

PELATIHAN PEMASARAN DIGITAL PELAKU USAHA MIKRO KECIL DESA PANJALIN KIDUL KECAMATAN SUMBERJAYA

L Suparto LM, Masduki, Dudung Abdullah, Alan Rusdiana

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

lalusuparto@gmail.com

Abstract

Currently, the world economy and the Indonesian economy are experiencing a recession due to Covid-19. This causes the MSE to be very reliable for regional and national economic growth. The rapid development of technology shows tremendous progress for MSEs where MSEs can take advantage of this technology as an online marketing medium. In its development, MSE actors in the regions, including in Majalengka Regency, especially MSE actors in Panjalin Kidul Village, are difficult to develop due to receding due to many factors including, they have not carried out online marketing strategies in marketing their products. The MSE actors in Panjalin Kidul Village, Sumberjaya District reached 46 people with various types of businesses such as crafts, snacks, livestock, and others that have the potential to be developed by utilizing internet technology, especially websites and social media. This will make the product recognizable by many people with fast time and low cost. However, because the online marketing strategy for products owned by MSEs has not been implemented, it is not yet known by the wider community which causes difficulties to develop. This service activity is carried out using an online marketing training method by providing a website for MSEs which is managed directly by BUMDes. From this activity, it was found that almost all MSE actors were able to know the mechanism or how to register so that the products to be sold were stored on the website.

Keywords: Online Marketing, MSE Actors

Abstrak

Saat ini ekonomi dunia dan perekonomian Indonesia mengalami resesi akibat Covid-19. Hal ini menyebabkan UMK sangat diandalkan bagi pertumbuhan ekonomi daerah dan nasional. Pesatnya teknologi menunjukkan kemajuan yang luar biasa bagi pelaku UMK dimana pelaku UMK dapat memanfaatkan teknologi tersebut sebagai media pemasaran online. Dalam perkembangannya, pelaku UMK di daerah termasuk di Kabupaten Majalengka, khususnya pelaku UMK di Desa Panjalin Kidul sulit untuk berkembang disebabkan oleh surut disebabkan banyak faktor diantaranya, belum melakukan strategi pemasaran online dalam memasarkan produknya. Pelaku UMK di Desa Panjalin Kidul Kecamatan Sumberjaya mencapai 46 orang dengan jenis usaha yang beragam seperti kerajinan, makanan ringan, peternakan, dan lain-lain yang memiliki potensi untuk dikembangkan dengan cara memanfaatkan teknologi internet terutama website dan media social. Hal ini akan membuat produk bisa dikenali oleh banyak orang dengan waktu yang cepat dan biaya yang murah. Namun karena belum diterapkannya strategi pemasaran online peroduk yang dimiliki oleh para pelaku UMK belum dikenal oleh masyarakat luas yang menyebabkan kesulitan untuk berkembang. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan metode pelatihan pemasaran online dengan menyediakan website untuk para UMK yang dikelola langsung oleh BUMDes. Dari kegiatan ini diperoleh hasil bahwa hampir semua pelaku UMK sudah bisa mengetahui mekanisme atau cara mendaftar agar produk yang akan dijual tersimpan di website.

Kata Kunci: Pemasaran Online, Pelaku UMK

Submitted: 2021-11-05	Revised: 2022-01-21	Accepted: 2022-01-31
-----------------------	---------------------	----------------------

Pendahuluan

Pesatnya kemajuan teknologi saat ini adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif, memberikan banyak kemudahan, serta sebagai cara baru untuk meningkatkan berbagai aktifitas dalam kehidupan manusia. Manfaat kemajuan teknologi seperti internet semakin terasa bagi para pemakainya yang tidak bisa lepas dari dunia internet. Seperti misalnya para internet *marketer*, *narablog*, *blogger*, dan juga sekarang toko online semakin mempunyai tempat bagi konsumen yang sedang mencari barang tertentu.

