

PELATIHAN DIGITAL MARKETING BERBASIS TEKNOLOGI DALAM UPAYA PENGEMBANGAN UMKM DESA JOMIN BARAT

Pupu Novit,Anggy Giri Prawiyogi
Mn19.pupunovit@mhs.ubpkarawang.ac.id
Anggy.prawiyogi@ubpkarawang.ac.id

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana
Perjuangan Karawang
Jl. HS. Ronggowaluyo Teluk Jambe Timur, Karawang, 41361

ABSTRAK

Salah satu Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Desa Jomin Barat adalah masalah pemasaran dan keterampilan menggunakan teknologi. UMKM di Desa Jomin Barat memerlukan pengembangan usaha berbasis teknologi sehingga dapat bersaing dengan usaha-usaha baru yang bersifat online. Oleh karena itu perlu adanya pelatihan mengenai digitalisasi marketing. Metode yang digunakan dalam penulisan ini yaitu menggunakan metode observasi dan wawancara. Subjek pada penelitian ini memfokuskan pada Adar Snack yang bergerak dibidang makanan tradisional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan kegiatan sosialisasi dan pelatihan digital marketing ini membuat masyarakat menjadi lebih kreatif dan memiliki gagasan baru mengenai pemasaran yang akan dilakukannya, pelatihan pada kegiatan ini mencakup bagaimana kegiatan proses penjualan di *Shopee*. Kegiatan digitalisasi marketing ini diharapkan berkelanjutan dan pemerintah setempat dapat memberikan ruang serta fasilitas yang baik guna mengembangkan UMKM Adar Snack.

Kata kunci: Digital Marketing, UMKM, Pelatihan

ABSTRACT

One of the problems faced by MSMEs in West Jomin Village is the problem of marketing and skills in using technology. MSMEs in West Jomin Village require technology-based business development so that they can compete with new online businesses. Therefore, there is a need for training on digital marketing. The method used in this writing is to use the method of observation and interviews. The subject of this research focuses on Adar Snack which is engaged in traditional food. The results showed that the success of this digital marketing socialization and training activity made the community more creative and had new ideas about the marketing they would do, the training in this activity included how the sales process activities at Shopee. This marketing digitalization activity is expected to be sustainable and the local government can provide good space and facilities to develop MSME Adar Snack.

Keywords : Digital Marketing, MSMEs, Training

PENDAHULUAN

Banyak pihak yang mengemukakan pentingnya UMKM dan pentingnya penggunaan teknologi dalam melakukan usaha bagi UMKM. Usaha kecil dan menengah (UKM) memainkan peran penting dalam semua ekonomi di dunia, karena terkait dengan penciptaan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan, kontribusi pada inovasi dan produk domestik bruto suatu negara. Namun banyak dari bisnis UMKM menghadapi tantangan dan sering gagal dalam waktu singkat. Tantangan yang dihadapi oleh UMKM ini diantaranya adalah terkait dengan produk dan cara pemasaran yang efektif. (Cant & Wiid, 2016). Permana (2017) juga mengemukakan bahwa sektor UMKM memiliki peran yang sangat strategis bagi perekonomian Indonesia karena sektor ini merupakan salah satu sektor ekonomi yang berkontribusi besar bagi pembentukan PDB. Selain itu juga, UMKM merupakan salah satu alternatif solusi bagi permasalahan-permasalahan sosial seperti kemiskinan dan pengangguran.

Terdapat tantangan baru yang dihadapi dalam dunia usaha karena terkait dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Pola pemasaran dalam bisnis berubah dengan cepat. Keberadaan internet saat ini mengarah kegiatan komersial dimana pelanggan dapat melakukan transaksi melalui berbagai aplikasi. (Kurniawan & Asharudin, 2018). Adopsi teknologi untuk pemasaran sangat penting untuk kelangsungan usaha kecil (Alford & Page, 2015) dengan demikian, diperlukan perhatian terhadap pengembangan UMKM. Strategi pemasaran online berpengaruh positif terhadap peningkatan laba UMKM. (Setiawati & Widyartati, 2017). Sebenarnya, telah terdapat keinginan yang kuat dari UMKM untuk mengadopsi teknologi dalam pemasaran. (Alford & Page, 2015). Namun terdapat permasalahan yang dihadapi oleh UMKM sehingga pemanfaatan teknologi ini kurang baik.

Berdasarkan hasil pengamatan menunjukkan bahwa Desa Jomin Barat memiliki potensi yang sangat besar dalam meningkatkan perekonomian, hanya sebagian UMKM di Desa Jomin Barat kurang menguasai teknologi yang tentunya akan dapat memberikan peluang bagi para pelaku usaha UMKM. Desa Jomin Barat ini berpotensi pada bidang usaha makanan tradisional maupun tanaman pohon Jalitri. Berdasarkan potensi UMKM yang dimiliki oleh Desa Jomin Barat, penulis tertarik untuk membina UMKM di bidang makanan tradisional, dengan mengembangkan usaha tersebut juga dapat mengenalkan

kepada masyarakat lainnya bahwa makanan tradisional juga tidak kalah dengan makanan modern saat ini.

