

PENINGKATAN KAPASITAS UMKM PADA DESA PANYINGKIRAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN MELALUI PEMASARAN DIGITAL

Dini Nur Hayati, Iin Lidia Putama Mursal, S.SI.,M.SI
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Mn19.dinihayati@mhs.ubpkarawang.ac.id
iin.lidia@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Pandemi Covid-19 di Indonesia telah banyak mempengaruhi kehidupan masyarakat. Pandemi Covid-19 Memperlambat sektor perekonomian Indonesia salah satunya di Desa Panyingkiran Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang. Sektor Usaha Kecil Menengah (UMKM) disini mengalami berbagai permasalahan Menurunnya Penjualan, Distribusi Pemasaran Terhambat, Terjadi Kesulitan dengan Alat produksi untuk membuat Produksi tersebut. Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah sebuah pengabdian mahasiswa kepada masyarakat dimana pengabdian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peningkatan UMKM Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Pemasaran Digital. UMKM di Desa Panyingkira kecamatan Rawamerta pemasarannya masih sangat minim dan konvensional. Metode yang digunakan adalah metode edukasi kepada pelaku UMKM Opak yang berada di Desa Panyingkiran Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang ini dengan memberikan informasi mengenai pentingnya kapasitas UMKM dalam meningkatkan penjualan pemasaran dengan memanfaatkan digitalisasi untuk meningkatkan pendapatan. Kegiatan ini ditujukan agar warga Desa Panyingkiran ini dapat membangkitkan jiwa kreatifitas serta minat untuk membangun usaha dengan cara memanfaatkan digitalisasi. Hasil dari Kuliah Kerja Nyata pada kegiatan edukasi ini Memberikan Informasi Tentang Pentingnya Pemasaran Penjualan dalam menggunakan digitalisasi.

Kata Kunci : Peningkatan Kapasitas, UMKM, Pemasaran Digital

Pendahuluan

Pandemi Covid-19 di Indonesia telah banyak mempengaruhi kehidupan masyarakat. Pandemi Covid-19 Memperlambat sektor perekonomian Indonesia salah satunya di Desa Panyingkiran Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang. Sektor Usaha Kecil Menengah (UMKM) disini mengalami berbagai permasalahan Menurunnya Penjualan, Distribusi Pemasaran Terhambat, Terjadi Kesulitan dengan Alat produksi untuk membuat Produksi tersebut.

Di Era Pandemi Covid-19 ini, Para Pelaku Usaha UMKM hendaknya bisa memanfaatkan adanya digitalisasi atau sering disebut media sosial sebagai salah satu upaya pemasaran sehingga konsumen lebih mengetahui produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. UMKM yang bisa menggunakan akses online, seperti media sosial, untuk mengembangkan kemampuan dan e-commerce, dan biasanya akan memperoleh keuntungan yang signifikan dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing. Akan tetapi, masih banyak

UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya yang berbasis media online dan belum mengetahui seberapa penting manfaat dan peranan menggunakan media digital sebagai salah satu sarana untuk meningkatkan UMKM tersebut.

Digital marketing adalah kegiatan promosi melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya media sosial. Digital Marketing dapat memudahkan pebisnis atau pelaku usaha UMKM dalam memantau atau menyediakan kebutuhan dan keinginan konsumen. Digital Marketing juga bisa memudahkan konsumen untuk mencari atau mendapatkan informasi mengenai produk UMKM hanya dengan cara menjelajahi dunia maya atau media sosial sehingga bisa dengan mudah mendapatkan pencaharian produknya.

Media Lainnya yang juga sering kali digunakan dalam digital marketing adalah media sosial seperti Instagram. Instagram memiliki fitur Akun Bisnis memudahkan pelaku UMKM untuk membuat profil bisnis di Instagram dan mengoptimalkan kegiatannya dengan menggunakan media sosial. Dengan Adanya Digital Marketing dapat menjangkau seluruh masyarakat di manapun dan kapanpun mereka berada tanpa ada lagi batasan geografis atau waktu.

Adapun dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah masyarakat yang memiliki usaha mikro menengah (UMKM) di kecamatan Rawamerta yaitu Desa Panyingkiran. Tetapi dalam kegiatan pemasarannya sangatlah minim dan cenderung sangat tradisional. Untuk agar sistem pemasarannya menjadi lebih baik sehingga dapat memperluas target usahanya serta dapat menunjang kegiatan penjualan yang lebih baik lagi kedepannya. Selain itu juga Mahasiswa KKN memberikan bantuan dalam membuat akun di media digital atau sering disebut media sosial beserta tata cara mengelola media digital atau media sosial tersebut secara optimal untuk kebutuhan Promosi usaha UMKM nya.

