

# Pendampingan UMKM Maju Digital Melalui Digital Marketing Bagi UMKM Desa Kemuningsari Lor, Kecamatan Panti, Jember

Zainul Hasan<sup>1\*</sup>, Muhammad Yunus<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Institut Teknologi dan Sains Mandala

zainulhasan@itsm.ac.id

<sup>2</sup>Politeknik Negeri Jember

m.yunus@polije.ac.id

## Abstrak

Perkembangan teknologi yang semakin pesat mengharuskan para pelaku usaha untuk dapat beradaptasi dengan cepat. Melalui pemanfaatan teknologi dalam bisnis, dapat membantu pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) atau bisnis lainnya dalam mengembangkan usaha agar dikenal oleh banyak orang. Salah satu daerah yang memiliki permasalahan keterbatasan teknologi dalam memasarkan produk yaitu Desa Kemuningsarilor yang berada di Kecamatan Panti, Kabupaten Jember. Melalui KKN Kolaboratif, Pemkab setempat menerjunkan mahasiswa yang berasal dari 13 universitas se-Jember untuk melakukan pengabdian masyarakat yang diharapkan dapat mengatasi permasalahan yang ada. KKN Kolaboratif tersebut dilaksanakan selama 35 hari, sejak 23 Juli 2022 hingga 26 Agustus 2022. Dengan diadakannya program Sosialisasi Kreatif Digital Marketing UMKM oleh peserta KKN Kolaboratif Kelompok 153 dapat membantu UMKM yang ada dalam mengembangkan pemasaran produk.

DOI: <https://doi.org/10.57119/abdimas.v1i2.12>

\*Correspondensi: Zainul Hasan

Email: [zainulhasan@itsm.ac.id](mailto:zainulhasan@itsm.ac.id)

Received: 15-11-2022

Accepted: 35-12-2022

Published: 30-12-2022



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Copyright: © 2022 by the authors.

Kegiatan tersebut melalui tiga tahapan yaitu proses persiapan, proses pelaksanaan, dan penutupan. Dari kegiatan ini, para UMKM meningkat dari sisi pemahaman, pengetahuan, dan kesadaran para pelaku UMKM mengenai penggunaan strategi pemasaran secara digital untuk memperluas jangkauan produk.

**Kata Kunci:** *UMKM, Digital Marketing, Strategi Pemasaran, Google My Business*

## Abstract

*The rapid development of technology requires businesses to be able to adapt quickly. Through the use of technology in business, it can help Micro, Small and Medium Enterprises (MSME's) or other businesses develop their businesses so that they are known by many people. One area that has problems with limited technology in marketing products is Kemuningsarilor Village, which is in Panti District, Jember Regency. Through the Collaborative KKN, the local regency government sent students from 13 universities throughout Jember to perform community service*

*which is expected to overcome existing problems. The Collaborative KKN was held for 35 days, from 23 July 2022 to 26 August 2022. With the MSME Digital Marketing Creative Socialization program by the 153 Collaborative KKN participants, it can help existing MSMEs in developing product marketing. The activity went through three stages, namely the preparation process, the implementation process, and closing. From this activity, MSME's have increased in terms of understanding, knowledge and awareness of MSME actors regarding the use of digital marketing strategies to expand product reach.*

**Keywords:** *MSME, Digital Marketing, Marketing Strategy, Google My Business*

## I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu kegiatan yang meningkatkan pertumbuhan, pergerakan, serta pembangunan ekonomi. Kelompok usaha yang termasuk kedalam UMKM merupakan kelompok-kelompok usaha kecil sampai menengah dimana di Indonesia, kelompok ini menempati posisi yang cukup dominan dikarenakan jumlahnya yang banyak. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah UMKM yang tercatat pada tahun 2018 sebanyak 64.194.057 atau sebesar 99.9% dari seluruh unit usaha yang ada di Indonesia. Dilihat dari data tersebut membuktikan bahwa UMKM memiliki kontribusi yang besar dalam menciptakan laju pertumbuhan ekonomi, sebagai sumber pendapatan bagi masyarakat dan penyedia lapangan pekerjaan untuk banyak tenaga kerja.

