being able to determine the Promotional Mix, and product packaging, Increasing public knowledge in the use of marketing technology that aims to expand product marketing, Increasing public interest in legalizing this type of business.*

Keywords: *cerme village umkm, digital marketing, promotion mix, business legality*

Abstrak. Pandemi Covid-19 telah melanda di Indonesia, sehingga banyak menimbulkan dampak pada ekonomi masyarakat khususnya pelaku UMKM. Dampak yang ditimbulkan yaitu penurunan omset penjualan, menurunnya penjualan produk, dan kesulitan dalam membiayai angsuran pinjaman. Sekitar 47, 13% usaha mampu bertahan di Bulan Agustus 2020, sekitar 72,02% usaha akan tutup di Bulan November 2020, dan sekitar 85,42% dapat bertahan paling lama satu tahun pada era Pandemi Covid-19. Dampak pandemi Covid-19 juga dirasakan oleh Pelaku UMKM Mikro di Desa Cerme, Kabupaten Nganjuk yang merupakan Mitra dalam program pengabdian Masyarakat ini. Jumlah UMKM yang berada di Desa Cerme sebanyak 15 pelaku Usaha Mikro. Jenis usaha yang dijalankan yaitu Makanan, Minuman, Batu Alam, Bonsai, dan Perkebunan. Tujuan Program pengabdian masyarakat ini yaitu untuk membantu para pelaku UMKM khususnya di Desa Cerme Kabupaten Nganjuk dalam mengatasi permasalahan penurunan omset penjualan di era pandemic Covid-19. Metode pelaksanaan pada kegiatan Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan secara Hybrid yaitu kombinasi antara Luring dan daring. Sedangkan metode pengabdian Masyarakat ini terdiri dari 3 Tahapan yaitu Metode Pemaparan metri, Praktika dan Pendampingan. Adapun hasil dari pengabdian masyarakat yang telah dilakukan diantaranya yaitu : Meningkatnya pengetahuan UMKM khususnya di Desa Cerme dalam memetakan strategi pemasaran dan *Digital Marketing*, Mampu menentukan Bauran Promosi, dan kemasan produk, Meningkatnya pengetahuan masyarakat dalam pemanfaatan teknologi pemasaran yang bertujuan untuk memperluas pemasaran produk, Meningkatnya minat masyarakat dalam melegalkan jenis usahanya.

Kata Kunci: *UMKM desa cerme, digital marketing, bauran proposi, legalitas usaha*

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah melanda di Indonesia, sehingga banyak menimbulkan dampak pada ekonomi masyarakat khususnya pelaku UMKM. Dampak yang ditimbulkan yaitu

penurunan omset penjualan, menurunnya penjualan produk, dan kesulitan dalam membiayai angsuran pinjaman. Berdasarkan hasil survai kepada pelaku usaha Mikro yang dilakukan oleh (Nugroho, 2020) menunjukkan bahwa 94,69% Usaha Mikro

mengalami penurunan penjualan, dampak dari penurunan penjualan akan mengakibatkan beberapa pelaku UMKM akan pailit atau Tutup. Sekitar 47,13% usaha mampu bertahan di Bulan Agustus 2020, sekitar 72,02% usaha akan tutup di Bulan November 2020, dan sekitar 85,42% dapat bertahan paling lama satu tahun pada era Pandemi Covid-19.

