

PENGEMBANGAN UMKM MELALUI PENINGKATAN PENGETAHUAN MASYARAKAT TERHADAP PROSES DIGITAL MARKETING

Dendi Yogaswara¹, Ayu Aliyah Asidqi², Zhilan Muhammad Faza³, Yusup Muhamad⁴, Mala Hasanatul Amanah⁵, Ade Saep Sulaeman⁶, Soleh⁷, Naufal Azhar Syauqi⁸, Siti Luthfiah Khoirotunnisa⁹, Muhamad Ridwan Rahman¹⁰, Muhamad Aripin¹¹, Rif'at Maulana¹², Silvia Bunga¹³, Hazna Tiara Kamila¹⁴, Muhamad Alwi¹⁵, Denny Firmasah¹⁶, Ferdinand Al Khautsar¹⁷, M Ripki Fauzi¹⁸, Fauza Rohman¹⁹, Siti Rahmah Alawiyah²⁰
¹⁻²⁰ Institut Teknologi Garut, Garut, Indonesia
Email: dendi.yogaswara@itg.ac.id

Abstrak. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat desa masih banyak yang belum mengenal dunia digital marketing. Seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi digital, Masyarakat Desa diharapkan mampu menerapkan dan memanfaatkan platform yang tentunya memiliki fungsi yang sangat hebat dan dapat membantu mengembangkan dan meningkatkan bisnis dan UMKM, serta mendapatkan jangkauan yang lebih luas yang tak terbatas. Digital marketing adalah strategi pemasaran yang melibatkan promosi produk atau layanan menggunakan teknologi digital yang tentunya memiliki jangkauan tak terbatas sehingga menjadikan peluang bisnis menjadi semakin maju. Berdasarkan permasalahan tersebut tujuan dari kegiatan Kuliah Kerja ini yaitu memaparkan dan memperkenalkan digital marketing untuk membantu kemajuan UMKM yang ada di Desa Panembong, sehingga masyarakat desa mampu menjalankan dan mengembangkan bisnisnya dengan efektif dan efisien. Dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai alat promosi produk atau layanan bisnis tentunya akan menjangkau audiens yang lebih banyak karena mampu berinteraksi dengan pelanggan secara real time serta lebih efektif dan efisien. Seiring berkembangnya era digital, Teknik digital marketing tentunya akan menjadi semakin penting dan bermanfaat bagi pembisnis yang ingin tetap kompetitif di dunia marketing.

Kata kunci: UMKM, Pemasaran, Digital, UMKM Digital.

PENDAHULUAN

KKN atau Kuliah Kerja Nyata Adalah salah program dari perguruan tinggi yang di jalankan oleh mahasiswa. Perguruan tinggi memiliki dasar berupa Tri Dharma Perguruan Tinggi sebagai suatu pedoman mengenai kewajiban yang harus di lakukan oleh para akademisi. Salah satu kegiatan dasar tersebut adalah kegiatan KKN yang di lakukan oleh Perguruan Tinggi, dimana mahasiswa diberikan tanggung jawab dan kewajiban untuk menyelesaikan suatu permasalahan di wilayah tertentu. (Nadhifah Dyah Kumala – 2 Agustus 2023)

Desa Panembong merupakan pemekaran dari Desa Sukamanah pada tanggal 16 Juni 1980, dimana Desa Sukamanah dimekarkan menjadi 5 desa yaitu Desa Panembong, Desa Sukarame, Desa Hegarmanah, Desa Salakuray dan Desa Sirnagalih. Desa Panembong terdiri dari pegunungan dan persawahan dimana sebagian besar wilayah merupakan desa sekitar hutan dengan curah hujan 3.900 mm/ tahun = 10,9 mm/ hari, dengan luas wilayah 539,807 Ha. Desa Panembong Terdiri dari 2031 Kepala Keluarga dengan total jiwa 6948.

Digital marketing adalah strategi pemasaran yang melibatkan promosi produk atau layanan menggunakan teknologi digital. Jenis pemasaran ini menjadi semakin populer dalam beberapa tahun terakhir karena maraknya internet dan media sosial. Dengan menggunakan teknologi digital untuk mempromosikan produk atau layanan, bisnis dapat menjangkau audiens yang lebih besar, berinteraksi dengan pelanggan secara real-time, dan melakukannya dengan cara yang hemat biaya. Seiring dengan perkembangan teknologi, digital marketing akan menjadi

semakin penting bagi bisnis yang ingin tetap kompetitif di era digital saat ini. (Fathia Firlyana - 13 May 2023).