Dengan demikian perlu adanya penguatan atau pemberdayaan UMKM agar lebih berkembang dan mampu mendukung kestabilan perekonomian nasional. Pemberdayaan UMKM, merupakan langkah strategis untuk meningkatkan produktifitas serta memajukan dan mengembangkan sektor UMKM itu sendiri. Beberapa usaha pemberdayaan UMKM selain untuk meningkatkan produksi juga perlu dilakukan perluasan pemasaran produk karena pada umumnya UMKM di Indonesia sulit berkembang, salah satu penyebabnya adalah skala pemasaran yang masih sempit.

Perkembangan teknologi khususnya dunia digital dan internet membuat peluang bagi para pelaku bisnis UMKM untuk bisa memasarkan barang atau jasa yang dijual. salah satu strategi pemasaran yang cocok dengan kondisi perekonomian saat ini adalah digital marketing. Digital marketing merupakan salah satu bentuk strategi pemasaran yang dilakukan untuk mempromosikan suatu produk agar dapat sampai kepada konsumen secara cepat dan tepat waktu.

Pada saat ini belum banyak UMKM di Indonesia yang menggunakan digital marketing sebagai media pemasaran. Faktanya di era sekarang ini transaksi jual beli sudah banyak memanfaatkan teknologi digital, karena dirasa lebih memudahkan baik untuk konsumen maupun untuk penjual itu sendiri. Penjual dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan untuk konsumen dapat membandingkan harga antar satu penjual dengan penjual lainnya. Minimnya pengetahuan tentang digital marketing/E-Commerce yang dialami oleh pelaku UMKM merupakan salah satu kendala dalam memasarkan produk. Untuk itu, masyarakat diharapkan dapat beradaptasi dengan kemajuan saat ini agar meleak akan teknologi sehingga dibutuhkan sosialisasi dan pelatihan dalam memanfaatkan teknologi untuk informasi dan komunikasi.

Desa Kemuningsarilor, Kecamatan Panti, Kabupaten Jember telah ada dari dulu, sebelum Indonesia merdeka. Sejarah Desa Panti adalah Ketika orang pertama yang merintis hutan menjadi sebuah pemukiman adalah Kaki Noyo. Menurut cerita dari leluhur Desa Kemuningsarilor, nama Kemuningsarilor diambil dari Pohon Kemuning. Konon diwilayah Desa Kemuningsarilor ditumbuhi oleh banyak Pohon Kemuning yang memiliki bunga dengan keharuman yang khas. Oleh sebab itu, pada pemerintahan kolonial Belanda memberi nama wilayah tersebut dengan Desa Kemuning. Beberapa cerita yang beredar dari masyarakat terdapat satu pohon kemuning yang dianggap keramat, selain pohon yang paling besar yang bisa dijadikan tempat berteduh oleh orang belanda, bunga pohon tersebut dapat dijadikan obat untuk segala macam penyakit. Namun demikian keberadaan pohon kemuning tersebut sudah tidak dapat lagi ditemui, dengan bertambahnya jumlah penduduk yang semakin meningkat dari tahun ketahun, tak satupun ada pohon Kemuning yang masih tumbuh di wilayah Desa Kemuningsarilor. Pada perkembangan zaman selanjutnya,

