

PENGEMBANGAN STRATEGI UMKM PADA DIGITALIASI MELALUI SOSIAL MEDIA DI DESA CIKUNTUL

MUHAMMAD RIDWAN SYAIFULLAH, ANIS FITRI NUR MASRURIYAH

PROGRAM STUDI MANAJEMEN, FAKULTAS EKONOMI BISNIS

UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG

mn18.muhammadsyaifullah@mhs.ubpkarawang.ac.id

anis.masruriyah@ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

Di era digital, semakin banyak pengguna internet untuk perdagangan akan memudahkan munculnya bisnis baru sebagai start-up. Perusahaan-perusahaan tersebut bergerak di bidang perdagangan dan jasa untuk kebutuhan sehari-hari yang sebagian besar bersifat online. Memanfaatkan teknologi pemasaran yang mengubah jalur tradisional menuju e-commerce. Keterbatasan pendidikan dan pengetahuan sebagian penduduk membuat usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sulit menjual produknya. Hingga saat ini pemasaran produk untuk dijual kepada UMKM di desa Chikuntul ini hanya dilakukan melalui pasar tradisional atau dengan mengandalkan warung makan dan dari mulut ke mulut. Dengan cara tradisional, walaupun penghasilan Anda kecil, Anda bisa meningkatkannya. Usaha kecil dan menengah (UMKM) berkembang menjadi era di mana teknologi informasi sudah digunakan. Menghadapi situasi ini, perlu diadakan pelatihan-pelatihan pemanfaatan e-commerce sebagai alternatif solusi inovasi pemasaran untuk membimbing UMKM dalam meningkatkan pendapatannya. Untuk mempromosikan potensi pasar yang lebih besar.

Kata Kunci : Digitalisasi , Sosial Media.dan Strategi

PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu agenda akademik yang setiap tahunnya di selenggarakan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Tahun ini Merupakan KKN ke-5 yang diadakan di Universitas Buana Perjuangan Karawang dengan jumlah 84 Desa di 16 Kecamatan, Kabupaten Karawang.

Kecamatan Tempuran Merupakan salah satu dari 16 kecamatan yang berpartisipasi pada KKN ke-5 di kabupaten karawang. Kecamatan Tempuran memiliki luas wilayah 88.09 km² dan memiliki 14 jumlah desa atau kelurahan termasuk desa Cikuntul. Dalam Data Program Data desa Kelurahan (Prodeskel) Desa Cikuntul memiliki luas tanah wilayah dengan total 577,717 Ha. Dari total 577,717 Ha semua merupakan tanah yang produktif, Adapun batas-batas adalah sebagai berikut batas wilayah selatan

Salah satu Usaha Kecil Menengah (UMKM) terkecil dengan potensi penciptaan lapangan kerja yang dikembangkan di Kota Karawang khususnya Desa Cikuntul Kecamatan Tempuran adalah UMKM Telur Asin, Renginan dan Jenkris yang ada di Desa Chikuntulu. Karena. Dengan sumber daya manusia yang besar dan potensi wilayah pasar yang luas, sangat memungkinkan UMKM akan berkembang menjadi salah satu UMKM yang dapat mengurangi pengangguran dan meningkatkan taraf hidup masyarakat pedesaan. Permasalahan yang ada dalam bisnis ini belum tergarap dan sebagian besar tidak diketahui oleh masyarakat umum.

Salah satu faktor tersebut adalah untuk mendorong kesepakatan sehingga cepat atau lambat dapat meningkatkan pendapatannya melalui teknologi informasi. Teknologi informasi telah menjadi faktor penting dalam menjalankan bisnis di seluruh dunia saat ini. Hal ini mutlak diperlukan untuk mengembangkan bisnis yang berkelanjutan. Bisnis berbasis teknologi informasi dan bisnis berbasis teknologi informasi perlu memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya seperti yang mereka inginkan. Bisnis berbasis teknologi informasi bahkan dapat melengkapi atau menggantikan metode bisnis manual dan offline yang begitu umum saat ini dan disebut e-commerce. Electronic commerce atau perdagangan elektronik menggunakan fasilitas internet untuk melakukan kegiatan yang berhubungan dengan jual beli. Dengan melakukan kegiatan yang berkaitan dengan remittance, pemasaran jasa atau barang, dan kegiatan e-commerce, perusahaan berpeluang untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya. (Adriani, 2020).