Dampak pandemi Covid-19 juga dirasakan oleh Pelaku UMKM Mikro di Desa Cerme, Kabupaten Nganjuk. Jumlah UMKM yang berada di Desa Cerme juga cukup signifikan, sekitar 20 pelaku Usaha Mikro. Jenis usaha yang dijalankan yaitu Makanan, Minuman, Batu Alam, Bonsai, dan Perkebunan. Pada era Pandemi Covid-19 yang mewabah di Indonesia khususnya daerah Nganjuk, para pelaku UMKM merasa kesulitan dalam menjual Produk olahan yang dihasilkan karena adanya PPKM yang telah diterapkan. Adanya penerapan kebijakan *Financial Distancing* membuat perilaku knsumen berubah, yang dahulunya penjualan ataupun pembelian bisa dilaksanakan secara langsung namun saat ini berubah secara online. Kesulitan yang dihadapi para pelaku UMKM masih awam dalam memasarkan produknya secara online, sehingga sangat berdampak pada menurunnya Omset Penjualan. Penurunan Omset Penjualan akan berdampak pada keberlangsungan Usaha UMKM.

UMKM Mikro yang ada di Desa Cerme Kabupaten Nganjuk sangat berpotensi dalam meningkatkan penjualannya. Hal tersebut dapat dilihat dari uniknya produk yang dihasilkan dan memiliki peluang untuk bersaing dengan produk olahan lainnya. Melalui Program Pengabdian Masyarakat bertujuan untuk mengimplementasikan *Digital Marketing* pada pelaku UMKM sehingga dapat mengembangkan usahanya dan memasarkan produknya melalui Platform Digital. Hal tersebut dikarenakan perkembangan teknologi berbasis internet dari masa ke masa mengalami peningkatan yang signifikan (Ferrell, Hirt, & Ferrell, 2015). Selain itu guna menunjang dan meyakinkan konsumen maka pelaku UMKM khususnya yang bergerak pada bidang makanan dan minuman dapat melegalitaskan usahanya.

Pemasaran Digital merupakan salah satu kegiatan promosi dengan memanfaatkan media social atau jejaring sosial dalam memasarkan produknya secara luas (Purwana, Rahmi, & Aditya, 2017). Penggunaan platform digital merupakan salah satu alternatif yang dapat dilakukan oleh UMKM dalam meningkatkan penjualan. Selain itu platform digital dapat mendokrak kegiatan usaha UMKM untuk bersaing global (Harini, Darsin, & Praptono, 2017). Supaya maksimal dalam penggunaan platform digital, para pelaku UMKM harus mengetahui strategi pemasaran produk. Pada strategi pemasaran ada analisis STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*) dan bauran pemasaran (*Product, Price, Promotion, Place*). Hal ini adalah konsep dasar yang harus dimengerti oleh pelaku UMKM dalam melakukan pemasaran untuk produknya. Selain itu, dengan memberikan legalitas kepada produk, maka akan dengan mudah pelaku UMKM menjangkau pangsa pasar yang lebih luas, salah satunya dengan memasuki toko swalayan dan toko retail. Penggunaan logo dan label juga diperlukan sebagai tanda bahwa produk itu adalah milik kita dan membantu konsumen dalam mendapatkan informasi melalui label yang ada pada kemasan produk.

Selain Pemasaran Digital para pelaku UMKM juga harus mengetahui pentingnya Legalitas usaha. Legalitas adalah tanda bahwa suatu produk sudah dapat perizinan dan sudah layak di edarkan, sehingga seseorang tidak ragu ketika membeli produk yang telah diproduksi, dikarenakan sudah memiliki legalitas. Legalitas juga salah satu strategi pemasaran untuk melakukan penjualan, namun dengan melakukan legalitas terhadap suatu produk saja tidak cukup, sehingga memerlukan beberapa strategi pemasaran yang lain seperti melakukan analisis bauran pemasaran yang meliputi *Product, Price, Promotion, Place* (Marka, Azis, & Alifiana, 2018). Dengan demikian akan lebih memudahkan para pelaku UMKM melakukan pemasaran untuk produk yang telah diproduksi.

