

Optimalisasi Pemasaran Digital Bagi Pelaku UMKM Di Desa Ciomas Kecamatan Ciawigebang Kabupaten Kuningan

Lili Karmela Fitriani^{1*}, Dikdik Harjadi², Dede Djuniardi³, Aini Nursyafaah

^{1,2,3,4}, Prodi Manajemen Sekolah Pascasarjana Universitas Kuningan

*email korespondensi : lili@uniku.ac.id

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises in Kuningan Regency after the Covid 19 pandemic are tried to rise and develop products that are well known to the public, is the case with SMEs in Ciomas Village. The problem that arose after Covid 19 was that SMEs business experienced a decline in marketing their products which had an impact on reducing their income level. Currently, the development of digital technology is something that familiar and an important requirement in marketing products. Marketing with digital media can provide benefits to increased market area, number of consumers, The activities to provide training in the use of social media in marketing their products, so that SMEs can expand the market, increased the number of consumers and the impact is increasing the economic level. The participants of this training were 32 SMEs in Ciomas Village, Ciawigebang District, Kuningan Regency.

Keywords: digital marketing, digital teknologi, Marketing, SMEs

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Kuningan pasca pandemic Covid 19 berupaya untuk bangkit dan mengembangkan produk produk yang sudah dikenal masyarakat, demikian halnya dengan UMKM yang ada di Desa Ciomas. Permasalahan timbul pasca covid 19 adalah pelaku usaha mengalami penurunan dalam memasarkan produknya yang berdampak pada berkurangnya tingkat pendapatan mereka. Saat ini perkembangan teknologi digital menjadi sesuatu hal yang tidak asing lagi dan menjadi kebutuhan yang cukup penting dalam memasarkan produk. Pemasaran dengan media digital dapat memberikan manfaat untuk meningkatkan luas pasar, jumlah konsumen. Kegiatan yang dilakukan adalah memberi pelatihan dalam pemanfaatan media social dalam memasarkan produknya, sehingga pelaku umkm dapat memperluas pasar, meningkatkan jumlah konsumen dan dampaknya meningkatkan taraf ekonomi. Peserta pelatihan ini sebanyak 32 orang pelaku UMKM di Desa Ciomas Kecamatan Ciawigebang, Kabupaten Kuningan.

Kata Kunci: pemasaran digital, teknologi digital, pemasaran, UMKM

Accepted: 2023-03-02

Published: 2023-07-13

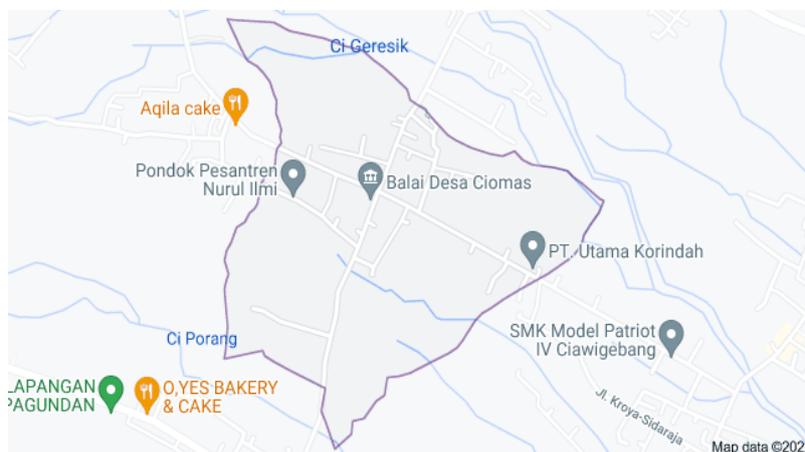
PENDAHULUAN

Kabupaten Kuningan merupakan kabupaten yang memiliki banyak potensi sumber daya alam. Penduduk Kuningan pada tahun 2020 mencapai 1,3 juta jiwa (BPS Kuningan, 2020). Terdapat 32 kecamatan di kabupaten Kuningan, salah satunya adalah kecamatan Ciawigebang. Desa Ciomas merupakan salah satu desa di Kecamatan Ciawigebang yang masyarakatnya aktif dalam kegiatan ekonomi. Berbagai jenis usaha dilakukan mulai dari kegiatan konveksi sampai dengan kegiatan perdagangan.