Meningkatnya persaingan bisnis dan minimnya pemanfaatan e-commerce dalam pengembangan UKM memerlukan penelitian yang lebih mendalam mengenai strategi yang perlu diterapkan, menjadikan UKM lebih berdaya saing menjadi sangat penting. Minimnya penggunaan e-commerce berdampak pada keberlangsungan UKM, melemahkan persaingan dan membuat

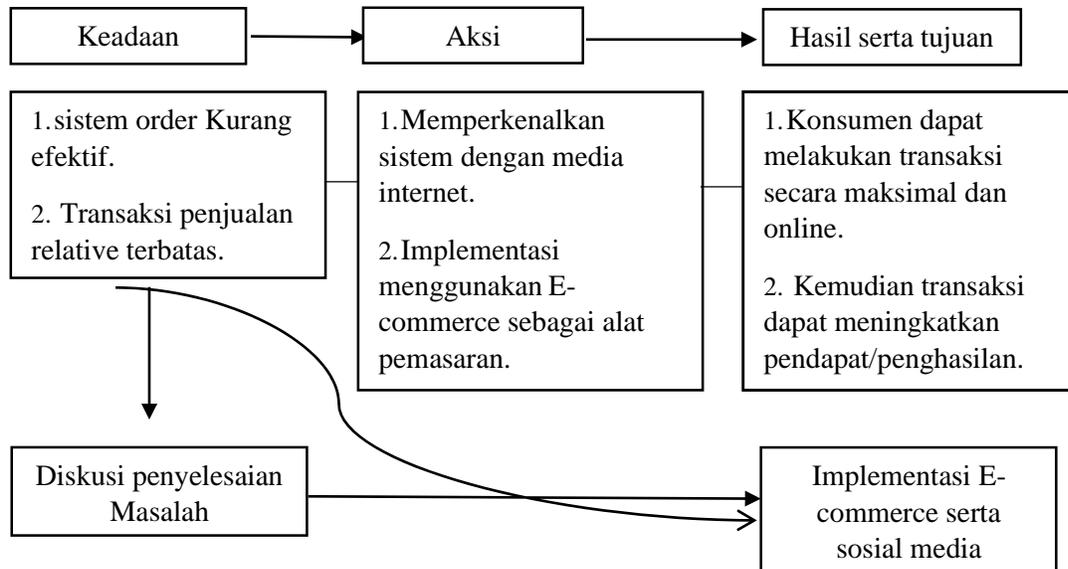
mereka tertinggal dari perusahaan besar yang menggunakan e-commerce. Untuk saat ini, karena e-commerce efektif dan sangat efisien pemasaran. (Mo Kurdi, 2020).

Berpartisipasi melalui e-commerce dengan memperhatikan fitur website yang menarik dan interaktif bagi pelanggan, memastikan keamanan dan kenyamanan pembayaran online, dan memastikan akurasi pengiriman produk, yang menjadi penghambat e-commerce. Mencapai tujuan kegiatan berjualan. Perdagangan dilakukan dengan benar. Hal ini sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan dan secara tidak langsung meningkatkan kualitas nilai perusahaan.

