

PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BERBASIS DIGITAL MARKETING DI DESA NGRIMBI

Yuniep Suaidah, Sofiyani Rosanto
STIE PGRI Dewantara Jombang
Korespondensi*: Yuniepedu@gmail.com

Abstrak

Ngrimbi merupakan salah satu kelurahan di Kecamatan Bareng Kota Jombang yang memiliki banyak potensi didalamnya. Sehingga perlu diolah untuk memaksimalkan usaha warga sekitar khususnya di Desa Ngrimbi. Pemahaman akan pentingnya pengelolaan keuangan serta pemasaran produk UMKM menggunakan metode *branding* dan *packing* yang tepat, masih kurang digalakan, sehingga diperlukan sentuhan tangan dari pakar ataupun relawan yang sekiranya mampu membuat hal demikian diterima oleh masyarakat sekitar. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan sosialisasi yang relevan dengan keadaan serta karakter setiap UMKM yang bertujuan untuk membuat UMKM berjalan lebih maju dan menyesuaikan perkembangan zaman dengan adanya digital marketing sebagai upaya dalam meningkatkan produktivitas serta penghasilan dengan memanfaatkan media sosial. Kurangnya informasi dan pengolahan serta langkah-langkah memulai usaha merupakan suatu kendala yang umum ditemukan di masyarakat terutama masyarakat pedesaan. Berkaitan dengan hal ini Tim pengabdian dosen dan mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang, memberikan sentuhan secara Akademisi dengan memanfaatkan Ilmu yang telah diperoleh selama dibangku perkuliahan, sehingga membuat suatu momen yang cukup berkesan untuk para pelaku UMKM. Hal ini direalisasikan pada tim pengabdian dosen dan mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang "Pemberdayaan UMKM untuk mengoptimalkan hasil bumi Desa Ngrimbi".

Kata Kunci: Pengembangan UMKM, Pemasaran Digital, Sosialisasi, Inovasi Singkong.

Abstract

Ngrimbi is one of the villages in the Bareng District of Jombang City which has a lot of potential in it. So it needs to be processed to maximize the business of local residents, especially in Ngrimbi Village. Understanding of the importance of financial management and marketing of MSME products using proper branding and packing methods is still lacking, so the touch of hands from experts or volunteers who are capable of making this matter acceptable to the surrounding community is needed. This can be done by providing socialization that is relevant to the circumstances and character of each MSMEs which aims to make MSMEs run more advanced and adapt to the times with digital marketing as an effort to increase productivity and income by utilizing social media. Lack of information and processing as well as steps to start a business is a common obstacle found in society, especially rural communities. In this regard, the STIE PGRI Dewantara Jombang lecturer and student service team, gave an academic touch by utilizing the knowledge they had gained while in college, thus creating a moment that was quite memorable for MSME actors. This was realized in the lecturer and student service team at STIE PGRI Dewantara Jombang "Empowering MSMEs to optimize Ngrimbi Village crops".

Keywords: MSME Development, Digital Marketing, Outreach, Cassava Innovation.

A. PENDAHULUAN

Lokasi pengabdian bertempat di Desa Ngrimbi Kecamatan Bareng Kabupaten Jombang. Bareng adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Jombang, Jawa Timur, Indonesia. Terletak di bagian selatan Kabupaten Jombang, berbatasan pula dengan wilayah Kecamatan Wonosalam. Bareng berbatasan dengan Kecamatan Ngoro, Wonosalam, Mojoagung dan Mojowarno. Jarak lokasi dengan ibu kota Kabupaten sekitar

30 Kilometer. Kondisi geografis sebagian berupa daerah perbukitan dan sebagian dataran rendah yang mana Sebagian besar mata pencaharian penduduk Desa Ngrimbi adalah sebagai Petani dan Pengusaha Kecil dan Menengah. Namun masyarakat Desa Ngrimbi masih sangat kurang edukasi mengenai keuangan, pemasaran, serta pemanfaatan teknologi seperti saat ini, sehingga mendorong para dosen dan mahasiswa melakukan pengabdian melalui sosialisasi kepada masyarakat mengenai pengaplikasian pemasaran teknologi atau digital marketing dan cara menginovasi singkong menjadi produk unggulan Desa Ngrimbi. Sehingga dalam acara sosialisasi tersebut mengangkat tema yang berjudul “Pemberdayaan UMKM untuk mengoptimalkan hasil bumi Desa Ngrimbi”.

