

Optimalisasi Pemberdayaan UMKM Desa Sukamulya Melalui Peningkatan Literasi Pemasaran Digital

Dudung Abdullah*, Nita Hernita, Nyoman Murtini, Zalfa Siti Nabilla, Eli Achmad Mahiri, Engkun Kurnadi

Universitas Majalengka, Majalengka, Indonesia

*e-mail korespondensi: dudungmsi73@email.com

Abstract

Sukamulya Village is one of the villages in Ujungjaya District, Sumedang Regency. In Sukamulya Village, the majority of the people make their living as farmers and farm laborers. However, there are also some residents who run businesses in the form of MSME production. Sukamulya Village currently has several MSMEs that are running, but on the other hand, implementation is still experiencing obstacles, especially the lack of attractive packaging, logos for the products produced and limited marketing reach. From this sector, problems were found that Sukamulya Village KKN-T members will find solutions for through work programs that will be implemented. Therefore, students and the community together identify potential and deal with problems that occur. So, we are able to develop the village's potential and provide solutions to problems that occur in the village.

Keyword : Digital Marketing Literacy; MSMEs; Sukamulya Village; West Java

Abstrak

Desa Sukamulya merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Ujungjaya, Kabupaten Sumedang. Di Desa Sukamulya ini mayoritas masyarakatnya bermata pencaharian sebagai petani dan buruh tani. Namun, ada juga sebagian warga yang melakukan usaha berupa produksi UMKM. Desa Sukamulya saat ini memiliki beberapa UMKM yang telah berjalan, namun disisi lain dalam pelaksanaannya masih mengalami kendala terutama belum adanya kemasan yang menarik, logo dari produk yang dihasilkan serta pemasaran yang jangkauannya terbatas. Dari sektor tersebut ditemukan masalah yang akan dicarikan jalan keluar oleh anggota KKN-T Desa Sukamulya melalui program kerja yang akan dilaksanakan. Oleh karena itu, Mahasiswa dan masyarakat secara bersama-sama mengidentifikasi potensi dan menangani permasalahan yang terjadi. Sehingga, mampu mengembangkan potensi desa dan memberikan solusi atas permasalahan yang terjadi di desa.

Kata Kunci: Literasi Pemasaran Digital;UMKM; Desa Sukamulya;Jawa Barat

Accepted: 2023-10-25

Published: 2024-01-16

PENDAHULUAN

Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia (APJII) menyatakan jumlah penduduk Indonesia terkoneksi internet pada kurun waktu 2021-2022 mencapai 210 juta orang dengan pengguna internet sebelum pandemic mencapai 175juta jiwa. Penggunaan internet tersebut 58% untuk kontak dengan keluarga, teman dan saudara (www.grahanurdian.com). Perkembangan teknologi saat ini sangat maju begitu pesatnya, sehingga diperlukan keahlian untuk melek digital atau biasa disebut dengan literasi digital. Literasi digital sudah menjadi bagian yang menyatu di era industri saat ini yang dituntut serba instan dan cepat (Achmad Fachrurozi, 2022). Pemanfaatan teknologi digunakan dalam upaya peningkatan pemasaran oleh pelaku usaha. UMKM Jawa Barat khususnya Kabupaten Sumedang terdorong melakukan pemasaran digital, selain hemat dari sisi biaya juga lebih efektif dalam perluasan pasar dimana setiap lapisan masyarakat mampu menggunakannya dengan mudah.

Masyarakat yang tinggal di Desa Sukamulya mayoritas adalah penduduk asli Desa Sukamulya. Mayoritas mata pencaharian masyarakatnya yang paling dominan adalah di bidang Pertanian dan

Wiraswasta (*Home Industri* yang paling dominan yaitu Keripik Sukun dan dijadikan produk unggulan). Desa Sukamulya saat ini memiliki beberapa UMKM yang telah berjalan, namun disisi lain dalam pelaksanaannya masih mengalami kendala terutama belum adanya kemasan yang menarik, logo dari produk yang dihasilkan serta pemasaran yang jangkauannya hanya terbatas. Hal ini menjadi perhatian bersama bagi mahasiswa KKN-T Universitas Majalengka beserta Dosen dalam pemecahan masalah. Potensi wilayah Desa Sukamulya tergali dan ditawarkan beberapa solusi dalam penyelesaiannya. Masyarakat Desa Sukamulya memiliki keterbatasan dalam mengetahui potensi UMKM dalam berwirausaha juga masih kurangnya pengetahuan tentang digital marketing untuk penjualan produk UMKM yang dimiliki.

Dari beberapa aspek yang telah diuraikan diatas, terlihat beberapa permasalahan yang perlu segera dipecahkan. Guna meningkatkan kualitas Desa Sukamulya, maka perlu diadakan beberapa program yang mampu menggugah mental dan motivasi masyarakat Desa Sukamulya dalam bidang wirausaha dan pertanian.

1. Kurangnya informasi ke masyarakat luar bahwa di Desa Sukamulya memiliki banyak produk UMKM.
2. Kurangnya literasi digital marketing di kalangan para pelaku UMKM Desa Sukamulya.

Setelah dilakukannya survei sebelum pelaksanaan KKN-T Desa Sukamulya, ditemukan beberapa permasalahan yakni pada bidang UMKM. Karena di Desa Sukamulya kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital khususnya pada pelaku UMKM. Pemasaran produk UMKM masih dipasarkan kepada lingkungan sekitar desa seperti ke warung-warung atau dipasarkan ke desa tetangga menjadi suatu permasalahan yang harus diberikan solusi. Dengan adanya kemajuan teknologi yang semakin maju, kita memanfaatkan hal tersebut untuk memasarkan produk ke sosial media agar penjualan dapat dijangkau lebih luas.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini yaitu presentasi atau pemaparan, sosialisasi mengenai pentingnya berwirausaha dan workshop mengenai literasi digital marketing untuk UMKM. Peserta PKM dalam hal ini pelaku UMKM diberikan pelatihan dilanjutkan dengan diskusi. Peserta kegiatan yaitu para pelaku UMKM di Desa Sukamulya Ujung Jaya Kabupaten Sumdang Jawa Barat dapat mengikuti pelatihan dengan baik dan antusias. Tujuannya, agar pemilik usaha dapat mengetahui dan memahami pentingnya dilakukan pemasaran digital marketing. Selain pemaparan, juga dilakukan dialog interaktif Sehingga diharapkan tim lebih dapat mengetahui permasalahan dan kendala-kendala yang dihadapi oleh pemilik usaha. Berikut tahapan kegiatan pengabdian masyarakat yang tim PKM dan mahasiswa KKN-T Universitas Majalengka lakukan :

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan kegiatan PKM ini dilakukan dengan rapat kerja mahasiswa KKN-T universitas Majalengka bersama Dosen Pembimbing untuk menentukan tema yang sesuai dengan permasalahan yang ada di Desa Sukamulya. Langkah selanjutnya komunikasi secara virtual oleh Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) kepada pematari untuk memohon menjadi pematari dengan tema literasi digital marketing, setelah itu menyepakati waktu untuk pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan workshop literasi digital marketing ini.

2. Tahap pelaksanaan

Tahap pelaksanaan berupa Sosialisasi minat berwirausaha untuk meningkatkan penggalian potensi wilayah dalam berbisnis dan workshop singkat mengenai literasi digital marketing bagi pelaku UMKM yang sudah dimiliki Desa Sukamulya namun belum menyentuh pemasaran digital.

Berdasarkan metode tersebut tim PKM dan mahasiswa KKN-T melakukan kegiatan tersebut dengan dua kegiatan sosialisasi dan workshop dengan tujuan Program tindak lanjut yang dapat dilakukan dari program kerja yang diadakan oleh kelompok KKN-T Desa Sukamulya yaitu dalam hal pengembangan UMKM dari segi rebranding dan pemasaran, karena telah diberikan

pengetahuan mengenai edukasi pemasaran digital diharapkan warga desa melanjutkan program yang telah dilakukan agar berkelanjutan dan memudahkan para pelaku UMKM. Berikut table yang menggambarkan metode pada kegiatan PKM ini :

Tabel 1. Merode

No.	PROGRAM KERJA	AGUSTUS				SEPTEMBER
		1	2	3	4	5
1.	Gelar potensi Sukamulya dan Literasi Digital Marketing UMKM Desa Sukamulya					
2.	Rebranding Produk Olahan UMKM agar dapat diperjual belikan di e-commerce					
3.	Mendaftarkan UMKM ke Google Maps dan Mendaftarkan UMKM untuk mendapatkan Nomor Izin Berusaha dan Sertifikat Halal					
4.	Mempromosikan Produk UMKM Desa Sukamulya					

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan PKM yang dilakukan oleh tim PKM dan mahasiswa KKN-T Universitas Majalengka tergambar sebagai berikut :

Table 2. Hasil Pelaksanaan

No	Nama Program Kegiatan	Hasil
1.	Pembinaan UMKM.	UMKM terbina untuk me re branding packaging produk. Mulai dari pembuatan logo, desain kemasan, dan mendaftarkan ke <i>Google maps</i> .
2.	Sosialisasi dampak positif dan negatif penggunaan gadget	Peserta didik kelas 5 dan 6 bisa lebih memahami dampak positif dan negatif dari penggunaan gadget sehingga peserta didik dapat menggunakan gadget dengan lebih bijak.
3.	Membantu kegiatan Posyandu	Dapat memonitoring terjadinya stunting (kurang gizi) di lingkungan Desa Sukamulya.
4.	Membantu kegiatan pertanian	Membantu petani menanam dan memanen timun suri.
5.	Melatih pencak silat di desa bersama anak-anak setiap hari minggu sore	Program kerja ini terealisasikan dengan mengajak anak-anak untuk melatih kebugaran jasmani dan rohani, dan mendidik anak-anak untuk berbudi luhur mengerti benar salah dalam kehidupan bermasyarakat kedepannya.
6.	Sosialisasi bersatu dalam rangka melawan <i>bullying</i>	Peserta didik kelas 5 dan kelas 6 bisa saling mengingatkan agar tidak menjadi pelaku bullying dan mampu menolong korban bullying.
7.	Publikasi kegiatan Harian Rutin	Terpublikasinya kegiatan yang dilakukan kelompok pada media sosial Instagram.
8.	Mengikuti Kegiatan Senam Sehat setiap minggu pagi	Dapat menjaga imun tubuh dan terhindar dari penyakit yang akan menyerang serta recovery otak agar fresh kembali.
9.	Workshop Strategi Kewirausahaan Digital	Sasaran workshop ini untuk para pelaku UMKM yang ada di Desa Sukamulya untuk melek digital dan menjadi alat komunikasi serta bisa dijadikan passive income masyarakat setempat.
10.	Workshop Optimalisasi	Kegiatan pemasaran produk berupa barang/jasa menggunakan

	Pemberdayaan UMKM Desa Sukamulya Melalui Peningkatan Literasi Digital	media atau teknologi berbasis digital.
11.	Mempublikasikan kegiatan KKN-T ke media sosial	Terlealisasikan kegiatan yang dilakukan dengan memberikan informasi mengenai optimalisasi pemberdayaan UMKM Desa Sukamulya melalui peningkatan Literasi Pemasaran Digital
12.	Kegiatan mengaji sore dengan anak-anak dan mengikuti pengajian rutin bersama ibu-ibu setiap hari senin dan jum'at pada malam hari.	Terlealisasikan dengan sasaran anak-anak yang ada di desa Sukamulya setiap sesudah sholat magrib. Kemudian mengikuti kegiatan pengajian bersama ibu-ibu.
13.	Memperingati Hari Kemerdekaan Nasional yang ke-78	Mengadakan perlombaan untuk anak-anak dan ibu-ibu yang berkolaborasi dengan karang taruna dusun borjol dan dusun mariuk.
14.	Membantu kegiatan Posbindu di Desa Sukamulya	Membantu mengecek Kesehatan, tensi, mata dan pengambilan tes darah.
15.	Monitoring Dosen FISIP Ke Desa Sukamulya	Menghimbau kepada mahasiswa untuk selalu menjaga kesehatannya hingga kegiatan KKN-T berakhir dan diingatkan untuk menjaga nama baik almamater Universitas Majalengka.

Hasil dari program kerja utama kami adalah meningkatkan produk UMKM di Desa Sukamulya, khususnya di bidang kuliner. Desa Sukamulya saat ini memiliki beberapa UMKM yang telah berjalan, namun disisi lain dalam pelaksanaannya masih mengalami kendala terutama belum adanya kemasan yang menarik, logo dari produk yang dihasilkan serta pemasaran yang jangkauannya hanya terbatas. KKN-T Universitas Majalengka Kelompok Desa Sukamulya pada saat sebelum dilaksanakannya kegiatan KKN-T telah melakukan survei pada Desa Sukamulya untuk mengetahui apa yang menjadi permasalahan serta potensi Desa Sukamulya. Tidak dapat dipungkiri karena banyaknya lahan pertanian di Desa Sukamulya yang secara tidak langsung menjadikan banyak masyarakat yang mata pencahariannya sebagai petani. Namun potensi yang ada pada masyarakat Desa Sukamulya bukan hanya itu, adapun UMKM yang beragam mulai dari olahan makanan hingga pakaian, akan tetapi beberapa UMKM setelah dilakukan survei memiliki beberapa kendala diantaranya yaitu kurangnya pemahaman mengenai dunia bisnis digital, kurangnya inovasi kemasan, dan sulitnya lokasi penjualan ditemukan konsumen.



Gambar 1. Sosialisasi dan Workshop Literasi Digital Marketing

Bisnis digital ini merupakan pemanfaatan teknologi digital untuk menciptakan berbagai keunikan, mulai dari model bisnis hingga pengalaman pelanggan (*customer experience*). Bisnis digital juga melihat bagaimana perusahaan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan

kemampuan bisnis demi mendukung operasi bisnis yang berjalan. Contoh kecil dari bisnis digital ini yaitu dengan memasarkan produk di *e-commerce* ataupun mempromosikan produk di media sosial seperti *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram*, dan lainnya. Sosialisasi pentingnya wirausaha dilakukan untuk mengenal potensi wilayah Desa Sukamulya yang kemudian bisa dijadikan sebagai stimulus bagi pelaku UMKM. Workshop Digital Marketing dilakukan oleh Ibu Nita Hernita, S.E., M.M selaku Dosen Manajemen yang pernah mendampingi UMKM di Kabupaten Majalengka dengan memberikan materi mengenai literasi digital marketing.

Tampilan kemasan produk menjadi salah satu hal yang penting dalam merancang dan memasarkan bisnis, karena tidak sedikit konsumen yang tertarik membeli karena kemasannya yang ciamik, maka dari itu penting untuk memikirkan desain kemasan produk. Beberapa UMKM yang telah di survei bercerita bahwa produk mereka telah menjangkau sampai keluar kota namun hanya dengan sistem *word of mouth* atau dari mulut ke mulut dan untuk keamanan produk nya untuk dikirim atau diambil hanyalah seadanya. Terkadang konsumen yang akan mengambil produk tidak tahu alamat pasti rumah produksi atau tempat penjualannya karena letaknya yang berada di dalam gang. Berikut beberapa gambar yang disajikan :



Gambar 2. Banner Rumah Peyek

Maka dari itu kami Bidang Kewirausahaan membantu 3 UMKM di Desa Sukamulya, yaitu NN Aneka Camilan, NNK Snack, dan Rumah Peyek. Untuk program yang dijalankan, ketiga UMKM tersebut diberi fasilitas yang sama yaitu Re branding packaging produk, mendaftarkan lokasi UMKM ke Google Maps, dan membuatkan banner agar lokasi lebih mudah ditemukan.



Gambar 3. Banner UMKM NN Sukun



Gambar 4. Banner UMKM NNk Basreng

KESIMPULAN

Setelah kegiatan sosialisasi, workshop dan pendampingan kepada Pelaku UMKM Desa Sukamulya Kecamatan Ujung Jaya Kabupaten Sumedang yang dilakukan oleh Dosen (tim PKM) maupun mahasiswa KKN-T Universitas Majalengka maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Masyarakat tergambar pentingnya wirausaha
2. Pelaku UMKM melek teknologi dalam upaya peningkatan omset penjualannya menggunakan digital marketing

Pelaku UMKM diharapkan mampu memberikan kontribusi yang sangat baik bagi pengembangan usahanya. Kegiatan pengabdian ini mendapat respon yang positif dan pelaku UMKM mendapat pengetahuan dan keterampilan dalam menjalankan usahanya melalui digital marketing ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Fachrurozi, 2022. <https://news.bsi.ac.id/2022/09/26/literasi-digital-marketing-era-industri/>
- Hernita, N., & Ginanjar, Y. (2021, April). Managerial Aspect and Digital Marketing of Micro, Small and Medium Enterprises in West Java. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 748, No. 1, p. 012035). IOP Publishing.
- Hernita, N., Prihartini, E., & Rahmayani, M. W. (2021). Increasing Income of Micro, Small and Medium Enterprises through Managerial and Digital Marketing Aspect in West Java. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 4(4), 10593-10600.
- Imanuddin, A. M. (2017, November 09). Sumedang tandang. Dipetik juli 20, 2023, dari sumedangtandang.com: <https://sumedangtandang.com/direktori/detail/desa-sukamulya.htm>
- Kusumadewi, N., Hernita, N., & Rahmayani, M. W. (2020). Meningkatkan Kualitas Pemasaran Home Industry Tape Ketan Di Desa Heuleut Kecamatan Kadipaten Kabupaten Majalengka. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 619-626.
- Rahmayani, M. W., Hernita, N., Gumilang, A., & Riyadi, W. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan Desa Cibodas. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(1), 131-140.
- Rahmayani, M., Umam, M. F. S., Hernita, N., Riyadi, W., & Ginanjar, Y. (2020). PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN SEBAGAI UPAYA ANTISIPATIF DAMPAK PERKEMBANGAN INDUSTRI DI KECAMATAN KASOKANDEL. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 506-514.