Maka dari itu, tujuan dari penulisan artikel ini yaitu untuk Pelatihan digitalisasi marketing berbasis teknologi di Desa Jomin Barat. Kegiatan tersebut mencakup kegiatan sosialisasi dan pelatihan kepada para pelaku UMKM di Desa Jomin Barat terkait digitalisasi marketing. Berdasarkan permasalahan dan latar belakang yang dipaparkan, menjelaskan bahwa pentingnya teknik pemasaran dalam menjalankan suatu usaha, aktivitas mengembangkan digitalisasi marketing tersebut dapat meningkatkan juga kreativitas masyarakat, memiliki nilai jual tinggi, Maka dapat disimpulkan digitalisasi marketing ini menjadi teknik pemasaran yang sering digunakan dan paling diminati oleh para pelaku usaha UMKM dalam menawarkan produk maupun jasanya (Hermawan, 2012).

METODE

Penelitian dilakukan di Desa Jomin Barat Kecamatan Kota Baru Kabupaten Karawang selama 1 (satu) bulan saat kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dilaksanakan terhitung pada tanggal 01 Juli – 31 Juli 2022 . Sasaran dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini adalah para pelaku UMKM yang ada di Desa Jomin Barat untuk dikaji dan bina dengan permasalahan – permasalahan yang dihadapi untuk dicarikan solusi sebagai suatu pengembangan usaha UMKM di Desa Jomin Barat. Target Subjek Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini bertarget pada UMKM usaha kuliner tradisional yaitu AdarSnack yang menjual makanan ringan tradisional ranginang, semprong, kembang ros dan kembang goyang untuk dibina melalui pemasaran digitalisasi melalui shopee.

Prosedur Kajian dalam Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini adalah pembuatan akun pada aplikasi shopee, cara pemasaran melalui aplikasi shopee serta titik penjualan pada google maps. Hal ini bertujuan agar UMKM AdarSnack ini mempunyai pemasaran lebih luas dan mempunyai titik penjualan agar memudahkan masyarakat untuk ke lokasi AdarSnack. Dalam instrument data menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu observasi dengan cara terjun langsung kepada UMKM yang bertujuan untuk melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis dan terstruktur, wawancara secara langsung dengan pelaku UMKM yang bertujuan untuk berinteraksi dengan pelaku UMKM serta mencari dan mengumpulkan informasi terkait AdarSnack. Teknis yang

dilakukan dalam pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini yaitu data – data umum yang berkaitan dengan AdarSnack di Desa Jomin Barat. Dalam penyajiannya menggunakan metode deksriptif kualitatif. Jenis penelitian ini yang dimana hasil penelitiannya akan diteliti secara detail, luas serta mendalam. Metode yang digunakan untuk lebih jelasnya digambarkan pada *flowchart* dibawah ini :



Gambar 1. *Flowchart*

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pengumpulan data dan informasi yang telah dilakukan terdapat beberapa faktor yang menjadi kendala pada UMKM di Desa Jomin Barat yaitu kurangnya penerapan digitalisasi marketing dan kurangnya pemahaman terkait teknologi, sebagai

fokus pada penelitian yang akan dilakukan. Bidang usaha UMKM AdarSnack yang bergerak pada makanan tradisional diantaranya yaitu makanan semprong, ranginang, kembang ros, dan kembang goyang. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa, teknik pemasaran yang digunakan Adar Snack masih melalui mulut ke mulut. Maka dari itu, dengan dilakukannya sosialisasi dan pelatihan mengenai digitalisasi marketing pada UMKM Adar Snack diharapkan dapat meningkatkan penjualan, Adar Snack semakin dikenal oleh masyarakat luar Desa Jomin Barat, serta akan memberikan kemudahan dan efektifitas pada proses transaksi maupun pengiriman barang. Digital marketing yang saat ini sudah banyak dilakukan oleh beberapa UMKM lainnya, akan dapat menjangkau target pasar mereka. Sebagaimana teori yang dijelaskan juga oleh (Philip, 2011) bahwa digital marketing ini tidak memiliki batasan, dikarenakan implementasi digital marketing ini bisa dilakukan dimana saja serta kapan saja, perangkat yang digunakan diantaranya yaitu handphone, tablet, laptop. Serta media digitalisasi marketing ini bisa melalui *e-commerce* maupun sosial media.

Pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan digitalisasi marketing ini memiliki manfaat yang banyak, diantaranya yaitu kemudahan dalam menggunakan teknologi canggih saat ini, kemudahan dalam memperbarui informasi produk, serta akan lebih mudah dalam menjangkau dan berkomunikasi dengan konsumen. Selain sosialisasi dan pelatihan terkait digitalisasi marketing kepada UMKM adarsnack penulis juga membantu bagaimana cara untuk membuat akun pada shopee dan membuat titik penjualan pada google maps untuk memperluas penjualan serta mempermudah masyarakat untuk menemukan lokasi Adarsnack. Untuk Proses pelaksanaan pelatihan digital ini melalui demonstrasi bagaimana informasi mengenai proses penjualan barang melalui *e-commerce Shopee*, melalui cara berikut ini :

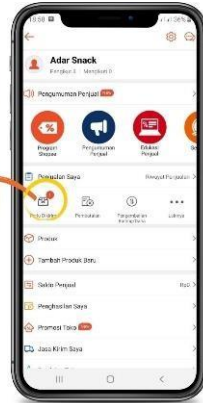
- E-commerce shopee

1. Mendaftarkan akun di *Shopee* serta membuka “Toko Saya”



2. Informasi mengenai pesanan yang masuk

3. Jika ada pesanan masuk akan ada notifikasi seperti gambar di samping



3. Mengatur pengiriman produk.

4. jika produk sudah siap kirim kilik atur pengiriman



4. Opsi pengiriman.

5. Selanjutnya untuk pengiriman bisa memilih menggunakan 2 opsi yaitu bisa langsung antar ke counter ekspedisi terdekat atau meminta kurir untuk pickup ke alamat toko



Resi Antar Air Gudang

3-3 Transfer Resi

JP5895037135

Sesuai dengan permintaan pelanggan (JST) untuk di kirimkan dengan menggunakan truk...

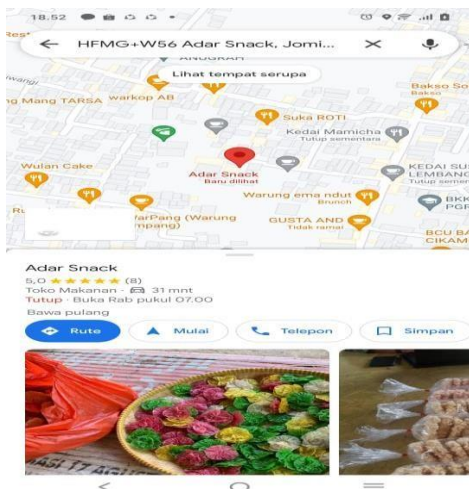
Sesuai dengan permintaan pelanggan (JST) untuk di kirimkan dengan menggunakan truk...

Sesuai dengan permintaan pelanggan (JST) untuk di kirimkan dengan menggunakan truk...

Sesuai dengan permintaan pelanggan (JST) untuk di kirimkan dengan menggunakan truk...

Simpan

- Penentuan titik lokasi Penjualan Adar Snack



Berdasarkan identifikasi awal diketahui bahwa UMKM di Desa Jomin Barat memerlukan pengembangan dalam usaha dengan menggunakan teknologi agar dapat bersaing dengan usaha-usaha baru. Kondisi UMKM Adar Snack di Desa Jomin Barat

menunjukkan bahwa pemasaran yang dilakukan masih menggunakan pemasaran mulut-kemulut. Kurangnya pemahaman dan keterampilan menggunakan teknologi serta sosial media yang menjadi kendala UMKM Adar Snack melakukan pemasaran. Dengan demikian upaya yang dilakukan adalah Pelaksanaan sosialisasi terkait UMKM dan pelatihan penggunaan teknologi dalam pemasaran produk (menggunakan Shopee) yang diadakan di Desa Jomin Barat. Hasil dari pelatihan ini sesuai dengan perencanaan, sehingga UMKM Adar Snack dan masyarakat dapat menerima dengan baik materi yang disampaikan. Antusiasme yang tinggi dari masyarakat mengenai sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan, akan membuat semakin yakin bahwa perekonomian Indonesia akan semakin baik serta mewujudkan UMKM yang mampu bersaing dengan kompetitor lainnya.

Rekomendasi

Untuk mengatasi beberapa kendala yang di alami UMKM di desa Jomin Barat, maka dibutuhkan edukasi terkait pentingnya pemasaran digital, dan pemanfaatan sosial media sebagai peran untuk berwirausaha. Pada penelitian ini penulis memberikan solusi kepada pelaku UMKM dengan menggunakan media platform gital shopee. Dengan adanya digital marketing ini diharapkan dapat mempermudah pelaku UMKM Adar Snack dalam mempermudah dan memperluas dalam pemasaran sehingga dapat meningkatkan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Nofianti, L. (2022). Solusi UMKM di New Normal.
- Philip, K. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Elisa, S (2020). Pelatihan digital marketing dalam upaya pengembangan usaha berbasis teknologi pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan sosial, Desa dan Masyarakat*. vol 1. Hal 36-50.