

## **IMPLEMENTASI *DIGITAL PROMOTION* SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN PEMASARAN PRODUK PADA UMKM BINTANG KONVEKSI**

Erna Fatimah , Afif Hakim  
Teknik Industri, Fakultas Teknik  
ti19.ernafatimah@mhs.ubpkarawang.ac.id  
afif.hakim@ubpkarawang.ac.id

### **ABSTRAK**

Pandemi *Coronavirus Dease* 2019 memberikan dampak yang buruk bagi keberlangsungan hidup sehari-hari, pembatasan fisik berlaku dimana-mana, hal ini tentunya mengganggu jalannya roda UMKM di Kabupaten Karawang khususnya di Desa Lemahsubur, Tempuran, Karawang. Indonesia megalami gelombang kedua penyebaran covid-19 dan sempat menempati posisi rate terkonfirmasi positif tertinggi, namun perlahan kasus demi kasus penularan semakin menurun dan melandai. UMKM Bintang Konveksi adalah konveksi yanang bergerak dalam pembuatan berbagai bentuk tas dan kaos yang berada di Desa Lemahsubur menjadi salah satu contoh UMKM yang mengalami dampak buruk dari Covid-19 yang mengalami penurunan penjualan selama masa pamdemi berlangsung. Pemasaran dan penjualan poduk harus tetap berjalan demi keberlangsungan pendapatan ekonomi. Mahasiswa KKN UBP Karawang memberikan sosialisasi inovasi dan pelatihan digitalisasi untuk mengurangi dampak buruk tersebut. Kegiatan tersebut diharapkan dapat memberikan solusi bagi UMKM yaitu menekan rendah angka pengangguran yang akan terjadi dan tentang permasalahan kurangnya pemahaman, kemampuan dan pengetahuan UMKM mengenai pentingnya *digital promotion* dalam rangka memaksimalkan penjualan produk

Kata kunci: *digital promotion*, pelatihan, sosialisasi, UMKM.

### **PENDAHULUAN**

Pandemi *Coronavirus Dease* 2019 (Covid-19) memiliki dampak yang luar biasa bagi perekonomian Indonesia khususnya Kabupaten Karawang. Banyak pelaku usaha yang mengalami penurunan pendapatan selama masa pandemi yang berlangsung karena Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang dilakukan oleh pemerintah. Para pelaku UMKM merasakan turunnya penjualan, kekurangan modal, dan terhambatnya distribusi. Sedikitnya 39,9 % UMKM memutuskan mengurangi stok barang selama pembatasan sosial berskala besar (PSBB) akibat covid-19. Sementara itu 16,1 % UMKM memilih mengurangi karyawan akibat toko fisik ditutup. Sektor UMKM mengalami dampak yang cukup dalam akibat pandemi covid-19 (Rosita, 2020).

Menurut hasil survei BPS (2020) Sebanyak 84,20% usaha mikro dan kecil (UMK) dan 82,29% usaha menengah dan besar (UMB) mengalami penurunan pendapatan. 78,35% UMK mengalami penurunan permintaan karena pelanggan yang juga terdampak COVID-19.

Sebanyak 56,80% UMK menghadapi kendala akibat rekan bisnis mereka terdampak sangat buruk oleh pandemi COVID-19. Kemudian 62,21% UMK menghadapi kendala keuangan terkait pegawai dan operasional. Tanpa adanya bantuan yang berarti dari pemerintah, sekitar 19% pelaku usaha diperkirakan mampu bertahan selama 3 bulan setelah pandemi, dan pelaku usaha yang melakukan diversifikasi usaha diperkirakan 45% mampu bertahan lebih dari 3 bulan, dan sisanya 55% hanya mampu bertahan maksimal 3 bulan. (Anggraeni, 2021). UMKM di Indonesia memiliki peranan yang sangat penting yaitu sebagai perluasan kesempatan dalam penyerapan tenaga kerja. Mengingat angka pengangguran yang semakin meningkat dari tahun ke tahun. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa jumlah pengangguran di Indonesia pada Februari 2022 adalah sebesar 8,40 juta penduduk dengan jumlah angkatan kerja Indonesia pada Februari 2022 mencapai 144,01 juta orang.

