

SOSIALISASI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN E-COMMERS PADA UMKM DESA PISANGSAMBO

Khoirul Abidia Reivan, Ery Rosmawati

1. Program Studi Akuntansi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Buana
Perjuangan Karawang
2. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana
Perjuangan Karawang

if19.khoirulreivan@mhs.ubpkarawang.ac.id¹,

eryrosmawati@mhs.ubpkarawang.ac.id²

Abstrak

Dalam perekonomian Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau UMKM adalah kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu UMKM memiliki peran penting karena terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Tujuan Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui KKN ini adalah memperbaiki aspek pemasaran dengan memanfaatkan media sosial dan E-Commers melalui kegiatan sosialisasi. Target pada kegiatan ini meliputi Usaha Mikro Kecil Menengah desa Pisangsambo. Permasalahan utama dari UMKM Pisangsambo ini adalah pelaku usaha kurang atau bahkan tidak fokus pada pengelolaan pemasaran secara digital dan lebih mengandalkan sistem pemasaran yang masih konvensional seperti sistem pemesanan barang serta penjualan barang yang masih dari mulut ke mulut, sehingga menyebabkan penjualan produk yang stagnan. Permasalahan tersebut dapat diselesaikan dengan metode sosialisasi pemanfaatan media sosial dan E-Commers. Hal ini juga diharapkan dapat menjadi satu langkah lebih maju ke era digital agar pelaku UMKM bisa lebih memanfaatkan media informasi yang sudah ada. Dengan edukasi yang telah didapatkan UMKM, maka wujud kegiatan ini memberikan materi dan motivasi agar dapat merubah cara berfikir para pelaku UMKM, guna memiliki keberanian dalam memasarkan produk secara online.

Kata Kunci : UMKM, Media Sosial, E-Commers, digital

Abstract

In the Indonesian economy, Micro, Small and Medium Enterprises or UMKM are the business groups that have the largest number. In addition, UMKM have an important role because they are proven to be resistant to various kinds of shocks from the economic crisis. The purpose of this community service activity through KKN is to improve marketing aspects by utilizing social media and E-Commers through outreach activities. The targets for this activity include Micro, Small and Medium Enterprises in Pisangsambo village. The main problem with the Pisangsambo UMKM is that business actors do not or even focus on digital marketing management and rely more on conventional marketing systems such as goods ordering systems and word of mouth sales of goods, resulting in stagnant product sales. These problems can be solved by the method of socializing the use of social media and E-Commers. This is also expected to be one step further into the digital era so that UMKM actors can better utilize existing information media. With the education that has been obtained by UMKM, this form of activity provides material and motivation so that they can change the way of thinking of UMKM actors, in order to have the courage to market their products online.

Keywords: *UMKM, social media, E-Commers, digital*

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu peran penting dalam perekonomian masyarakat Indonesia, bidang usaha ini banyak dijalankan oleh para pengusaha kecil dan menengah yang berasal dari industri keluarga atau rumahan, karena mudah dikelola dan tidak membutuhkan biaya yang sangat besar dalam proses pendiriannya. Selain itu UMKM juga dapat mengatasi dari pengangguran karena dapat menyerap tenaga kerja di Indonesia, saat ini UMKM yang ada di Indonesia dapat dengan mudah kita temui pada tiap sudut daerah, salah satunya UMKM Desa Pisangsambo. Desa Pisang sambo merupakan salah satu desa dari 11 desa yang berada di wilayah Kecamatan Tirtajaya, Kabupaten Karawang, desa Pisangsambo memiliki luas wilayah sebesar 552,40 Ha. Berdasarkan data pokok desa atau kelurahan tahun 2021, desa ini memiliki jumlah penduduk sebanyak 9442 jiwa, yang terdiri dari 4750 jiwa laki-laki dan 4872 jiwa perempuan dengan kepadatan 1709 jiwa/km². Penduduk Desa Pisangsambo memiliki mata pencaharian 70% petani, sisanya profesi lain dan rata-rata mendirikan usaha (UMKM), berdasarkan data pokok desa tahun 2021 desa ini mempunyai 204 usaha mikro kecil menengah.