Desa panembong adalah salah satu desa yang memiliki banyak potensi UMKM baik di bidang pertanian, industri makanan, dan industri pakaian terutama rajut. Hal ini tentunya akan sangat penting bagi masyarakat desa panembong untuk mengenal dan menerapkan Digital Marketing karena seiring berkembangnya teknologi yang begitu pesat, aktivitas dalam pemasaran melalui digital akan semakin pesat, karena digital marketing dianggap sebagai suatu strategi pemasaran yang krusial bagi bisnis (Marita Ningtyas 18 September 2020).

Berdasarkan identifikasi masalah yang terdapat di desa panembong serta adanya potensi UMKM yang cukup bagus maka salah satu program kerja Kuliah Kerja Nyata ini bertujuan membantu masyarakat dengan cara memperkenalkan dunia digital dalam mengelola kegiatan masyarakat menjadi lebih efektif dan efisien serta mampu bersaing secara global dengan mengenal dan menerapkan beberapa platform digital yang dapat membantu para pembisnis.

II. METODE

Metodologi penulisan ini menggunakan pendekatan relawan IT yang terintegrasi (Cahyana 2018) dengan tahapan yaitu

1. Dukungan dan perencanaan supervisor;
2. Kegiatan masukan untuk penerapan metode pemasaran;
3. Proses penyelesaian masalah melalui fasilitas pengabdian kepada masyarakat, meliputi pelatihan dengan pemberian materi, pembuatan konten, pendataan, dan dokumentasi video;
4. Operasi produksi, hasil yang diperoleh dari tahapan input dan proses, dapat dicermati dalam pengetahuan masyarakat terhadap peningkatan produksi dan pemasaran.



Gambar 1. Work breakdown structure program kerja

Saat menerapkan program, gunakan penerapan *offline*. Jenis kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Sosialisasikan program kerja kepada aparat desa, pimpinan RW, masyarakat dan UMKM;
2. Pelatihan peningkatan pengetahuan sistem pemasaran melalui *workshop* pemasaran digital;
3. Membuat logo produk UMKM;

III HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Aktivitas

Dalam melaksanakan kegiatan ini dibagi menjadi 3 tahapan kegiatan, yaitu:

1. Sosialisasi program

Saat melaksanakan program penyadaran, jelaskan program tersebut dan kemudian carilah masukan dan umpan balik dari masyarakat untuk menyelesaikan program tersebut. Selain itu,

melakukan survei terhadap kualitas pengetahuan masyarakat tentang sistem produksi dan pemasaran serta meminta beberapa pemangku kepentingan UMKM untuk berkontribusi dalam program tersebut. Selain itu, kami juga melakukan pendekatan kepada para perajin rajut dan rajut sebagai UMKM untuk menjadi mitra.



Gambar 2. Sosialisasi Program UMKM

2. Pelatihan

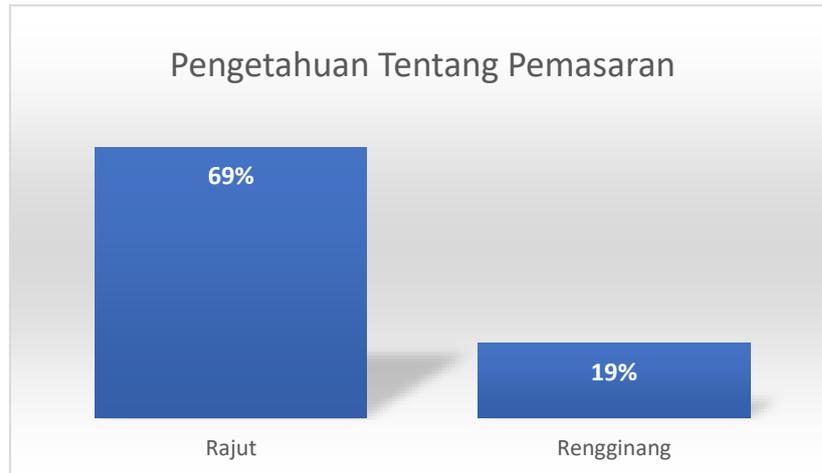
Pelatihan dilakukan dengan menyelenggarakan workshop PEMASARAN DIGITAL melalui metode pemasaran *online* dengan melibatkan perangkat desa, pemangku kepentingan UMKM dan masyarakat umum.