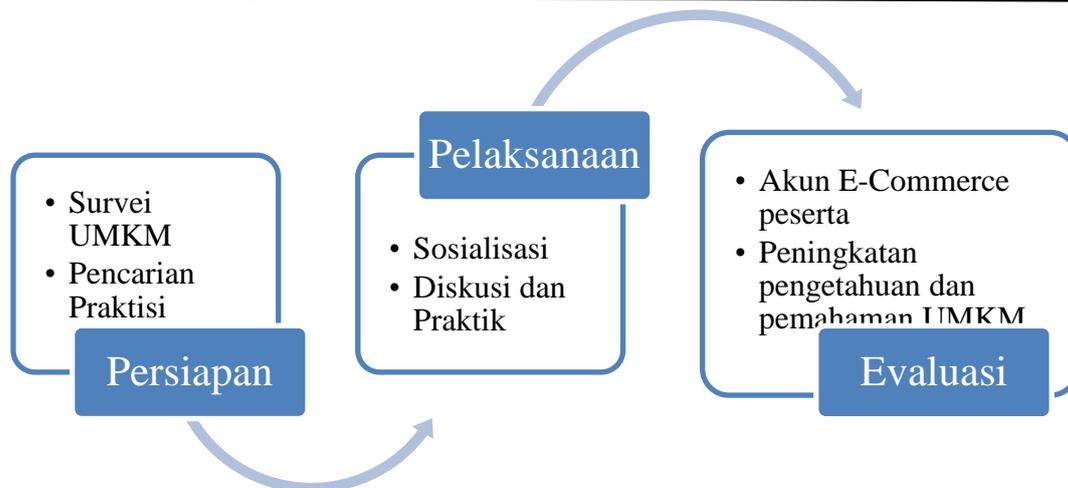


untuk membedakan desa Kemuningsari kidul Kecamatan Jenggawah, maka desa Kemuningsari di Kecamatan Panti di beri nama Desa Kemuningsarilor, karena letak wilayah yang secara geografis berada di sebelah utara ibukota Jember. Kemuning artinya pohon kemuning, sedangkan lor artinya utara, sehingga lahirlah nama Desa Kemuningsarilor yang artinya desa dengan keharuman bungan kemuning di sebelah utara. Secara geografis Desa Kemuningsarilor terletak pada posisi 4921 -3°31 Lintang Selatan dan 140°10-115°40' Bujur Timur. Dari segi topografi, Desa Kemuningsarilor berada sekitar 130 meter diatas permukaan laut. Sehingga seluruh wilayah Desa Kemuningsarilor merupakan dataran rendah. Hingga saat ini Desa Kemuningsarilor memiliki 3 dusun, yaitu dusun Kemuningsarilor, Kemuning Krajan dan Sumpersari.

Potensi unggulan di Desa Kemuningsari lor adalah hasil pertanian dan perikanan. Dari pertanian ini ada beberapa pengusaha yang mengolahnya menjadi produk pangan. Akan tetapi masih pelaku usaha ini masih menjual produknya di Desa Kemuningsarilor saja. Hal ini dikarenakan, pelaku umkm belum memahami mengenai pemasaran produk secara digital. Pelaku usaha ini masih menggunakan metode konvensional, memasarkan produk di desa nya sendiri, dari rumah kerumah. Dari masalah ini, kelompok KKN dari 13 Perguruan Tinggi di Kabupaten Jember melakukan pelatihan digital marketing dan strategi marketing pada era teknologi informasi.

## II. METODE

Metode pelaksanaan program UMKM Maju Digital di Desa Kemuningsarilor dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Dalam metode persiapan, tim KKN 153 melakukan survey terkait potensi UMKM desa dan juga dalam mencari narasumber. Selanjutnya tahapan yang kedua adalah pelaksanaan yang berisi mengenai penyampaian sosialisasi dan praktek langsung dalam pembuatan *Google My Business*, *Search Engine Optimization (SEO)* dan pembuatan konten terhadap para pelaku UMKM. Kegiatan ini merupakan program kerja pemberdayaan dengan pembuatan akun dan pelatihan penggunaan maupun pengelolaan digital marketing berupa media sosial, pendaftaran di *e-commerce* serta aplikasi *e-payment*. Tujuan dari program kerja ini yaitu untuk meningkatkan penjualan produk melalui promosi dan penjualan secara online. Dan yang terakhir adalah tahap penutupan dimana dalam tahap ini diharapkan para pelaku UMKM yang hadir dapat menerapkan ilmu yang didapatkan, sehingga usaha yang dimiliki sudah menerapkan *digital marketing*.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Pelatihan Digital Marketing

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi digital marketing yang dilakukan oleh peserta KKN Kolaboratif 153 di Desa Kemungsarilor, Jember sangat mendapatkan apresiasi dari Pemerintah Desa dan para pelaku UMKM. Sosialisasi tersebut dilakukan secara tatap muka sehingga peserta sosialisasi dapat mempraktekkan secara langsung, dan dapat dipantau langsung oleh praktisi dan para mahasiswa KKN Kolaboratif.

