Vol 2 No 4, November 2023, pp 449-454 https://doi.org/10.59025/js.v2i4.151

Jurnal Masyarakat Madani Indonesia
e-ISSN: 2829-6702
https://syadani.onlinelibrary.id/

Sosialisasi Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Para Pelaku UMKM Di Desa Karangpatri

Adillah Ardelia Ramadhanti[1*], Husnul Khatimah[1], Setyo Supratno[2]
1Program Studi Manajemen, Universitas Islam 45 Bekasi, Indonesia.
2Program Studi Teknik Mesin, Universitas Islam 45 Bekasi, Indonesia.
Corresponding author email: adillahard@gmail.com

INFO ARTIKEL

Diterima: 3 September 2023
Direvisi: 23 September 2023
Disetujui: 2 Oktober 2023

***Keywords*:**

Sosialisasi,
Pemasaran Digital,
UMKM

ABSTRAK

Pengabdian ini bertujuan untuk mensosialisasikan serta menjelaskan mengenai pemanfaatan digital marketing bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang beroperasi di Desa Karangpatri. Subyek dalam pengabdian ini adalah pelaku UMKM Chips.le yaitu keripik ikan lele di Desa Karangpatri yang ingin memperluas usahanya. Dalam era digital yang berkembang pesat, pemahaman dan penerapan strategi pemasaran digital telah menjadi penting untuk meningkatkan daya saing UMKM. Pengabdian ini menggali upaya sosialisasi yang dilakukan untuk mengenalkan konsep digital marketing kepada para pelaku UMKM serta menganalisis bagaimana pelaku UMKM di Desa Karangpatri memanfaatkannya dalam promosi produk mereka. Metode pengabdian yang digunakan mencakup wawancara, observasi serta pelatihan pembuatan akun shopee. Hasil pengabdian ini memberikan wawasan yang berharga tentang pentingnya digital marketing dalam memajukan UMKM di wilayah pedesaan, dengan implikasi yang relevan untuk pengembangan bisnis dan perekonomian lokal

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License
Copyright@ Author (2023).

1. PENDAHULUAN

UMKM merupakan elemen kunci dalam struktur ekonomi Indonesia. Keberadaan UMKM di Indonesia telah signifikan dalam mempengaruhi perekonomian negara ini. Peran UMKM dalam ekonomi nasional mencakup beberapa aspek, seperti jumlahnya yang melimpah dalam berbagai sektor ekonomi, kemampuannya dalam menciptakan lapangan kerja, serta kontribusinya terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) [1]. Peningkatan jumlah pengguna internet saat ini membuka peluang besar, terutama bagi pelaku UMKM. Dengan meningkatnya e-commerce dan marketplace, para pelaku UMKM dapat lebih luas mengembangkan penjualan produk mereka melalui platform digital. UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam menggerakkan perekonomian nasional dan mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia [2]. Untuk berhasil dalam pemasaran online, diperlukan sumber daya untuk menciptakan konten dan membangun basis pengikut yang berkualitas [3].

Setelah melakukan wawancara dengan Kepala Kesejahteraan Masyarakat dan melakukan observasi di desa Karangpatri, ditemukan bahwa desa ini memiliki potensi besar dalam hal produk

yang dihasilkan oleh penduduknya. Namun, mayoritas pelaku UMKM di desa ini masih mengandalkan pemasaran konvensional. Oleh karena itu, para pelaku UMKM seharusnya mempertimbangkan untuk menggabungkan upaya pemasaran konvensional dengan pendekatan pemasaran digital, agar mereka dapat memaksimalkan potensi produk mereka dalam dunia pasar yang lebih luas. Terlihat bahwa pelaku UMKM di Desa Karangpatri belum secara luas menggunakan pemasaran digital sebagai sarana untuk mempromosikan produk mereka. Untuk mengatasi masalah ini, solusinya adalah mengadakan berbagai kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang pentingnya menguasai Digital Marketing bagi para pelaku usaha. Dengan cara ini, pelaku UMKM akan dapat memanfaatkan peluang ini untuk mencapai pasar yang lebih luas dan menarik pelanggan baru [4].

Digital marketing adalah praktik mempromosikan brand atau produk secara online melalui platform digital atau internet, dan memberikan dukungan kepada perusahaan atau individu dalam upaya memasarkan produk dan layanan yang mereka tawarkan [5]. Ini merupakan strategi pemasaran yang berfokus pada penggunaan media internet untuk mencapai konsumen dan calon konsumen dengan efisiensi. Beberapa contoh platform media internet yang umum digunakan dalam pemasaran produk meliputi Tiktok, Instagram, Shopee, dan platform lainnya [6].

