

Strategi Pemasaran Digital Produk UMKM Di Desa Kudangwangi Kecamatan Ujungjaya Kabupaten Sumedang

Wulan Riyadi^{1*}, Latief Z. Nur², Nita Hernita³, Melia Wida Rahmayani⁴, Mochamad Febri Sayidil Umam⁵

¹Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka, Majalengka, Indonesia

²Prodi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka, Majalengka, Indonesia

³Prodi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka, Majalengka, Indonesia

⁴Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka, Majalengka, Indonesia

⁵Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka, Majalengka, Indonesia

*e-mail korespondensi: wulanriyadi@unma.ac.id

Abstract

The post-pandemic economic situation has experienced a decline in Indonesia, all groups have been significantly impacted by the pandemic. Village residents were of course affected, from mass layoffs to the economy experiencing a setback. This community service is a means of helping the economy in the village/region. This time the PKM is in Kudangwangi Village, Ujungjaya District, Sumedang Regency. In Kudangwangi Village, the main livelihood is being a farmer and farm laborer. However, there are also some residents who run businesses in the form of food production. For MSMEs that already exist but are not optimal in terms of marketing, how can they maximize sales with the right marketing strategy? Therefore, the PKM TEAM is trying to provide solutions through the PKM activities that will be implemented. Therefore, the existence of PKM is a provision for the community to be able to revive MSME businesses which were disrupted by re-promoting the post-pandemic village economy and finding the best solutions to existing problems.

Keywords: marketing strategy; MSMEs; kudangwangi village

Abstrak

Keadaan ekonomi pasca pandemi mengalami penurunan di Indonesia, semua kalangan terkena dampak yang cukup signifikan dari adanya pandemi. Warga desa pun tentunya terdampak, mulai dari PHK massal hingga perekonomian pun mengalami kemunduran. Pengabdian kepada masyarakat ini sebagai sarana untuk membantu perekonomian di desa/daerah tersebut. PKM kali ini yaitu di Desa Kudangwangi, Kecamatan Ujungjaya, Kabupaten Sumedang. Di Desa Kudangwangi ini mata pencaharian paling utama yaitu menjadi petani dan buruh tani. Namun ada juga sebagian warga yang melakukan usaha berupa produksi makanan. Dari UMKM yang sudah ada namun belum maksimal dalam hal pemasarannya bagaimana caranya memaksimalkan penjualan dengan strategi pemasaran yang tepat. Maka dari itu TIM PKM berupaya memberikan solusi melalui kegiatan PKM yang akan dilaksanakan. Oleh karena itu, adanya PKM ini menjadi bekal bagi masyarakat untuk dapat membangkitkan kembali usaha UMKM yang sempat terganggu dengan memajukan kembali perekonomian desa pasca pandemi dan menemukan solusi terbaik dari permasalahan-permasalahan yang ada.

Kata Kunci: strategi Pemasaran; UMKM; desa kudangwangi

Accepted: 2024-05-25

Published: 2024-07-09

PENDAHULUAN

Peran pemerintah sangat sentral dan menentukan dalam pergerakan perekonomian daerah, terutama untuk menciptakan pemerataan ekonomi dan pemerataan pembangunan daerah. Pembangunan perdesaan inklusif merupakan solusinya. Pertumbuhan ekonomi harus berimbang dengan upaya pemberdayaan masyarakat. Perpaduan agrobisnis dan agroindustri harus menjadi model pembangunan perdesaan, pemberdayaan masyarakat, dan modernisasi pertanian. Upaya tersebut juga untuk mengembangkan UMKM di daerah. Dalam rangka pemulihan ekonomi harus ada prioritas pembangunan berdasarkan ketersediaan sumber daya dan keadaan sebenarnya. Ketersediaan sumber daya alam dan budaya masyarakat dalam mengolah alam di Jawa Barat,

mengharuskan pembangunan daerah lebih mengutamakan usaha-usaha yang terkait dengan sumber daya alam, sudah menjadi kebiasaan masyarakat dan menunjukkan perkembangan yang baik. Pelaksanaan PKM ini bertujuan untuk membangkitkan kembali UMKM yang sempat vakum karena adanya pandemic covid-19. Mencarikan solusi terhadap berbagai situasi dan permasalahan yang terjadi kepada masyarakat, salah satunya yaitu keadaan ekonomi pasca pandemi. PKM ini dilakukan di Desa Kudangwangi, Kecamatan Ujungjaya, Kabupaten Sumedang.