Target dari pengabdian kepada masyarakat Desa Panyingkiran kecamatan Rawamerta kabupaten karawang itu dimana desa ini hanya memiliki beberapa UMKM saja seperti Awug, Opak dan aneka makanan yang lainnya. Karena desa ini sangat minim sekali UMKM nya maka dari situ sebagai program dengan tujuan untuk memperkenalkan bagaimana cara mempromosikan penjualan Usaha UMKM nya, dan meningkatkan pendapatan dengan memanfaatkan digitalisasi atau Media Sosial kepada masyarakat Desa panyingkiran Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang.

Metode

Waktu dan Tempat Kajian

Lokasi Kuliah Kerja Nyata dilaksanakan di Desa Panyingkiran, adapun waktunya terhitung dari tanggal 01 Juli – 31 Juli 2022. Dalam kegiatan ini para pelaku UMKM di Desa Panyingkiran ini merupakan objek untuk dikaji dengan mencari permasalahan yang ada di Desa tersebut sehingga mencari solusi agar lebih berkembang dalam mempromosikan produk ataupun lebih mudah dalam melakukan Promosi Penjualannya dengan menggunakan digital.

Metode yang digunakan dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini yaitu dengan metode edukasi kepada pelaku UMKM Opak yang berada di Desa Panyingkiran Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang ini dengan memberikan informasi mengenai pentingnya kapasitas UMKM dalam meningkatkan penjualan pemasaran dengan memanfaatkan digitalisasi untuk meningkatkan pendapatan. Waktu pelaksanaan kegiatan edukasi ini dilaksanakan di tempat pelaku UMKM tersebut atau di rumah pelaku usaha UMKM Opak itu sendiri pada tanggal 02 Juli 2022 pada pukul 13.30 wib salah satu contoh media sosial yang akan di bantu oleh Mahasiswa KKN dari Universitas Buana Perjuangan Karawang adalah berupa Facebook, Shopee, dan Instagram

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Kegiatan Edukasi Memberikan Informasi Tentang Pentingnya Pemasaran Penjualan dalam menggunakan digitalisasi.

Di masa pandemi ini, para pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produk agar lebih luas, sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut.



Gambar 1. Edukasi Pentingnya Pemasaran Digitalisasi

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro Kecil Menengah, sayangnya pelaku UMKM di zaman majunya teknologi ini tidak banyak di dimanfaatkan oleh pelaku UMKM contohnya dengan UMKM Opak di Desa Panyingkiran, Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang ini. Padahal, tingkat kepemilikan smartphone serta penetrasi internet yang sudah tinggi di zaman sekarang. Indonesia memiliki potensi ekonomi digital yang sangat besar. Potensi ini secara paralel dapat turut mendorong produktivitas UMKM termasuk di masa pandemi ini.

UMKM adalah sektor usaha yang memiliki peran penting di Indonesia karena dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Akan tetapi, masih banyak UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan media digital dan belum mengerti seberapa besar manfaat dan peranan penggunaan media digital tersebut. Sehingga dengan dilakukan penyuluhan, berharap bisa memberikan pengetahuan yang baru kepada pelaku UMKM.

Lalu keterbatasan infrastruktur dan tenaga kerja yang kurang terampil juga, serta masih menjadi kendala bagi perkembangan ekonomi digital nasional. Digitalisasi yang meningkatkan akses terhadap berbagai layanan Pemasaran dan keuangan serta korelasi dengan ekosistem, ekonomi digital dapat membantu UMKM nasional bertahan dan bertumbuh besar pada saat ini. Pemahaman teknologi UMKM Opak di Desa Panyingkiran ini masih cukup rendah padahal sangat mencakup proses pemasaran ini, ada kendala yang harus di hadapi oleh UMKM Di Desa Panyingkiran ini.

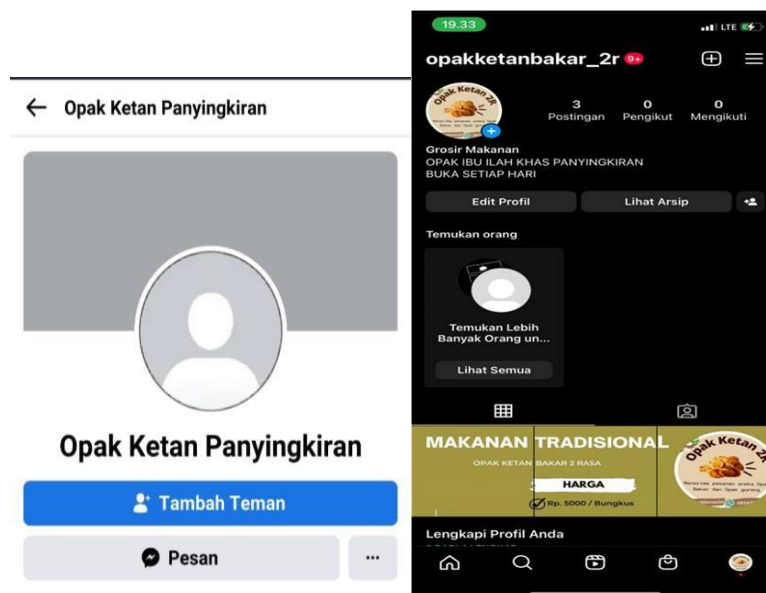
Tidak hanya permasalahan di bidang teknologi atau pemasarannya saja yang menghambat proses pemasaran, tetapi akses jalannya pun terbilang jauh ke kota tidak terjangkau dengan

