

**SOSIALISASI PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL MARKETING
PADA UMKM DI DESA GEMPOLKARYA
KECAMATAN TIRTAJAYA KABUPATEN KARAWANG**

Bayu Priyatna¹, April Lia Hananto², Fitria Nurapriani³

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer,

^{1,2,3} Universitas Buana Perjuangan Karawang

bayu.priyatna@ubpkarawang.ac.id¹

aprilialia@ubpkarawang.ac.id²

fitria.nurapriani@ubpkarawang.ac.id³

Abstrak

Hampir semua sektor memanfaatkan teknologi sebagai inovasi tidak terkecuali pada sektor UMKM. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu unit usaha yang memiliki peran penting dalam perkembangan, pertumbuhan kesempatan kerja dan pendapatan masyarakat. Dengan adanya sektor UMKM, pengangguran akibat angkatan kerja yang tidak terserap dalam dunia kerja menjadi berkurang. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pemahaman penggunaan marketplace dan menambah pengetahuan serta memperluas pemasaran produk. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah deskriptif dan wawancara dari pihak-pihak terkait. Hasil kajian ini menunjukkan bahwa sasaran UMKM di Desa Gempolkarya ada 2 sasaran yaitu Usaha Dendeng Ikan barokah jaya dan Keripik Pisang Ibu Ersas. tim pengabdian pada masyarakat membuat platform seperti Pembuatan Akun Digital Marketing atau pemasaran melalui digital yaitu akun Shopee, tautan Website dan Publikasi tautan kegiatan di Instagram, prosedur legalitas usaha atau SKU dan Rebranding kemasan produk dan pelatihan pembukuan keuangan.

Kata Kunci : *UMKM, Digital Marketing, Prosedur, Legalitas.*

Abstract

Almost all sectors use technology as an innovation, including the MSME sector. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are one of the business units that have an important role in the development, growth of job opportunities and community income. With the existence of the MSME sector, unemployment due to the labor force that is not absorbed in the world of work is reduced. The objectives to be achieved in this research are to find out the understanding of the use of the marketplace and increase knowledge and expand product marketing. The method used in this service is descriptive and interviews from related parties. The results of this study show that there are 2 targets for UMKM in Gempolkarya Village, namely the Barokah Jaya Fish Jerky Business and Ibu Ersas's Banana Chips. the community service team develops platforms such as Digital Marketing Account Creation or digital marketing, namely Shopee accounts, Website links and publication of activity links on Instagram, business legality procedures or SKUs and product packaging rebranding and financial bookkeeping training.

Keywords: *UMKM, Digital Marketing, Procedure, Legality.*

PENDAHULUAN

Pada era digital seperti sekarang ini, semua aktivitas masyarakat tidak dapat dipisahkan dari penggunaan Teknologi khususnya teknologi yang dapat terhubung dengan Jaringan Internet. Hampir semua sektor memanfaatkan Teknologi wadah untuk komunikasi, baik secara sinkron maupun asinkron. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu unit usaha yang memiliki peran penting dalam perkembangan dan pertumbuhan lapangan kerja guna membantu perekonomian masyarakat. Dengan adanya sektor UMKM, pengangguran akibat angkatan kerja yang tidak terserap dalam dunia kerja menjadi berkurang. UMKM sebagai bagian dari perekonomian harus lebih meningkatkan daya saing dengan melakukan inovasi. Keunggulan bersaing berbasis inovasi dan kreativitas harus lebih diutamakan karena mempunyai daya tahan dan jangka waktu lebih panjang (Darwanto,2013).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berjuang untuk bersaing di lingkungan bisnis yang sangat dinamis. Untuk mengatasi tekanan persaingan, banyak Pengusaha UMKM menggunakan *platform digital* untuk meningkatkan strategi bisnis mereka. Kecanggihan teknologi memunculkan berbagai inovasi dibuat untuk memfasilitasi kegiatan masyarakat. Salah satu hal baru yang diciptakan sebagai hasil dari perkembangan teknologi adalah kegiatan Penjualandan pembelian dilakukan secara online melalui *Marketplace*. *Marketplace* merupakan platform digital marketing yang berfungsi sebagai sarana tempat yang mempertemukan penjual serta pembeli secara online dan diakses melalui *website* maupun dalam bentuk aplikasi di *smartphone*.

Pengembangan industri kecil akan membantu mengatasi masalah pengangguran dengan teknologi yang digunakan untuk meningkatkan lapangan kerja dan peluang usaha mendorong pembangunan daerah dan pedesaan. Desa Gempolkarya Kecamatan Tirtajaya Kabupaten Karawang Provinsi Jawa Barat sendiri mengembangkan UMKM berupa makanan olahan seperti dendeng ikan dan kripik pisang.