Di era revolusi industri 4.0 ini, berbagai bidang profesi mengalami perubahan pesat. Termasuk bidang usaha UMKM Desa Pisangsambo, sehingga para pelaku UMKM senantiasa dituntut untuk beradaptasi terhadap perkembangan teknologi. Namun sayangnya pemahaman pemasaran digital oleh pelaku UMKM terhadap teknologi di desa Pisangsambo masih kurang. Hal ini dibuktikan dengan pemasaran yang masih konvensional. Sehingga cakupan konsumen masih terbilang itu-itu saja.

Salah satu solusi atas permasalahan di atas ialah dengan melakukan edukasi tentang pemasaran digital. Pemasaran digital atau sering disebut digital marketing adalah suatu strategi pemasaran menggunakan media digital dan internet. Dengan melakukan pemasaran lewat internet, harapannya potensi cakupan konsumen atau pembeli tentunya semakin luas.

Metode

Metode yang diterapkan pada kegiatan KKN kali ini yaitu sosialisasi. Sosialisasi yang berjudul “Pentingnya Digitalisasi UMKM dalam Upaya Pemulihan Ekonomi di Era Disrupsi Teknologi” ini dilaksanakan pada tanggal 24 Juli 2022 di Aula Desa Pisangsambo. Dalam kegiatan sosialisasi ini ialah pengenalan pemasaran digital hingga langkah-langkah pembuatan akun media sosial dan *E-Commers*. Dari kegiatan sosialisasi ini maka tingkat

pemahaman pelaku UMKM diharapkan bertambah, sehingga pelaku UMKM dapat mengenal dan mulai mencoba memasarkan produknya lewat internet.

Hasil dan Pembahasan

UMKM di desa Pisangsambo mengalami berbagai hambatan diantaranya yaitu pelaku UMKM kurang atau bahkan tidak fokus pada pengelolaan pemasaran secara digital dan lebih mengandalkan sistem pemasaran yang masih konvensional. Selain itu, pelaku UMKM memiliki keterbatasan dalam penguasaan/penggunaan teknologi informasi. Dilain hal, tuntutan kondisi dan kebutuhan atas penggunaan serta penguasaan informasi teknologi informasi tersebut sudah terasa semakin diperlukan mengingat tingkat persaingan setiap pelaku UMKM sudah mulai dituntut untuk bisa menyajikan informasi terkait produk dengan secara cepat, praktis, dan akurat tentunya kepada target konsumennya. Tidak hanya itu pelaku UMKM Desa Pisangsambo masih kurang cakap perihal pemasaran digital dan bagaimana membangun bisnis digital. Dengan ini para pelaku UMKM harus diberi pengarahan melalui sosialisasi perihal bagaimana cara memanfaatkan, menggunakan pemasaran digital dengan menggunakan perantara *E-Commers*, dan media sosial seperti Shopee, lalu ada media sosial seperti facebook, instagram, dan lainnya.

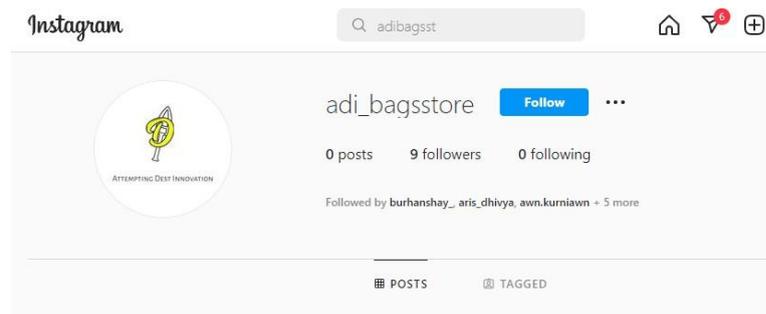
Berdasarkan masalah tersebut, maka UMKM Desa Pisangsambo perlu diberikannya edukasi perihal pemanfaatan *E-Commers*, dan media sosial atau biasa disebut media informasi untuk melakukan perubahan digital dalam hal pemasaran produk UMKM tersebut, sehingga sistem penjualan dan pemasaran produk tidak terpaku hanya dari sebuah panggilan telepon ataupun menunggu pelanggan datang terlebih dahulu ke tempat UMKM. Dan juga karena hal ini bisa memotivasi pelaku UMKM lainnya di Desa Pisangsambo agar bisa memanfaatkan media informasi dengan sebaik mungkin. Hal ini juga bisa menjadi satu langkah lebih maju ke era digital agar pelaku UMKM bisa lebih memanfaatkan media informasi yang sudah ada. Pelaku UMKM juga akan dituntut lebih *update* terhadap kondisi pasar produk agar bisa membuat inovasi yang kreatif pada produk untuk kedepannya nanti sehingga konsumen bisa merasakan kepuasan akan berbagai macam produk yang disajikan, tentu pelaku UMKM juga akan mendapatkan pengalaman yang baru saat melakukan transaksi online.