Gambar 3. Pelatihan Pemasaran UMKM

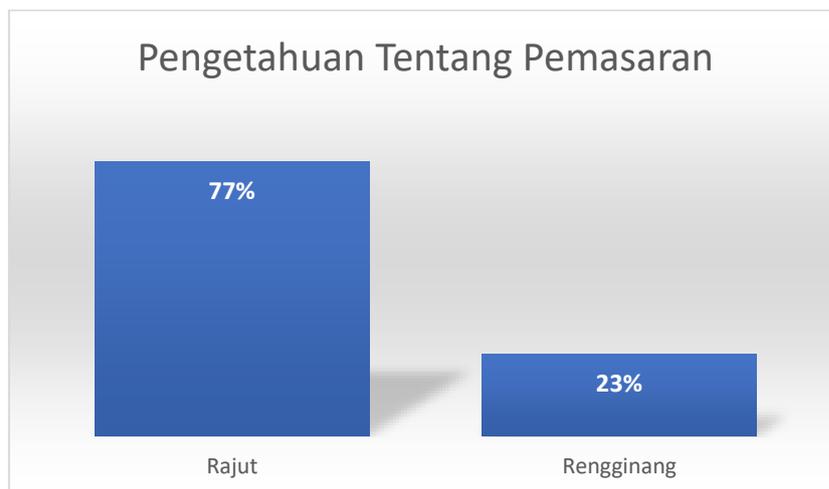
3. Evaluasi

Pada tahapan evaluasi, dilakukan survey tingkat pengetahuan kepada pelaku UMKM di Desa Panembong.



Gambar 4. Hasil Survey Tingkat Pengetahuan

Dari hasil survey terlihat masih kurangnya pengetahuan tentang pemasaran UMKM.



Gambar 5. Hasil Survey Tingkat Pengetahuan

Setelah dilakukan pelatihan, hasil penilaian kapasitas mengalami peningkatan, berikut uraian hasil penilaiannya

59% UMKM di Knit Papandak mengetahui tentang pemasaran

38% UMKM di Rengginang memiliki pengetahuan pemasaran

B. Pemecahan Masalah

Dengan dilaksanakannya program pelatihan melalui workshop digital *marketing* pengembangan UMKM melalui pemasaran online, telah dicapai beberapa hasil, yaitu:

- Meningkatkan pengetahuan pemangku UMKM dalam mengelola strategi pemasaran;
- Pelaku UMKM lebih memperhatikan pentingnya periklanan untuk meningkatkan pemasarannya;
- Memperkenalkan media digital untuk pemasaran produk;
- Perubahan logo UMKM Rengginang;



Gambar 6. Penyerahan Logo UMKM

1. Keberlanjutan program

Di antara luaran program pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan pemasaran, pemangku kepentingan UMKM Rengginang akan melakukan beberapa kegiatan:

- a) Tim KKN memperkenalkan media digital untuk pemasaran produk;
- b) Pelaku UMKM yang telah menyelesaikan pelatihan akan memberikan ilmu kepada pelaku UMKM yang belum mengikuti pelatihan.

2. Ikuti kursusnya

Dalam melaksanakan program ini, kami melaksanakan beberapa pelaksanaan kursus, yaitu:

- a) Desain dan pengembangan produk (KPS)
- b) HPP (biaya produksi)

Indeks keberhasilan program

Indikator keberhasilan program kami disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Indeks keberhasilan program

No	Indikator	Sasaran awal	Realisasi	Persentase
1	Cakupan Wilayah	2 Dusun	2	100%
2	UMKM Sasaran	2 UMKM	2	100%
3	Materi yang disampaikan	2 Materi	2	100%
4	Pengenalan Media Digital	4 Media	1	100%
5	Pembuatan Logo Produk	1 Logo	1	100%
6	Pemberian Logo Produk UMKM	1 Buah	1	100%

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Implementasi program pelatihan pengembangan UMKM melalui peningkatan pengetahuan proses produksi dan pemasaran di Desa Panembong telah diluncurkan. Hal ini didukung dengan peran serta para pemangku kepentingan UMKM yang dapat diajak bekerja sama menyukseskan program ini. Para pemangku kepentingan UMKM dan masyarakat menilai pelaksanaan program ini sangat bermanfaat karena para pemangku kepentingan UMKM dapat meningkatkan pengetahuannya.

Mengingat segala keterbatasan waktu dan memberi masukan mengenai literasi digital terkait metode pemasaran UMKM. Oleh karena itu, kegiatan serupa atau unggul harus diikuti. Sehingga hal ini bisa memberikan dampak yang lebih nyata terhadap pemasaran UMKM.