Kegiatan ini tidak hanya dihadiri oleh para pelaku UMKM saja, namun perangkat desa baik yang sudah memiliki usaha maupun belum juga tertarik mengikuti acara ini. Selain itu, pada saat acara berlangsung para peserta dan perangkat desa yang mengikuti sangat interaktif dengan menanyakan beberapa hal yang berkaitan dengan strategi pemasaran menggunakan teknologi informasi. Dari hal tersebut dapat dilihat bahwa para peserta ingin memahami, pemanfaatan teknologi dalam mengembangkan bisnisnya. Sehingga produknya tidak hanya dapat dipasarkan di Desa Kemuningsarilor, akan tetapi bisa dipasarkan ke daerah lain.

Hasil yang didapatkan dari kegiatan pelatihan digital marketing adalah pemahaman dan pengetahuan yang bertambah yang didapatkan peserta mengenai digital marketing. Saat ini pelaku usaha harus bisa mempertahankan usahanya di era persaingan yang ketat. Selain itu, peserta juga dilatih langsung untuk membuat konten di sosial media, membuat akun *google my business* dan Instagram sehingga UMKM yang ada di Desa Kemuningsarilor dapat lebih dikenal banyak orang melalui pemasaran secara online.



Gambar 2. Dokumentasi Pembagian Undangan Pelatihan (Tahap Persiapan)



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan (Tahap Pelaksanaan)



Gambar 4. Output Sosialisasi (Tahap Evaluasi)

#### **IV. KESIMPULAN**

Dari hasil kegiatan yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat peningkatan wawasan dan kesadaran terhadap pentingnya strategi pemasaran dengan memanfaatkan teknologi oleh pelaku UMKM, maupun wirausaha pemula yang akan terjun dalam dunia bisnis. Adanya peningkatan ini karena adanya pemahaman terkait penggunaan sosial media sebagai alat pemasaran secara digital melalui pelatihan yang diberikan.

Selain itu, melalui sosial media dan *google my business* para pelaku UMKM dapat menjangkau pasar lebih luas sehingga dapat meningkatkan penjualan dan tentunya pemanfaatan sosial media dalam memasarkan produk merupakan cara yang efektif dalam meningkatkan penjualan, sehingga bisa dikenal oleh masyarakat luas dan menarik konsumen agar membeli produk pelaku umkm di desa.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih kepada Pemerintahan Kabupaten Jember yang telah mengadakan KKN Kolaboratif 13 Universitas se-Jember guna memenuhi kewajiban Tri Dharma Perguruan Tinggi yakni Pengabdian Masyarakat di Desa Kemuniingsari Lor, Kecamatan Panti, Kabupaten Jember. Terimakasih kepada Tokoh masyarakat dan warga Desa Kemuningsarilor yang menerima mahasiswa KKN Kolaboratif Kelompok 153 dengan tangan terbuka sehingga implementasi program KKN dapat terlaksana dengan lancar.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Camelia F, D., 2022. Program Pemberdayaan Digital Marketing Wirausaha UMKM Susu Sapi Segar di Kabupaten Jember KKN BTV III UNIVERSITAS JEMBER. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. Vol 1(1); 12-16.
- Fadhilah D, A., Pratiwi T., 2021. Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing (Studi Kasus pada Kelompok Usaha “Kremes Ubi” di Desa Cibunar, Kecamatan Rancakalong, Sumedang). *Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol 12(1); 17-22.
- Hadi D, F., Zakiah K., 2021. Strategi Digital Marketing Bagi Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Untuk Bersaing Di Era Pandemi. *Competitive*. Vol 16(1); 32-41.
- Harahap H,S., dkk., 2021. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial*. Vol 3(2); 77-85.
- Hilmiana., Kirana D, H., 2021. Peningkatan Kesejahteraan Umkm Melalui Strategi Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol 4(1); 124-130.