Desa Ciomas termasuk dalam wilayah Kecamatan Ciawigebang Kabupaten Kuningan. Letak geografis Desa Ciomas berada di ketinggian 230 mdpl, dengan suhu rata-rata 23°C, curah hujan 2.500mm per tahun. Desa Ciomas berada di Kecamatan Ciawigebang, Kabupaten Kuningan, Provinsi Jawa Barat. Desa Ciomas di sebelah utara berbatasan dengan Desa Dukuhdalem Kec. Ciawigebang. Di sebelah selatan berbatasan dengan Desa Pagundan, Kec. Lebakwangi. Di sebelah timur berbatasan dengan Desa Sidaraja, Kec. Ciawigebang. Dan di sebelah barat berbatasan dengan Desa Cijagamulya, Kec. Ciawigebang. Bentang lahan Desa Ciomas berupa daratan seluas 23Ha, dan perbukitan/pegunungan seluas 127,5 Ha.

Penduduk Desa Ciomas berjumlah 3.580 jiwa, dengan jumlah kepala keluarga 1.083 KK, penduduk laki-laki berjumlah 1.879 orang, dan penduduk perempuan berjumlah 1.701 orang. Mata

pencaharian penduduk Desa Ciomas terbagi kedalam beberapa sektor, diantaranya sektor pertanian peternakan, pertanian, perikanan, dan industry berupa umkm untuk berbagai jenis produk seperti



Gambar 1. Peta Desa Ciomas, Kecamatan Ciawigebang, Kabupaten Kuningan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan sektor usaha yang banyak tumbuh dan menjadi penopang ekonomi pada level masyarakat bawah. Usaha usaha yang dibangun kebanyakan merupakan sektor usaha informasi. Berbagai produk dihasilkan dan diperdagangkan untuk memutar roda perekonomian.

Pandemi Covid 19 memberikan dampak yang besar kepada sektor UMKM. Banyak pelaku usaha yang berguguran dan tidak mampu untuk memproduksi. Pasca pandemic sedikit demi sedikit pelaku umkm mulai bangkit kembali. Seiring dengan perkembangan teknologi digital saat ini pelaku UMKM mulai menyadari pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam memasarkan produknya.

Usaha kecil dan menengah (UKM) salah satu cara dalam meningkatkan kinerja bisnisnya adalah dengan memperkuat strategi transformasi digital mereka dengan nilai-nilai baru di bidang teknologi digital yang kreatif dan proses bisnis yang lebih baik seiring perkembangan ekonomi digital yang terus berubah. Kompetensi transformasi digital UMKM mempengaruhi pengembangan platform (Hachimi et al., 2021).

Permasalahan yang ada adalah masih banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan teknologi dalam melakukan pemasaran produknya. Masih banyak pelaku UMKM yang memasarkan produknya secara tradisional padahal pola perilaku konsumen (masyarakat) sudah mulai bergeser dengan pola belanja dengan menggunakan teknologi digital seperti media sosial. Masih banyaknya pelaku UMKM yang belum memanfaatkan teknologi digital dalam memasarkan produknya terutama pemanfaatan media sosial yang bisa diakses dengan cukup luas. Besarnya potensi pelaku UMKM dengan beraneka ragam produk yang dihasilkan harus didukung dengan aspek pemasarannya agar dapat memperluas pasar yang dicapai.

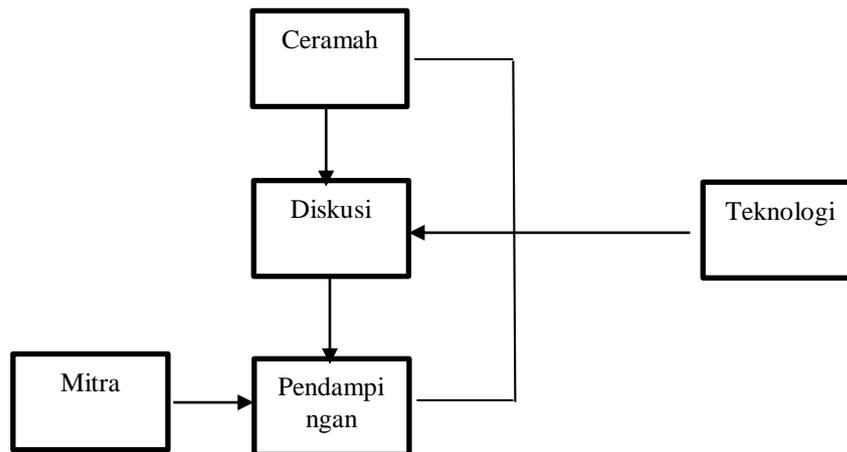
Sosialisasi pemanfaatan teknologi digital khususnya pemanfaatan media sosial akan memberikan wawasan dan pencerahan akan aspek pemasaran bagi pelaku usaha di Desa Ciomas. Selanjutnya pendampingan dalam memanfaatkan media sosial bagi UMKM dapat membuat pelaku usaha menjadi lebih leluasa dalam pengembangan pasar, bukan hanya pasar local dan regional tetapi juga pasar internasional. Pemasaran digital memainkan peran penting dalam mempengaruhi kinerja bisnis (Omar et al., 2020) (Omar et al., 2020). Penggunaan media sosial dapat meningkatkan kemampuan dan kinerja bisnis (Martin & Serban, 2013). UMKM dalam melakukan pemasaran akan mencari biaya yang lebih murah seperti memasang iklan di internet atau media