Penggunaan media digital dalam strategi pemasaran seharusnya tidak menjadi hambatan bagi pelaku UMKM. Dalam kenyataannya, dengan memperhatikan kemajuan teknologi saat ini, produk-produk UMKM yang berasal dari Desa Karangpatri dapat dijual dan didistribusikan ke seluruh wilayah Indonesia. Pemanfaatan promosi melalui media digital adalah salah satu metode yang sangat efektif bagi pelaku UMKM untuk memperluas cakupan usaha mereka dan menjangkau pasar yang lebih luas [7]. Pelatihan ini ditargetkan kepada pelaku UMKM di Desa Karangpatri, Kecamatan Pebayuran, Kabupaten Bekasi, dengan tujuan memberikan pemahaman mengenai konsep digital marketing kepada mereka.

Dalam rangka ingin membantu para pelaku UMKM dalam melakukan pemasaran produknya, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. maka kami melakukan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul "Sosialisasi Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Para Pelaku UMKM di Desa Karangpatri." Tujuan kegiatan ini adalah Memberikan tambahan wawasan kepada para pelaku UMKM di Desa Karangpatri tentang konsep digital marketing, produk-produk teknologi yang dapat digunakan untuk pemasaran produk dan pelatihan penggunaan media digital dalam pemasaran produk.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pengabdian Masyarakat di Desa Karangpatri yaitu dengan melakukan Sosialisasi serta Pelatihan. Sasaran dari Program pengabdian Masyarakat ini yaitu UMKM di wilayah Desa Karangpatri, UMKM tersebut adalah ternak lele, kripik lele, ternak kambing, ternak pembesaran ayam kampung, ternak bebek. Adapun tahapan - tahapan dalam pelatihan ini yaitu :

1. Sosialisasi

   Pada tahap ini melakukan pemberitahuan kegiatan pelatihan sekaligus survei kepada para pelaku UMKM untuk melihat seberapa jauh pengetahuan masyarakat tentang konsep Digital Marketing.

2. Pelatihan

Pada tahap ini yaitu kami memaparkan materi tentang konsep Digital Marketing dan Mensimulasikan bagaimana cara memiliki dan membuat akun seperti shopee, memutuskan apa saja isi konten yang dimasukkan. Selanjutnya akan dicoba untuk diterapkan kepada para pelaku UMKM.

3. Evaluasi

Pada tahap yang terakhir yaitu dilakukan pendampingan bagi para pelaku UMKM untuk melihat apakah pemanfaatan digital Marketing ini dapat meningkatkan pemahaman dan meningkatkan penjualan UMKM di desa Karangpatri.

3. HASIL & PEMBAHASAN

Hasil dari terlaksananya program pengabdian yang telah diselesaikan dengan menggunakan metode wawancara, observasi, pelatihan dan evaluasi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat 4 UMKM, UMKM yang berlokasi di Desa Karangpatri ini menawarkan berbagai jenis usaha, antara lain ternak ikan lele, Keripik ikan lele, ternak kambing, budidaya pembesaran ayam kampung dan itik. Pemasaran yang dilakukan oleh para pelaku UMKM di Desa Karangpatri masih dilakukan secara manual yaitu dengan menaruh di warung-warung sekitar lokasi usaha. Pemasaran secara manual ini membuat produk yang dibuat tidak banyak yang mengetahuinya. Sehingga program yang dapat dilakukan untuk para pelaku UMKM ini adalah memberi pengetahuan mengenai pemasaran secara digital dan membuat akun di shopee serta membuat konten produk yang menarik perhatian konsumen. Dengan adanya pemasaran secara digital ini diharapkan dapat memperluas usaha para pelaku UMKM di Desa Karangpatri.

Langkah awal dalam upaya kami adalah dengan melakukan observasi terhadap kepala UMKM di Desa Karangpatri. Kami berusaha untuk memahami lingkungan dan kebutuhan mereka dengan lebih baik melalui kunjungan lapangan ini. Selain itu, kami juga berkomunikasi dengan kepala UMKM untuk meminta izin dan mendiskusikan rencana pelaksanaan program kerja individu di lokasi mereka.