Dengan adanya pemaparan dan pengenalan Literasi Digital Marketing tentunya masyarakat tidak akan asing lagi dengan dunia digital terutama di dunia bisnis digital, sehingga masyarakat mampu bersaing dengan memanfaatkan teknologi digital.

B. Saran

Setelah memperoleh ilmu tentang digital marketing, ada beberapa saran yang dapat membantu UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dalam menerapkan pengetahuan tersebut:

1. **Buatlah Situs Web yang Responsif:**
Pastikan UMKM memiliki situs web yang responsif dan mudah dinavigasi. Situs *web* adalah salah satu aspek penting dalam pemasaran digital, dan pengalaman pengguna yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan.
2. **Optimalkan SEO:**
Pelajari teknik-teknik dasar optimasi mesin pencari (SEO) untuk meningkatkan visibilitas situs web di hasil pencarian. Pengoptimalan SEO yang baik dapat membantu UMKM muncul lebih tinggi dalam hasil pencarian, meningkatkan kemungkinan pelanggan menemukan bisnis Anda secara online.
3. **Manfaatkan Media Sosial:**
Gunakan platform media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, dan *LinkedIn* untuk mempromosikan produk atau layanan. Posting secara teratur, berinteraksi dengan pelanggan, dan menggunakan iklan berbayar dapat membantu memperluas jangkauan dan meningkatkan kehadiran *online*.
4. **Email Marketing:**
Mulailah kampanye email marketing untuk berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan. Kirimkan *newsletter* reguler, tawarkan promo khusus, dan gunakan strategi email untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan.
5. **Gunakan Google My Business:**
Daftarkan bisnis di *Google My Business* untuk meningkatkan visibilitas lokal. Ini membantu pelanggan potensial menemukan informasi bisnis, termasuk alamat, nomor telepon, dan ulasan.
6. **Pertimbangkan Iklan Online:**
Gunakan iklan online seperti *Google Ads* atau *Facebook Ads* untuk meningkatkan visibilitas dan menargetkan audiens tertentu. Periksa kinerja iklan secara teratur dan sesuaikan strategi berdasarkan data yang diperoleh.
7. **Pantau dan Analisis Kinerja:**
Gunakan alat analisis web seperti *Google Analytics* untuk memahami perilaku pengunjung situs web. Analisis data dapat membantu Anda memahami tren, memperbaiki kelemahan, dan meningkatkan strategi pemasaran digital Anda.
8. **Pelajari Terus Menerus:**
Dunia digital terus berkembang. Selalu perbarui pengetahuan Anda tentang tren terkini dalam digital marketing, ikuti webinar, dan terlibat dalam komunitas online. Ini penting untuk tetap relevan dan efektif dalam strategi pemasaran.
9. **Dorong Ulasan Pelanggan:**
Minta pelanggan untuk memberikan ulasan positif di platform online. Ulasan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memotivasi orang lain untuk mencoba produk atau layanan Anda.
10. **Kolaborasi dan Jaringan:**
Terlibat dalam kolaborasi dengan pemilik bisnis lain atau influencer yang relevan. Jaringan dapat membantu meningkatkan visibilitas dan membuka peluang kerjasama yang bermanfaat.

Dengan menerapkan saran-saran ini, UMKM dapat memaksimalkan potensi pemasaran digital mereka dan membangun kehadiran yang kuat di ranah online.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Kepala Desa Panembong dan Institut Teknologi Garut yang telah memfasilitasi dan mendukung kegiatan pengabdian masyarakat ini serta kepada para pemangku kepentingan UMKM, RT/RW dan Masyarakat Desa Panembong atas kerjasama yang baik dalam program ini.

DAFTAR PUSTAKA

- 2020, A. F. (2023). *DAMPAK COVID - 19 TERHADAP UMKM*.
- 2020, M. N. (2023, november 16). *pentingnya digital marketing*.
- 2023, N. D.-2. (2023, november 16). *digital marketing*. Retrieved from dailysocial.
- Firlyana, F. (2023, november 16). *pemasaran digital*.
- panembong, d. (2023, november 16). *profil desa panembong kecamatan bayongbong kabupaten garut*.
- Sari, B. R. (2020). Pengelolaan Keuangan Desa Ditinjau Dari Undang-Undang Desa Menuju Masyarakat Yang Mandiri. *Lex Renaissance*, 488-507.