Indonesia mengalami gelombang kedua penyebaran covid-19 dan sempat menempati posisi rate terkonfirmasi positif tertinggi, namun perlahan kasus demi kasus penularan semakin menurun dan melandai. Momentum ini menjadi titik kembali asa para pelaku usaha yang sempat mengalami kegetiran berusaha selama satu setengah tahun lamanya. Fase next normal sudah menanti para pelaku UMKM untuk menangkap peluang, responsif atas segala perubahan pasar. Di Indonesia UMKM memiliki kontribusi maupun peranan yang cukup besar diantaranya yaitu perluasan kesempatan penyerapan tenaga kerja. UMKM juga merupakan jaring pengaman terutama bagi masyarakat berpenghasilan rendah untuk menjalani kegiatan ekonomi produktif. disamping itu usaha kecil, mikro dan menengah (UMKM) merupakan jenis usaha yang memiliki peran penting dalam peningkatan PDB (Pendapatan Domestik Bruto) suatu negara khususnya di Indonesia dengan menghadapi Era Industri 4.0 (Rosita, 2020).

Tak dapat ditepis bahwa kian hari aktifitas sehari-hari manusia melibatkan teknologi, hampir disetiap sektor pemenuhan kebutuhan sudah tersedia secara digital, mulai dari jual beli, jasa, hingga transaksi pembayaran. Pemanfaatan teknologi merupakan dasar dari masing-masing revolusi industry. Dampak era revolusi industry 4.0 adalah teknologi digital yang digunakan memungkinkan terjadinya interkoneksi antara mesin fisik dengan system produksi. teknologi menjadi unsur utama terhadap pengembangan industri konvensional menuju industri digital sehingga mampu mentransfer data tanpa bantuan manusia serta dengan adanya big data agar mampu membantu. (Rosita, 2020).

Salah satu strategi pemulihan ekonomi adalah terhubung dengan ekosistem berbasis online dengan cara mendigitalisasi dalam hal pemasaran. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan

mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Inti dari kegiatan pemasaran adalah untuk mengembangkan suatu produk, distribusi, komunikasi, penetapan harga dan pelayanan bahwa strategi pemasaran adalah suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan budget untuk pemasaran. (Kotler, 1995 dalam Anggraeni, 2021).

Fenomena lainnya yang ditemukan adalah hasil/produk kegiatan usaha UMKM ini hanya dipasarkan begitu saja, sehingga produk yang dihasilkan ini tidak memiliki daya tarik untuk dibeli konsumen. Masalah yang dihadapi oleh UMKM adalah hasil produksi ini tidak langsung terjual dengan cepat karena UMKM hanya menunggu pembeli/konsumen datang sendiri ke tempat mereka. Pembelinya hanya masyarakat sekitar yang memang sudah tahu tentang keberadaan produksi/usaha tersebut. Hal ini mengakibatkan terjadinya penumpukan produksi, sehingga perputaran persediaan barang dan perputaran modal sangat lambat. Berdasarkan kondisi tersebut maka akan dilakukan pemberdayaan masyarakat UMKM dalam meningkatkan pengetahuan manajemen usaha. Selanjutnya, akan dilakukan pengembangan strategi pemasaran produk atau usaha, sehingga diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat UMKM Bintang Konveksi di masa next normal.

Pelaku UMKM bisa mulai berubah dalam membangkitkan usaha-usahanya dan menyesuaikan diri di era next normal dengan memanfaatkan teknologi informasi (IT) di dalam bisnisnya. Melalui Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilakukan oleh Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan diharapkan dapat membantu pemerintah desa dalam meningkatkan pendapatan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dimasa next normal. Adapun untuk kondisi manajemen usaha mikro, kecil dan menengah diharapkan bisa sesuai dengan konsep pengelolaan manajemen usaha yang baik dan benar, agar terjaminnya kelangsungan usaha dan membantu masyarakat dalam mengimplementasikan digitalisasi pemasaran guna meningkatkan promosi produk pada UMKM Bintang Konveksi yang terletak di Desa Lemahsubur Kecamatan Tempuran Kabupaten Karawang, Jawa Barat.