Berdasarkan berbagai permasalahan yang dihadapi mitra UMKM, dapat disimpulkan bahwa mereka membutuhkan dukungan dan pelatihan dalam pemasaran prouk mereka melalui *digital/online* dan bagaimana memasarkan produknya ke pasar yang lebih luas. *Branding* produk dan strategi pemasaran yang baik diperlukan untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan bagi mitra UMKM.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas serta fenomena yang terjadi maka dalam pengabdian masyarakat ini mengangkat judul “Sosialisasi Pemanfaatan Media Digital Marketing Pada Umkm Di Desa Gempolkarya Kecamatan Tirtamulya Kabupaten Karawang”.

ANALISIS SITUASI

Dengan perkembangan teknologi menjadi nafas baru membuat inovasi dalam memasarkan produk UMKM di Desa Gempolkarya. Salah satu hal baru yang diciptakan sebagai hasil dari perkembangan teknologi adalah kegiatan Penjualan dan pembelian dilakukan secara online melalui Marketplace, namun kurangnya pemahaman masyarakat tentang digitalisasi dan teknologi menjadi terhambatnya perkembangan UMKM di Desa Gempolkarya.

Berdasarkan informasi yang didapat oleh tim terdapat dua kelompok UMKM yaitu, dendeng ikan barokah jaya dan keripik pisang dimana keduanya bergerak di industri makanan, didapat beberapa permasalahan atau kendala yang dialami oleh dua UMKM diantaranya :

1. Minimnya pemahaman mengenai penggunaan media social dalam mengembangkan pangsa pasar UMKM tersebut
2. Kendala dalam pengurusan legalitas yang dibutuhkan oleh UMKM makanan seperti, SKU (Surat Keterangan Usaha).
3. Tidak adanya design label yg menarik
4. Penerapan pembukuan sederhana yang belum diterapkan

Sehingga, berdasarkan masalah diatas, didapatkan solusi yang ditawarkan oleh tim UBP Karawang yaitu dengan melakukan sosialisasi dengan edukasi pelaku UMKM mengenai penerapan teknologi informasi berupa digitalisasi marketing, prosedur pengurusan perizinan legalitas usaha dari desa yaitu surat keterangan usaha (SKU), melakukan sosialisasi mengenai pencatatan pembukuan sederhana dengan baik, dan melakukan rebranding atas label kemasan sehingga kemasan produk dibuat lebih menarik dan informatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

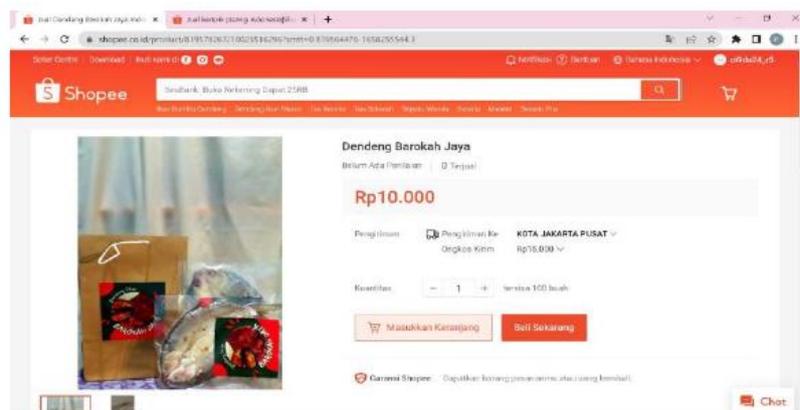
1. Sosialisasi Penerapan Teknologi Informasi Mengenai Digital Marketing untuk UMKM
Salah satu platform media sosial yang sedang populer dan digunakan banyak orang untuk pemasaran digital adalah media sosial yaitu Instagram, WhatsApp, Facebook. Selain itu, melalui *Website* dan *Marketplace*. Maka dari itu, penggunaan jaringan media sosial dalam menjalankan UMKM saat ini dirasa sangat penting terutama dalam hal perluasan pangsa pasar. Tim UBP Karawang melakukan inisiatif berupa edukasi kepada pelaku UMKM

Karawang, 28 Februari 2023

binaan di Desa Gempolkarya mengenai pentingnya digital marketing dalam hal pengembangan usaha. Dilanjut dengan langkah pembuatan akun jejaring sosial, serta hal-hal yang harus diperhatikan dalam melakukan digital marketing, seperti membuat konten yang menarik, membuat promosi-promosi berupa diskon, menentukan segmentasi pasar, dan menentukan media jejaring sosial yang digunakan.



