

PELATIHAN DIGITALISASI PADA UMKM SAMBEL MAK BANIH SEBAGAI PENUNJANG KEGIATAN PROMOSI DAN PEMASARAN DI DESA PURWAMEKAR DUSUN KRAJAN

Nanda Bagus Alfian

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan
Karawang Jalan H.S. Ronggowaluyo, Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang, 41361

mn19.nandaalfian@mhs.ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Hambatan yang dialami oleh pemilik usaha terdapat pada kurangnya pengetahuan tentang digital marketing, kurangnya keterampilan dalam memanfaatkan sosial media dan jangkauan target pasar yang kurang luas. Sedangkan, peluang yang terlihat dalam UMKM ini yaitu pelaku usaha memiliki gadget dan juga memiliki akses internet yang menunjang kegiatan pemasaran produk. Pemilik usaha lebih sering memasarkan produknya secara konvensional, dengan menjualnya sambel serih yang berdasarkan pemesanan konsumen. Cara pemasaran yang dilakukan sudah baik, akan tetapi hasil yang ditunjukkan masih belum optimal. Usaha pembuatan sambel serih ini masih melakukan proses promosi produk, pengolahan bahan baku, pembuatan kemasan masih secara manual dan tergolong konvensional. Maka dari itu salah satu tujuan dari Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini adalah untuk mengenalkan penggunaan digitalisasi dan mengaplikasikannya pada pelaku UMKM. Metode dalam kegiatan ini adalah yaitu metode observasi, dengan menggunakan pengamatan langsung serta melakukan pendekatan kepada UMKM Sambel Serih Mak Banih dan melakukan praktek penerapan pemasaran produk melalui digitalisasi website.

Pendahuluan

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah salah satu bentuk pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa secara interdisipliner, institusional, dan kemitraan sebagai salah satu wujud dari Tridharma perguruan tinggi. Berdasarkan hasil observasi Yang dilakukan oleh

Mahasiswa KKN Universitas Buana Perjuangan Karawang di Desa Purwamekar Kecamatan Rawamerta, dengan program kerja yang akan dilaksanakan sesuai dengan tema KKN yaitu “Inovasi dan digitalisasi UMKM Menuju Masyarakat Mandiri” Dengan dilaksanakan program KKN ini diharapkan dapat meningkatkan kreatifitas masyarakat Desa Purwamekar.

Desa Purwamekar terbentuk pada tahun 1982, awal mula terbentuknya desa Purwamekar dimulai tahun 1974 Desa Balongsari yang mempunyai luas wilayah yang cukup luas dan penduduk yang cukup padat. Sehingga Desa Balongsari di mekarkan menjadi dua Desa yaitu Desa Balongsari dan Desa Mekarjaya, kemudian pada tahun 1982 Desa Mekarjaya di mekarkan kembali menjadi dua Desa, yaitu Desa Mekarjaya dan Desa Purwamekar. Sejak saat itulah Desa Purwamekar mulai berdiri. Desa Purwamekar Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang berada di daerah dataran/ pesawahan dengan ketinggian 5 m di atas permukaan laut, memiliki luas wilayah seluas 300,1 Ha terdiri dari sawah 264,443 Ha dan darat 35,650 Ha. Berjarak 5 km dari Kota Kecamatan, 7 km dari Kota Kabupaten, 85 km dari Ibu Kota Provinsi dan 82 km dari Ibu Kota Jakarta

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) sendiri merupakan hal yang baru dalam kegiatan atau aktivitas perniagaan. UMKM ini bergerak dalam hal perdagangan dimana dalam hal ini menyangkut pada aktivitas atau kegiatan berwirausaha. UMKM merupakan suatu usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan atau juga badan usaha yang dalam hal ini termasuk juga sebagai kriteria usaha dalam lingkup kecil atau juga mikro. Peraturan mengenai UMKM sudah dibahas didalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008.