Berdasarkan hasil survai dan wawancara pada pelaku UMKM Usaha Mikri Desa Cerme Kabupaten Nganjuk menemukan beberapa

permasalahan yang sangat dikeluhkan para pelaku usaha yaitu menurunnya omset penjualan, kurangnya kesadaran pada pelaku UMKM tentang pentingnya penggunaan teknologi dan strategi pemasaran serta belum mengetahuinya cara melegalitaskan atas usahanya sehingga dapat menjadi nilai tersendiri bagi suatu produk yang dihasilkan. Dari beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pelaku Usaha di Desa Cerme, kami Tim Pengabdian Masyarakat Universitas Hayam Wuruk Perbanas bermaksud untuk memberikan pendampingan dan pelatihan dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh para pelaku usaha UMKM Di Desa Cerme Kabupaten Nganjuk. Harapan kami terkait program yang telah disusun dapat menunjang serta keberlangsungan usaha yang telah dijalankan oleh pelaku UMKM di desa Cerme Kabupaten Nganjuk.

METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan hasil survai dan wawancara yang telah dilakukan sebanyak 15 UMKM yang berada di Desa Cerme, Kabupaten Nganjuk yang merupakan Mitra Pengabdian Masyarakat ini. Pelaksanaan program kegiatan Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan secara Hybrid yaitu kombinasi antara Luring dan daring. Pertemuan tatap muka dilaksanakan di Auditorium Kelurahan Desa Cerme, sedangkan yang daring (Online) melalui Aplikasi Zoom. Pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama 4 Bulan mulai Bulan Agustus-November 2021.

Metode pelaksanaan pengabdian Masyarakat ini terdiri dari 3 Tahapan yaitu Metode Cerama, Praktika dan Pendampingan. Metode cerama dilakukan dengan pemberian materi tentang Konsep Dasar Digital Marketing, Strategi Pemasaran, Bauran Promosi dan Desain Kemasan. Para pelaku usaha UMKM di Desa Cerme diharapkan melalui pemaparan materi tersebut dapat merealisasikan pada usahanya. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan omset penjualan dan Teknik pemanfaatan platform digital dalam memasarkan produknya. Materi yang ke dua yaitu tentang legalitas usaha. Materi ini bertujuan untuk membekali pada pelaku usaha UMKM di Desa cerme supaya mengetahui manfaat legalitas usaha dalam menunjang keberlangsungan usahanya. Hal tersebut ditunjukkan dari perilaku konsumen yang cenderung lebih percaya kepada jenis usaha yang memiliki legalitas. Metode berikutnya yaitu praktika. Metode ini digunakan pada setiap materi yang disampaikan. Pada setiap materi pelaku usaha mampu membuat platform digital, mendesain kemasan dan mengisi form yang dibutuhkan dalam mengajukan legalitas usaha. Setelah itu metode terakhir yaitu pendampingan. Pendampingan dilakukan untuk membantu para pelaku usaha UMKM di Desa Cerme dalam memanfaatkan Platform digital, pengurusan legalitas usaha, dan mendesain kemasan. Hal tersebut bertujuan para pelaku usaha UMKM di Desa Cerme dapat memiliki daya saing yang tinggi dalam menghadapi para kompetitor.

Tabel 1.1. Tahapan Pelaksanaan

Tahapan Kegiatan	Nama Kegiatan	Kontribusi Pengusul	Kontribusi Mitra
Tahap 1 (Pemaparan Materi / Ceramah)	Pemaparan Materi tentang peningkatan pengetahuan pada Digital Marketing	Sebagai narasumber dalam topik Setrategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Legalitas Usaha, dan pembuatan platform Digital	Penyediaan Tempat dan Perlengkapan penunjang
Tahap 2 (Praktika)	Peningkatan kemampuan dalam merealisasikan Bauran Promosi, Kemasan, dan Menyusun Legalitas Usaha melalui Praktika	Mendampingi Peserta UMKM dalam mempraktikan secara langsung dalam Mendesain Produk, Kemasan, dan Platform Digital	Jaringan Wifi dan Hp