## **METODE**

Metode yang digunakan pada pembuatan artikel ini adalah studi kepustakaan. Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan. (Nazir 1998). Dari studi kepustakaan tersebut digunakan untuk mengumpulkan informasi dan data dengan bantuan berbagai macam material yang

ada di perpustakaan seperti dokumen, buku, majalah, kisah-kisah sejarah yang berkaitan dengan objek penelitian. Adapun masalah pada penelitian ini adalah untuk meningkatkan penjualan pada UMKM di Desa Lemahsubur Kecamatan Tempuran Kabupaten Karawang. Strategi peningkatan penjualan yang dilakukan adalah dengan melakukan sosialisasi dan pelatihan tentang *digital promotion* kepada para pekerja di UMKM Bintang Konveksi.

### **Waktu dan Lokasi Pelaksanaan**

Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata Tematik 2022 dengan tema “Inovasi Digitalisasi UMKM Menuju Masyarakat Mandiri” dilaksanakan terhitung tanggal 01 Agustus 2022-31 Agustus 2022 di Desa Lemahsubur Kecamatan Tempuran Kabupaten Karawang.

### **Peserta**

Pelaksanaan KKN Tematik ini memiliki target/sasaran berupa pengembangan potensi-potensi yang ada pada Desa Lemahsubur, salah satunya adalah pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Salah satu UMKM yang memiliki potensi yang besar adalah UMKM Bintang Konveksi yang memproduksi berbagai macam bentuk tas dan pakaian. Kegiatan ini diikuti oleh para pekerja yang ada di UMKM Bintang Konveksi.

### **Metode Pelaksanaan**

Pelaksanaan kegiatan ini diberikan dengan menggunakan dua metode, yaitu :

1. Metode Sosialisasi, metode ini dilakukan secara lisan tentang pentingnya *digital promotion* bagi perkembangan bisnis UMKM, terutama dalam hal meningkatkan kegiatan promosi. sosialisasi juga disertai dengan beberapa contoh UMKM yang telah sukses menggunakan media digital untuk kegiatan promosi.
2. Metode Pelatihan, metode ini dilakukan dengan praktek langsung disertai tutorial pembuatan poster dan video iklan. Pemberian tutorial ini diharapkan untuk menambah pengetahuan bagi para pelaku UMKM untuk mengoptimalkan penjualan produk.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Desa Lemahsubur adalah salah satu desa yang berada di wilayah Karawang, Kecamatan Tempuran, Kabupaten Karawang. Desa ini memiliki luas 578.310 Ha, Desa Lemahsubur memiliki arti nama desa lemah berarti tanah, jadi Desa Lemahsubur adalah tanah yang subur. Lemahsubur ialah salah satu desa di Kecamatan Tempuran, Kabupaten Karawang, Jawa Barat, Indonesia. Desa Lemahsubur pecah dari Desa Lemahmakmur, yang dipecahkan pada tanggal 12 Agustus 1982 dan diperingati sebagai hari ulang tahun desa.



**Gambar 1.** Peta Lokasi Desa Lemahsubur

Desa Lemahsubur terletak di Kecamatan Tempuran, Kabupaten Karawang. Desa ini memiliki luas 578.310 Ha, di sebelah utara desa ini berbatasan dengan Desa Pancakarya, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Pasir Kamuning, sebelah timur berbatasan dengan Desa Lemah Makmur, dan di sebelah barat berbatasan dengan Desa Lemahduhur. Luas tanah sawah di Desa Lemahsubur mencapai 560.000 Ha, sehingga penduduk di Desa Lemahmakmur banyak yang berprofesi sebagai petani. Jumlah penduduk di desa ini sampai dengan tahun 2022 adalah 2.810 jiwa. Desa Lemahsubur memiliki 4 dusun diantaranya Dusun Pasir Malang, Dusun Suagar, Dusun Padatimulya dan Dusun Pondok Bales. Secara Administratif terdapat 6 (enam) RW dan 14 (empat belas) RT yang tersebar di empat Dusun. Disetiap dusun yang ada di Desa Lemahsubur memiliki usaha yang berbeda-beda. Misalnya, di Dusun Pasir Malang terdapat beberapa jenis Usaha Mikro Kecil dan Menengah seperti konveksi, kuliner kue kering dan basah tradisional, Pembuatan Seeng, serta peternakan jangkrik.