Pelatihan UMKM adalah proses atau suatu program pendidikan yang dilakukan secara terorganisir dan juga sistematis dalam jangka pendek bagi para pelaku UMKM. Jadi, nantinya para peserta akan diberikan serangkaian materi yang memang telah direncanakan oleh pihak penyelenggara menyesuaikan dengan kebutuhan pelaku usaha. Menurut Inspiring, Pelatihan UMKM penting baik bagi pemilik bisnis maupun karyawan. Dengan mengikuti pelatihan, kamu bisa melakukan upskill. Adapun upskill adalah dorongan internal yang berkelanjutan untuk membantu mengembangkan keterampilan yang di inginkan.

Digital marketing merupakan salah satu usaha untuk memasarkan atau mempromosikan sebuah produk melalui media internet agar bisa menjangkau konsumen maupun calon konsumen dengan cepat. Media internet yang sekarang ini populer digunakan untuk pemasaran produk antara lain, Facebook, Youtube, Instagram, dan media sosial yang lain. Manfaat yang didapatkan dengan digital marketing selain bisa menjangkau pasar yang lebih luas dan mengefektifkan biaya pemasaran, juga membuat ruang dan waktu pemasaran yang tidak terbatas. Selain itu, digital marketing bersifat real time sehingga pengusaha dapat langsung

memperhatikan minat dan feed back dari pasar yang dituju, serta dapat memutuskan strategi penyesuaian terkait konten iklan untuk hasil yang lebih baik dengan lebih cepat.

Untuk menggerakkan digitalisasi dan mempermudah pelaku UMKM dalam menghadapi iklim perubahan yang terjadi saat ini, meningkatkan kemudahan jaringan dan melakukan pertukaran teknologi kepada pelaku UMKM agar mampu bertahan di dalam persaingan bisnis. Agar dapat lebih berkembang dengan mengikuti pasar dan trend saat ini, sosialisasi dilakukan dengan menerangkan pentingnya melek digital sebagai acuan pemasaran yang sangat luas cangkupannya dan dapat diakses oleh siapa saja dan dimana saja.

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 memberi cara baru dalam melakukan aktivitas bagi kehidupan manusia. Digitalisasi bisnis sudah menjadi salah satu strategi untuk dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan adanya teknologi dan jangkauan pasar yang lebih luas maka muncul yang disebut dengan Digital Marketing. Hal ini dapat didefinisikan sebagai kegiatan marketing, termasuk branding, yang menggunakan berbagai media berbasis web. Digital marketing merupakan pemasaran dengan menggunakan penerapan teknologi secara digital. Salah satu bentuk marketing digital dengan menggunakan media elektronik atau internet adalah internet marketing (e-marketing) (Qamari et al., 2021).

Metode

Metode digunakan yaitu metode observasi, dengan menggunakan pengamatan langsung serta melakukan pendekatan kepada UMKM Sambel Sereh Mak Banih dan melakukan praktek penerapan pemasaran produk melalui digitalisasi website. Kegiatan digitalisasi ini berhasil dilakukan dengan baik, hal ini dibuktikan dengan telah dibuatnya berbagai jenis media sosial kepada para UMKM baik dalam bentuk link website yang berisikan lokasi dan whatsapp sebagai media promosi produk usaha mereka. Sehingga usaha mereka sudah dikenal luas dan tentunya meningkatkan permintaan. Maka teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh UMKM Sambel Sereh Mak Banih menggunakan teknik pengumpulan data dan studi pustaka berupa wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Kegiatan pelatihan optimalisasi e-commerce sebagai penunjang promosi dan pemasaran bagi UMKM yang dilaksanakan oleh Kelompok KKN Universitas Buana Perjuangan Karawang untuk memberikan pengetahuan tentang bagaimana cara pemanfaatan e-commerce yang baik agar dapat meningkatkan produksi dari UMKM yang ada di Desa Purwamekar Kecamatan Rawamerta.

Keterampilan dalam menyajikan produk yang ditawarkan dalam menjalankan bisnis penting dilakukan untuk menarik pelanggan, membangun minat beli konsumen, membedakan produk kita dengan para pesaing, serta memberikan peluang pada usaha yang dijalankan untuk tumbuh di dalam market kita. Kunci dari kepuasan konsumen salah satunya tercipta dari atribut produk yang berorientasi pada pembuatan produk yang berkualitas, perancangan produk dan pengemasan yang sebaik mungkin.

