

Sosialisasi Digital Marketing Menuju UMKM Kreatif di Desa Sumber Kerang Kecamatan Gending KKN Universitas Panca Marga Probolinggo

by Edy Sumarno

Submission date: 18-Jan-2023 04:54AM (UTC-0600)

Submission ID: 1994698974

File name: ARTIKEL_PENGABDIAN_MASYARAKAT_-8-2022.pdf (543.96K)

Word count: 2327

Character count: 14461

Sosialisasi Digital Marketing Menuju UMKM Kreatif di Desa Sumber Kerang Kecamatan Gending KKN Universitas Panca Marga Probolinggo

¹Edy Sumarno*, ²Wawan Susilo, ³M.H. Wahibatul Magfuroh, ⁴Robiatul Adhewiyah, ⁵Pryclya Putri Amalia, ⁶Muhammad Yunus
^{1,2,3,4,5,6}Universitas Panca Marga Probolinggo, Indonesia

Email : *edysumarno1963@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Kata Kunci:
Kegiatan Usaha
Jejaring Sosial
Pemasaran Digital
Perdagangan Elektronik

15 nyikapi bidang usaha yang lagi mengalami laju pertumbuhan pesat dalam perekonomian nasional tidak lain adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Meningkatnya pertumbuhan usaha kecil ini menjadikan kompetensi kegiatan usaha di area pasar juga mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Tren perubahan pemasaran konvensional (offline) ke media online menyebabkan para pelaku UMKM yang tidak memanfaatkan bisnis yang lagi diminati oleh masyarakat saat ini adalah pemasaran digital menyebabkan kehilangan kesempatan untuk lebih mengembangkan usahanya. Sosialisasi yang diadakan pada saat Kuliah Kerja Nyata (KKN) di desa Sumber Kerang oleh Universitas Panca Marga Probolinggo Kabupaten Probolinggo diikuti oleh 25 (Dua puluh Lima) orang para pelaku UMKM yang berada di desa tersebut. Sebagian besar pelaku usaha UMKM di sini masih belum mengikuti kegiatan usaha yang sedang ngetren ini yaitu teknik digital. Kebanyakan mereka belum berupaya secara kreatif dan inovatif dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran. Pengenalan metode pemasaran ini dengan tujuan untuk membentuk usaha kecil menengah yang potensial mengikuti perkembangan zaman. Para peserta sosialisasi sangat antusias dengan materi dan pemaparan yang disampaikan oleh pemateri. Kondisi ini diharapkan dapat memotivasi para pelaku UMKM mempraktekkan ilmu yang didapat, sehingga memberikan dorongan yang dapat mempraktekannya di lingkungan pasar secara UMKM; media sosial; pemasaran digital; perdagangan elektronik lebih luas.

ABSTRACT

Keywords:
Business Activities
Social Networking
Digital Marketing
E-Commerce

Responding to 16 business fields that are experiencing rapid growth in the national economy, none other than Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). The increasing growth of small businesses has made the competence of business activities in the market area also experience a significant increase. The trend of changing conventional (offline) marketing to online media causes MSME actors who do not take advantage of businesses that are currently in demand by the public, namely digital marketing, causing them to lose opportunities to further develop their businesses. The socialization which was held during the Nyata Work Lecture (KKN) in Sumber Kerang village by the Panca Marga University Probolinggo Probolinggo Regency was attended by 25 (twenty-five) MSME actors in the village. Most of the MSME business actors here still have not followed this trending business activity, namely digital techniques. Most of them have not tried creatively and innovatively by utilizing social media as a marketing tool. The introduction of this marketing method with the aim of forming small and medium-sized businesses that have the potential to keep up with the times. The participants of the socialization were very enthusiastic about the material and presentations presented by the presenters. This condition is expected to motivate MSME actors to practice the knowledge they have acquired, thus providing encouragement that can put them into practice in the MSME market environment; social media; digital marketing; e-commerce

9
This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



I. PENDAHULUAN

Kehidupan masyarakat saat ini tidak dapat dipisahkan dengan keberadaan kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Selain dianggap mempunyai peran yang signifikan terhadap peningkatan perekonomian di Indonesia, UMKM juga dapat menyerap tenaga kerja dalam skala yang cukup besar. Pertumbuhannya yang pesat berdampak pada semakin tingginya persaingan usaha yang terjadi.

