Vol 2 No 1
ISSN : 2962-9357
E ISSN : 2962-9942

SOSIALISASI PERANAN DIGITAL MARKETING BAGI UMKM DI DESA CINTALANGGENG

Alvian Dwiky Bahrudin
Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
mn19.alvianbahrudin@mhs.ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melaluimedia digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan tentang pemasaran digital, terutama media sosial, bagi para pelaku bisnis Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk meningkatkan penjualan dan laba mereka. Dihadiri oleh peserta UMKM Desa Cintalanggeng, metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah; pertama, penjelasan menggunakan sosial media; kedua, berbagi pengalaman dan diskusi; dan terakhir, praktik langsung membuat akun media sosial (Facebook dan Instagram) dan cara membuatnya menarik bagi pembeli (gambar, kata-kata, cerita, dll). Hasilnya menunjukkan bebarapa pelaku usaha secara aktif menggunakan media sosial sebagai alat promosi mereka dan mereka belum memisahkan akun toko online mereka dengan akun pribadi mereka, beberapa orang lain menggunakannya sesekali, dan sisanya peserta tidak pernah menggunakan pemasaran media sosial karena kurangnya teknologi ketrampilan. Semua peserta menunjukkan minat besar untuk menggunakan pemasaran media sosial secara terus menerus.

Kata Kunci: Digital Marketing, Social Media, UMKM

Abstract

Digital marketing is a promotional activity and market search through digital media online by utilizing various means, such as social networks. The purpose of this research is to increase knowledge and skills about digital marketing, especially social media, for Small and Medium Enterprises (SMEs) business people to increase their sales and profits. Attended by MSME participants in Cintalanggeng Village, the methods used in this activity are; first, an explanation of using social media; second, sharing experiences and discussions; and lastly, hands-on practice of creating social media accounts (Facebook and Instagram) and how to make them attractive to buyers (images, words, stories, etc). The results show that some business actors actively use social media as their promotional tool and they have not separated their online store account from their personal account, some others use it occasionally, and the rest of the participants never use social media marketing due to lack of technology skills. All participants showed great interest in using social media marketing continuously.

Keywords: Digital Marketing, Social Media, UMKM

A. Pendahuluan

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan saat ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif, memberikan banyak kemudahan, serta sebagai cara baru dalam melakukan aktifitas bagi kehidupan manusia. Khusus dalambidang teknologi masyarakat sudah menikmati banyak manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi yang telah dihasilkan dalam dekade terakhir ini. Manfaat internet semakin sangat terasa bagi para pemakainya yang tidak bisa lepas dari dunia internet ini. Seperti misalnya para internet marketer, narablog, blogger, dan juga sekarang toko online semakin mempunyai tempat di mata para konsumen yang sedang mencari barang tertentu. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) menyatakan, pengguna internet di Indonesia hingga saat ini telah mencapai 82 juta orang. Dengan capaian tersebut, Indonesia berada pada peringkat ke-8 di dunia (Kominfo, 2013).

Perkembangan teknologi sekarang ini telah banyak menunjukkan kemajuan yang luar biasa. Banyak hal dari sektor kehidupan yang telah menggunakan keberadaan dari teknologi itu sendiri. Kehadirannya telah memberikan dampak yang cukup besar terhadap kehidupan umat manusia dalam berbagai aspek dan dimensi. Demikian halnya dengan teknologi komunikasi yang merupakan peralatan perangkat keras dalam struktur organisasi yang mengandung nilai sosial yang memungkinkan individu untuk mengumpulkan, memproses dan saling tukar informasi.

