



SOSIALISASI UMKM TENTANG PENTINGNYA DIGITALISASI MARKETING (PEMASARAN) PADA PLATFROM DIGITAL

Ery Teguh Prasetyo¹, Bukhori Al Fizikri², Evi Yunita³, Hidayah Putra Mustafa⁴, Nawfa Ayu Nazira⁵, Nurul Syah Nasyid Firdauzi⁶, Rini Nurmila Sari⁷, Shandra Dewi⁸, Siti Habibah⁹, Theresia¹⁰, Zulfah Yuliani¹¹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Article Information

Article history:

Received : June 25 2024

Approved : July 01 2024

Keywords: Sosialisasi, Digitalisasi, Platfrom Digital

ABSTRACT

Margahayu Village, as the location for KKN Group 2 activities at Bhayangkara University, Greater Jakarta, has various potential for MSMEs. However, the development of MSMEs in this village is hampered by a lack of understanding among business actors regarding product marketing via digital platforms. External support is needed to increase the community's desire and ability to manage MSMEs. Based on this phenomenon, the community service group decided to carry out outreach after field observations and intensive discussions with the community and local figures, including MSME actors in Margahayu Village. The aim is to increase people's ability to use digital platforms. This outreach activity has proven to be an effective solution for increasing public knowledge and interest in product marketing. This socialization and service program produces people who better understand the importance of digitizing marketing through digital platforms, and has even succeeded in encouraging them to create online shops in the marketplace and market products with appropriate descriptions, content and marketing techniques.

ABSTRAK

Desa Margahayu, sebagai lokasi kegiatan KKN Kelompok 2 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, memiliki berbagai potensi UMKM. Namun, perkembangan UMKM di desa ini terhambat oleh kurangnya pemahaman para pelaku usaha mengenai pemasaran produk melalui platform digital. Diperlukan dukungan eksternal untuk meningkatkan keinginan dan kemampuan masyarakat dalam mengelola UMKM. Berdasarkan fenomena tersebut, kelompok

pengabdian masyarakat memutuskan untuk melakukan sosialisasi setelah observasi lapangan dan diskusi intensif dengan masyarakat serta tokoh-tokoh setempat, termasuk pelaku UMKM di Desa Margahayu. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam menggunakan platform digital. Kegiatan sosialisasi ini terbukti sebagai solusi efektif untuk meningkatkan pengetahuan dan minat masyarakat dalam pemasaran produk. Program sosialisasi dan pengabdian ini menghasilkan masyarakat yang lebih memahami pentingnya digitalisasi pemasaran melalui platform digital, bahkan berhasil mendorong mereka untuk membuat toko online di marketplace serta memasarkan produk dengan deskripsi, konten, dan teknik pemasaran yang tepat..

© 2024 EJOIN

*Corresponding author email: ery.teguh@ubharajaya.ac.id

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang penting dalam kemajuan ekonomi di tingkat desa (Kemenkeu, 2020). Di Indonesia, UMKM berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dengan menyerap sekitar 97% dari seluruh angkatan kerja yang tersedia (Kominfo, 2022). Selain itu, UMKM di desa juga menunjukkan potensi positif untuk memperbaiki ekonomi di masa depan (Agustriyana et al., 2021). Dalam konteks ini, Desa Margahayu memperlihatkan Desa ini memiliki beragam potensi UMKM, namun masih menghadapi tantangan besar dalam pemasaran produk. Salah satu desa di Jalan Dewi Sartika ini memiliki potensi besar dengan adanya Pabrik Tempe, Pabrik Tahu, Pabrik Cilok, serta banyak UMKM Nasi Goreng. Potensi ini tentu bisa dikembangkan lebih lanjut untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menghadapi beberapa kendala dalam memanfaatkan platform media sosial secara maksimal untuk memasarkan produk mereka (Hanim et al., 2022a). Kendala-kendala tersebut meliputi keterbatasan akses dan pemahaman terhadap teknologi digital (Suhaeli et al., 2024). Menurut laporan Solopos.com, 40% UMKM memiliki akses terbatas terhadap teknologi, 30% kurang memahami manfaat digitalisasi pemasaran, dan 30% memiliki sumber daya yang terbatas (TNP2PK & LDFEB-UI, 2021). Di Desa Margahayu, banyak perwakilan UMKM sepenuhnya menggunakan platform media sosial untuk pemasaran produk mereka, namun keterbatasan akses dan pemahaman terhadap teknologi digital tetap menjadi hambatan utama dalam memperluas jangkauan pasar. Ketidakmampuan sebagian pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai alat pemasaran membatasi potensi pertumbuhan bisnis mereka. Beberapa kendala yang mungkin timbul dalam penggunaan media sosial untuk pemasaran meliputi risiko penyebaran informasi palsu, polarisasi opini, dan ancaman terhadap privasi (Ekawarti & Enderwati, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan peran platform digital sebagai media pemasaran produk UMKM di Desa Margahayu, dengan menyediakan solusi yang sesuai dan relevan dengan kebutuhan lokal. Langkah-langkah yang direncanakan melibatkan strategi untuk meningkatkan literasi pemasaran digital di kalangan pelaku UMKM dan menyediakan panduan praktis untuk memanfaatkan platform digital secara lebih efektif. Penelitian ini difokuskan pada peningkatan literasi digital di Desa Margahayu, mencakup penyebaran informasi tentang manfaat dan cara optimal

menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran. Pelatihan juga menjadi bagian dari strategi ini untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pelaku UMKM mengenai potensi dan tata cara yang tepat dalam beroperasi di dunia digital.

Dengan menyediakan panduan yang mudah dipahami dan dapat diterapkan, diharapkan para pelaku UMKM akan lebih percaya diri dan efisien dalam memanfaatkan platform digital untuk pemasaran produk mereka. Tujuan yang lebih luas dari kegiatan ini adalah memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan daya saing produk lokal di pasar digital. Dengan akses dan pemahaman yang lebih baik tentang strategi pemasaran digital, diharapkan pelaku UMKM di Desa Margahayu, terutama di Jalan Dewi Sartika, dapat bersaing lebih baik di pasar yang semakin modern.

Dengan pendekatan ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi yang relevan dan terukur, yang tidak hanya meningkatkan kehadiran produk lokal di platform digital tetapi juga meningkatkan keterampilan dan kapabilitas pelaku UMKM. Peningkatan ini diharapkan memberikan dampak positif dan signifikan pada perkembangan ekonomi di tingkat desa, memperkuat posisi Desa Margahayu dalam peta ekonomi digital, dan mendukung pertumbuhan berkelanjutan di komunitas tersebut.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan tambahan kemahasiswaan KKN di Desa Margahayu bertujuan untuk melibatkan berbagai kalangan, baik anak-anak, remaja, maupun lansia. Metodologi pelaksanaannya dimulai dengan survei lapangan di sekitar desa Margahayu dan melibatkan masyarakat untuk mengidentifikasi potensi desa.

Usai survei, dilakukan rapat evaluasi untuk menilai potensi desa dan permasalahan yang ada serta mencari solusinya. Rencana kegiatan tambahan di lokasi KKN akan dikembangkan berdasarkan prioritas. Mahasiswa KKN dibagi menjadi beberapa kelompok yang masing-masing mempunyai peranan untuk melaksanakan rencana kegiatan yang telah disusun. Pembagian kelompok kerja dimaksudkan agar seluruh rencana kegiatan dapat terlaksana di lokasi KKN dalam waktu 30 hari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan KKN melalui pemberdayaan masyarakat sangat penting dan membutuhkan persiapan serta pembekalan yang matang dari panitia dan pengawas. Tujuannya adalah untuk mempermudah mahasiswa dalam memahami teknis pelaksanaan di lapangan. Pelatihan KKN ini berlangsung selama satu bulan dan wajib diikuti oleh semua peserta. Materi pembekalan mencakup Sosialisasi Pemanfaatan Pemasaran Digital, Pemanfaatan Limbah Minyak Jelantah menjadi Lilin Aroma Terapi, Mengajar Ngaji, Daur Ulang Sampah Galon menjadi Tempat Sampah, serta Melatih Kreativitas Anak dengan Media Melukis pada Tas.