Gambar 1 Sosialisasi serta Pelatihan mengenai pemanfaatan digital Marketing

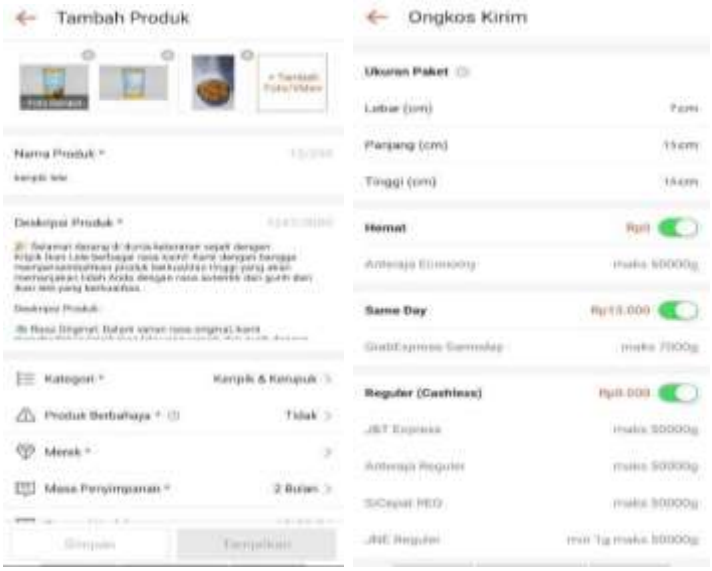
Pada Gambar 1 Memberikan informasi kepada para pelaku UMKM tentang keuntungan menggunakan e-commerce dalam meningkatkan penjualan serta memperluas cakupan produk, lalu memberikan panduan dalam mengenali platform *e-commerce* yang efektif.

Selain itu, kami memberikan pelatihan mendalam mengenai cara mendaftarkan akun Shopee ke akun jual. Ini mencakup panduan langkah demi langkah untuk memastikan bahwa mereka dapat memanfaatkan Shopee sebagai saluran penjualan yang efisien dan dapat diandalkan.



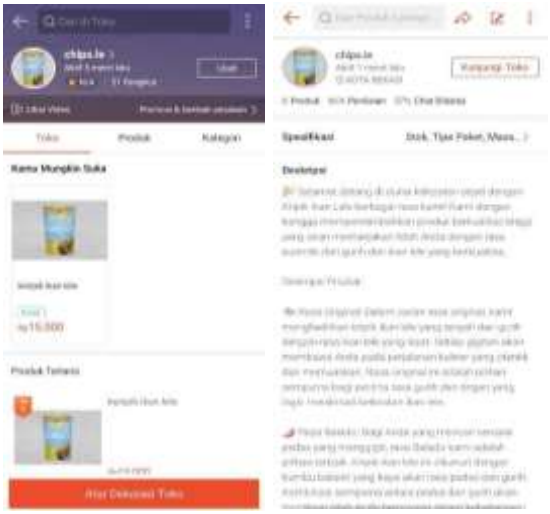
Gambar 2 Tahap pembuatan akun shopee

Pertama, unduh aplikasi shopee di *playstore* kemudian masuk ke aplikasi shopee dan buka halaman saya di aplikasi shopee, selanjutnya pilih daftar dan masukan nomor telepon dan klik lanjut geser gambar ke kanan, jika sudah masukan Kode Verifikasi (OTP) yang sudah dikirim melalui SMS ke nomor telepon, pilih lanjut atur password dan klik daftar.



Gambar 3 Tahap menambahkan produk

Setelah memiliki akun, pelaku UMKM dapat langsung menambahkan produk dengan cara klik mulai jual, selanjutnya lengkapi informasi seperti nama dan alamat toko. Lalu atur jasa kirim yang akan pelaku UMKM gunakan. Klik tambah produk dan lengkapi segala informasi produk dari foto, nama, deskripsi, kategori, sampai ke ongkos kirim. Jika sudah terisi semua klik tampilkan.



Gambar 4 Tampilan akun shopee UMKM chips.le

Setelah berhasil menyelenggarakan sesi sosialisasi dan pelatihan yang informatif mengenai pembuatan akun Shopee dan membuat konten shopee yang dapat menarik perhatian konsumen seperti harga yang kompetitif, deskripsi yang lengkap. Langkah berikutnya adalah memberikan pendampingan yang berkelanjutan kepada pengguna akun Shopee ini. Tujuan utama kami adalah memastikan bahwa para pelaku UMKM dapat memanfaatkan aplikasi Shopee secara efektif untuk mengembangkan bisnis mereka.