Salah satu kekuatan ekonomi yang selama ini menjadi penunjang ekonomi negara Indonesia dan kekuatan ekonomi daerah adalah kehadiran pelaku usaha, mikro, kecil dan menengah (UMKM). Pada saat ekonomi dunia dan perekonomian Indonesia mengalami resesi, justru pelaku UMKM tidak sedikitpun tidak terkena dampak negatif resesi ekonomi tersebut, bahkan sebagian besar pelaku UMKM tetap dapat mengembangkan usahanya dalam menunjang perekonomian negara. Pelaku UMKM dapat mempertahankan dan meningkatkan kontribusi pertumbuhan ekonomi daerah serta peningkatan penerimaan pada sektor pajak negara, selain ditunjang oleh industri skala besar, juga ditunjang secara signifikan oleh kelompokkelompok industri skala kecil.

Masalah kemiskinan yang terjadi di Indonesia merupakan suatu permasalahan yang sering dihadapi pemerintah dari masa ke masa. Kemiskinan adalah suatu permassalah kompleks yang membutuhkan penanganan dan program khusus. Kemiskinan seringkali tidak dapat dihindari oleh masyarakat selain dapat dirasakan sacara langsung oleh orang yang berada dikondisi yang tidak mampu, kemiskinan juga memiliki akibat yang buruj bagi kehidupan umat manusia. Desa Cintalanggeng merupakan desa yang berada di Kecamtan Tegalwaru Kabupaten Karawang.

Desa Cintalanggeng merupakan desa yang terkenal dengan kekayaan alamnya, penduduknya mayoritas bekerja sebagai petani, disamping itu banyak juga bekerja sebagai pengusaha rumahan atau sering kita kenal dengan UMKM. Ditinjau dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang disebutkan dalam pasal 3 yang menyatakan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah memiliki tujuan untuk mengembangkan dan menumbuhkan usaha masyarakat sehingga perekonomian masyarakat dapat meningkat sebagaimana yang diatur dalam UU tersebut.(Tambunan 2009).

Istilah pemberdayaan memiliki arti sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh individu-individu, kelompok dan masyarakat luas agar memiliki kemampuan dalam menentukan sautu pilihan dan dapat mengontrol sumber daya yang dimiliki. Dengan kata lain pemberdayaan merupakan peningkatan kemampuan dan sikap kemandiran masyarakat.(Theresia and Dkk 2015).

Dilihat dari perundang-undangan bahwa UMKM memiliki tujuan untuk pembangunan ekonomi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang memiliki potensi yang sangat tinggi yang dapat mewujudkan kesejahteraan yang sebesar-besarnya bagi seluruh lapisan masyarakat.(Sulastri 2016)UMKM merupakan suatu kegiatan yang berguna untuk meningkatkan perekonomian masyarakat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih serta kepemikikan yang sebagaimana diatur dalam undang-undang dalam meningkatkan perkembangan UMKM perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah maupun masyarakat agar lebih efisien dan berkembang lebih kompetitif.

B. Metode

Kegiatan KKN Universitas Buana Perjuangan dilaksanakan selama 1 bulan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Persiapan dan Pembekalan Mekanisme pelaksanaan kegiatan KKN meliputi tahapan sebagai berikut :
   - Perekrutan mahasiswa peserta KKN
   - Melakukan koordinasi dengan pemerintah kecamatan Tegalwaru
   - Melakukan koordinasi dengan pemerintah Desa CIntalanggeng Kecamatan Tegalwaru
   - Melakukan pembekalan (coaching) terhadap mahasiswa
   - Penyiapan sarana dan perlengkapan Adapun materi persiapan dan pembekalan yang diberikan kepada mahasiswa mencakup beberapa hal sebagai berikut :
     a. Peran dan fungsi mahasiswa dalam program Pengabdian KKN
     b. Penjelasan panduan dan pelaksanaan program Pengabdian KKN

c. Penjelasan Pelatihan perekonomian; Ketrampilan usaha dan Bimtek pemerintahan Desa; melalui Manajemen Admnistrasi Desa
d. Sosialisasi Kemasyarakatan; Bidang Keagamaan, Pendidikan; (Pernikahan Dini & Penyalahgunaan konsumsi Narkoba dan Minuman Keras), Lingkungan Pertambangan/Hukum, sosial dan Pariwisata.