Dengan UMKM mendapatkan edukasi, maka wujud kegiatan ini memberikan materi dan motivasi agar dapat merubah cara berfikir para pelaku UMKM, guna memiliki keberanian dalam memasarkan produk secara online, lalu bisa berinovasi secara kreatif dari melihat minat pasar. Sehingga dapat membantu menaikkan nilai jual produk dan bisa membuka lapangan pekerjaan guna masyarakat sekitar. Pada era modern sekarang yang hampir semuanya serba digital, pemanfaatan *E-Commers* dan media sosial sangat diperlukan karena penjualan berbasis online saat ini menjadi salah satu potensi penjualan yang memiliki peluang yang sangat besar.



Gambar. 1 Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial dan E-Commers

Hasil akhir dari kegiatan KKN ini adalah terciptanya sebuah langkah besar menuju era digital, yakni perubahan model pemasaran yang dari konvensional menjadi penjualan digital yang menjadi salah satu potensi yang sangat berpengaruh dalam penjualan di era digital ini. Selain itu, hasil dari kegiatan ini ialah pembuatan salah satu akun pelaku UMKM untuk pemasaran di salah satu Media Sosial yaitu Instagram. Pembuatan salah satu agar edukasi yang telah disampaikan dapat langsung di implementasikan oleh pelaku UMKM.



Gambar. 2 Lampiran akun digital Instagram adi_bagsstore

Kesimpulan dan Rekomendasi

Kesimpulan

UMKM memiliki peran penting karena tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Namun, ada faktor yang menghambat perkembangan pelaku UMKM termasuk UMKM Desa Pisangsambo, yaitu kurangnya pemahaman tentang media sosial dan pemasaran digital.

Salah satu contoh penerapan teknologi untuk meningkatkan daya saing UMKM yaitu pembuatan akun *E-Commers* dan media sosial, selain berfungsi sebagai media pemasaran digital juga bisa meningkatkan kredibilitas UMKM tersebut.

Rekomendasi

Adapun Rekomendasi untuk pelaku UMKM Desa Pisangsambo yaitu dapat lebih memanfaatkan media sosial dan *E-Commers* yang sudah ada semaksimal mungkin sebagai sarana pemasaran, lalu setelah membuat akun pada *E-Commers* dan media sosial pelaku UMKM juga harus sering *update* produk pada lapak akun media sosial dan *E-Commers* e-nya.

Daftar Pustaka

- Fitriyana, Fina, Anum Nuryani, Tati Rosyati, and Yolanda Gusvia. 2021. "Pelatihan Pemanfaatan Marketplace Pada Umkm Dalam Masa Covid-19." Vol 2. No: Hal 206-211.
- Hilabi, Shofa Shofiah. 2020. "Transformasi Digitalisasi Marketing Pada Umkm (Study Kasus Desa Gintung Kerta)." : Hal 1855-1863.
- Kurniawan, Putu Sukma. 2020. "Sosialisasi Dan Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Berbasis Teknologi Informasi Bagi Pelaku UMKM Di Desa Belatungan, Pupuan, Bali." 11 No 4: 440-46.
- Prayogi, Arditya, and M.Ikhwanul Kirom. 2022. "Pendampingan Pengembangan Digitalisasi Umkm Masyarakat Desa Wonoyoso Pekalongan Menghadapi Era New Normal." *Pengabdian Pendidikan Masyarakat* 3 No 1.
- Puspitarini, Dinda Sekar, and Reni Nuraeni. 2019. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House)." vol 3. no: Hal 71-80.
- Sarfiah, Sudati Nur, Hanung Eka Atmaja, and Dian Marlina Verawati. 2019. "Umkm Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa."