

MENGGALI POTENSI UMKM DESA TIRTASARI MELALUI DIGITALISASI MARKETING

Yudi Firmansyah¹ Roni²

Universitas Buana Perjuangan Karawang

yudifirmansyah@ubpkarawang.ac.id

pk19.roni@mhs.ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

Desa Tirtasari merupakan desa yang terletak di kecamatan Tirtamulya kabupaten Karawang. Desa Tirtasari memiliki banyak sumber daya alam yang bisa dikembangkan oleh masyarakat untuk mendukung perekonomian warga dan juga memajukan desa. UMKM yang sedang dikembangkan oleh kelompok ibu-ibu PKK yaitu seperti keripik pelepah pisang, kecimpring pisang, brownies jambu kristal, brownies pepaya, keripik daun jambu biji, perkebunan asparagus, Apotek hidup dan tanaman lainnya sehingga bisa menjadi produk unggulan desa setelah dipasarkan secara luas. Mahasiswa KKN memiliki tujuan untuk membantu agar usaha yang sedang berjalan lebih berkembang, yaitu dengan cara membina dan membuat suatu teknik pemasaran dengan memanfaatkan teknologi Digitalisasi. Pembinaan ini dilakukan dengan cara penyuluhan dan edukasi pentingnya media online untuk mempromosikan produk usahanya dan mengembangkannya di era Digital. Pemasaran yang dilakukan yaitu dengan sosial media Instagram dan shopee yang dimana nanti akan diberikan kepada pelaku UMKM untuk dikelola dengan baik dan dapat mempromosikan produknya lebih luas.

Kata Kunci: *Desa Tirtasari, UMKM, Digitalisasi Marketing*

ABSTRAK

Tirtasari village is a village located in Tirtamulya sub-district, Karawang district. Tirtasari village has many natural resources that can be developed by the community to support the residents' economy and also advance the village. MSMEs being developed by the PKK women's group are such as banana midrib chips, banana chips, crystal guava brownies, papaya brownies, guava leaf chips seeds, asparagus plantations, live pharmacies and other plants so that they can become village superior products after being widely marketed. KKN students have a goal to help businesses that are running more develop, namely by fostering and creating a marketing technique by utilizing digitalization technology. This guidance is carried out by counseling and educating on the importance of online media to promote their business products and develop them in the digital era. Marketing that is carried out is through social media Instagram and shopee which will later be given to MSME actors to be managed properly and can promote their products more broadly.

Keywords: *Tirtasari Village, MSMEs, Digitalization of Marketing*

PENDAHULUAN

Desa Tirtasari merupakan desa yang terletak di kecamatan Tirtamulya kabupaten Karawang. Desa Tirtasari berada di daerah yang cukup berkembang dibandingkan desa-desa lain yang ada, dikarenakan desa Tirtasari berada di daerah persawahan dan perkebunan seperti tanaman padi, kebun asparagus, kebun singkong, kebun pisang, kebun pepaya dan kebun jambu kristal. Sehingga desa Tirtasari memiliki banyak sumber daya alam yang bisa dikembangkan oleh masyarakat untuk mendukung perekonomian warga dan juga memajukan desa. UMKM yang sedang dikembangkan oleh kelompok ibu-ibu PKK yaitu seperti keripik pelepah pisang, kecimpring pisang, brownies jambu kristal, brownies pepaya, keripik daun jambu biji, perkebunan asparagus, Apotek hidup dan tanaman lainnya sehingga bisa menjadi produk unggulan desa setelah dipasarkan secara luas. Selain itu dapat menjadi sumber pendapatan tambahan bagi masyarakat yang didapat dari hasil olahan makanan dan perkebunan tersebut. Seperti inovasi-inovasi untuk mengembangkan produk hasil perkebunan menjadi produk unggulan di desa Tirtasari.

Menurut pengakuan Ibu Ika selaku Ketua Pokja 1 yang tergabung dalam kelompok pisang, produk GECAU dan Kecimpring Cau ini penjualannya hanya mengandalkan pesanan dari warga sekitar saja dan jumlah pesanan yg dipesan berjumlah sedikit, sehingga produksi dilakukan ketika menerima pesanan saja. Saat ini para pelaku UMKM Desa Tirtasari belum memaksimalkan teknologi sehingga mempengaruhi kegiatan usahanya yang masih harus banyak belajar tentang kemajuan teknis dan digitalisasi. Salah satu kondisi tersebut dapat diatasi dengan memanfaatkan digital marketing yang dapat menjaring lebih banyak calon konsumen dengan memanfaatkan teknologi. Oleh sebab itu disini penulis mempunyai keinginan untuk menggali potensi UMKM di desa tirtasari dengan cara memberikan pelatihan dan pembuatan media promosi salah satu caranya yaitu akan memperkenalkan tentang adanya *Digital Marketing* sebagai salah satu solusi untuk penjualan keripik GECAU dan kecimpring cau dan sekaligus membuatkan salah satu media *Digital Marketing* penjualan yaitu Instagram.

Menurut Jurnal penelitian yang ditulis oleh Zulfikar pada tahun 2020 menjelaskan bahwa *Digital Marketing* adalah sebuah cara untuk mempromosikan suatu brand atau produk melalui

media elektronik, beberapa bentuk media yang dapat dikatakan sebagai *Digital Marketing* yaitu melalui *E-Commerce* dan sosial media. Contoh dari *E-Commerce* yaitu Tokopedia, Bukalapak, Shoppe, Lazada dll. Dan contoh sosial media seperti Instagram, Facebook, Youtube dll.

Menurut Purwana ES, Rahmi, dan Aditya (2017), digital marketing adalah teknik pemasaran menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara efektif, pemasaran digital bertujuan untuk memperkenalkan sebuah merek. Internet pasti akan memainkan peran penting dalam hal ini. Selain itu, sering diyakini bahwa hanya media sosial, internet, dan perangkat seluler yang menawarkan kemudahan bagi konsumen untuk menemukan dan membeli barang. Di sisi lain, bisnis juga dapat dengan mudah memantau kebutuhan dan memenuhinya sesuai dengan preferensi pelanggan. UMKM harus melakukan pemilihan media sosial yang sesuai dengan tujuan pemasarannya. Facebook lebih tepat karena menjangkau semua audiens, memungkinkan UMKM untuk mengembangkan hubungan dan kesadaran melalui penggunaan fitur acara, pembaruan status, dan umpan balik pelanggan langsung. Tujuan ini dilakukan yaitu untuk meningkatkan kesadaran pelaku UMKM Desa Tirtasari agar lebih terbuka dengan digital marketing agar usahanya dapat bertahan di era digitalisasi ini.

ANALISIS SITUASI

Berdasarkan hasil informasi mendalam yang didapat dari pihak UMKM Keripik GECAU dan Kecimpring Cau di Desa Tirtasari ini menyebutkan pada saat ini masyarakat masih mengalami dampak dari Covid19 sehingga kegiatan dalam bermasyarakat masih terkendala khususnya dalam melakukan pemasaran produk yang baru mulai dirintis ini, menyebabkan kurang nya konsumen yang dimiliki oleh ibu Ika dan rekan-rekan. Adapun permasalahan yang ditemukan pada UMKM ibu-ibu PKK ini cukup banyak karena UMKM keripik Gecau masih dalam proses pengembangan oleh karena itu masih banyak permasalahan yang dihadapi antara lain :

- Produksi terbatas karena UMKM ini masih dalam skala kecil.
- Pemasaran masih dalam skala yang sempit karena penjualannya masih di sekitar Desa Tirtasari saja.
- Proses pembuatan memakan waktu yang cukup lama.

Karawang, 28 Februari 2023

- Kemasan produk masih sangat sederhana dan kurang menarik.
- Dari segi label ataupun merek produk masih sangat simpel dan manual dengan tulis tangan serta belum memiliki label sendiri.
- Untuk permodalan UMKM ini masih minim karena hanya mengandalkan iuran dari Ibu-ibu PKK itu sendiri untuk menjalankan produktivitasnya.
- Media promosi masih belum ada karena keterbatasan SDM untuk menggunakan

Adapun Permasalahan yang ditemukan pada Budidaya Asparagus cukup banyak, karena budidaya ini tergolong masih dalam pengembangan. maka dari itu banyaknya permasalahan yang dihadapi, antara lain:

- Produksi Terbatas, karena disebabkan oleh faktor cuaca yang menyebabkan asparagus menjadi layu.
- Pemasaran masih dalam skala kecil, karena hanya diperjualkan oleh satu orang saja. dan digitalisasi.
- Asparagus siap dipanen setiap 3 bulan sekali.
- sistem penyiraman masih menggunakan manual, jadi pertumbuhan kurang teratur.
- Luas Tanah 400 meter persegi, menyebabkan kesusahan dalam mengurus.
- Media promosi masih belum tersedia, karena keterbatasan SDM untuk pemahaman dalam menggunakan media promosi.

Saat ini para pelaku UMKM Desa Tirtasari belum memaksimalkan teknologi sehingga mempengaruhi kegiatan usahanya yang masih harus banyak belajar tentang kemajuan teknis

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan UMKM di Desa Tirtasari, kecamatan Tirtamulya, kabupaten Karawang memiliki organisasi PEKKA yang menaungi beberapa kegiatan UMKM desa yang diharapkan dapat meningkatkan perekonomian desa, salah satu kegiatan UMKM yang berjalan adalah usaha

Karawang, 28 Februari 2023

makanan keripik pelepah pisang. Usaha yang baru di mulai ini memerlukan strategi yang tepat terutama pada bagian pemasarannya agar usaha yang dilakukan tepat sasaran dan dapat berkembang lebih besar sehingga bertahan lama. Selain itu, Desa Tirtasari memiliki kegiatan UMKM bidang perkebunan yang dikelola oleh masyarakat setempat, yaitu budidaya asparagus yang menjadi salah satu yang berpengaruh terhadap perekonomian desa. Salah satu sasaran dalam program kerja (proker) Kuliah Kerja Nyata ini adalah pelaku UMKM yang memiliki produk makanan yaitu keripik GECAU, Kecimpring Cau yang dikelola oleh Ibu-ibu PKK dan warga Desa Tirtasari Kelompok Pisang, dan budidaya asparagus yang di jalankan proses budidayanya langsung oleh warga Desa Tirtasari yang dimana kepala pengelola nya adalah bapak mamat yang bertanggung jawab langsung mengenai program budidaya asparagus di Desa Tirtasari dan di kontrol langsung oleh Mr. Kim dari korea.





Gambar 1 : Observasi Pada Pelaku UMKM Keripik Pelepah Pisang (GECAU)

Berdasarkan hasil informasi yang didapat dari pihak UMKM Keripik GECAU dan Kecimpring Cau di Desa Tirtasari ini menyebutkan pada saat ini masyarakat masih mengalami dampak dari Covid19 sehingga kegiatan dalam bermasyarakat masih terkendala khususnya dalam melakukan pemasaran produk yang baru mulai dirintis Menurut pengakuan Ibu Ika selaku Ketua Pokja 1 yang tergabung dalam kelompok pisang, produk GECAU dan Kecimpring Cau ini penjualannya hanya mengandalkan pesanan dari warga sekitar saja dan jumlah pesanan yg dipesan berjumlah sedikit, sehingga produksi dilakukan ketika menerima pesanan saja. yang menyebabkan kurang nya konsumen yang dimiliki oleh ibu Ika dan rekan-rekan. Saat ini para pelaku UMKM Desa Tirtasari belum memaksimalkan teknologi sehingga mempengaruhi kegiatan usahanya yang masih harus banyak belajar tentang kemajuan teknis dan digitalisasi. Menurut Jurnal penelitian yang ditulis oleh Zulfikar pada tahun 2020 menjelaskan bahwa *Digital Marketing* adalah sebuah cara untuk mempromosikan suatu brand atau produk melalui media elektronik, beberapa bentuk media yang dapat dikatakan sebagai *Digital Marketing* yaitu melalui *E-Commerce* dan sosial media. Contoh dari *E-Commerce* yaitu Tokopedia, Bukalapak, Shoppe, Lazada dll. Dan contoh sosial media seperti Instagram, Facebook, Youtube dll. saat ini E-Karawang, 28 Februari 2023

Commerce dan media sosial mendorong para UMKM untuk menyesuaikan diri terutama dalam proses pemasaran secara offline maupun *online*, karena kegunaan media *online* ini akan sangat membantu dalam pemasaran produk di era *Digital* ini, Maka dari itu penulis disini memberikan pelatihan dan pembuatan media promosi salah satu caranya yaitu akan memperkenalkan tentang adanya *Digital Marketing* sebagai salah satu solusi untuk penjualan keripik GECAU dan kecimppring cau dan sekaligus membuatkan salah satu media *Digital Marketing* penjualan yaitu Instagram dan shopee.