Perkembangan teknologi saat ini telah banyak menunjukkan kemajuan yang luar biasa termasuk bagi pelaku usaha, mikro dan kecil (UMK). Pada saat ekonomi dunia dan perekonomian Indonesia mengalami resesi akibat Pandemi Covid-19, pelaku UMK dapat menjadi andalan bagi pertumbuhan ekonomi daerah dan nasional. Pelaku UMK dapat mempertahankan dan

meningkatkan kontribusi pertumbuhan ekonomi daerah serta peningkatan penerimaan pada sektor pajak negara, umumnya ditunjang oleh kelompok-kelompok industri skala kecil. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (KemenkopUKM) bulan Maret 2021, jumlah UMKM mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto sebesar 61,07 persen atau senilai Rp8.573,89 triliun. UMKM mampu menyerap 97 persen dari total tenaga kerja yang ada, serta dapat menghimpun sampai 60,42 persen dari total investasi di Indonesia (Kemenperin, 2021).

Pelaku UMK di Desa Panjalin Kidul Kecamatan Sumberjaya cukup banyak, terdapat sekitar 46 orang. Jenis usaha juga beragam seperti kerajinan, makanan ringan, peternakan, dan lain-lain. Pendapatan perbulan rata-rata sebesar Rp. 3.000.000,- sampai Rp. 6.500.000,- dengan area pemasaran sekitar desa dan kecamatan dan dilakukan secara offline atau belum memanfaatkan media digital. Para pelaku UMK Desa Panjalin Kidul pada dasarnya dapat dikembangkan dan dipromosikan usahanya, salah satunya dengan memanfaatkan media internet sehingga biaya pemasaran dapat dijangkau dan dapat diakses secara global.

Menurut data survei dari Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa lebih dari setengah penduduk di Indonesia telah terhubung ke internet. Survei yang dilakukan pada tahun 2021 itu memperlihatkan bahwa 202,6 juta orang Indonesia yang berumur 16-64 tahun telah terhubung ke internet. Hal ini tentunya menjadi peluang bagi pelaku UMK untuk menggunakan teknologi informasi sebagai media dalam mengembangkan pasarnya.



Gambar 1. Aktifitas Belanja Online

Gambar 1.1 di atas memperlihatkan bahwa sebanyak 93,0% pengguna internet di Indonesia melakukan pencarian barang atau jasa melalui *online*, 87,3% pengguna mengunjungi toko *online*, 78,2% pengguna melakukan transaksi *online* via *mobile phone* dan tablet, dan 87,1% pengguna lainnya melakukan transaksi *online* melalui perangkat lainnya *seperti* computer atau laptop, 79,1% pengguna membeli produk secara online melalui perangkat *mobile phone*. Hal ini memperlihatkan bahwa potensi belanja *online* dan penggunaan internet sebagai media untuk memasarkan dan mempromosikan usaha cukup berkembang di Indonesia. Media sosial atau jejaring sosial menjadi platform yang paling sering digunakan oleh masyarakat.

Berdasarkan permasalahan diatas, kami melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat khususnya kepada pelaku UMK di Desa Panjalin Kidul dalam bentuk pelatihan pemasaran digital,

dengan harapan pelaku UMK memiliki pengetahuan dan dapat memanfaatkan media digital untuk mengembangkan usahanya.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk :

1. Memberikan pengetahuan dan mamfaat pemasaran digital kepada pelaku UMK Desa Panjalin Kidul
2. Memberikan pelatihan tentang penggunaan pemasaran digital kepada pelaku UMK Desa Panjalin Kidul
3. Membuat *website* untuk memasarkan produk dan jasa pelaku UMK Desa Panjalin Kidul

Metode

Berdasarkan tujuan kegiatan yang dijelaskan di atas, maka metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang akan dilakukan dapat disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Metode Pelaksanaan dan Sasaran Kegiatan PKM

Solusi	Metode Pelaksanaa	Sasaran
Penyuluhan konsep pemasaran online.	1. Ceramah 2. Fokus Group Diskusi	1. Pelaku UMKM 2. Pengurus BUMDes
Penyuluhan penggunaan media sosial sebagai sarana melakukan pemasaran online.	1. Ceramah 2. Focus Group Diskusi	1. Pelaku UMKM 2. Pengurus BUMDes
Pelatihan menggunakan <i>website</i> sebagai sarana promosi online.	1. Ceramah 2. Latihan Kasus	1. Pelaku UMKM 2. Pengurus BUMDes

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan tersebut, maka dapat dijabarkan hasil yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat

Kegiatan	Target (Indikator Kegiatan)	Hasil Kegiatan
Penyuluhan konsep pemasaran online	80% pelaku UMK dan pengurus BUMDes memahami pemasaran online	90% pelaku UMK dan pengurus BUMDes memahami pentingnya pemasaran online, kelebihan dan kekurangan pemasaran online, serta megetahui jenis-jenis pemasaran online.
Penyuluhan penggunaan media sosial sebagai sarana melakukan pemasaran online	80% pelaku UMK dan pengurus BUMDes dapat memahami pemasaran melalui media social	1. 90% pelaku UMK dan pengurus BUMDes memahami pentingnya media social sebagai sarana pemasaran online. Hal ini bisa dilihat dari sebagian besar para pelaku UMK dan pengurus BUMDes sudah mempunyai akun media social terutama facebook,

Pelatihan menggunakan <i>website</i> sebagai sarana promosi online.	1. 80% pelaku UMK dan pengurus BUMDes dapat memahami pemasaran melalui <i>website</i>	Instagram, dan whatsapp. 2. Sebagian orang dari pelaku UMK dan pengurus BUMDes adalah sebagai <i>reseller</i> dengan menggunakan whatsapp.
	2. 80% pelaku UMK dapat mengetahui cara agar produknya dapat terdaftar di website 3. 80% pengurus BUMDes dapat mengoperasikan dan mengelola website	1. 90% pelaku UMK dan pengurus BUMDes memahami pentingnya membuat website dalam pemasaran online. Hal ini dikatakan penting karena pelaku UMK mempunyai produk yang potensial untuk dikembangkan, yang mana ketika produk tersebut mempunyai website maka akan menarik konsumen yang baru karena tujuan dari website itu sendiri adalah sebagai bentuk professional dari perusahaan. 2. 85% pelaku UMK dapat memahami alur atau mekanisme untuk mendaftarkan produk di website BUMDes. 3. 80% pengurus BUMDes dapat mengoperasikan website. 4. Pelaku UMK belum melakukan pemasaran online sehingga dibuatkan solusi dengan membuat website untuk memasarkan produk UMK. Website tersebut akan dikelola oleh BUMDes yang mana pelaku UMK hanya melakukan pendaftaran saja sesuai dengan mekanisme yang ditetapkan. Selain itu, proses transaksi konsumen akan langsung terhubung dengan pemilik produk (pelaku UMK) karena di website sudah disediakan nomor Whatsapp penjual produk.



Gambar 2. Website Bumdes Panjalin Kidul

Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan dan hasil kegiatan, dapat disimpulkan bahwa pelaku UMK Desa Panjalin Kidul Kecamatan Sumberjaya belum melakukan pemasaran online sebagai strategi memasarkan produknya. Oleh karenanya, melalui kegiatan pengabdian ini dibuatkan website yang dikelola oleh BUMDes Panjalin Kidul untuk memasarkan produk/jasa pelaku UMK secara online.

Berdasarkan kesimpulan di atas, beberapa saran yang dapat dikemukakan antara lain sebagai berikut:

1. Bagi pelaku UMK, diperlukan melakukan pemasaran online terutama melalui website dengan tujuan produk yang dipasarkan akan diketahui oleh masyarakat luas serta menambah tingkat kredibilitas produk.
2. Bagi Universitas Majalengka, meskipun sudah disediakan website untuk pelaku UMK yang dikelola oleh BUMDes, namun harus tetap ada pendampingan untuk memastikan bahwa website tersebut dapat berjalan secara efektif dalam memasarkan produk pelaku UMK. Upaya ini dapat dilakukan dengan membentuk tim kerja di Fakultas Ekonomika dan Bisnis untuk melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan melibatkan dosen dan mahasiswa.

Daftar Pustaka

- Ali, S., Inggriyani, F., & Fauzy, D.M. (2018). Pemanfaatan Website Pemasaran Bagi Pelaku Usaha Kerajinan Anyam Mendong Di Kecamatan Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal SolMA*, Vol 7, No 2, 193-199.
- Anggraeni, R. M. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Pada Pelatihan Go Online UMKM Se-Kecamatan Patuk, Gunungkidul Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Kotler, P. (2017). *Marketing 4.0: Bergerak Dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- 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)*, Vol 1, No 1, 1-17.