Sejalan dengan pertumbuhan bisnis usaha dalam skala mikro, kecil, dan menengah, kemajuan teknologi juga mengalami perkembangan yang sangat pesat, saat ini internet merupakan salah satu fasilitas kemajuan teknologi yang dapat digunakan untuk melakukan pemasaran produk secara online yang juga dikenal dengan istilah digital marketing, baik melalui media sosial ataupun e-commerce. Sehingga untuk dapat tetap eksis dan bersaing, UMKM harus lebih terbuka untuk dapat mengikuti perkembangan zaman agar dapat mengembangkan usahanya secara global.

Para pengusaha UMKM pastinya memiliki metode sendiri dalam memikat pelanggan. Aktivitas pemasaran bisnis harus terus dikembangkan sesuai perkembangan zaman sehingga konsumen terbiasa dan memiliki atensi terhadap usaha tersebut. Pesatnya perkembangan dunia digital saat ini sangat berperan dalam ekspansi usaha, baik bagi individu maupun usaha yang lebih besar.

Pada masa sekarang, kepiawaian dan pengetahuan para pelaku UMKM di daerah terhadap perkembangan teknologi informasi masih sangat kurang, khususnya para pelaku UMKM di Desa Sumberkerang Kecamatan Gending. Akibatnya, mereka seringkali mengalami hambatan dalam mengelola bisnisnya. Kondisi ini dapat dilihat dari sistem pemasaran yang belum menggunakan teknologi informasi yang sesuai. Pelaku UMKM di Desa Sumberkerang ini kebanyakan masih memasarkan produknya menggunakan metode *word of mouth* yang dimana ahanya dapat dijangkau di daerah sekitar saja.

Padahal, dewasa ini hampir seluruh pelaku bisnis telah menggunakan fasilitas internet untuk melakukan produk melalui digital marketing, dengan memanfaatkan media sosial. Para pelaku UMKM hendaknya dapat menguasai perkembangan teknologi yang semakin modern. Dengan melakukan pemasaran melalui media sosial, tentu akan menjadi penunjang kesuksesan bisnis, menarik minat konsumen, sehingga jangkauan pasar pun semakin luas. Oleh sebab itu perlu adanya peningkatan pengetahuan tentang perkembangan teknologi informasi seperti digital marketing dengan memanfaatkan media sosial, serta aplikasi teknologinya bagi usaha kecil, khususnya para pelaku UMKM di Desa Sumberkerang Kecamatan Gending dalam mengembangkan usaha kedepannya. Oleh sebab itu, kami mengadakan kegiatan “Sosialisasi Digital Marketing Menuju UMKM Kreatif Di Desa Sumberkerang Kecamatan Gending”.

II. MASALAH

Berdasarkan pengamatan kami peserta KKN di desa Sumber Kerang ada beberapa masalah yang dihadapi masyarakat terkait usaha UMKM disana antara lain :

1. Mereka masih awam terhadap Unit Usaha Kecil Mikro dan Menengah sesuai yang telah diatur didalam Undang Undang Nomor : 20 Tahun 2008 .
2. Kendalanya Sumberdaya Manusianya (SDM) yang rata-rata berpendidikan lulusan tingkat Sekolah Dasar, SMP bahkan tidak lulus sekolah.



Gambar 1. Pembukaan Sosialisasi Digital Marketing Agustus 2022



Gambar 2. Suasana peserta pertemuan 25

III. METODE

Subyek pengabdian¹ kepada masyarakat adalah pemilik UMKM di Desa Sumberkerang Kecamatan Gending. Tempat dan lokasi pengabdian kepada masyarakat adalah Desa Sumberkerang Kecamatan Gending Kabupaten Probolinggo. Sosialisasi ini dilaksanakan secara offline untuk memaparkan mengenai digital marketing kepada pemilik UMKM.

Digital Marketing yaitu kegiatan pemasaran melalui internet atau media sosial. Dengan menggunakan pemasaran melalui digital pemilik UMKM dapat menjangkau pasar lebih luas lagi² arena pangsa pasar yang lebih luas.

Adapun metode yang dilakukan oleh tim KKN Universitas Panca Marga Probolinggo adalah :

1. Penyampaian materi kepada seluruh Pemilik UMKM di Desa Sumberkerang untuk memberikan pemahaman mengenai pengertian *digital marketing*, tujuannya, manfaatnya untuk UMKM kedepannya. Dengan menggunakan *digital marketing* UMKM bisa menjangkau pasar yang lebih luas lagi.
2. Sesi diskusi. Setelah metode penyampaian materi kita menggunakan metode Tanya jawab untuk mengetahui seberapa jauh pemilik UMKM menangkap materi yang sudah disampaikan. Metode ini juga diperuntukkan untuk mereka yang masih ada yang belum dipahami mengenai *digital marketing*.

Sedangkan secara proses, tim KKN Universitas Panca Marga Probolinggo melakukan kegiatan sebagai berikut :

1. Tahap perencanaan

Tahap ini merupakan tahap awal untuk melaksanakan kegiatan ini yaitu dengan menentukan objek yang akan dituju, menentukan tema dan waktu pelaksanaan kegiatan. Adapun objek dari kegiatan sosialisasi *digital marketing* ini adalah pemilik UMKM dengan jumlah 25 UMKM yang berada di Desa Sumberkerang.

2. Tahap observasi

Tahap ini dilakukan sebagai tindak lanjut setelah penentuan objek kegiatan. Tim KKN melakukan observasi langsung dengan mengunjungi setiap UMKM yang ada di Desa Sumberkerang. Setelah melakukan observasi tim KKN juga koordinasi dengan Kepala Desa untuk meminta izin melakukan kegiatan ini dan kita juga melakukan koordinasi dengan setiap pemilik UMKM agar bisa berpartisipasi dalam kegiatan ini.

3. Tahap pelaksanaan

Pada tahap ini dilakukan dengan melaksanakan kegiatan sosialisasi dengan prosedur yang telah disusun oleh tim KKN Universitas Panca Marga Probolinggo. Adapun prosedur tersebut

yaitu diawali dengan *opening ceremony* kemudian penyampaian materi oleh narasumber, lalu diskusi Tanya jawab.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengabdian terdiri dari hasil secara kuantitatif maupun kualitatif dari kegiatan yang dilaksanakan. Jika ada tabel/bagan/gambar berisi paparan hasil yang sudah bermakna dan mudah dipahami maknanya secara cepat. Tabel/bagan/gambar tidak berisi data mentah yang masih dapat atau harus diolah.

Sosialisasi *Digital Marketing* Menuju UMKM Kreatif ini dilakukan pada Kamis, 25 Agustus 2022 di Balai Desa Sumerkerang Kecamatan Gending Kabupaten Probolinggo. Sosialisasi ini dilakukan untuk memberikan wawasan mengenai *digital marketing* kepada pemilik UMKM agar produk yang dimiliki tidak hanya dipasarkan melalui *offline* saja melainkan juga bisa melalui *online*. Dengan menyampaikan mengenai *digital marketing* ini pemilik UMKM bisa langsung mempraktekkan dengan memasarkan melalui sosial media. Materi yang disampaikan tidak hanya mengenai pengertian *digital marketing* melainkan juga mengenai manfaat untuk usaha yang dimiliki.

Hasil yang dicapai dengan adanya sosialisasi ini yaitu sebagai berikut :

1. Bertambahnya wawasan pemilik UMKM mengenai *digital marketing*.
2. Terbukanya *mindset* untuk memasarkan produknya melalui sosial media.
3. Meningkatkan semangat untuk berwirausaha.melalui sosial media.



