

PENERAPAN MANAJEMEN DIGITAL MARKETING PADA UMKM KERIPK CAU LUMER DI DESA TEGALURUNG

1 Abdulah Aulia Mulky Madani, 2 Eko Sri Wahyuningih

1 Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang, Jl.

HS. Ronggo Waluyo, Karawang, 41361, Indonesia

2 Prodi Farmasi, Fakultas Farmasi, Universitas Buana Perjuangan Karawang, Jl. HS. Ronggo

Waluyo, Karawang, 41361, Indonesia

mn21.abdulahmadan@mhs.ubpkarawang.ac.id1 , ekosri@ubpkarawang.ac.id2

ABSTRAK

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah kegiatan intrakurikuler yang mengintegrasikan Tri Dharma Perguruan Tinggi dengan pengalaman belajar dan bekerja dalam pemberdayaan masyarakat. Pada tahun 2024, KKN dilaksanakan di Desa Tegalurung, Kecamatan Cilamaya Kulon, Kabupaten Karawang. Metode yang digunakan pada program kerja ini yaitu wawancara serta sosialisasi, Fokus kegiatan ini adalah pemberdayaan UMKM keripik cau lumer yang telah beroperasi selama satu tahun namun belum memanfaatkan digital marketing. Kegiatan mencakup sosialisasi pentingnya digital marketing dan pembuatan akun Instagram dan Shopee. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa digital marketing sangat penting bagi UMKM. UMKM keripik cau lumer menyadari manfaat digital marketing, seperti menjangkau pasar yang lebih luas dan memberikan fleksibilitas bagi pelanggan. Pemasaran digital memungkinkan UMKM terhubung dengan pelanggan di berbagai daerah, meningkatkan penjualan, dan mengoptimalkan pendapatan. Platform seperti Shopee dan Instagram menjadi media utama dalam strategi digital marketing ini. Kesimpulannya, kegiatan KKN ini berhasil meningkatkan pemahaman UMKM tentang pemasaran digital dan membantu UMKM keripik cau lumer memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, dan memastikan keberlanjutan usaha di era digital.

Kata Kunci : Manajemen, Digital, Pemasaran, UMKM

PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah program yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk belajar dan bekerja sambil memperkuat masyarakat. Program ini didasarkan pada Tri Dharma Perguruan Tinggi. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pada Pasal 20 Ayat 2 dinyatakan bahwa: “Perguruan tinggi berkewajiban menyelenggarakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat”. Begitu

pula pada Pasal 24 Ayat 2 disebutkan: “Perguruan tinggi memiliki otonomi untuk mengelola sendiri lembaga sebagai pusat penyelenggaraan pendidikan tinggi, penelitian ilmiah dan pengabdian kepada masyarakat” (Syardiansah, 2019) Di provinsi Jawa Barat, tepatnya di kabupaten Karawang, desa Tegalurung terletak di kecamatan Cilamaya Kulon. Krajan, Kiserut, Cigobang dan Tangkolo adalah empat dusun yang membentuk lima belas rukun tetangga (RT) di desa ini. Terletak di daerah 'lumbung padi' Karawang, yang terkenal dengan lahan pertaniannya yang subur, Desa Tegalurung secara geografis mirip dengan desa-desa lain di wilayah tersebut. Menurut (Lambang, 2023) Tujuan nomor delapan dalam SDGs Desa adalah pertumbuhan ekonomi desa merata. Pertumbuhan ekonomi disertai pemerataan hasil pembangunan menjadi target utama dalam tujuan ini. Selain itu ditargetkan dapat menciptakan lapangan kerja yang layak serta membuka peluang ekonomi baru bagi semua warga desa (Lambang, 2023). Tujuan utama dari SDG Desa ini adalah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, sambil memastikan bahwa hasil pembangunan didistribusikan secara merata. Hal ini akan dicapai, antara lain, dengan memberikan akses kepada seluruh penduduk desa terhadap peluang ekonomi baru dan pekerjaan yang sesuai. (Ramadhan, 2023). Orang-orang yang menjalankan bisnis yang memenuhi standar ekonomi tertentu dikenal sebagai usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM merupakan kegiatan yang merangsang perkembangan, pergerakan, dan pertumbuhan ekonomi. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) didefinisikan secara berbeda menurut ukuran usahanya. Sebagian besar perusahaan di Indonesia diklasifikasikan sebagai UMKM, atau usaha kecil dan menengah. Jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia mencapai 64.194.057 pada tahun 2018, yang mencakup 99,9 persen dari seluruh unit usaha, menurut Badan Pusat Statistik (BPS). Data ini menunjukkan bahwa UMKM berkontribusi signifikan terhadap laju pertumbuhan ekonomi dengan menyediakan lapangan kerja bagi banyak pekerja dan menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat (Konita & Nadeak, 2023). Perubahan di sektor pemasaran telah terjadi secara dramatis dalam beberapa tahun terakhir. sebagai hasil dari percepatan kemajuan teknologi informasi. Era digitalisasi kini telah menggabungkan teknik periklanan konvensional yang sebelumnya dianggap standar. digital marketing, sebuah istilah yang sering digunakan untuk menunjukkan strategi pemasaran yang menggabungkan teknologi digital yang canggih, telah muncul sebagai komponen penting dari strategi pemasaran kontemporer. Melalui pendekatan yang interaktif dan terintegrasi, digital marketing memungkinkan keterlibatan antara produsen, perantara pasar, dan pembeli potensial, sehingga membangun ekosistem yang lebih responsif