Penjelasan rinci tentang e-commerce dapat menjadi peluang besar bagi UMKM untuk memasarkan dan mengembangkan usahanya. E-commerce dapat memperluas akses pasar, menciptakan lapangan kerja, dan memberikan dampak positif di berbagai sektor yang mendukung bisnis e-commerce lainnya, sehingga mempercepat pertumbuhan ekonomi Indonesia. Namun, pelaku UMKM perlu menerapkan berbagai inovasi untuk menciptakan produk dan layanan yang berkualitas dan kompetitif yang dijual melalui e-commerce. Di era globalisasi dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, perlu dikembangkan pemasaran bisnis yang dapat menjangkau seluruh konsumen di jangkauan pasar yang luas sehingga Informasi yang tersedia di internet mudah diakses serta infrastruktur untuk mendukungnya semakin baik. (Harini, 2019)

E-commerce dapat menjadi peluang besar bagi para pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya dengan cara memasuki pasar global dan mengembangkan pasar ekspor. Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk menunjukkan manfaat media sosial sebagai media pemasaran dan melatih usaha kecil dan menengah (UMKM) dalam strategi pemasaran mereka untuk mempengaruhi pertumbuhan pangsa pasar mereka. Manfaat Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan terselenggaranya Universitas Buana Perjuangan Karawang diharapkan dapat membentuk karakter generasi muda tanah air dan lebih memahami pengabdian sebagai hasil dari pengabdian kepada masyarakat ini. Budaya lokal itu sendiri dikreditkan dengan amal, dengan digunakan sebagai hadiah pemerintah pada tahun 2016. Tujuan dari hasil pengabdian ini adalah untuk membantu memperdalam pemahaman orang yang terlibat dalam merumuskan kebijakan pengelolaan budaya dan peradaban daerah yang harus diperkenalkan sejak dini.

METODE



Gambar 1 Kerangka Penyelesaian Masalah

Gambar 1 Merupakan kerangka hasil pemecah masalah serta tujuan dan hasil dalam penerapan E-Commerce sebagai Media Penjualan pada UMKM Di Desa Cikuntul.

Kegiatan ini memberikan materi yang bersifat pengetahuan tentang perkembangan Internet dan kemungkinan yang ada dan dapat dimanfaatkan sebagai peluang bisnis baru dengan pengembangan Internet lebih lanjut. Pelajari contoh sukses pemasaran dan penjualan menggunakan Internet, terutama e-commerce. Ini adalah contoh bisnis, bisnis distribusi UMKM di desa cikuntul ini dapat melakukan bisnis melalui internet khususnya e-commerce, dan dapat melakukan bimbingan teknis dan metode. Memasarkan melalui internet khususnya e-commerce, untuk memberikan kesempatan kepada peserta KKN untuk mengajukan dan mengajukan pertanyaan tentang hal-hal yang belum jelas pada saat penyampaian materi, sehingga peserta lebih memahami materi dan merasa puas dengan materi tersebut. telah disampaikan dan membuatnya dimengerti. Berikut adalah implementasi pemecahan masalah:

1. Konsumen menjadi tertarik bertransaksi karena sederhana.
2. Aplikasi e-commerce dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

3. Perbandingan jumlah transaksi sebelum dan sesudah pengenalan E-Commerce untuk periode tertentu.
4. Meninjau manfaat laba yang didapat dari pelaporan penjualan sebelum dan sesudah menimplementasikan E-commerce