Setelah peserta KKN tiba di lokasi, mereka melakukan identifikasi dan pendataan potensi desa serta masalah yang dihadapi masyarakat setempat. Kemudian, diadakan pertemuan untuk membahas jenis program kerja yang akan dilaksanakan selama KKN. Program kerja yang telah disepakati kemudian disosialisasikan di tingkat kecamatan atau desa. Pada saat sosialisasi, materi yang disampaikan mencakup rincian pelaksanaan program, jenis kegiatan, dan target dari setiap program. Respon masyarakat terhadap program KKN sangat positif. Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) bertujuan utama melaksanakan salah satu fungsi pokok pendidikan tinggi, yaitu pengabdian kepada masyarakat. Melalui KKN, perguruan tinggi juga berusaha membangun citra positif dengan membantu membangun dan meningkatkan kesejahteraan desa dan masyarakat

melalui berbagai program yang dilaksanakan mahasiswa. Program tersebut adalah sebagai berikut:

1. Sosialisasi pemanfaatan pemasaran digital terhadap UMKM di Desa Margahayu



Gambar 1. Sosialisasi Pemasaran Digital

Dalam program pertama KKN kami, kami melakukan sosialisasi tentang pemanfaatan pemasaran digital untuk meningkatkan pendapatan UMKM di Desa Margahayu dengan melibatkan pelaku bisnis dalam mempelajari dan menguasai teknologi informasi terbaru. Tujuan sosialisasi ini adalah untuk meningkatkan kesadaran dan kemampuan pelaku UMKM dalam menggunakan media sosial dan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk. Dalam kegiatan sosialisasi, para pelaku UMKM diajarkan bagaimana memanfaatkan media sosial seperti ShopeeFood untuk mempromosikan produk dan meningkatkan pemahaman tentang manfaat pemasaran digital. Selain itu, mereka juga dibantu untuk membuat QRIS agar mempermudah proses pembayaran. Hasil sosialisasi menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai menyadari pentingnya pemasaran digital dan tertarik untuk memanfaatkan teknologi informasi guna meningkatkan usaha mereka.

2. Daur Ulang Sampah Galon menjadi Tempat Sampah



Gambar 2. Pembuatan Galon Bekas menjadi Tempat Sampah

Sampah merupakan masalah yang dihadapi hampir seluruh negara di dunia, baik negara berkembang maupun negara maju. Salah satu kecamatan di Margahayu tidak memiliki Tempat Pembuangan Akhir (TPA), sehingga sampah-sampah diangkut oleh truk khusus dan dibuang atau ditumpuk di tempat yang disediakan tanpa pengolahan lebih lanjut. Akibatnya, timbunan sampah terus bertambah dan membentuk bukit sampah yang mengganggu penduduk sekitar dengan bau tak sedap dan risiko penyebaran penyakit oleh lalat.

Di Kecamatan Margahayu, sampah plastik dan dedaunan mudah ditemukan karena merupakan pusat pembuangan sampah. Kegiatan daur ulang

limbah plastik, seperti galon air, dianggap memberikan dampak positif bagi ekonomi dan meningkatkan kreativitas. Mahasiswa KKN Universitas Bhayangkara Jakarta Raya di Kecamatan Margahayu memanfaatkan sampah plastik galon air untuk daur ulang sebagai solusi efektif terhadap masalah timbunan limbah plastik, dengan harapan memberikan dampak positif bagi masyarakat setempat.

Solusi ini tidak hanya memberikan dampak positif secara ekonomi tetapi juga meningkatkan kreativitas dalam menangani masalah sampah.

3. Mengajar Mengaji Anak



Gambar. 4 Mengajar Mengaji Anak

Salah satu program kegiatan mahasiswa KKN adalah mengajar dan mendampingi anak-anak desa Margahayu dalam kegiatan mengaji. Kegiatan ini dilaksanakan di Masjid Jami Al-Hidayah di desa Margahayu, dimulai sejak tanggal 6 Juni 2024. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan semangat anak-anak di sekitar desa Margahayu dalam mempelajari pendidikan agama Islam.

4. Melatih Kreativitas Anak dengan Melukis di Media Tas Kanvas



Gambar 5. Kreativitas Anak

Melalui kegiatan melukis, anak-anak akan mengalami peningkatan keterampilan melukis dengan menggunakan warna secara lebih kreatif dan menerapkan teknik yang telah dipelajari. Mereka juga menunjukkan minat dan antusiasme yang lebih besar terhadap seni serta lebih percaya diri terhadap karya seninya. Kegiatan ini merangsang imajinasi dan kreativitas anak sehingga mereka dapat mengekspresikan idenya dengan leluasa dan merasa nyaman dalam proses menggambar. Anak-anak dengan antusias memilih warna dan menerapkannya pada gambar mereka. Mereka menunjukkan kegembiraan dan semangat dalam menciptakan karya seni.

Keberhasilan menciptakan lingkungan yang mendorong kreativitas tampaknya menjadi faktor penting dalam memotivasi anak. Melalui kegiatan melukis, anak tidak hanya mengembangkan kemampuan kreatifnya, tetapi juga merasakan pengalaman belajar yang menyenangkan dan mengasyikkan yang dapat menjadi landasan positif bagi pertumbuhannya di masa depan.