12

Gambar 3. Pemaparan Materi Oleh Narasumber



Gambar 4. Sesi Tanya Jawab



Gambar 5. Foto Bersama setelah pemaparan

Tabel 1. Jenis Usaha di Desa Sumber Kerang

No	Jenis Usaha	Jumlahnya
1.	Usaha Toko Peracangan	6 orang
2.	Pedangan Nasi dan lauk pauk	5 orang
3.	Toko Pulsa dan perlengkapannya	4 orang
4.	Bawang Goreng	2 orang
5.	Pembuatan Perahu	2 orang
6.	Pembuatan Keropok	3 orang
7.	Budi daya Jamur Tiram	2 orang

Pembahasan mengenai hasil pengabdian, dikaitkan dengan hasil penelitian-penelitian/pengabdian sebelumnya, dianalisis secara kritis dan dikaitkan dengan literatur terkini yang relevan.

V. KESIMPULAN

Pada masa sekarang, kepiawaian dan pengetahuan para pelaku UMKM di daerah terhadap perkembangan teknologi informasi masih sangat kurang, khususnya para pelaku UMKM di Desa Sumberkerang Kecamatan Gending. Akibatnya, mereka seringkali mengalami hambatan dalam mengelola bisnisnya. Kondisi ini dapat dilihat dari sistem pemasaran yang belum menggunakan teknologi informasi yang sesuai. Pelaku UMKM di Desa Sumberkerang ini kebanyakan masih memasarkan produknya menggunakan metode word of mouth yang dimana ahanya dapat dijangkau di daerah sekitar saja.

Tim KKN UPM Desa Sumberkerang menggunakan metode penyampaian materi kepada seluruh Pemilik UMKM di Desa Sumberkerang untuk memberikan pemahaman mengenai pengertian digital marketing, tujuannya, manfaatnya untuk UMKM kedepannya. Dengan menggunakan digital marketing UMKM bisa menjangkau pasar yang lebih luas lagi.

Sesi diskusi. Setelah metode penyampaian materi kita menggunakan metode Tanya jawab untuk mengetahui seberapa jauh pemilik UMKM menangkap materi yang sudah disampaikan. Metode ini juga diperuntukkan untuk mereka yang masih ada yang belum difahami mengenai digital marketing.

Hasil yang dicapai dengan adanya sosialisasi ini yaitu sebagai berikut :

1. Bertambahnya wawasan pemilik UMKM mengenai digital marketing.
2. Terbukanya mindset untuk memasarkan produknya melalui sosial media.
3. Meningkatkan semangat untuk berwirausaha melalui sosial media

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan Terima kasih kita disampaikan kepada Panitia KKN Universitas Panca Marga Probolinggo yang memberikan kesempatan kepada kami untuk melakukan kegiatan KKN serta Kepala Desa Sumber Kerang , Kecamatan Gending Kabupaten Probolinggo yang telah memberi izin pada kami untuk melakukan pengabdian masyarakat. Ucapan terima kasih dapat juga disampaikan kepada pihak-pihak yang membantu pelaksanaan penelitian yaitu pihak LPPM Universitas Panca Marga yang telah memberikan bantuan dan petunjuknya dan tak lupa pula kepada Bapak Fabian sebagai otoritas Jurnal Pengabdian Masyarakat Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN) yang telah bersedia memberikan petunjuknya sehingga jurnal ini dapat terpublish.

DAFTAR PUSTAKA

- Citra Sarasmitha, Ria Mennita, Cindy Getah Trisna June, & Ery Sulistyorini. (2022). Literasi Akuntansi Berdasarkan SAK-ETAP Bagi Pelaku Usaha Klinik Kesehatan Di Kota Malang . Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara, 3(1), 259-268. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v3i1.327>
- Firda, Z., Putri Tamaja, P. M., Agustin, N. I., Saputro, Y., & Sumartik, S. (2022). Implementasi Inovasi Branding Batik Celup Dan Jamu Sebagai Produk Unggulan Umkm Desa Kenongo. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara, 3(1), 252-258. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v3i1.326>
- Luthviah Romziana, W. L. (2021). Pelatihan Mudah Menghafal Al-Qur'an Dengan Metode TIKRAR, MURAJA'AH & TASMII' Bagi Siswi Kelas XI IPA Tahfidz Madrasah Aliyah Nurul Jadid. *Jurnal Karya Abdi*, 161-167.