social (Ziółkowska, 2021)

METODE

Tahap awal dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sosialisasi kepada pelaku UMKM terkait pentingnya memasarkan produk dengan memanfaatkan teknologi digital agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Selanjutnya pelaku usaha akan didampingi dalam memanfaatkan media social dalam memasarkan produknya

Metode dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari:



Gambar 2. Diagram alur kegiatan PKM

- a. Ceramah
Peserta kegiatan akan mendapatkan pengetahuan mengenai pentingnya penggunaan teknologi digital dalam memasarkan produknya sehingga dapat memperluas pasar.
- b. Diskusi
Peserta juga diberikan kesempatan untuk melakukan diskusi, Tanya jawab mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam memasarkan produknya. Saat diskusi sekalian dilakukan praktek penggunaan media social terutama handphone
- c. Pendampingan
Langkah berikutnya adalah memberikan kesempatan kepada pelaku UMKM yang ingin membuat konten atau memanfaatkan media social seperti IG Bisnis, FB bisnis, My Google business., Whatsapp bisnis dengan didampingi mulai pembuatan email terlebih dahulu
- d. Mitra
Kegiatan ini dilakukan bersama dengan mitra yaitu Desa Ciomas. Kemitraan dengan desa memberikan keluasan jangkauan untuk peserta kegiatan pengabdian.
- e. Teknologi
Teknologi yang digunakan adalah peralatan laptop dan proyektor untuk presentasi serta *handphone* untuk mengakses media social agar lebih mudah dalam pendampingan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 15 November 2022 di aula Balai Desa Ciomas. Kegiatan dimulai dengan pembukaan dan sambutan dari Rektor Universitas Kuningan, dilanjutkan sambutan kepala Desa Ciomas dan pelaksanaan pelatihan. Jumlah peserta yang hadir sebanyak 32 orang pelaku UMKM di Desa Ciomas dengan berbagai jenis usaha antara lain koveksi, toko kelontong,

penjual seblak, penjahit,, penjual cilok, dll.

Pelatihan mengenai *Digital Marketing* diawali dengan memberikan penjelasan mengenai apa itu *digital marketing*, kemudian disampaikan mengenai dasar-dasar media digital, bagaimana penggunaan media digital dalam melakukan kegiatan pemasaran baik promosi maupun penjualan. Memperkenalkan cara pembuatan email untuk digunakan oleh pelaku UMKM melakukan optimalisasi digital dalam melakukan pemasaran. Penjelasan kegunaan email untuk digunakan dalam pembuatan profil di media social. Selanjutnya membuat akun Facebook, membuat akun Instragram, Penggunaan media social dalam melakukan pemasaran produk berupa promosi maupun penjualannya dengan menggunakan media social seperti Facebook, Youtube, Instagram, Tiktok maupun Whatsapp.

Pelaku diberikan pelatihan mulai dari tahap-tahap pembuatan email, pembuatan whatsapp bisnis, Instagram bisnis, Facebook bisnis. .



Gambar 2. Pelatihan Otimalisasi Digital Pada Media Sosial oleh Dr. Lili Karmela Fitriani, SE.,M.Si.



Gambar 3. Dihadiri Oleh 32 Orang Pelaku UMKM Desa Ciomas Kecamatan Ciawigebang Dalam Pelatihan Optimalisasi Digital

Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 15 November 2022 di aula Balai Desa Ciomas. Kegiatan dimulai dengan pembukaan dan sambutan Rektor Universitas Kuningan, dilanjutkan sambutan Kepala Desa Ciomas, kemudian pelaksanaan pelatihan. Jumlah peserta yang hadir sebanyak 32 pelaku UMKM di Desa Ciomas dengan berbagai jenis usaha yang dimiliki antara lain konveksi, took kelontong, penjual seblak, penjahit, penjual cilok,dll.

