

PENINGKATAN POTENSI SDM DALAM PROSES MEMASARKAN PRODUK UMKM DENGAN MEMANFAATKAN DIGITALISASI

Geddy Sulistyani , Iin Lidia Putama Mursal

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Mn19.geddysulistyani@mhs.ubpkarawang.ac.id , iin.lidia@ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah sebuah pengabdian mahasiswa kepada masyarakat dimana pengabdian ini bertujuan untuk memberikan edukasi tentang meningkatkan kesadaran sumber daya manusia tentang seberapa pentingnya pemasaran dengan berwirausaha memanfaatkan digitalisasi kepada warga yang berada di Desa Panyingkiran Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang. Kegiatan ini ditujukan agar warga Desa Panyingkiran ini dapat membangkitkan jiwa kreatifitas serta minat untuk membangun usaha dengan cara memanfaatkan digitalisasi. Metode kegiatan ini dilakukan dengan metode edukasi dengan memberikan pemaparan materi secara langsung dan membantu pembuatan sosial media dan bagaimana cara penggunaan sosial media untuk mempromosikan suatu usaha dan dilanjutkan. Hasil dari Kuliah Kerja Nyata pada kegiatan edukasi ini memberikan pemahaman pada warga Desa Panyingkiran seberapa pentingnya berwirausaha dengan memanfaatkan media sosial secara bijak dan lebih bisa kreatifitas dan mengeksplor produk produk yang di jual.

Kata kunci : UMKM, Digitalisasi, Manfaat, Media Sosial

ABSTRAC

Real Work Lecture (KKN) is a student service to the community where this service aims to provide education about increasing awareness of human resources about the importance of marketing by entrepreneurship by utilizing digitalization to residents in Panyingkiran Village, Rawamerta District, Karawang Regency. This activity is intended so that the residents of Panyingkiran Village can generate a creative spirit and interest in building a business by utilizing digitalization. This activity method is carried out with an educational method by providing direct material exposure and helping create social media and how to use social media to promote a business and continue. The results of the Real Work Lecture in this educational activity provide an understanding to the residents of Panyingkiran Village how important it is to be an entrepreneur by using social media wisely and being able to be more creative and explore the products being sold.

Keywords: *UMKM, Digitization, Benefits, Social Media*

PENDAHULUAN

Berwirausaha merupakan suatu kegiatan seorang wirausaha yang dimana ia menciptakan bisnis baru, menciptakan segala inovasi lalu mengembangkan usaha yang diciptakan tersebut dengan menanggung sebagian besar resiko guna meraih sebuah keuntungan. Peranan wirausaha dalam pembangunan, adalah dapat menyerapnya tenaga kerja yang banyak dan perputaran uang yang besar dan cepat, serta mendukung pertumbuhan dan perkembangan barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan manusia.

Perkembangan teknologi di era digital saat ini semakin pesat dan canggih. Banyak manfaat yang dirasakan dengan adanya perkembangan teknologi digital dalam gaya hidup masyarakat, tidak terkecuali para pelaku UMKM yang memanfaatkan internet sebagai strategi bisnisnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan digitalisasi sebagai media pemasaran bagi Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM). Penelitian ini difokuskan pada pelaku UMKM yang menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, Whatsapp serta platform lainnya sebagai promosi produknya. Penelitian ini berjenis kualitatif, dengan model triangulasi. Teknik pengumpulan data antara lain observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan penelitian ini adalah para pelaku UMKM aktif di Kota Malang yang telah menggunakan media digital dalam melaksanakan kegiatan pemasarannya. Hasil penelitian ini adalah digital marketing sangat memudahkan para pelaku UMKM dalam mempromosikan produknya. Dengan adanya strategi pemasaran melalui digitalisasi seperti media sosial, maka akan menghemat biaya pemasaran karena hanya membutuhkan kuota internet untuk mempromosikan produk, serta dapat memperluas jangkauan pasar mereka ke seluruh Indonesia sehingga akan meningkatkan volume penjualan. Perkembangan teknologi di era digital saat ini semakin pesat dan canggih. Banyak manfaat yang dirasakan dengan adanya perkembangan teknologi digital dalam gaya hidup masyarakat, tidak terkecuali para pelaku UMKM yang memanfaatkan internet sebagai strategi bisnisnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan digitalisasi sebagai media pemasaran bagi Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM). Penelitian ini difokuskan pada pelaku UMKM yang menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, Whatsapp serta platform lainnya sebagai promosi produknya. Penelitian ini berjenis kualitatif, dengan model triangulasi. Teknik pengumpulan data antara lain observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan penelitian ini adalah para pelaku UMKM aktif di Kota Malang yang telah menggunakan media digital dalam melaksanakan kegiatan pemasarannya. Hasil penelitian ini adalah digital marketing sangat memudahkan para pelaku UMKM dalam mempromosikan produknya. Dengan adanya strategi