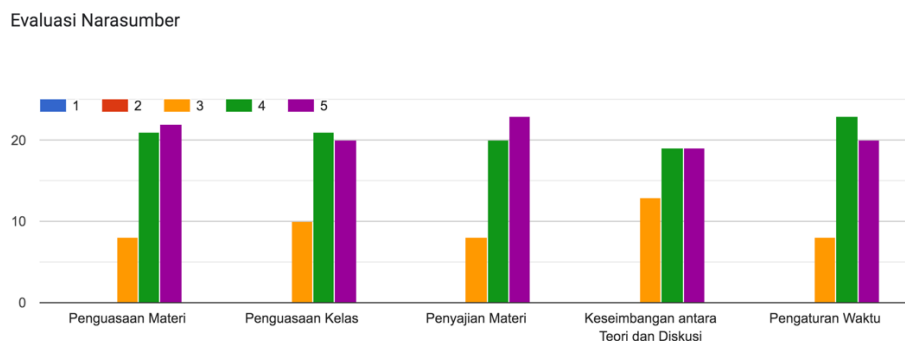
Tahap3 (Pendampingan)	Pendampingan pada UMKM Mikro Desa Cerme dalam membuat Platform Digital, Desain Kemasan, dan Mengajukan Legalitas Usaha	- Sebagai fasilitator dalam memandu pemanfaatan teknologi digital	Menyediakan ruangan dan jaringan waifi
--------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------	----------------------------------------

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam menunjang hasil yang maksimal dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat, maka tahapan-tahapan yang telah dilakukan diantaranya yaitu :

1. Pemaparan Materi / Ceramah terdiri dari 3 Kegiatan yaitu Pemaparan Materi Pentingnya Berwirausaha, Digital Marketing, dan Legalitas Usaha.
 - a. Materi yang pertama yaitu tentang pentingnya berwirausaha
Materi ini diberikan sebagai bekal mendasar tujuan para pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Banyak pelaku usaha yang tujuan awalnya masih kurang tepat misalkan alasan mendirikan usaha dikarenakan kepepet, terpaksa, dan hanya mengisi waktu luang. Pada materi ini para pelaku usaha diberikan mindset seorang pengusaha yang sebenarnya yaitu lebih mengarah ke sifat sosial yaitu untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, sehingga ketika terjadi penurunan omset penjualan tidak terlalu memikirkan melainkan mencari solusi dan Tindakan yang tepat dalam menyelesaikan masalah tersebut. Pada materi ini Sebagian besar pelaku UMKM di

Desa Cerme tersadar jika seorang pengusaha merupakan suatu profesi yang sangat mulia. Pada materi ini diberikan oleh Bapak Achmad Saiful Ulum di Gedung Kelurahan Desa Cerme kabupaten Nganjuk. Jumlah peserta yang mengikuti pelatihan ini sangat antusias dan Sebagian besar adalah pelaku usaha muda. Hal tersebut ditunjukkan dari Jumlah Peserta yang hadir mulai dari Calon Pengusaha sampai dengan Pelaku Usaha sangat Tinggi yaitu sebanyak 25 Peserta. Selain itu hasil pengisian Evaluasi Narasumber yang telah disebarikan melalui Google Form memiliki nilai yang Baik. Rata-rata Peserta pelatihan memberikan Penilaian Baik dan Sangat Baik dengan Poin 4 dan 5 yang berwarna Hijau dan Ungu, Sebagian kecil Peserta Memberikan Penilaian Cukup yang berwarna Orange. Berikut Grafik Hasil Evaluasi Narasumber yang telah diisi oleh Peserta dalam mengikuti Pelatihan ini yaitu :



Gambar 1. Hasil Penilaian Evaluasi Narasumber dengan Metri Pentingnya Berwirausaha