Mengutip dari Tjiptono (2001) Promosi merupakan upaya setiap pemilik usaha untuk memperkenalkan produk dengan memberikan informasi, memengaruhi konsumen dan membujuk konsumen untuk memutuskan membeli produk yang ditawarkan. Strategi yang dapat diterapkan dalam kegiatan promosi adalah pertama, menentukan siapa yang menjadi target market produk yang ingin dicapai, kedua adalah mengenali keunggulan produk dari berbagai aspek, manfaat apa yang dapat diberikan kepada konsumen serta hal yang berbeda dari para pesaing, ketiga menentukan sumber daya yang tersedia, seperti biaya produksi, SDM. Kelima yaitu menentukan metode pemasaran untuk mempromosikan nilai produk, dan menentukan strategi yang efektif.



Gambar 1 Pemasaran UMKM mealalui Website

Kegiatan kuliah kerja nyata kami mahasiswa memasarkan produk UMKM Sambel Sereh Mak Banih yang dapat di akses siapapun dan dimanapun berada. Dan Website yang dibangun ini memberikan informasi lebih luas kepada masyarakat mengenai profile dan lokasi maupun konten-konten produk yang ada di UMKM.

Kegiatan digitalisasi ini berhasil dilakukan dengan baik, hal ini dibuktikan dengan telah dibuatnya berbagai jenis media sosial kepada para UMKM baik dalam bentuk link website yang berisikan lokasi dan whastapp sebagai media promosi produk usaha mereka. Sehingga usaha mereka sudah dikenal luas dan tentunya meningkatkan permintaan. Maka teknik pengumpulan data yang di lakukan oleh UMKM Sambel Sereh Mak Banih menggunakan teknik pengumpulan data dan studi pustaka berupa wawancara, observasi dan dokumentasi.

Kesimpulan dan Rekomendasi

Dapat disimpulkan bahwa sebenarnya UMKM Desa Purwamekar tertarik menggunakan pemasaran digital dan memanfaatkan media sosial untuk menjalankan bisnis mereka, namun masih menghadapi beberapa kendala, seperti minimnya pemahaman tentang teknologi sehingga pemanfaatan e-commerce masih belum dijalankan secara maksimal. Pelaku UMKM sebaiknya dapat mulai menggunakan e-commerce sebagai langkah promosi dan pemasarannya agar produksi semakin maksimal dan bisa menjangkau pasar yang lebih luas.

Diharap kedepannya desa dapat membantu para pelaku UMKM lainnya mengenai pelatihan digitalisasi dan penggunaan akun E-Commerce. Untuk Sambel Sereh Mak Banih Desa Purwamekar Dusun Krajan, Agar pemasaran produk pupuk organik lebih efektif.

Dengan diadakannya kegiatan ini diharapkan masyarakat dapat lebih memahami metode pemasaran digital, karena internet dan digitalisasi sangat luas cangkupannya dan dapat diakses oleh siapa saja dan dimana saja sehingga dapat menjadi lahan subur bagi para pelaku UMKM khususnya di desa Purwamekar sehingga membuat desa dan produk yang dihasilkan dari desa dapat lebih diketahui oleh masyarakat luas.

Daftar Pustaka

Ibeng Parta 2022. Pendidikan.Co.id UMKM : Pengertian, Ciri, Kriteria, Jenis, Contoh Lengkap.

Firdaus 2021. Wong Cerdas.com Pelatihan UMKM: Materi, Jenis, dan Tempat Pelatihan.

Hatami 2022. Profil Usaha Sambel Sereh Mak Benih.

Dyah Pramita Puspita. AL-DZAHAB. Meningkatkan Kualitas Pemasaran UMKM melalui Inovasi Sosial Media Marketing pada Pelaku Usaha Keripik diDesa Domas.

Makhrian Andy. Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Bengkulu Periode 88.

Febri Rhea 2022. Sirco Store.com6 Manfaat Ikut Pelatihan UMKM