Gambar 4 Website Penjualan Produk UMKM Dendeng Ikan



Gambar 5 Pemasaran Digital Dendeng Ikan

2. Sosialisasi Prosedur pembuatan Legalitas yang Dibutuhkan Oleh UMKM Seperti, SKU (Surat Keterangan Usaha)

Usaha Mikro kecil merupakan penopang ekonomi masyarakat. Selain itu UMKM juga sebagai sektor ekonomi nasional yang sangat strategis dalam pembangunan ekonomi kerakyatan. Bagi para pelaku UMKM, SKU adalah syarat paling awal agar usaha yang baru dirintis mendapat izin dari pejabat setempat. SKU dibuat oleh pejabat seperti pihak kepala desa atau kelurahan. Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini juga kami

menjelaskan bagai mana Syarat untuk mendapatkan SKU Secara Offline, yang dihadiri langsung oleh para UMKM dan pihak Desa.

3. Rebranding Pada Kemasan Produk

Solusi berikutnya dari salah satu permasalahan mengenai desain label yang kurang menarik. Oleh karena itu, tim UBP Karawang melakukan rebranding dengan mendesain kemasan pada produk dendeng ikan Barokah Jaya dan Keripik pisang. Desain yang dibuat bertujuan untuk meningkatkan minat konsumen terhadap produk dendeng ikan dan keripik pisang dan memberikan informasi yang jelas mengenai manfaat dan kandungan yang terdapat Pada produk tersebut berikut adalah hasil desain yang dibuat dalam rangka rebranding produk UMKM binaan.



Gambar 2 Desain Label Produk Dendeng



Gambar 3 Desain Label Produk Keripik Pisang

4. Pelatihan Pembukuan Sederhana UMKM Binaan

Tahap pelaksanaan berupa pelatihan pembukuan keuangan sederhana yang dapat diaplikasikan oleh pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM). Pada pelatihan ini

diharapkan para pelaku UMKM dapat mengetahui pentingnya pencatatan/pembukuan serta memahami cara pencatatan yang benar dan setidaknya sesuai dengan Standar Akuntansi yang berlaku. Pada tahap ini, pelatihan terdiri dari para pelaku usaha mikro, diberikan materi tentang pencatatan sederhana yang seharusnya dilakukan oleh para pelaku usaha. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mengenai manajemen keuangan usaha mereka agar tidak tercampur antara keuangan pribadi/keluarga dengan keuangan usaha serta diharapkan melalui pencatatan keuangan pelaku usaha dapat mengetahui perkembangan usahanya. Pelatihan pembukuan sederhana diadakan di Kantor Desa Gempolkarya, dengan jumlah peserta yang hadir 25 orang terdiri dari jajaran staff desa, ibu PKK dan pelaku UMKM. Dalam pelatihan ini, para peserta diberikan buku Kas guna untuk pelatihan mengenai pembukuan sederhana seperti memasukan keterangan, debit, kredit dan saldo.

KESIMPULAN

Dari hasil pengabdian yang dilakukan Didapatkan beberapa point yang disimpulkan yaitu :

1. Melakukan berbagai edukasi dan strategi untuk pelaku UMKM di Desa gempolkarya. Sasaran UMKM di desa Gempolkarya ada 2 sasaran yaitu Usaha Dendeng Ikan barokah jaya dan Keripik Pisang Ibu Ersa.
2. Edukasi dan Strategi Meliputi Sosialisasi Penerapan Teknologi Informasi, Prosedur Legalitas Usaha seperti SKU (Surat Keterangan Usaha), Rebranding Pada Kemasan Produk dan Pelatihan Pembukuan Keuangan Sederhana UMKM Binaan.
3. Selain itu ,kami membuatkan platform seperti Pembuatan Akun digital Marketing atau pemasaran melalui digital yaitu akun Shopee, tautan Website dan Publikasi tautan kegiatan di Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

Darwanto.2013.Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi Dan Kreativitas(Strategi Penguatan Property Right Terhadap Inovasi Dan Kreativitas).Jurnal Bisnis dan Ekonomi(JBE).Vol.20.No(2).Hal:142-149.

Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. Prosiding, 9(1).

Wijoyo, H., Vensuri, H., Sunarsi, D., Prasada, D., Setyawati, L., Lutfi, A. M., & Akbar, I. R. (2020). Digitalisasi UMKM. Insan Cendekia Mandiri.

- Wijoyo, H. (2020). Digitalisasi umkm pasca pandemi covid-19 di riau. Prosiding Konferensi Nasional Administrasi Negara Sinagara, 12-16.
- Nasution, E. Y., & Indria, T. (2021, November). Digitalisasi Umkm Di Masa Pandemi. In Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan (Vol. 2, No. 1, pp. 797-805).
- Octavina, L. A., & Rita, M. R. (2021). Digitalisasi umkm, literasi keuangan, dan kinerja keuangan: Studi pada masa pandemi Covid-19. *Journal of Business and Banking*, 11(1), 73-92.
- Najuba, H., & Suhaemi, B. (2021). Upaya Pengembangan Umkm Di Desa Rancabango Pada Masa Pandemi Covid-19 Dengan Sistem Digitalisasi. *PROCEEDINGS UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG*, 1(12), 81-101.