Berdasarkan data Kecamatan Ujungjaya dalam Angka yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Sumedang, pada tahun 2020 Desa Kudangwangi memiliki status sebagai pedesaan dengan klasifikasi sebagai desa swadaya. Secara topografis, wilayah Desa Kudangwangi dengan mata pencaharian utama warga desa sebagai tani dan buruh tani, beberapa ada pula yang membuka usaha seperti UMKM.

Terdapat beberapa permasalahan yang terjadi di Desa Kudangwangi dalam bidang UMKM, pemasaran produk yang masih dilakukan secara konvensional dan kurang menariknya packaging dari produk-produk UMKM. Dengan perkembangan teknologi, salah satunya dengan adanya sosial media dapat dimanfaatkan untuk penjualan produk-produk UMKM. Dari adanya permasalahan-permasalahan yang terjadi di Desa Kudangwangi ini dapat ditemukan solusinya melalui kegiatan PKM ini. Berdasarkan latar belakang, maka PKM ini berjudul Strategi Pemasaran Produk Umkm Dalam Upaya Peningkatan Omset Di Desa Kudangwangi Kecamatan Ujungjaya Kabupaten Sumedang.

Tim PKM serta 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. Tim PKM akan memberikan workshop berupa strategi pemasaran di era digital. Pemasaran produk UMKM yang masih dipasarkan di lingkungan sekitar Desa saja seperti hanya dikirim ke warung-warung atau grosiran menjadi suatu isu yang harus segera diberikan solusinya. Apalagi dengan adanya kemajuan teknologi dan pemakaian sosial media, yang mana hal ini bisa dijadikan sebagai wadah pemasaran produk UMKM di Desa Kudangwangi Kecamatan Ujungjaya Kabupaten Sumedang.

METODE

Metode yang dilakukan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini yaitu terbagi beberapa tahap sebagai berikut:

Tahap persiapan

Pada tahap ini dilakukan persiapan meliputi :

1. Penyiapan sumber daya yang terdiri dari penentuan tim. Kegiatan pengabdian ini terdiri dari 5 orang narasumber serta melibatkan 2 mahasiswa sebagai fasilitator.
2. Penyiapan materi workshop materi dari aspek ekonomi dan strategi pemasaran digital.
3. Penentuan waktu pelaksanaan serta lokasi kegiatan.

Tahap Pelaksanaan

pada tahap ini fasilitator berkomunikasi dengan mitra, Masyarakat Desa Kudangwangi melalui koordinasi dengan Kepala Desa serta aparat berkaitan dengan waktu yang tepat dan jumlah peserta pengabdian untuk pelaksanaan kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian ini dilaksanakan sebanyak 2 kali yaitu tentang aspek ekonomi dan strategi pemasaran digital. Kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu sebagai berikut:



Gambar 1
Foto kegiatan persiapan Workshop



Gambar 2
Foto Bersama Setelah Workshop



Gambar 3
Contoh Produk UMKM Desa Kudangwangi

Workshop digital marketing yang diselenggarakan oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Desa Kudangwangi menjadi tonggak penting dalam upaya pemberdayaan UMKM setempat. Kegiatan ini tidak hanya sekadar memberikan pengetahuan teoritis, melainkan juga membekali para pelaku UMKM dengan keterampilan praktis yang langsung dapat diterapkan dalam mengembangkan bisnis mereka di era digital. Salah satu fokus utama workshop ini adalah pengenalan berbagai platform digital marketing yang relevan, seperti media sosial (Facebook, Instagram, TikTok), mesin pencari (Google), dan marketplace (Shopee, Tokopedia). Peserta diajarkan cara mengoptimalkan penggunaan platform-platform tersebut untuk menjangkau target pasar yang lebih luas, meningkatkan brand awareness, dan mendorong penjualan. Misalnya, mereka belajar cara membuat konten yang menarik dan relevan untuk media sosial, menjalankan iklan yang efektif di Google, serta mengelola toko online di marketplace dengan baik. Selain itu, workshop ini juga memberikan perhatian khusus pada aspek rebranding produk UMKM.