Grabfood, Gofood, Shopeefood, dan yang lainnya, Permasalahan yang lain adalah UMKM Opak di Desa Panyingkiran juga mengalami keterbatasan dari segi alat produksinya, kekurangan alat produksi dengan menggunakan alat yang sangat tradisional itu membutuhkan waktu yang cukup lama dan memperlambat proses produksi karena masih menggunakan lilin yang menyala untuk membungkus kemasannya. Media digital yang digunakan di sini adalah Media Sosial yaitu Instagram. Di sini, pelaku UMKM diberikan tutorial dan praktek membuat akun di ke dua media digital tersebut beserta caranya.

Solusi yang di ambil dalam kasus ini adalah yang pertama tim KKN kami memberikan edukasi tentang majunya pemasaran dengan menggunakan digitalisasi agar tidak mempromosikannya hanya dari mulut ke mulut saja banyak keuntungan dari digitalisasi salah satunya yaitu, kecepatan penyebaran dan jangkauannya yang lebih luas.

Solusi yang ke dua kami membuatkan UMKM Opak Ketan Bakar di Desa Panyingkiran ini media sosial berupa facebook, shopee dan Instagram agar masyarakat dari daerah lain mengetahui produk yang di jual di Desa Panyingkiran ini. Dengan di buatkannya Instagram agar pelaku UMKM lebih bisa mengeksplor kreatifitas produk yang di jualnya dengan membuat instastory dan membuat feed Instagram agar lebih menarik.

Solusi yang terakhir kami memberikan alat mesin press dan alat produksi membuat opak kepada pemilik UMKM Opak Ketan Bakar agar pengemasannya jauh lebih baik dan tahan lama.





Gambar 2. Platform Media Sosial



Gambar 3. Foto Bersama Dengan Memamerkan Produk.



Gambar 4. Gambar alat produksi pembuatan Opak Ketan Bakar.



Gambar 5. Foto Menyerahkan Alat Mesin press

Kesimpulan dan Rekomendasi

Berdasarkan Pembahasan diatas adalah Permasalahan yang terjadi pada Desa Panyingkiran Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang adalah kurangnya kesadaran orang-orang sekitar untuk berwirausaha dengan memanfaatkan Teknologi atau digitalisasi di zaman sekarang sedangkan tingkat kepemilikan smartphone serta penetrasi internet yang sudah tinggi di zaman sekarang.

Edukasi tentang Pemasaran UMKM Berbasis Digital merupakan solusi yang cukup baik untuk dilakukan oleh mahasiswa untuk mengatasi permasalahan usaha UMKM di Desa Panyingkiran tersebut. Dengan adanya edukasi ini, maka pengetahuan masyarakat disana menjadi bertambah mengenai cara pemasaran UMKM yang dapat meningkatkan penjualan mereka. Pemasaran digital ini bisa dilakukan dengan melalui aplikasi online seperti (Shopee, Instagram, Facebook, dan WA). Untuk penggunaannya mereka harus memiliki akun media sosial sendiri-sendiri yang nantinya mereka juga yang akan mengelola akun tersebut.

Di masa Covid-19 ini tentunya penjualan online ini menjadi alternatif yang terbaik dikarenakan banyak masyarakat yang lebih menghabiskan waktu dirumah. Selain itu penjualan melalui media sosial ini sangat mudah di akses dan di jangkau oleh banyak orang bukan hanya dari wilayah sekitar bahkan bisa mencapai luar daerah dan manca negara.

Rekomendasi yang diberikan Mahasiswa atau Tim KKN pada Desa Panyingkiran ini untuk menyelesaikan permasalahan tersebut maka diadakannya edukasi dan membantu pembuatan dan penggunaan media sosial untuk bagaimana cara mempromosikan secara lebih kreatif pada suatu produk dan memulai sebuah usaha UMKM tersebut.

Daftar Pustaka

- Trulline, Putri., 2021. Pemasaran Produk UMKM melalui Media Sosial dan E-commerce. Jurnal Manajemen Komunikasi. Vol 5. Hal 259-279.
- Kannan, P. K., & Li, H. "Alice." (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. International Journal of Research in Marketing, 34(1), 22–45. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006>
- Nurpratama, M. (2020). Penerapan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah (Ukm) Di Kelurahan Karangmalang Indramayu. Jurnal Investasi, 6(2).
- Arief, Giri Maulana, Millanyani, Heppy., Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe. eProceedings Of Management. Vol 2. Hal 2581.
- Marpaung, Arif Pratama, 2021. *Strategi Peningkatan kapasitas usaha Pada UMKM Melalui Digital Marketing. Prociding seminar nasional kewirausahaan Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat.* vol 2. No 1. Hal 294-300.