Mengembangkan sistem penjualan e-commerce merupakan langkah untuk meningkatkan penjualan dan pesanan yang menguntungkan UMKM. Sistem e-commerce memungkinkan konsumen untuk melakukan transaksi melalui sistem, daripada datang melalui telepon atau langsung ke tempat produksi, juga efektif. Bisnis juga dapat memecahkan masalah menyimpan detail pesanan dan membuat catatan dan laporan penjualan. Berdasarkan langkah-langkah di atas, permasalahan yang ada dapat diselesaikan dengan menggunakan teori e-commerce yang dapat mendukung proses perdagangan yang ada.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tujuan yang dicapai oleh program kerja kuliah nyata ini adalah untuk meningkatkan kesejahteraan UMKM melalui pemasaran usaha di desa Cikuntul , usaha telur asin, dan lenginan di desa Chikuntulu yang memiliki potensi untuk dikembangkan namun masih memiliki sumber daya manusia yang terbatas. Pemiliknya sangat optimis menjalankan bisnisnya sedemikian rupa sehingga UMKM ini dapat bersaing dengan kompetitor lain meski dengan sumber daya manusia yang terbatas. Menanamkan ide-ide kreatif ke dalam bisnis Anda untuk mengembangkan bisnis Anda akan membantu menjaga bisnis Anda tetap berjalan. Bagi perusahaan, proses pembuatannya lebih rumit karena membutuhkan waktu yang jauh lebih lama.

Serta bahan baku yang terbatas menyulitkan proses produksi. Selain itu kegiatan usahanya dalam pengembangan usaha memiliki beberapa kendala terkait pengolahan dan tata lokasi tempat usaha. Pengembangan Potensi UMKM Mengembangkan usaha dengan ide-ide kreatif sangat diperlukan dalam menjalankan suatu bisnis, hal ini pun diperlukan bagi usaha UMKM di Desa Cikuntul. Jika pengembangan potensi sudah berjalan dengan baik maka UMKM akan berkembang dengan pesat dan akan dikenal oleh masyarakat luas. Pertimbangkan dua fase analisis situasi dan prioritas masalah yang harus diselesaikan selama program kuliah kerja nyata ini adalah :

Tahap 1. Implementasi Serta Monitoring Kepada Masyarakat Yang Mempunyai Bisnis

Pada fase ini dibahas materi peningkatan kesejahteraan UMKM melalui promosi e-commerce dan jejaring media sosial. Kami akan menjelaskan konsep dasar e-commerce di era digital saat ini dan menjelaskan pro dan kontra dari tindakan ini. Penyajian materi dalam format seminar menggunakan Power Point. Serta menjelaskan bagaimana masyarakat melakukan bisnis online dan offline melalui sosial media dengan cara lain yaitu :

- Bisnis online adalah bisnis yang tidak memiliki akses broadband, komputer atau smartphone, dan situs web atau keberadaan online.
- Bisnis online sederhana dengan akses/koneksi broadband dasar ke Internet dan perangkat digital seperti komputer dan smartphone. Namun, perusahaan tidak terlibat dalam media sosial (selain email) dan tidak memiliki fungsi e-commerce untuk memesan atau membayar.
- Bisnis online menengah yang terhubung secara digital dan juga aktif terlibat dalam media sosial atau situs web mereka terintegrasi dengan media sosial seperti Facebook, Lazada, Shopee, Live Chat, Consumer Review.
- Bisnis online tingkat lanjut adalah bisnis dengan konektivitas, integrasi jaringan sosial, dan kemampuan e-commerce. Menurut definisi, semua bisnis online progresif memiliki opsi pemesanan dan pembayaran online seperti media sosial seperti Facebook, Lazada, Shopee, Live Chat, dan Ulasan Konsumen.

Tahap 2 Pelaksanaan :

Selama fase ini, kami akan memberikan pelatihan tentang cara memberdayakan UMKM melalui e-commerce dan media sosial, dan memandu Anda melalui beberapa langkah untuk mengembangkan bisnis Anda melalui media sosial. Presentasi sistem menggunakan media internet. Pilih jenis media sosial yang tepat untuk bisnis Anda. Dengan begitu banyak media sosial yang tersedia, bisnis dapat memilih dengan tepat media sosial mana yang terbaik untuk mereka gunakan. Jika Instagram dan Facebook terlalu "mainstream" daripada Twitter untuk menonjolkan bisnis Anda, cari media sosial lain. Manfaatkan e-commerce sebagai media untuk transaksi pemesanan dan penjualan Cobalah dan mulai kegiatan promosi menggunakan media sosial yang optimal untuk bisnis. Temukan percakapan pelanggan di media sosial. Saat ini, media sosial