Gambar 2. Penyampaian Materi tentang Pentingnya Berwirausaha, dilaksanakan secara Luring dengan Protokol Kesehatan

b. Materi yang kedua yaitu tentang Strategi pemasaran dan *Digital Marketing* Menurut (Mia Ajeng, 2018) pelatihan pemasaran yang lebih memadai adalah melalui pengenalan *e-commerce* atau *market place* dan social media sebagai salah satu sarana pemasaran. Sedangkan (Wijaya & Jasfar, 2014) menyatakan bahwa dewasa ini jumlah pengguna internet mengalami peningkatan yang signifikan, sehingga menarik para produsen untuk memanfaatkan media ini dalam memasarkan produk yang dihasilkan. Media pemasaran *online* memudahkan konsumen dalam menjangkau para produsen. Menurut (Taiminen & Karjaluoto, 2015) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa Digitalisasi dapat berpengaruh Positif terhadap peningkatan atau pertumbuhan Kinerja UMKM. Digitalisasi bisa melalui pemasaran digital ataupun penggunaan media sosial yang dapat menarik konsumen. Metode pemasaran digital yang diperkenalkan kepada UMKM Desa Cerme melalui pelatihan dan pemaparan materi tentang Digital Marketing. Pada materi ini para pelaku usaha UMKM di Desa Cerme diberikan materi tentang penggunaan *e-marketplace* dan media sosial melalui Instagram, WA-Bisnis dan facebook. Digital marketing merupakan suatu aktivitas pemasaran dengan menggunakan platform

digital seperti E-mail, Sosial media, Website, ataupun sejenisnya dengan menggunakan bantuan jaringan Internet dalam menjalankan platform tersebut sehingga bisa dijangkau oleh masyarakat luas (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Sosialisasi pada program pengabdian masyarakat ini dilakukan secara Hybrid dengan tim yang ada di lapangan menerapkan protokol kesehatan. Pelaksanaan kegiatan ini disampaikan oleh Bapak Achmad Saiful Ulum, S.AB., M.AB. dan di bantu tim lapangan oleh Mahasiswa Jurusan Manajemen yang mengambil Konsentrasi pada bidang Pemasaran. Dalam proses sosialisasi ini pemberian materi disampaikan sesuai dengan kondisi pelaku UMKM Desa Cerme yang dimana para UMKM hanya mengandalkan promosi konvensional atau dikenal dengan "*mouth to mouth*". Sehingga materi yang disampaikan bertujuan untuk membuka pikiran para pelaku UMKM melalui pemanfaatan teknologi pemasaran yang lebih modern. Pelaku UMKM dikenalkan media penjualan secara online. Setelah pemberian materi dilanjutkan dengan sesi tanya jawab dengan para pelaku UMKM, melalui pemberian materi dan sesi tanya jawab diharapkan pelaku UMKM dapat lebih mudah menginformasikan produknya ke masyarakat luas dan menambah jejaring dengan para konsumen. Jumlah peserta yang mengikuti

Pelatihan ini sebanyak 10 UMKM yang ada di Desa Cerme Kabupaten Nganjuk. Dalam mengetahui keberhasilan pemahaman materi yang telah diberikan oleh narasumber, maka

diadakan Pre-Test dan Post-Test. Berikut hasil Pre-Test dan Post-Test yang telah diikuti oleh Peserta di antaranya yaitu:



Gambar 3. Grafik Hasil Pre Test Materi Strategi Pemasaran dan Digital Marketing



Gambar 4. Grafik Hasil Post Test Materi Strategi Pemasaran dan Digital Marketing



Gambar 5. Penyampaian Materi tentang Strategi Pemasaran UMKM Desa Cerme, dilaksanakan secara Hybrid

- c. Materi yang ketiga yaitu tentang Legalitas Usaha
 Legalitas usaha adalah salah satu hal yang sangat penting dalam pengembangan usaha, namun beberapa dari para pelaku UMKM belum memahami hal tersebut. Tim

