

MENINGKATKAN UMKM DESA GEMPOL KOLOT DENGAN MEMANFATKAN PEMASARAN DI ERA DIGITAL

Windy Aryani¹, Karina Chintya Lestari²

Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan Karawang

Mn20.windyaryani@mhs.ubpkarawang.aca.id¹, karina.lestari@ubpkarawang.ac.id²

ABSTRAK

Gempol Kolot adalah salah satu desa atau kelurahan yang ada di kabupaten Karawang, dimana desa gempol kolot memiliki luas wilayah 1.293 kk. dengan jumlah penduduk desa gempol kolot yaitu laki-laki 1.982 jiwa dan perempuan 1.016 jiwa .Sebagian besar masyarakatnya merupakan UMKM dan petani yang secara turun temurun dilakukan didesa gempol kolot. Permasalahan pelaku UMKM mengenai pemasaran digital yaitu para pelaku UMKM desa Gempol Kolot banyak yang tidak mengetahui penggunaan media sosial untuk memasarkan produknya,para pelaku UMKM juga tidak mengetahui tentang branding atau membuat merek dagang. Tujuan di adakanya sosialisasi pembekalan UMKM ini menambah pengetahuan masyarakat tentang pemasaran strategi marketing, melihat perkembangan teknologi digital dan internet yang terus berkembang, para pelaku UMKM dapat memanfaatkan digital marketing untuk memasarkan barang atau jasa yang ditawarkan. Digital marketing yang digunakan dapat memanfaatkan media sosial seperti facebook, Instagram, whatsapp business, dan media sosial lainnya..Teknik analisis data yang digunakan dalam mengelola data adalah dengan cara menggunakan teknik analisis data hasil observasi dan wawancara. Masyarakat sangat antusias dengan diadakanya kegiatan Sosialisasi UMKM ini. kegiatan Sosialisasi UMKM ini terlaksana dengan baik dan tidak terkendala apapun baik dalam persiapan panitia maupun antusias masyarakatnya sangat baik.

Kata Kunci : Branding,Gempol Kolot, Digital Marketing

PENDAHULUAN

Semakin canggihnya teknologi di era modern saat ini menandakan bahwa zaman semakin berkembang. Dengan berada di era digital banyak memberi peluang dalam bidang ekonomi kewirausahaan. Menurut (Dedi Purwana, Rahmi, & Aditya, 2017) yang menjadi indikator dunia bisnis ketika memasuki dunia digital adalah adanya kenaikan pengeluaran pemasaran digital, orang-orang cenderung menggunakan gadget dengan intensitas tinggi sebab adanya kemudahan akses

4262 | Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa

berbagai informasi dalam berbagai konten internet, sistem infrastruktur telekomunikasi yang semakin baik dan menghadirkan peluang bagi individu untuk mengumpulkan, memproses, dan saling bertukar informasi untuk mempermudah aktivitas bisnis.

UMKM disebut sebagai peluang dalam pembangunan ekonomi nasional, karena dapat menyerap tenaga kerja, mengatasi masalah kemiskinan dan membantu pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Setiap pelaku yang menjalankan kegiatan kewirausahaan dituntut untuk memiliki sebuah strategi dalam mempertahankan bisnis yang dijalankan, tidak hanya menciptakan produk-produk yang unik saja namun para pelaku usaha, seperti pemilik UMKM pun diharuskan memiliki strategi pemasaran yang dapat mengembangkan bisnis yang dijalankan, menarik konsumen, dan memperluas pangsa pasar. Dalam kegiatan pemasaran yang sering menjadi kendala pada usaha kecil mikro dan menengah (UMKM), yaitu pemanfaatan media pemasaran yang kurang maksimal dan kurang memberi keuntungan bagi bisnis (Consoli & Cesaroni, 2015).

Gempol Kolot adalah salah satu desa atau kelurahan yang ada di kabupaten Karawang, dimana desa gempol kolot memiliki luas wilayah 1.293 kk. dengan jumlah penduduk desa gempol kolot yaitu laki-laki 1.982 jiwa dan perempuan 1.016 jiwa. Sebagian besar masyarakatnya merupakan UMKM dan petani yang secara turun temurun dilakukan di desa gempol kolot. Yang masih melakukan pemasaran secara offline dengan dari mulut ke mulut dan menyimpan kwarung-warung atau ke toko-toko.