berlimpah menyediakan merek dengan pilihan untuk menemukan percakapan pelanggan yang berbeda yang relevan dengan bisnis mereka. Gunakan hashtag, komentar, kata kunci atau kata kunci. Gunakan fitur ini untuk menerima umpan balik konsumen dan menanggapi komentar terkait bisnis untuk memfasilitasi komunikasi langsung. Demikian pula, konsumen yang senang dengan bisnis mereka mengungkapkan apresiasi mereka dalam komentar, terus menggunakan produk dan layanan, dan menerima bonus dan undangan untuk tetap berhubungan dengan influencer dan duta merek yang relevan.



Gambar 1 Flyer Telur Asin Bu Kaseng

Gambar 1 Hasil flyer yang telah dibuatkan guna untuk memasarkan produk UMKM telur asin yang bakal di upload pada platform di media sosial agar menjadi tanda pengenal untuk produk telur Asin milik Bu kaseng.



Gambar 2 Flayer Rengginang Bu Warsi

Gambar 2 merupakan hasil Flayer Rengginang milik Bu Warsih yang digunakan sebagai alat promosi yang akan disebar melalui platform media sosial sekaligus menciptakan merek guna mencegah peniruan dari para pesaing.



Gambar 3 Dokumentasi Bersama peserta pelaku umkm Di Desa Cikuntul

Gambar 3 Hasil Dokumentasi dari kegiatan Sosialisasi penyuluhan bersama para pelaku UMKM di Desa Cikuntul Dengan Materi Inovasi Digital Marketing dan Manajemen Resiko serta mengajarkan cara berinovasi di era digitalisasi sehingga guna mengembangkan UMKM tersebut.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kurangnya pemahaman akan pentingnya Berinovasi di era Digital Melalui Sosial media tersebut.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan :

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat KKN Di Desa Cikuntul Kecamatan Tempuran Kabupaten Karawang ini adalah:

1. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang teknologi informasi dapat menyebabkan mereka menyalahgunakannya. Teknologi informasi saat ini berkembang ke arah yang negatif. Berdasarkan hasil pelatihan ini, pengetahuan peserta tentang penggunaan media sosial meningkat sebesar 5%.
2. Teknologi informasi dikembangkan untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan banyak hal, seperti transaksi jual beli dan peluang bisnis.
3. Berdasarkan penjelasan di atas, terbukti bahwa teknologi informasi memudahkan para pelaku UMKM untuk mempromosikan produknya bahkan meningkatkan pendapatannya. Pelatihan ini mengarah pada peningkatan penjualan

REKOMENDASI

Kepada masyarakat :

- a) Hasil yang diperoleh dari KKN terus dikembangkan dan dimanfaatkan untuk kepentingan masyarakat.
- b) Meningkatkan kerukunan sosial dan menjadikan masyarakat lebih harmonis dan sejahtera
- c) Pentingnya toleransi dan gotong royong dari masyarakat dalam melaksanakan program kerja/kegiatan KKN akan memastikan berjalan dengan lancar, sukses dan sesuai harapan bersama.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani. (2020). Jurnal ekonomi dan Manajemen. *Adopsi E-Commerce dalam mendukung perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dimasa pandemi covid-19*, 3-12.
- Ellyani, H. M. (2017). *Strategi memanfaatkan E-commerce dalam memasarkan makanan khas bangka (Studi kasus: Aneka citra snack)*, 1-13.
- kharini, c. (2019). jurnal manajemen. *Pemasaran kewirausahaan melalui E-commerce untuk meningkatkan kinerja Umum*, 23.
- Moh.Kurdi, I. D. (2020). Jurnal sains sosio humaniora . *Strategi peningkatan daya saing UMKM di Kabupaten Sumenep Melalui E-Commerce*, 2-7.

s