Pengabdian Masyarakat Universitas Hayam Wuruk Perbanas memberikan sosialisasi kepada pelaku UMKM terhadap besarnya peran legalitas usaha untuk kemajuan suatu usaha. Dalam sosialisasi ini diberikan informasi mengenai jenis legalitas usaha,

manfaat dan persyaratan yang harus dipenuhi. Selain itu, juga diberikan arahan mengenai proses pengajuan izin seperti Halal, Produksi Pangan Industri RumahTangga (P-IRT), maupun BPOM. Menurut (Kurniawan & Astuti, 2018) pengurusan P-IRT sangat penting bagi keberlangsungan usaha dan kepercayaan Konsumen terhadap produk yang dihasilkan. Sehingga nantinya pelaku UMKM dapat mengembangkan usaha

secara legal, agar dapat lebih berdaya saing. Dari 10 Peserta UMKM yang mengikuti pelatihan ini yang bersedia untuk Menyusun Legalitas usaha sebanyak 5 Peserta UMKM. Hal tersebut dikarenakan terkait P-IRT adalah legalitas Produksi Pangan sehingga yang berkenan adalah Usaha yang bergerak dalam Bidang Makanan dan Minuman. Adapun UMKM yang berkenan untuk mengurus legalitas usaha diantaranya yaitu :

Tabel. 1.2. Nama UMKM yang bersedia untuk Mengurus Legalitas Usaha

No.	Nama UMKM	Jenis UMKM
1	Papa Gedhang	Makanan
2	Pastelable	Makanan
3	Jamu Bu Warsiati	Minuman
4	Jamu Ibu Sus	Minuman
5	Keripik tempe	Makanan



Gambar 6. Materi Legalitas Produk UMKM Desa Cerme Kabupaten Nganjuk

2. Praktika

Pada tahap ini masing-masing UMKM yang ada di Desa Cerme untuk merealisasikan dari pemaparan materi sebelumnya. UMKM membuat desain kemasan yang kreatif dan inovatif untuk menunjang Nilai Jual suatu produk. Kemudian masing-masing UMKM membuat account pada media social misalkan Instagram serta masing-masing UMKM

membuat Platform Digital dalam memasarkan Produk misalkan yaitu Shoppe dan Tokopedia. Selain itu Para Pelaku usaha mengisi form dalam pengurusan legalitas usaha, minimal masuk pada PIRT. Berikut foto dokumentasi hasil Praktika para pelaku UMKM yang sudah terealisasikan:



Gambar 7. Praktik membuat Logo/Merek Produk



Gambar 8. Hasil Praktik membuat Kemasan pada salah satu UMKM di Desa Cerme yaitu Produk Djampi

3. Pendampingan UMKM

Pada tahap ini, Tim pengabdian Masyarakat mendampingi UMKM dalam merealisasikan hasil pelatihannya. Masing-masing UMKM menyampaikan hal-hal yang dirasa menjadi kendala dalam keberlangsungan usahanya.

Mulai dari pemberian materi sampai dengan Praktika UMKM merealisasikan secara keseluruhan. Berikut adalah foto dokumentasi pendampingan kepada UMKM yang dilakukan secara Luring oleh tim pengabdian masyarakat ini.



Gambar 9. Pendampingan pada pelaku UMKM di Desa Cerme yaitu Produk Djampi

Adapun hasil dari pengabdian masyarakat yang telah dilakukan diantaranya yaitu :

1. Meningkatnya pengetahuan UMKM khususnya di Desa Cerme dalam memetakan strategi pemasaran dan Digital Marketing
2. Meningkatnya pengetahuan dan kemampuan UMKM di Desa Cerme dalam Menentukan Bauran Promosi, dan pentingnya kemasan suatu produk
3. Meningkatnya pengetahuan masyarakat dalam pemanfaatan teknologi pemasaran yang bertujuan untuk memperluas pemasaran produk yang telah dihasilkan sehingga memiliki daya saing yang tinggi