**Gambar 2.** Kantor Kepala Desa Lemahsubur

Bentuk program yang dilaksanakan berupa program pelatihan dengan judul “Pengenalan Berbagai Inovasi dan Digitalisasi Pemasaran Produk UMKM” bagi pelaku Usaha Kecil, Mikro dan Menengah (UMKM) Bintang Konveksi dalam mengelola manajemen usaha dan penerapan strategi pemasaran. Metode yang digunakan dalam pemberdayaan tersebut adalah berupa pembelajaran melalui praktek langsung yang dilakukan secara bersama-sama oleh mahasiswa beserta para pegawai di UMKM Bintang Konveksi. Langkah-langkah operasional yang diperlukan untuk mengatasi permasalahan adalah dengan melakukan pendampingan yang dilakukan oleh mahasiswa terhadap UMKM Bintang Konveksi dalam hal pengelolaan manajemen dan strategi pemasaran.

Langkah awal yang dilakukan adalah melakukan observasi dan koordinasi. Observasi dilakukan secara langsung di lapangan untuk mendapatkan informasi tentang UMKM tersebut. Observasi awal dilakukan dengan mendatangi lokasi produksi UMKM Bintang Konveksi serta menggali beberapa informasi terkait keadaan UMKM. Kondisi nyata yang terjadi dalam proses pengembangan UMKM dengan segala permasalahan yang dihadapi, masalah tersebut seperti jenis potensi unggulan dan strategi yang diambil, masalah permodalan, dan kualitas sumber daya manusia. Koordinasi dilakukan dengan pihak UMKM yaitu Bapak Hanafi selaku pemilik UMKM Bintang Konveksi pada hari Kamis, 07 Juli 2022 selaku Mitra KKN untuk menentukan hari dan jam yang tepat sehingga pemberian materi pelatihan bisa maksimal dan tepat sasaran. Adapun tanggal yang disepakati adalah hari Kamis, 14 Juli 2022 pukul 10.00–12.00 WIB.



**Gambar 3.** Koordinasi dengan Pemilik UMKM Bintang Konveksi

Selanjutnya adalah dengan melakukan persiapan sosialisasi dan pelatihan. Dalam hal ini yang disiapkan berupa materi yang akan ditampilkan, persiapan pembicara, materi print out yang akan dibagikan kepada peserta, cek dan penataan lokasi kegiatan, serta persiapan peralatan dan persiapan pendukung seperti daftar hadir peserta, konsumsi, back drop dan lain-lain. Pelaksanaan kegiatan pada Kamis, 14 Juli 2022 diawali dengan sosialisasi pada pukul 10.30-11.15 WIB yaitu berupa pemberian materi tentang pentingnya menggunakan *digital promotion* dalam inovasi UMKM yang diberikan oleh Mahasiswa. Kemudian dilanjutkan dengan pelaksanaan pelatihan dalam digitalisasi UMKM pukul 11.15-12.00 WIB yaitu pemberian praktek serta tutorial membuat poster dan video iklan.