pemasaran melalui digitalisasi seperti media sosial, maka akan menghemat biaya pemasaran karena hanya membutuhkan kuota internet untuk mempromosikan produk, serta dapat memperluas jangkauan pasar mereka ke seluruh Indonesia sehingga akan meningkatkan volume penjualan

Peran media sosial sangat diakui dan menjadi pertimbangan di dunia usaha, karena wirausaha menjadi sangat mudah dan efisien dalam melakukan pemasaran dengan memanfaatkan media sosial yang ada. Contohnya seperti media sosial facebook. Facebook adalah sebuah situs yang menghadirkan layanan jejaring sosial dimana para pengguna tidak hanya menampilkan tampilan dan informasi dirinya, melainkan juga dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya yang berasal dari seluruh penjuru dunia. Pengguna facebook bukan hanya dari beberapa kalangan saja tapi dari semua kalangan pun banyak menggunakannya. Terlebih sebagai sistem informasi ataupun sebagai sarana berniaga.

Target dari pengabdian kepada masyarakat ini yaitu kepada masyarakat Desa Panyingkiran Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang yang dimana desa tersebut hanya memiliki beberapa umkm diantaranya adalah umkm Awug dan Opak. Dimana di daerah tersebut minim sekali umkm. Maka dari itu sebagai sasaran program, dengan tujuan memperkenalkan bagaimana cara meningkatkan pendapat dengan berwirausaha memanfaatkan digitalisasi kepada warga yang berada di Desa Panyingkiran ini.

Sosialisasi ini diadakan guna untuk mengedukasi masyarakat setempat sekaligus saling bertukar pengetahuan. memberikan edukasi dan berbagi ilmu untuk warganya agar memanfaatkan sumber daya alam yang dipunyai oleh kampung ini dengan penyuluhan untuk berani terjun berwirausaha. Berani terjun dalam dunia usaha berarti siap menerima segala konsekuensinya, termasuk berani menghadapi berbagai masalah dalam usaha, bahkan yang dapat menyebabkan kegagalan. Jatuh bangun sudah menjadi hal yang lumrah bagi seorang wirausaha. Dan juga bagaimana cara berwirausaha dengan memanfaatkan digitalisasi.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini yaitu dengan metode edukasi kepada pelaku UMKM Opak yang berada di Desa Panyingkiran Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang ini dengan memberikan informasi mengenai pentingnya potensi pemasaran dengan memanfaatkan digitalisasi untuk meningkatkan pendapatan. Waktu pelaksanaan kegiatan edukasi ini dilaksanakan di tempat pelaku UMKM tersebut atau di rumah

UMKM Opak pada tanggal 23 Juli 2022 pada pukul 13.30 wib salah satu contoh sosial media yang akan di bantu oleh TIM KKN dari Universitas Buana Perjuangan Karawang adalah berupa Facebook, Shopee, dan Instagram

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Edukasi Memberikan Informasi Pentingnya Pemasaran Dengan Memanfaatkan Digitalisasi.



Gambar 1. Edukasi Pentingnya Digitalisasi

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro Kecil Menengah, sayangnya pelaku UMKM di jaman majunya teknologi ini tak banyak di manfaatkan oleh pelaku UMKM contohnya dengan UMKM Opak di Desa Panyingkiran Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang ini. Padahal, tingkat kepemilikan smartphone serta penetrasi internet yang sudah tinggi di jaman sekarang. Indonesia memiliki potensi ekonomi digital yang sangat besar. Potensi ini secara pararel dapat turut mendorong produktivitas UMKM termasuk di masa pandemi ini.