Melihat perkembangan teknologi digital dan internet yang terus berkembang, para pelaku UMKM dapat memanfaatkan digital marketing untuk memasarkan barang atau jasa yang ditawarkan. Digital marketing yang digunakan dapat memanfaatkan media sosial seperti facebook, Instagram, whatsapp business, dan media sosial lainnya. Tujuan dari penggunaan media sosial sebagai wadah untuk memasarkan barang atau jasa dari para pelaku UMKM di desa Gempol Kolot yaitu, agar dapat diketahui oleh orang-orang diluar desa atau diketahui oleh banyak orang. Dalam Sosialisasi Pembekalan UMKM yang dijelaskan kepada masyarakat desa Gempol Kolot meliputi pemasaran digital marketing dan pembukuan usaha.

METODE

Kegiatan ini adalah salah satu kegiatan Kuliah Kerja Nyata yang berlangsung di Desa Gempol Kolot, Kecamatan Banyusari, Kabupaten Karawang, yang diselenggarakan pada tanggal 08 juli sampai 31 juli 2023 di Aula Kantor desa gempol kolot. Permasalahan yang dihadapi para pelaku UMKM

mengenai pemasaran di era digital yaitu; Para pelaku UMKM desa Gempol Kolot banyak yang tidak mengetahui penggunaan media sosial untuk memasarkan produknya.,Para pelaku UMKM juga tidak mengetahui tentang branding atau membuat merek dagang.

Teknik analisis data yang digunakan dalam mengelola data adalah dengan cara menggunakan teknik analisis data hasil observasi dan wawancara.

- A. Melakukan indentifikasi pengetahuan pelaku UMKM tentang strategi pemasaran. Tahap ini di lakukan untuk mengetahui persoalan prioritas yang akan di lakukan melalui kegiatan ini. Dengan cara wawancara dan berdiskusi bersama kepada para pelauku UMKM di desa gempol kolot.
- B. Melakukan sosialisasi tentang Pembekalan kewirahusahaan bagi pelaku UMKM di era modern. Tahap ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada para pelaku tentang pemasaran di era modern atau digital marketing.
- C. Praktek dan pendamping strategi pemasaran. Pada kegiatan ini para pelaku UMKM akan di kenalkan bagaimana cara menjual produk mereka ke marketplac dan mengenalkan kepada mereka mepromosikan produknya melalui media social,serta cara pembuata logo dan labeb untuk produk usaha mereka.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada tahap sosialisasi dilakukan untuk memberi pengetahuan mengenai pemasaran di era digital bagi para UMKM untuk mampu bersaing terhadap umkm yang lainnya.Sosisalisai dengan bertemakan “Pembekalan Dan Pembukuan Kewirausahaan Bagi Pelaku UMKM DI Era Modern” yang diadakan di aula kantor desa Gempol Kolot pada tanggal 08 Juli 2023 jam 09.00 WIB sampai selesai.

Dalam sosialisasi memaparkan materi tentang digital marketing,Bauran Pemasaran,Branding ,Pemasaran digital marketing merupakan praktik dari memasarkan atau memPromosikan sebuah produk dan jasa menggunakan saluran digital melalui komputer, telepon genggam, smart phone dan media digital lain. Jika pemasaran menciptakan dan memuaskan permintaan konsumen, Pemasaran

digital mendorong penciptaan suatu permintaan dengan menggunakan kekuatan internet, dan



memuaskan permintaan konsumen dengan hal yang baru dan inovatif.

Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi Penyampaian Materi Tentang Strategi Pemasaran Digital Marketing

- ☐ Hal Yang Perlu Disiapkan Dalam Memulai Strategi Digital Marketing
 - a) Menentuka Tujuan Bisnis
 - b) Membuat Website
 - c) Membuat Akun Media Sosial
 - d) Membuat whatsapp bisnis
 - e) Memahami Search Engine Optimization
 - f) Melakukan Riset Pasar
- ☐ Bauran Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2016) bauran pemasaran terdapat seperangkat alat pemasaran yang terbagi menjadi 4P yaitu Product(produk), Price (harga), Place (tempat/ saluran distribusi) dan Promotion (promosi)

- a) Product (produk)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan, produk-produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara-acara orang, tempat, property, organisasi dan gagasan. Atribut produk meliputi variasi produk, kualitas, desain, fitur, merek, kemasan, ukuran, pelayanan, garansi dan imbalan

b) Price (harga)

Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan yang lain menghasilkan biaya (cost). Atribut harga meliputi daftar harga, diskon, potongan harga khusus, periode pembayaran, dan syarat kredit.

c) Place (tempat/saluran distribusi)

Tempat didefinisikan sebagai aktivitas perusahaan agar produk mudah didapatkan pelanggan sasaran. Artinya, variabel saluran distribusi atau place tidak hanya menekankan pada lokasi tersebut dicapai. Lokasi perusahaan yang strategis merupakan kunci dari kemampuan perusahaan untuk menarik konsumen. Saluran distribusi meliputi cakupan layanan, pengelompokan, lokasi, persediaan dan transportasi.

d) Promotion (promosi)

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen agar melakukan pembelian produk. Promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk serta membujuk pasar sasaran untuk membelinya.

Pada saat sosialisasi kami pun menawarkan kepada masyarakat yang ingin di bantu dalam pembuatan logo, stiker, label untuk produk usahanya. Ada beberapa masyarakat khususnya ibu-ibu yang meminta untuk dibuatkan logo dan label untuk produk mereka. Yaitu ada ibu ningrat dengan yang memiliki usaha penjahit rumahan, usaha ini sudah ditekuninya sejak lama, beliau juga telah berkeinginan lama untuk membuat label dan nama untuk produk jahit nya tetapi karena beliau tidak mengerti cara untuk membuat desain label tersebut sehingga idenya itu tidak terlaksana. tetapi, karena adanya kegiatan Sosialisasi UMKM ini ibu ningrat meminta bantuan untuk membuatkan label produknya. selain ibu ningrat ada juga ibu ningsih seorang pedagang bolu rumahan yang juga meminta untuk dibuatkan logo. dari sini kita dapat melihat bahwa masyarakat sangat antusias dengan kegiatan Sosialisasi UMKM ini. Bisa disimpulkan bahwa Kegiatan Sosialisasi UMKM ini terlaksana dengan baik dan tidak terkendala apapun baik dalam persiapan panitia maupun antusias masyarakatnya sangat baik.



Gambar 2. Logo Dan Label UKM Bolu dan Penjahit

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Dalam Kegiatan Sosialisasi yang berjudul “Pembekalan Dan Pembukuan Kewirausahaan Bagi Pelaku UMKM DI Era Modern” untuk pelaku UMKM di desa Gempol Kolot mampu memberikan hal yang positif bagi pelaku usaha UMKM memahami Branding, Bauran Pemasaran dan Pemasaran Digital Marketing melalui sosial media untuk penjualan produk tersebut untuk lebih bersaing di era digitalisasi. Dari hasil Kuliah Kerja Nyata KKN 2023 yang telah selesai dilaksanakan di Desa Gempol Kolot, Kecamatan Banyusari, Kabupaten Karawang. Penulis memberikan rekomendasi untuk pelaku UMKM ini untuk lebih di kembangkan strategi pemasarannya melalui akun sosial media, mempromosikan produknya untuk menarik daya tarik pembeli dan menjaga kualitas produknya. Penulis juga berharap pemerintah Desa tersebut membantu mengembangkan produk asal daerah mereka menjadi lebih maju lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Aminatun, D., Alita, D., Rahmanto, Y., & Putra, A. D. (2022). Pelatihan Bahasa Inggris Melalui Pembelajaran Interaktif Di SMK Nurul Huda Pringsewu. *Journal of Engineering and Information Technology for Community Service*, 1(2), 66–71. <https://doi.org/10.33365/jeit-cs.v1i2.141>

Fanreza, R., & Shilvana, R. (2021, November). Melatih pelaku UMKM dalam memanfaatkan digital marketing upaya mengembangkan usaha berbasis teknologi di Dusun VII manunggal. In Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan (Vol. 2, No. 1, pp. 1179-1184).

Jatmiko, N. S. (2022). Strategi Pemasaran Ideal di Era Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM. *PLAKAT: Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat*, 4(2), 253-266.

Surur, A. M., & Paramita, P. D. (2022). Meningkatkan Kualitas Pemasaran Umkm Melalui Inovasi Sosial Media Marketing Pada Pelaku Usaha Keripik Di Desa Domas. *Al Dzahab: Journal of Economics, Management, Business and Accounting*, 3(1), 21-31.