2. Uraian Program KKN Bentuk program yang akan dilaksanakan oleh peserta KKN adalah program Pelatihan dan pendidikan serta pendampingan Manajemen Pemberdayaan Berbasis Life Skill dan Soft Skill. Metode yang digunakan dalam pemberdayaan kelompok sasaran adalah berupa pembelajaran melalui praktek langsung yang dilakukan secara bersama-sama oleh mahasiswa beserta kelompok sasaran. Langkah-langkah operasional yang diperlukan untuk mengatasi permasalahan adalah dengan melakukan pendampingan secara terus menerus dilakukan oleh mahasiswa terhadap kelompok sasaran dalam hal manajemen (penataan) potensi sumberdaya alam (SDA), Sumberdaya Manusia (SDM), admninistrasi, serta masyarakat dan pelatihan untuk pendidikan kecakapan hidup Life Skill dan soft skill .

C. Hasil dan Pembahasan

Hasil yang diperoleh dari interview kepada para informan yang merupakan pelaku UMKM di Desa Cintalaksana berdasarkan pendekatan 4C yang terdiri daricost, customer, convenience, dan communication. Para pelaku UMKM setuju bahwa digital marketing membantu mereka dalam melakukan promosi dan memasarkan produk mereka dengan efektif. Para informan berpendapat bahwa digital marketing membuat mereka menghemat biaya berpromosi menyebarkan brosur, beriklan di koran dan beriklan melalui billboard, pengeluaran mereka akan menjadi lebih besar ketika mereka menggunakan pemasaraan offline. Beberapa informan setuju bahwa pemasaran melalui digital memberikan penghematan biaya, meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan memberikan kenyamanan. Sebagai UMKM perlu memperhatikan proses pemasaran yang efektif digunakan pada saat ini. Beberapa hal yang dilakukan oleh informan adalah memperbarui informasi melalui media sosial, website, marketplace, group khusus pelanggan dan lain sebagainya, rata-rata mereka memperbarui informasi sehari sekali karena untuk mempertahankan pelanggan lama dan menarik konsumen baru untuk membeli produk mereka.

Dengan adanya internet mereka dapat menghemat biaya untuk promosi, karena ketika mereka menggunakan media sosial mereka hanya memerlukan kuota internet serta mereka yang memeiliki anggaran khusus untuk periklanan melalui digital mereka bisaa memanfaatkan google adsense, facebook ads, instagram dan lain sebagainya.

Beberapa UMKM yang ada di Desa Cintalanggeng yaitu Donuts Mommy dan Cake and Cookies merupakan usaha untuk meningkatkan kesejahteraan dan ekonomi masyarakat dengan adanya

pemberdayaan ini diharapkan bisa membantu eksistensi UMKM yang berada di Desa Cintalanggeng serta mengurangin angka penganggurang di Desa Cintalanggeng.

D. Kesimpulan

Seluruh pelaku UMKM menyatakan bahwa penggunaan digital marketing membantu mereka dalam menginformasikan dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen. Para pelaku UMKM mengatakan bahwa penggunaan digital marketing memperluas pangsa pasar mereka, meningkatkan awareness bagi konsumen karena pelaku UMKM rutin memperbarui informasi mengenai produk setiap hari sekali serta meningkatkan penjualan karena beberapa UMK juga berkolaborasi dengan beberapa marketplace seperti Shopee dan Tokopedia.

Daftar Pustaka

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=laporan+kkn+individu+tentang+UMKM&btnG=

https://repository.ung.ac.id/get/singa/1/2323/Manajemen-Pemberdayaan-Keterampilan-Usaha-Masyarakat-Pesisir-Laut-Di-Kawasan-Teluk-Tomini.pdf

https://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/proceedings/article/view/366/322

https://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/proceedings/article/view/684/615

Lampiran Dokumentasi Sosialisasi