Para peserta diberikan bimbingan dalam merancang ulang kemasan produk agar lebih menarik dan sesuai dengan identitas merek mereka. Misalnya, mereka diajarkan cara memilih bahan kemasan yang tepat, mendesain tampilan kemasan yang menarik, serta mencantumkan informasi produk yang jelas dan lengkap. Selain itu, dilakukan pula pembaruan logo UMKM untuk menciptakan identitas visual yang lebih profesional dan mudah diingat. Dengan tampilan produk yang lebih menarik dan branding yang lebih kuat, UMKM Desa Kudangwangi diharapkan dapat menonjol di antara pesaing dan menarik minat konsumen. Workshop ini juga memberikan kesempatan bagi para pelaku UMKM untuk saling berinteraksi, berbagi pengalaman, dan membangun jaringan. Melalui sesi diskusi dan tanya jawab, mereka dapat saling belajar dan mendapatkan inspirasi dari kisah sukses UMKM lainnya.

Selain itu, Tim PKM juga menyediakan pendampingan lanjutan bagi peserta yang membutuhkan bantuan lebih lanjut dalam menerapkan strategi digital marketing dan rebranding yang telah dipelajari. Dengan bekal pengetahuan dan keterampilan yang

diperoleh dari workshop ini, diharapkan UMKM Desa Kudangwangi dapat memanfaatkan potensi digital marketing secara optimal untuk mengembangkan bisnis mereka. Mereka dapat meningkatkan penjualan, memperluas jangkauan pasar, dan membangun citra merek yang lebih kuat. Selain itu, dengan rebranding produk yang lebih baik, mereka dapat meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Secara keseluruhan, workshop digital marketing dan rebranding ini merupakan bentuk nyata komitmen Tim PKM dalam memberdayakan masyarakat, khususnya para pelaku UMKM. Dengan membekali mereka dengan pengetahuan dan keterampilan yang relevan di era digital, diharapkan UMKM Desa Kudangwangi dapat terus berkembang, berinovasi, dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian lokal dan nasional.

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat di Desa Kudangwangi berlangsung dengan sukses berkat sinergi yang kuat antara berbagai pihak. Tim pelaksana, aparat desa, dan warga setempat bekerja sama dalam setiap tahap kegiatan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Kolaborasi yang erat ini memungkinkan tercapainya tujuan bersama, yaitu pemberdayaan UMKM melalui pengenalan digital marketing dan rebranding produk. Salah satu hasil nyata dari kegiatan ini adalah pemberian logo baru dan standing pouch kepada pelaku UMKM. Logo baru yang didesain secara profesional memberikan identitas visual yang lebih kuat dan mudah diingat bagi produk UMKM.

Sementara itu, standing pouch yang menarik dan fungsional tidak hanya meningkatkan daya tarik produk, tetapi juga menjaga kualitas dan memperpanjang umur simpannya. Dengan demikian, rebranding ini diharapkan dapat meningkatkan citra produk UMKM di mata konsumen. Upaya rebranding ini merupakan langkah strategis untuk meningkatkan omset penjualan pelaku UMKM. Dengan tampilan produk yang lebih menarik dan profesional, produk UMKM dapat bersaing dengan produk-produk lain di pasaran. Selain itu, penggunaan standing pouch yang praktis dan modern juga dapat menarik minat konsumen yang semakin peduli terhadap kemasan produk yang ramah lingkungan. Dengan demikian, kegiatan Pengabdian Masyarakat ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi perkembangan UMKM di Desa Kudangwangi.

DAFTAR PUSTAKA

- Andari Ressa. 2011. Pengaruh Kompetensi Pengusaha Kompetensi Pengusaha, Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- F., Hartanto, D. D., & Sylvia, M. (2019). Perancangan rebranding UMKM keripik tempe Reza. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(14), 9
- Hakim Arman Nasution. 2007. *Entrepreneurship, Membangun Spirit Teknonopreneurship*. Yogyakarta.
- Harjadi, Didik & Fatmawati Dewi. 2008. *Word of Marketing (WOM) Communication Sebagai Alternatif*.
- Wikipedia. (n.d.). Retrieved from Kudangwangi, Ujungjaya, Sumedang: Diakses pada 30 Juli 2023, dari https://id.wikipedia.org/wiki/Kudangwangi,_Ujungjaya,_Sumedang Purnama, V.