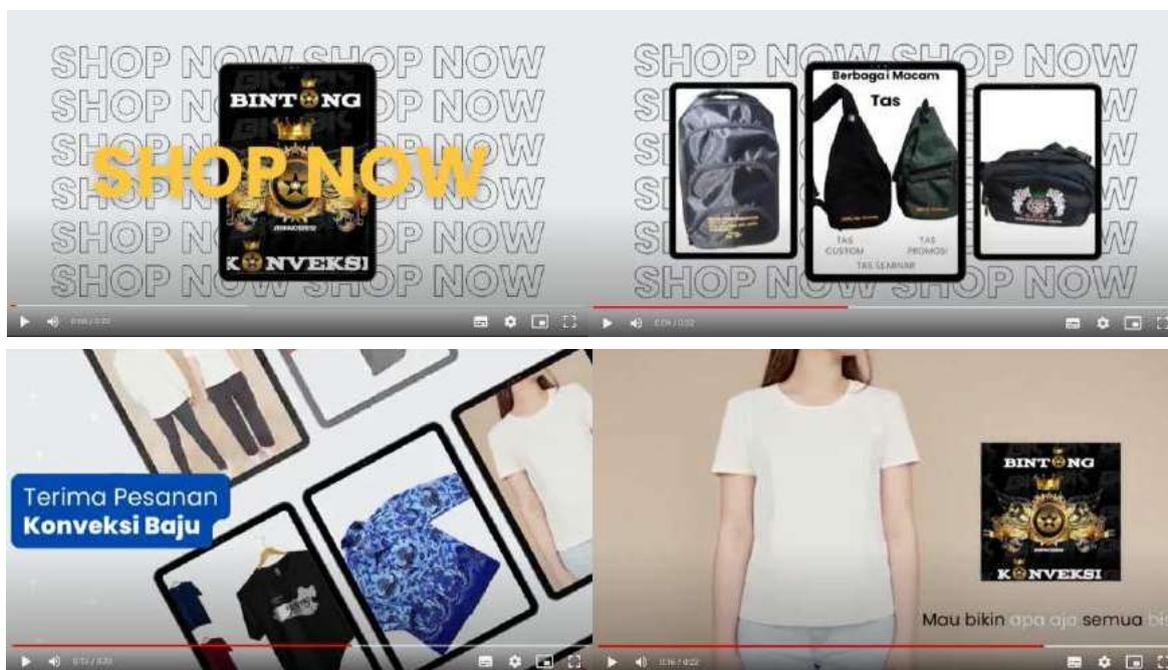


**Gambar 4.** Sosialisasi dan Pelatihan di UMKM Bintang Konveksi

Berikut ini merupakan output yang dihasilkan pada program pelatihan dengan judul “Pengenalan Berbagai Inovasi dan Digitalisasi Pemasaran Produk UMKM” bagi pelaku Usaha Kecil, Mikro dan Menengah (UMKM) Bintang Konveksi dalam mengelola manajemen usaha dan penerapan strategi pemasaran berupa poster dan video iklan.



Gambar 5. Poster iklan UMKM Bintang Konveksi



Gambar 6. Cuplikan Video Iklan UMKM Bintang Konveksi

Kegiatan ditutup dengan sesi foto bersama dan ucapan terima kasih dari pihak tim pelaksana kegiatan sosialisasi dan pelatihan kepada para pekerja di UMKM Bintang Konveksi

dengan harapan agar dapat meningkatkan penjualan dan bermanfaat bagi kemajuan usaha UMKM dimasa mendatang.

## **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

### **Kesimpulan**

Dari kegiatan sosialisasi dan pelatihan yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan bahwa:

1. Kegiatan sosialisasi mengenai inovasi UMKM kepada masyarakat Desa Lemahsubur khususnya para pekerja yang ada di UMKM Bintang Konveksi sebagai sarana menambah wawasan dalam digitalisasi pemasaran produk.
2. Kegiatan pelatihan mengenai digitalisasi UMKM kepada masyarakat Desa Lemahsubur khususnya para pekerja yang ada di UMKM Bintang Konveksi sebagai sarana menambah menambah skill dalam pembuatan yang menghasilkan output promosi berupa *digital promotion* baik itu berupa poster maupun pembuatan video iklan.

### **Rekomendasi**

Kepada masyarakat Desa Lemahsubur khususnya para pekerja di UMKM Bintang Konveksi yang telah mengikuti kegiatan sosialisasi dan pelatihan oleh Mahasiswa KKN agar dapat diterima dan diterapkan dengan baik.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Anggraeni, P, V. (2021). Strategi Pemulihan UMKM Pada Masa New Normal dan Industri

4.0. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura*

Buku Panduan Kuliah Kerja Nyata Tematik 2022. (2022). *Buku Panduan*.

Rosita, R. (2020). Pengaruh pandemi COVID-19 terhadap umkm Di Indonesia. *JURNAL*

*LENTERA BISNIS*, 9(2), 109. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>