dan dinamis. (Riska et al., 2023). Pasar yang potensial bagi siapa saja, terutama pelaku UMKM, untuk berpartisipasi adalah maraknya berbagai platform belanja online (digital) untuk memasuki dunia digital secara penuh. Mayoritas platform ini berbasis internet, termasuk yang saat ini digunakan hampir secara eksklusif oleh masyarakat Indonesia untuk menjual atau mempromosikan barang dan jasa. (Hamzah et al., 2021). UMKM Keripik Cau Lumer yang berlokasi di Desa Tegalurung, Kecamatan Cilamaya Kulon, Kabupaten Karawang, telah menjalankan usahanya selama satu tahun dengan pemasaran tradisional melalui mulut ke mulut dan toko-toko lokal. Namun, mereka kini menyadari pentingnya pemasaran digital untuk kemajuan usaha mereka. Berkat kemajuan teknologi Internet, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) kini memiliki lebih banyak pilihan untuk menarik pelanggan secara online. Shopee adalah salah satu platform pemasaran digital yang paling sering digunakan saat ini. Di Indonesia, 74 juta orang telah mengunduh aplikasi Shopee dari App Store atau Google Play. Hal ini menunjukkan bahwa sistem Shopee sangat efektif, dan perusahaan ini terus membuat langkah signifikan dalam pengembangannya. (Fachrina & Nawawi, 2023). Instagram adalah platform pemasaran digital tambahan yang sering digunakan. Instagram menawarkan akun bisnis yang menyederhanakan proses pembuatan profil dan memperluas bisnis seseorang di platform media sosial. Fitur ini membantu perusahaan dari berbagai ukuran untuk mencapai tujuan bisnis mereka dengan menampilkan profil mereka, mendapatkan pengikut, berbagi wawasan, dan mempromosikan postingan. (Riska et al., 2023). Dengan layanan ini, kami berharap dapat membantu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Keripik Cau Lumer dalam penerapan digital marketing, sehingga dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan daya saing produk mereka di pasar.

METODE

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) tahun 2024 di Desa Tegalurung, Kecamatan Cilamaya Kulon, Kabupaten Karawang, berlangsung dari tanggal 15 Juli 2024 - 15 Agustus 2024. Kemudian program kerja ini dilaksanakan pada tanggal 16 Juli 2024 – 23 Juli 2024. Metode yang digunakan pada program kerja ini yaitu wawancara serta sosialisasi. Adapun yang menjadi subjek utama yaitu pemilik UMKM keripik cau lumer. Kegiatan ini dimulai dengan memberikan penjelasan dan sosialisasi langsung kepada UMKM keripik cau lumer, dimulai dengan menjelaskan pentingnya digital marketing. Secara khusus, proliferasi perangkat yang terhubung ke Internet telah mendigitalkan segalanya dan menciptakan jalan baru untuk beriklan.