Pelatihan mengenai Digital Marketing diawali dengan memberikan penjelasan mengenai apa itu digital marketing, kemudian disampaikan mengenai dasar-dasar media digital, bagaimana penggunaan dan pemanfaatan media digital dalam melakukan pemasaran baik promosi maupun penjualan. Memperkenalkan cara pembuatan email untuk digunakan oleh pelaku UMKM dalam melakukan optimalisasi digital dalam melakukan pemasaran. Penjelasan manfaat email yang dapat digunakan dalam membuat profil di media social.

Selanjutnya membuat akun Facebook, membuat akun Instagram, penggunaan media social dalam melakukan pemasaran produk berupa promosi maupun penjualannya dengan menggunakan media social seperti Whatsapp, Facebook, Youtube, Instagram, maupun Tiktok. Pelaku usaha diberikan pelatihan mulai dari tahap-tahap pembuatan email, pembuatan whatsapp bisnis, Instagram bisnis, dan Facebook bisnis.

Pelatihan ini dilaksanakan pada kegiatan pengabdian masyarakat tanggal 15 November 2022. Dalam pelaksanaan pelatihan ini ada beberapa factor pendukung yaitu peserta yang sangat antusias dalam mengikuti pelatihan dan adanya dukungan aparat pemerintah Desa Ciomas Kecamatan Ciawigebang Kabupaten Kuningan, namun karena keterbatasan waktu maka pelatihan ini tidak dapat dilaksanakan sesuai harapan sehingga pelaksanaan pelatihan dilaksanakan dengan waktu yang singkat dan cepat. Selain itu ternyata tidak semua pelaku usaha memiliki telepon seluler (Handphone) sehingga ada sedikit kesulitan dalam memberikan pelatihan dalam bentuk praktek. Pelaku UMKM yang memiliki telepon seluler rata-rata telah memiliki whatsapp, beberapa orang lagi memiliki Instagram, dan juga yang telah memiliki Tiktok. Ada beberapa pelaku usaha yang sudah memanfaatkan whatsapp story nya untuk mempromosikan produknya meskipun foto produk masih seadanya.

Secara umum peserta pelatihan sangat antusias dan bersemangat dalam kegiatan ini, mereka lebih terbuka wawasannya mengenai pemanfaatan media social dalam melakukan promosi produk mereka.

KESIMPULAN

Pelaksanaan Pelatihan berjalan dengan lancar, dan hampir semua pelaku UMKM mulai untuk memanfaatkan telepon seluler mereka terutama media sosialnya untuk kegiatan pemasaran. Namun untuk memastikan Pelaku Usaha di desa Ciomas akan segera naik kelas harus dilakukan pelatihan dan pendampingan secara berkelanjutan.. Harapan ke depannya pelaku usaha mampu bekerjasama dengan perusahaan besar untuk membantu memasarkan produk yang mereka hasilkan. Selain itu para pelaku usaha mampu memasarkan produknya lebih luas dengan memanfaatkan media social dengan lebih optimal..

DAFTAR PUSTAKA

- BPS Kuningan. (2020). Kabupaten Kuningan Dalam Angka 2020. In *© BPS Kabupaten Kuningan*.
- Hachimi, I. El, Lhassan, I. A., & Belamhitou, M. (2021). The Contribution of Digital Marketing to Business Performance: The Case of Companies in the Northern Region of Morocco. *European Scientific Journal ESJ*, 17(8), 82–105. <https://doi.org/10.19044/esj.2021.v17n8p82>
- Martin, S., & Serban, M. (2013). The impact of social media on business performance. *ECIS 2013 - Proceedings of the 21st European Conference on Information Systems*, 1–12.

- Omar, F. I., Zan, U. M. S. M., Hassan, N. A., & Ibrahim, I. (2020). Digital Marketing: An Influence towards Business Performance among Entrepreneurs of Small and Medium Enterprises. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(9), 126–141. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v10-i9/7709>
- Ziółkowska, M. J. (2021). Digital transformation and marketing activities in small and medium-sized enterprises. *Sustainability (Switzerland)*, 13(5), 1–16. <https://doi.org/10.3390/su13052512>