Dalam proses pendampingan ini, tim kami akan dengan cermat mendengarkan dan merespon setiap masalah yang mungkin dihadapi oleh para pengguna. Kami akan memberikan solusi konkret untuk setiap tantangan yang timbul selama penggunaan aplikasi Shopee.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pelatihan pemasaran digital dan pengembangan usaha yang dilakukan pada UMKM di wilayah kampung Bakung Kidul, Desa Karangpatri, hasil evaluasi menunjukkan bahwa telah terjadi perubahan sikap pelaku ekonomi kreatif terhadap promosi produk menggunakan media digital yang tepat dan relevan. Aplikasi utama teknologi informasi yang sedang trend saat ini adalah media sosial. Bagi mereka yang bekerja di UMKM, memahami pemasaran digital dapat menjadi kunci untuk menggunakan media online sebagai jalur yang efektif dan efisien untuk mengembangkan bisnis mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Program ini berhasil berkat dukungan yang besar dari berbagai pihak yang telah turut serta dalam pelaksanaannya. Kami mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua yang telah memberikan kontribusi dan dukungan yang sangat berarti:

1. Universitas Islam 45 Bekasi melalui LPPM, telah memberikan kesempatan dan fasilitas penting untuk menjalankan program kuliah kerja nyata tahun 2023. Dukungan yang diberikan oleh universitas adalah landasan utama yang memungkinkan kelancaran program ini
2. Selain itu, kami juga ingin menyampaikan terimakasih kepada reviewer dan DPL (Dosen Pembimbing Lapangan) yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta evaluasi yang sangat berharga selama pelaksanaan program ini. Kontribusi beliau telah berperan penting dalam

mengarahkan program ini menuju kesuksesan yang lebih baik

3. Tak lupa, ucapan terima kasih kami sampaikan kepada pelaku UMKM di Desa Karangpatri, terutama kepada pemilik "Chips.le" yang telah bersedia menjadi subjek dalam pengabdian ini.

Dengan kolaborasi dan dukungan yang telah diberikan oleh semua pihak, program kuliah kerja nyata tahun 2023 dapat mencapai kesuksesan dan memberikan dampak positif yang signifikan bagi masyarakat Desa Karangpatri dan wilayah sekitarnya. Kami sangat menghargai dedikasi dan kontribusi luar biasa yang telah diberikan oleh semua pihak ini. Terima kasih atas upaya bersama yang telah menjadikan program ini mungkin.

DAFTAR PUSTAKA

[1] K. A. Akhmad And S. Purnomo, "Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Surakarta," *Sebatik*, Vol. 25, No. 1, Jun. 2021, Doi: https://doi.org/10.46984/Sebatik.V25i1.1293

[2] M. Stiadi, D. Herlinudinkhaji, Y. D. P. Ariyanti, And N. Erwanti, "Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Bagi Pelaku Umkm," *Bbjm*, Vol. 2, No. 1, Pp. 8–11, May 2021, Doi: https://doi.org/10.35130/Bbjm.V2i1.212

[3] T. Agusven, S. Fauzar, S. Kusumah, L. Warisman, A. Yuanita, And Y. T. Pradana, "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Umkm Di Desa Penaga," *Community Development Journal*, 2023.

[4] L. Diana, A. Surya, N. Alam, E. Reynaldi, S. Cantika, And N. Nadhief, "Pemanfaatan Digital Marketing Pada Umkm Kwt Pinang Lestari Masyarakat Di Kelurahan Sukorejo Kota Blitar," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.

[5] M. F. Bratadiredja, "Pemanfaatan Tiktok Sebagai Digital Marketing Dalam Promosi Kuliner Bagi Pelaku Umkm," Vol. 7, No. 2, 2023.

[6] Y. Saleh, D. Rahmalia, S. Tantriadisti, And I. R. M. Sari, "Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pemasaran Produk Para Pelaku Umkm Di Desa Paguyuban Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran," *Jss*, Vol. 5, No. 3, P. 213, Nov. 2021, Doi: https://doi.org/10.23960/Jss.V5i3.318

[7] R. Purwati, N. F. Bastiati, And H. Khotimah, "Pendampingan Umkm Melalui Pemanfaatan Digital Marketing Di Desa Pamijahan," 2023.

[8] E. D. Martauli, N. K. Sihaloho, And S. Sinulingga, "Sosialisasi Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Pelaku Umkm Di Desa Nagori Bosar, Simalungun".

[9] N. Hidayati, P. T. Pungkasanti, And N. Wakhidah, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Digital Marketing Umkm Di Kecamatan Tembalang Semarang," *Ja*, Vol. 3, No. 3, P. 119, Sep. 2020, Doi: https://doi.org/10.33633/Ja.V3i3.129

[10] A. Karim And G. Ginting, "Pemanfaatan Digital Marketing Dengan Facebook Ads Bagi Pelaku Umkm Di Labuhanbatu," Vol. 2, 2022