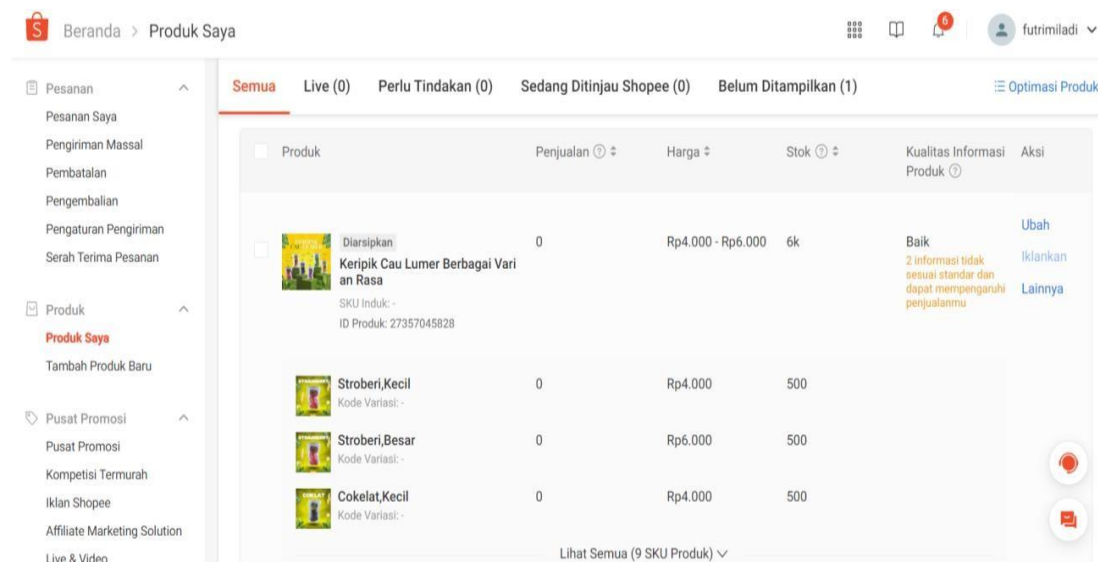
Setelah memaparkan tentang pentingnya peran digital marketing, dilanjutkan dengan pembuatan akun Instagram dan Shopee sebagai media digital marketing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Tegalurung, Kecamatan Cilamaya Kulon, Kabupaten Karawang merupakan lokasi UMKM Keripik Cau Lumer. Usaha yang bergerak di bidang makana ringan Sudah sekitar satu tahun sejak pertama kali beroperasi. Selama menjalankan usahanya, mereka hanya mempromosikan produknya dari mulut ke mulut dan langsung ke pengecer. Mereka tidak menggunakan media sosial karena kerumitannya dan kurangnya keahlian dalam pemasaran media sosial. Meski demikian, Pemahaman mereka akan peran dan manfaat utama teknologi, khususnya pemasaran digital, sangat penting untuk kelangsungan hidup jangka panjang dan pengembangan UMKM keripik cau lumer. Peradaban manusia telah mengalami banyak transformasi sebagai hasil dari kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi saat ini terjadi dengan kecepatan yang semakin cepat, terutama di bidang teknologi internet, yang telah mengubah semua aspek kehidupan ke dalam format digital dan menciptakan peluang untuk pemasaran digital. digital marketing merupakan gabungan antara periklanan dan riset pasar yang memanfaatkan platform online, termasuk media sosial. digital marketing di media online juga menawarkan keuntungan yang cukup besar, seperti kemampuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif kepada konsumen tentang produk yang mereka butuhkan dan jangkauan yang luas. Usaha mikro, kecil, dan menengah dapat memetik manfaat dari kampanye pemasaran digital. yang terkait dengan keripik cau lumer. Kemampuannya untuk menembus hampir semua pasar adalah salah satu manfaat utamanya. digital marketing adalah strategi yang berharga bagi UMKM keripik cau lumer, karena memungkinkan perusahaan untuk menjalin hubungan dengan konsumen di berbagai daerah, tidak terbatas pada desa Tegalurung. Slain itu, Iklan online dapat diakses kapan saja dan dari mana saja.. Akibatnya, konsumen dapat mengakses dan membeli layanan dan produk kapan saja. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen dengan memberikan kenyamanan dan fleksibilitas yang lebih besar. UMKM keripik cau lumer dapat mengoptimalkan pendapatan mereka, meningkatkan penjualan, dan memperluas jangkauan pasar mereka melalui pemasaran digital. Pemasaran digital memanfaatkan Shopee dan platform lainnya. Shopee adalah platform promosi untuk produsen yang menawarkan berbagai fitur, termasuk voucher, Promosi Tanggal Cantik, Shopee Story, Shopee Live, dan Flash Sale. Fitur-fitur ini dimaksudkan untuk membantu produsen dalam mencapai tujuan

mereka dengan memanfaatkan promosi yang tersedia di berbagai platform pada saat tertentu. Dengan demikian, para produsen memiliki kemampuan untuk meningkatkan keuntungan dari setiap fitur yang ada.