Lalu keterbatasan infrastuktur dan tenaga kerja yang kurang terampil juga, serta masih menjadi kendala bagi perkembangan ekonomi digital nasional. Digitalisasi yang meningkatkan akses terhadap berbagai layanan dan keuangan serta korelasi dengan ekosistem, ekonomi digital dapat membantu UMKM nasional bertahan dan bertumbuh besar pada saat ini.

Pemahaman teknologi UMKM Opak di Desa Panyingkiran ini masih cukup rendah padahal sangat mencakup proses pemasaran ini, ada kendala yang harus di hadapi oleh UMKM Di Desa Panyingkiran ini.

Tak hanya permasalahan di bidang teknologi atau pemasarannya saja yang menghambat proses pemasaran, tetapi akses jalannya pun terbilang jauh ke kota tidak terjangkau dengan Gofood, Shopeefood, Grab food dan yang lainnya, Permasalahan yang lain adalah UMKM opak di desa Panyingkiran juga mengalami keterbatasan dari segi alat produksinya, kekurangan alat produksi dengan menggunakan alat yang sangat tradisional itu membutuhkan waktu yang cukup lambat dan memperlambat proses produksi karena sekali membakar opak hanya bisa bakar 1 pcs opak saja dan itu cukup memakan waktu yang lama.

Solusi yang di ambil dalam kasus ini adalah yang pertama edukasi tentang majunya pemasaran dengan menggunakan digitalisasi agar tidak mempromosikannya hanya dari mulut ke mulut saja banyak keuntungan dari digitalisasi salah satunya yaitu, kecepatan penyebaran dan jangkauannya yang lebih luas.

Solusi yang kedua adalah membuat perizinan untuk UMKM opak di Desa Panyingkiran ini agar UMKM tersebut legal secara negara. Keuntungan membuat perizinan bagi pelaku UMKM adalah mendapatkan kemudahan dalam memperdayaan baik dari pusat, provinsi, maupun daerah. Mendapatkan kemudahan dalam mengakses pembiyaan ke berbagai lembaga keuangan bank maupun non bank, dan mendapatkan pendampingan untuk mengembangkan usaha yang lebih besar.

Lalu yang terakhir membuatkan UMKM opak di Desa Panyingkiran ini sosial media berupa shopee dan Instagram agar masyarakat dari daerah lain mengetahui produk yang di jual di Desa Panyingkiran ini. Dengan di buatkannya Instagram agar pelaku UMKM lebih bisa mengeksplor kreatifitas produk yang di jualnya dengan membuat intastory dan membuat feed Instagram agar lebih menarik.



Gambar 2. Instagram UMKM Opak



Gambar 3. Foto Bersama Dengan Memamerkan Produk.

KESIMPULAN

Permasalahan yang terjadi pada Desa Panyingkiran Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang adalah kurangnya kesadaran orang-orang sekitar untuk berwirausaha dengan memanfaatkan Teknologi atau digitalisasi di jaman sekarang sedangkan tingkat kepemilikan smartphone serta penetrasi internet yang sudah tinggi di jaman sekarang. Dan dari kegiatan edukasi ini memberikan motivasi kepada warga yang berada di Desa Panyingkiran ini untuk menumbuhkan keinginan untuk berwirausaha untuk meningkatkan suatu kreatifitas dalam pemasaran serta wawasan dan pengetahuan untuk melihat peluang berwirausaha dengan memanfaatkan digitalisasi, memberikan pemahaman untuk penggunaan sosial media dan bagaimana cara mempromosikannya.

REKOMENDASI

Rekomendasi yang diberikan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut maka diadakannya edukasi dan membantu pembuatan dan penggunaan media sosial untuk bagaimana cara mempromosikan secara lebih kreatif pada suatu produk dan memulai sebuah usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Adhimursandi, D. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(1):193-210.

Farhan, M., Sasanah, S. N., Setiyawan, E., & Putren, I. (2021). Membangun Jiwa Wirausaha Dengan Pemanfaatan Platform Media Sosial Dan Marketplace. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Mengabdikan (JIMAWAbdi)*, 1(3), 139-143.

Indoworo, H. E. (2016). Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Melalui Peran Sosial Media. *Jurnal Informatika UPGRIS*, 2(1).

<https://goodmoney.id/tantangan-dan-beberapa-kendala-umkm-sulit-go-digital/?amp>