- Musnaini, S. W. (2022). *Digital Marketing* . Banyumas Jawa Tengah: CV. Pena Persada.
- Muzayyana, Sitti Nurul Hikma Saleh, Agustin, Sarman, Moh. Rizki Fauzan, Fachry Rumaf, & Hairil Akbar. (2022). Efektifitas Edukasi Tentang Jajanan Sehat Terhadap Peningkatan Pengetahuan Siswa Overweight di SMKN 1 Kotamobagu. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(1), 232-240. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v3i1.321>
- Nababan, A. A., Jannah, M., & Sianturi, F. A. (2022). Pelatihan Sistem Informasi Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (SIM-PPM) STMIK Pelita Nusantara. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(1), 241-251. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v3i1.325>
- Sarman, Moh. Rizki Fauzan, Fachry Rumaf, Hairil Akbar, Darmin, Muzayyana, Agustin, & Sitti Nurul Hikma Saleh. (2022). PROMOSI KESEHATAN DALAM PENCEGAH PENYAKIT DEGENERATIF PADA SISWA DI SMK NEGERI 1 KOTAMOBAGU. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(1), 225-231. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v3i1.322>
- Yodya, (2020). *UMKM 4.0* . Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Sosialisasi Digital Marketing Menuju UMKM Kreatif di Desa Sumber Kerang Kecamatan Gending KKN Universitas Panca Marga Probolinggo

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

- 1 Ine Kusuma Aryani, Beny Wijarnako, Ristiana Dyah Purwandari. "Tekhnik Eco Print Ramah Lingkungan Berbasis Ekonomis Kreatif Dalam Upaya Menciptakan SDM Masyarakat Mandiri Pasca Pandemi/COVID 19 Untuk Anggota Pimpinan Ranting Aisyiyah (PRA) Desa Karang Cegak Kecamatan Sumbang Kabupaten Banyumas", Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2022
Publication 3%
- 2 Sri Suwarni, Atalia Ina Bulu, Metrikana Novembrina, Amalia Solichati Rizqi, Pertiwi Setyaningrum. "Pemberdayaan Tenaga Kesehatan Pada Program Pemanfaatan Obat Tradisional", Jurnal Pengabdian Masyarakat (abdira), 2022
Publication 2%
- 3 online-journal.unja.ac.id
Internet Source 2%

4	ojs.sampoernauniversity.ac.id Internet Source	2%
5	Submitted to IAIN Purwokerto Student Paper	1%
6	mti.kominfo.go.id Internet Source	1%
7	journal.unugiri.ac.id Internet Source	1%
8	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	1%
9	ejournal.umm.ac.id Internet Source	1%
10	www.coursehero.com Internet Source	1%
11	www.linkerblog.biz Internet Source	1%
12	Natalia Rosalina Rawa, Dek Ngurah Laba Laksana, Aan Nurfahrudianto. "SHARING SESSION: PENCEGAHAN TINDAKAN PLAGIARISME DALAM PENULISAN KARYA ILMIAH MAHASISWA STKIP CITRA BAKTI", SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, 2021 Publication	<1%
13	jurnal.fp.uns.ac.id	

Internet Source

<1 %

14

sinta.unud.ac.id

Internet Source

<1 %

15

www.validnews.id

Internet Source

<1 %

16

Amir Hidayatulloh, Listia Ningsih. "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI KOTA YOGYAKARTA", Jurnal Riset Akuntansi Politala, 2022

Publication

<1 %

17

journal.ubaya.ac.id

Internet Source

<1 %

18

Ilzamha Hadijah Rusdan, Dita Purwinda Anggrella. "Sosialisasi Cemaran Babi sebagai Persiapan Sertifikasi Halal pada Warung Makan di Kartasura", JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat), 2022

Publication

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On