Berikut adalah akun shopee UMKM keripik cau lumer :



Gambar 1 Akun Shopee Keripik Cau Lumer

Untuk bisnis online, Instagram adalah situs media sosial yang tepat untuk mempromosikan produk mereka. Hal ini dikarenakan platform ini sangat bergantung pada gambar dan video sebagai media utamanya dan terus berupaya meningkatkan fitur-fiturnya untuk membantu pemilik bisnis dalam memasarkan produk mereka secara online. Sama halnya dengan fitur-fitur bisnis Instagram sehingga akun Instagram dapat digunakan secara lebih efektif untuk tujuan komersial.



Gambar 2 Digital Marketing Melalui Instagram



Gambar 3 Profil Instagram Keripik Cau Lumer

sebagai komponen dari kampanye iklan online. Dukungan yang diberikan juga bertujuan untuk membantu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) keripik cau lumer meningkatkan kualitas foto produk mereka di Instagram.

Berikut adalah gambar feeds instagram UMKM keripik cau lumer :



Gambar 3. Feeds Instagram UMKM Keripik Cau Lumer

Menurut (Fatmawati, 2018) dalam (Izaak et al., 2022) Photo display yang berkualitas akan berdampak pada meningkatnya minat calon pembeli & bertindak sebagai pemikat sesuai dengan konsep AIDA (attention, interest, desire, dan action). Model ini menurut Kotler, merupakan model yang lazim digunakan untuk membantu merencanakan suatu iklan secara holistik sehingga dapat mempengaruhi purchase decision konsumen.

Berikut hasil kegiatan bersama UMKM keripik Cau Lumer :



Gambar 4 Kegiatan Bersama UMKM Keripik Cau Lumer

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Dengan adanya kegiatan kuliah kerja nyata (KKN), pemahaman UMKM tentang pengetahuan penerapan digital marketing semakin meningkat, dengan penerapan digital marketing UMKM Keripik Cau Lumer dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, dan mengoptimalkan pendapatan mereka. Langkah-langkah ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan tetapi juga memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan usaha UMKM di era digital.

Rekomendasi

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai penerapan digital marketing untuk UMKM Keripik Cau Lumer, beberapa rekomendasi untuk perbaikan di masa mendatang adalah sebagai berikut:

UMKM Keripik Cau Lumer sebaiknya terus memanfaatkan dan mengoptimalkan penggunaan platform digital seperti Shopee dan Instagram untuk memasarkan produk mereka. Penting bagi mereka untuk tidak pernah berhenti belajar dan mengikuti perkembangan baru di bidang ekonomi. Strategi digital marketing agar dapat bersaing secara efektif di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Fachrina, R., & Nawawi, Z. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing (Shopee) Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Di Marelán. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 2(2), 247–254. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v2i2.75>
- Hamzah, R. E., Citra, D., & Putri, E. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing oleh Pelaku UMKM di Kuningan Barat, Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Dianmas*, 1(1), 12. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/dianmas>
- Izaak, W. C., Ulul Denisyah, F. ", Pratama, G. I., Nurdianty, F. D., Pradana, N. A., & Prayoga, D. (2022). Optimalisasi Digital Marketing Melalui Instagram Sebagai Strategi Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Medokan Semampir Kota Surabaya. *Karya Unggul: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 152–160.
- Konita, N., & Nadeak, T. (2023). Penerapan Manajemen Digital Marketing Pada Umkm Oleh Oleh Kue Kering Ibu Evi Di Desa Dayeuhluhur. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(1), 1464–1474.
- Lambang, D. (2023). Mengenal 18 tujuan Sdgs Desa. *lestari.kompas.com*.
- Ramadhan, A. (2023). Sdgs Desa Nomor 8 Pertumbuhan Ekonomi Merata. *sdgs.ub.ac.id*.
- Riska, A., Siti, S., Susilawati, S., & Riki Gana, S. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Studi Kasus Batik Tedjo. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 295–301. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i1.568>
- Syardiansah, S. (2019). Peranan Kuliah Kerja Nyata Sebagai Bagian Dari Pengembangan Kompetensi Mahasiswa. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(1), 57–68. <https://doi.org/10.33884/jimupb.v7i1.915>