Syarat untuk membuat akun Instagram adalah mempunyai e-mail, disini penulis akan membuat email terlebih dahulu agar dapat lanjut untuk membuat akun sosial media Instagram untuk UMKM keripik GECAU. langkah pembuatan E-mail sebagai berikut:

1. Pergi ke laman situs **Sign-up Gmail**
2. Mengisi data nama yang akan digunakan beserta passwordnya untuk lanjut ke tahap berikutnya.
3. Setelah terisi klik “*Next*”, dan akan meminta masukan nomer Hp dan data diri lainnya.
4. Jika sudah klik “*Next*”, dan google akan mengirimkan kode ke nomer hp yang didaftarkan. Lalu dimasukan kedalam kolom yang tersedia dilaman web.
5. Setelah semua terisi, G-mail siap digunakan
6. Setelah selesai pembuatan akun E-mail maka dapat dimulai pembuatan akun sosial media instagram, langkah-langkah ny seperti berikut ini:
 1. Masuk pada laman website **Sign Up** Instagram.
 2. Lalu pilih website teratas.
 3. Akan muncul tampilan pilihan daftar melalui No. HP / E-mail, karena sudah dibuatkan email maka disini penulis daftar menggunakan email.
 4. Setelah mengisi alamat E-mail, google akan mengirimkan kode verifikasi ke email yang tertera.
 5. Mengisi kode verifikasi.

6. Mengisi nama instagram beserta Paaword nya,
7. Mengisi Tanggal Lahir pengguna. Selesai, Instagram siap digunakan. Tampilan seperti gambar berikut:
7. Adapun manfaat dari *Digital Marketing* ini yaitu:
 1. Memperluas jangkauan pasar
 2. Membangun komunikasi dan hubungan yang lebih efektif dengan konsumen
 3. Memasarkan produk secara efisien, menghemat tenaga dan waktu
 4. Meminimalkan biaya karena pemasaran relative lebih murah

Adapun tahapan dari pembuatan akun shopee yang melibatkan ketua kelompok PKK Peka Berkah. Untuk mulai berjualan di Shopee, Anda harus memiliki akun Shopee terlebih dahulu di:

1. Unduh aplikasi Shopee dari Google Play Store atau App Store menggunakan ponsel, atau akses melalui <https://shopee.co.id> ke situs web Shopee. id / dengan komputer / laptop.
2. Daftar Akun Shopee Selain menggunakan nomor handphone, Anda juga bisa mendaftarkan Akun Shopee menggunakan akun Google, Facebook atau Apple.
3. Jika Anda tidak menerima Kode Verifikasi (OTP) melalui WhatsApp, silakan pilih metode lain untuk menerima Kode Verifikasi (OTP) melalui panggilan suara atau SMS.
4. Buka aplikasi Shopee atau Seller Center (seller.shopee.co.id)
5. Tap Saya > Mulai Jual
6. Klik Tambah Produk Baru. Isi berbagai informasi produk seperti nama produk, deskripsi produk, kategori produk, harga produk, persediaan produk (dalam satuan), variasi produk (warna, ukuran, dll), berat produk produk (dalam kg), kondisi produk (Baru/Bekas), jasa pengiriman bekas (JNE, JandT, dll), ke rekening bank. Jika semuanya sudah siap, klik Simpan dan Lihat. Selesai.

Ibu Ika dan rekan-rekan sangat antusias dan bersedia untuk dibina dalam penjualan dengan media *online* dan mengizinkan untuk dibuatkan media *online* berupa Instagram dan shopee untuk menjual atau mempromosikan produk makanannya tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari kegiatan melaksanakan pengabdian kepada masyarakat maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. UMKM Keripik Gecau adalah salah satu potensi ekonomi yang dimiliki Desa Tirtasari.
2. UMKM ini dikelola oleh ibu-ibu PKK dengan hasil produksi yaitu keripik dari bahan dasar gedebog cau atau pelapah pisang.
3. Hasil dari observasi langsung dan wawancara dengan pelaku UMKM keripik pelepas pisang (GECAU) tersebut, ditemui beberapa permasalahan dan kendala yang dialami

Saran terhadap pelaku UMKM di Desa Tirtasari agar lebih mengoptimalkan penggunaan media sosial dan e-commerce sebagai sarana pendukung pemasaran digital agar usahanya mampu bertahan bahkan lebih berkembang di era digitalisasi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Rehatalanit. (2021). *Peran e-commerce dalam pengembangan bisnis*. Jurnal Teknologi Industri.5.
- Soleha, A. R. (2020). *Kondisi UMKM Masa Pandemi Covid-19 Pada Pertumbuhan Ekonomi Krisis Serta Program Pemulihan Ekonomi Nasional*. Jurnal Ekombis, 6(2), 165-178.
- Zulfikar, Akhmad M, Moch. Adib F. 2020. *Marketing Digital bagi Pelaku UMKM Desa Gondangmanis*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Ekonomi. Jombang.