4. Meningkatnya pengetahuan dan minat masyarakat dalam melegalitaskan jenis usahanya.

SIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini yang dilakukan oleh Dosen dan Mahasiswa secara keseluruhan sudah berjalan dengan baik dan mendapat respon positif dari pelaku UMKM. Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan bertujuan untuk membantu pada pelaku UMKM khususnya di Desa Cerme Kabupaten Nganjuk dalam mengatasi Penurunan Omset Penjualan akibat dari Dampak Pandemi Covid 19. Adapun Kesimpulan pada kegiatan Pengabdian Masyarakat Ini yaitu :

- a. Pelaku UMKM di Desa Cerme menyadari bahwa tujuan berbisnis tidak hanya meraup keuntungan melainkan untuk memenuhi Kebutuhan Masyarakat. Hal tersebut terbukti para pelaku UMKM selama program pengabdian ini berhasil memetakan anatar peluang usaha yang bisa dilaksanakan.
- b. Pelaku UMKM di Desa Cerme mampu memahami tentang cara mendesain kemasan, strategi pemasaran, dan Membuat Platform Digital melalui Shoope.
- c. Pelaku UMKM di Desa Cerme khususnya pada Produk djamu sudah masuk ke legalitas usaha PIRT
Saran untuk kegiatan pengabdian masyarakat berikutnya yaitu :
 - a. Pelaku usaha UMKM yang berda di Desa Cerme masih belum mampu mengoperasikan maksimal pada Platform digital lain misalnya Tokopedia dan mendalami Fitur-fitur yang adad id Shoope
 - b. Pelaku usaha UMKM yang berda di Desa Cerme masih belum mampu membuat laporan keuangan yang terintegrasi dengan laporan laba rugi dan laporan posisi keuangan

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang mana telah memberikan waktu dan kesempatan sehingga kami dapat melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan baik. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada rekan tim Pengabdian Masyarakat Universitas Hayam Wuruk Perbanas yang telah bekerja keras dalam menyelenggarakan kegiatan ini sehingga dapat berjalan dengan baik, serta kepada pemerintah Desa Cerme dan pelaku UMKM di Desa Cerme yang telah berkenan berkerjasama dalam penyelenggaraan pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

Chaffey, D. , & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and practice* (7th ed.). Pearson.

- Ferrell, O. , Hirt, G. , & Ferrell, L. (2015). Digital Marketing and Social Networkin. In Business - A Changing World. In Mc. Graw-Hill (Ed.). New York.
- Harini, C. , Darsin, & Praptono, S. (2017). Pengembangan pemasaran kewirausahaan dalam upaya meningkatkan kinerja perekonomian unit usaha kecil menengah di Kota Semarang (pp. 537–549). *Prosiding Sntatif Ke-4*.
- Kurniawan, D. A. , & Astuti, R. Y. (2018). Pendampingan Pengurusan Izin PIRT sebagai Langkah Awal Pengembangan dan Perluasan Bagi Produk Lokal IKM Ponorogo. *Khadimul Ummah: Journal of Social Dedication*, 1(2), 93–101.
- Marka, M. M. , Azis, N. , & Alifiana, M. A. (2018). Pengembangan UMKM Madumongso melalui manajemen usaha dan legalitas usaha. *SNKPPM*, 1(1), 108–113.
- Mia Ajeng, A. (2018). Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga Melalui Pemberdayaan Ibu-Ibu PKK di Kota Kudus. *Journal of Dedicators Community*, 2(2), 83–90.
- Nugroho, A. E. (2020). Survei Kinerja UMKM di Masa Pandemi COVID19. *Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia* .
- Purwana, D. , Rahmi, R. , & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.
- Taiminen, H. M. , & Karjaluo, H. (2015). The usage of digital marketing channels in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 22(4), 633–651.
- Wijaya, M., & Jafar, F. (2014). Pengaruh Rancangan Situs, Harga, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Pembelian Produk Fashion Melalui Online Shopping. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 7(2), 31–62.