KESIMPULAN

Dasar dari kegiatan Kuliah Kerja Nyata yang kami lakukan di Desa Margahayu, Kota Bekasi Timur adalah mengenai potensi dan tantangan UMKM di desa tersebut. Desa Margahayu memiliki berbagai potensi UMKM yang belum dimanfaatkan secara optimal dalam pemasaran digital. Kendala utamanya adalah kurangnya akses dan pemahaman terhadap teknologi digital serta keterbatasan sumber daya.

Hasil dari sosialisasi tersebut adalah bahwa program ini berhasil meningkatkan kesadaran dan keterampilan pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi informasi. Banyak pelaku UMKM yang mulai memanfaatkan pemasaran digital dan menunjukkan minat yang tinggi dalam menerapkan teknik-teknik digital marketing. Dampaknya sangat positif dengan meningkatkan literasi digital marketing di kalangan UMKM, yang diinginkan agar meningkatkan daya saing produk lokal di pasar digital., memberikan kontribusi signifikan terhadap perkembangan ekonomi desa, serta mendukung pertumbuhan berkelanjutan komunitas Desa Margahayu.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustriyana, D., Ramadhan, N., Oktavien, S., & Sofyandi, R. H. (2021). Bertahan Usaha Pada Umkm Di Tengah Pandemic Covid-19. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 3(2). <https://doi.org/10.32493/j.pdl.v3i2.8787>
- Ahmad, S. (2023). Transaksi Digital Dengan Pemanfaatan Qris Sebagai Alat Pembayaran Pada Umkm Desa Kutawargi. *Abdimas Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(1), 2983-2990.
- Aulia, F. B., Pungkasto, C., Fitriani, Y., Asih, E. W., Mukholifah, U., Prasetyo, R. B., ... & Fidada, Y. A. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pemanfaatan Sampah Organik Dan Anorganik Di Dusun Kedungpring, Giripeni, Kulon Progo, Yogyakarta. *J-MAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(5), 599-608.
- Azzahra, L. Z., Utomo, S. A., Resandy, V. A., & Lukitasari, E. H. (2023). Pengembangan Kreativitas Anak Tk Melalui Teknik Mewarnai Sejak Dini Dan Pengenalan Ikon Sederhana Pada Anak Pra-Remaja. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Indonesia (JPKMI)*, 3(3), 56-65.
- Ekawarti, Y., & Endarwati, E. T. (2022). Interpretasi Ekosistem Ekonomi Digital Bagi Pelaku Usaha Mikro Perempuan. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 1123-1136. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2730>
- Hanim, L., Soponyono, E., & Maryanto, M. (2022a). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 30-39. <https://doi.org/10.24967/psn.v2i1.1452>
- ILAHAMZAH, MR, PRATAMA, WW, & ATVIONO, NR (2024). EFISIENSI PRODUKSI TEMPAT SAMPAH PLASTIK DARI GALON. *Prosiding Patriot yang Melayani*, 3 (01), 1249-1253.
- Kemenkeu, D. (2020). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/>.

- <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>
- Kominfo. (2022). Pemerintah Dorong Pelaku UMKM Kembangkan Bisnis. Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/47720/pemerintah-dorong-perempuan-pelaku-umkm-kembangkan-bisnis/0/berita>
- Muniarty, P., Wulandari, W., Pratiwi, A., & Rimawan, M. (2022). Pengabdian Kepada Masyarakat Melalui Kuliah Kerja Nyata Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima. *JE (Journal of Empowerment)*, 2(2), 172-182.
- Sam, Z., & Syaripudin, A. (2022). Khidmat Mahasiswi KKN STIBA Makassar Melalui Kegiatan Keagamaan Pada Masyarakat Kelurahan Biring Romang Kecamatan Manggala Kota Makassar. *WAHATUL MUJTAMA': Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 201-213.
- Suhaeli, E., Nasution, N. A., Januarika, J., Setyaningsih, R., & Rudi, R. (2024). Strategi Digitalisasi Untuk Kemandirian Umkm Dan Pemberdayaan Wanita: Pengabdian Masyarakat Di Kecamatan Kebon Pedas, Sukabumi. *Blantika: Multidisciplinary Journal*, 2(3), 323–329. <https://doi.org/10.57096/blantika.v2i3.112>