

DIGITALISASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM KERUPUK DI DESA KUTAKARYA

Juniar Pratiwi Gultom
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Mn19.juniargultom@mhs.ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilakukan karena UMKM merupakan roda penggerak ekonomi sehingga harus mampu bertahan dan beradaptasi dengan kemajuan perkembangan teknologi. Sehingga pemerintah daerah menjalankan fungsi pembangunan dan pemberdayaan melalui upaya digitalisasi pemasaran UMKM yang dapat meningkatkan pendapatan UMKM untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. Tujuan: Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan bagaimana upaya digitalisasi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan UMKM faktor pendukung dan penghambat serta langkah yang dilakukan untuk mengatasi hambatan terkait upaya digitalisasi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan UMKM. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode: Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan analisis terhadap digitalisasi menurut Teori Transformasi Digital. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam skripsi ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian Dinas Koperasi dan UKM memberikan sosialisasi dan pelatihan terkait penggunaan teknologi digital serta memberikan fasilitas berupa aplikasi sebagai media pemasaran online guna meningkatkan pendapatan UMKM.

Kata kunci: UMKM, Digitalisasi, Pendapatan

Pendahuluan

Pemerintah merupakan suatu bentuk organisasi yang bekerja dan melaksanakan tugas mengatur sistem pemerintahan dan menetapkan kebijakan dalam mencapai tujuan Negara. Berhubungan dengan hal itu, pemerintah pusat memberikan kewenangan kepada pemerintah daerah terkait upaya dalam menaikkan standar taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat. Sehingga pemerintah daerah memiliki keleluasaan untuk mengelola semua potensi daerahnya secara optimal untuk membangun daerahnya di berbagai sektor dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu usaha pemerintah yang bisa dilakukan yaitu melalui pembangunan berbasis pemberdayaan masyarakat melalui UMKM. UMKM menjadi tokoh utama dalam upaya pemerataan sekaligus peningkatan pendapatan masyarakat, mempercepat pertumbuhan ekonomi, serta membangun 3 kestabilan ekonomi. Dengan adanya perkembangan teknologi maka UMKM harus dapat beradaptasi dan beralih model bisnis mengikuti perkembangan teknologi. Selain itu melalui penggunaan teknologi dan digitalisasi pemasaran produk UMKM diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat para pelaku usaha dan juga sebagai ajang promosi produk di Kota Karawang

Metode

Kegiatan ini bertujuan untuk memanfaatkan dan mengembangkan media sosial yang digunakan oleh UMKM untuk memperluas pemasaran produk melalui digital marketing. Kegiatan ini berlangsung selama 1 bulan, mulai dari tanggal 1 Juli hingga 31 Juli 2022. Berdasar pada permasalahan- permasalahan yang ditemukan, maka terdapat beberapa usulan yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan dengan memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan pemasaran, khususnya pada UMKM Segarhalal, dengan kegiatan-kegiatan berikut ini:

1. Melakukan rebranding .

Perlunya melakukan rebranding ini dikarenakan dari pihak UMKM Kerupuk memiliki keinginan untuk merubah tampilan brand di media sosial yang mereka gunakan.

2. Mengelola akun Tokopedia

Mengelola akun Tokopedia dapat dilakukan dengan cara merapikan tampilan produk yang dijual agar lebih menarik perhatian calon pembeli.

Adapun hal-hal yang perlu dipersiapkan antara lain:

- Mencari informasi mengenai packaging yang aman dan cocok untuk kerupuk
- Mempelajari mengenai proses pengiriman yang aman untuk kerupuk

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Peneliti menganalisis digitalisasi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan UMKM menggunakan konsep teori yang dikemukakan oleh Lucija, Vuksic', dan Spremic' mengenai Mastering The Digital Tranformation Process dimana untuk mengetahui hasil dari proses digitalisasi atau transformasi digital melalui tujuh faktor yaitu strategi, sumber daya manusia, organisasi, pelanggan, ekosistem, teknologi, dan inovasi. Adapun pembahasan dapat dilihat pada subbab berikut : Digitalisasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Kerupuk

a. Strategi

1) Pembentukan visi dan misi usaha mikro terkait transformasi digital Visi Dinas Koperasi dan UKM Kota Karawang adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan memberdayakan koperasi dan UKM. Pemberdayaan koperasi dilakukan melalui regulasi manajemen yang baik dan 6 semua pendidikan manajemen Koperasi diberikan untuk membantu koperasi. koperasi belajar tentang manajemen, terutama manajemen keuangan, sehingga pembayaran harus ditargetkan dan tujuan harus dicapai secara wajar. Untuk usaha mikro dan kecil, pemberdayaan dilakukan melalui pelatihan yang berkaitan dengan sifat usaha dan pengelolaan

keuangan. Sedangkan misi yang dimiliki Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Karawang adalah meningkatkan tata kelola dan kinerja aparatur Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Karawang, untuk mencapai peningkatan pertumbuhan ekonomi melalui pemberdayaan koperasi dan usaha kecil menengah yang berkelanjutan, serta mewujudkan peningkatan kualitas kelembagaan koperasi dan UMKM menuju Kota Karawang yang sejahtera.

2) Pengembangan strategi usaha mikro Strategi yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Karawang dalam menghadapi perubahan dan kemajuan teknologi adalah dengan melaksanakan pembinaan usaha melalui bantuan promosi melalui sosial media, pelayanan berbasis digital, mempermudah perizinan usaha serta bantuan dana, penggunaan aplikasi serta peningkatan kualitas pelayanan.

b. Sumber Daya Manusia

Untuk mengembangkan budaya digital dan mendapatkan keunggulan kompetitif, perlu adanya tindakan yang bertujuan untuk memperoleh sumber daya manusia yang mumpuni dan memiliki keterampilan digital.

1) Mempersiapkan SDM yang unggul Sumber daya manusia harus memiliki pengetahuan dan keterampilan terkait dengan digital. Upaya yang dilakukan Dinas untuk mempersiapkan sumber daya manusia yang unggul adalah dengan memberikan edukasi berupa pelatihan dan workshop guna meningkatkan skill serta keterampilan mengenai digitalisasi sebagai modal untuk berpikir lebih kreatif dan menimbulkan inovasi baru.

Kesimpulan dan Rekomendasi

Digitalisasi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan UMKM berjalan dengan baik dikarenakan semua dimensi telah terpenuhi dan juga adanya kerjasama antara pemerintah, masyarakat dan pihak-pihak terkait lainnya. Terdapat faktor pendukung dan penghambat dalam digitalisasi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan UMKM bayat yang harus menjadi perhatian Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Karawang. Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Karawang harus mampu memaksimalkan upaya untuk mengatasi faktor penghambat digitalisasi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah ini.

Daftar Pustaka

- Hilmiana, H., & Kirana, D. H. (2022). Digitalisasi Pemasaran Dalam Upaya Untuk Meningkatkan Pendapatan Umkm Segarhalal. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 74-81.