Adapun tujuan pengabdian STIE PGRI Dewantara Jombang adalah diharapkan para masyarakat khususnya para pelaku UMKM Desa Ngrimbi dapat memanfaatkan Teknologi, produk, serta laba operasional kegiatan usaha secara maksimal dengan didorong oleh adanya ide-ide positif yang bermunculan pada masa yang akan datang terutama dalam dunia bisnis (Ruslaini et al). Dengan adanya sosialisasi berupa edukasi terhadap masyarakat khususnya masyarakat Desa Ngrimbi yang mulai merintis produk unggulan Desa yaitu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam kegiatan tatap muka maupun diskusi secara langsung dengan tim pengabdian selaku narasumber yang membahas mengenai *digital marketing* dan narasumber dari Dosen STIE PGRI Dewantara Jombang yang membahas mengenai Kewirausahaan.

Dalam hal ini membahas mengenai memberikan pemahaman akan pentingnya berwirausaha dalam meningkatkan perekonomian di Desa Ngrimbi khususnya perekonomian para pelaku UMKM. Dengan adanya edukasi melalui sosialisasi tersebut diharapkan dapat terealisasi dengan baik dan membuat para pelaku merasa edukasi dan ingin merealisasikan ide-ide yang disosialisasikan kepada masyarakat mulai dari kewirausahaan, packing, branding, hingga pemasaran. Yang mana hal demikian diharapkan agar para masyarakat dapat menginovasi singkong sebagai produk unggulan Desa Ngrimbi yang mana tidak hanya bersandar terhadap satu produk saja seperti keripik singkong melainkan harus membuat gebrakan yang membuat masyarakat dapat menguasai pangsa pasar melalui media pemasaran secara digital dengan memanfaatkan teknologi sehingga memperoleh hasil yang maksimal dari kegiatan usaha tersebut (Supardi et al.) selain itu *digital marketing* merupakan hal yang baru di telinga para pelaku UMKM yang masih akan merintis atau masih dalam skala kecil, beda halnya dengan UMKM yang sudah memiliki nama atau brand, mereka pasti tidak asing dengan adanya *digital marketing*. Perkembangan dunia digital harus selalu dilatih sehingga masyarakat tidak buta akan teknologi (Farrell et. Al., 2019).

Adapun tujuan akhir dari kegiatan pengabdian STIE PGRI Dewantara adalah berharap kepada masyarakat Desa Ngrimbi untuk melakukan berbagai inovasi yang berbahan dasar singkong dengan melakukan praktik secara langsung terhadap ide-ide yang telah dijelaskan dalam sosialisasi pelatihan tersebut berlangsung (Idayu et al.), yang mana inovasi keripik singkong dengan berbagai rasa dapat dikembangkan lagi atau di inovasikan lagi menjadi produk selain keripik dengan cara pengemasan yang menarik yang dapat bersaing dipasaran yang lebih luas hingga nasional, dan memiliki branding produk yang kuat dan sesuai dengan karakter pelaku UMKM dengan hasil bumi yang melimpah di Desa Ngrimbi yaitu umbi singkong. Sehingga dapat menarik konsumen dengan memanfaatkan teknologi digital berupa media sosial dalam proses pemasarannya

B. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian UMKM menurut Undang Undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) menyebutkan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang atau perorangan dan atau badan usaha perorangan Sedangkan usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan orang perorangan bukan merupakan anak perusahaan, bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dan bukan menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri perorangan sendiri, dilakukan orang bukan merupakan anak perusahaan, bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dan bukan menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari usaha kecil atau usaha besar.

Menurut Pasal 6 UU No.20 Tahun usaha mikro modal paling banyak Rp. 50.000.000, usaha kecil kekayaan bersih melebihi Rp. 50.000.000, usaha menengah kekayaan bersih Rp. 500.000.000. Pasal 5 ayat(1), Pasal 20, Pasal 27 ayat (2), Pasal 33, UU No.9. Tahun 1995. Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor XVI/MPR-RI 1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, serta potensi yang strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang semakin berkembang.

Tujuan pemberdayaan UMKM menurut UU No 20 tahun 2008 mengenai UMKM dalam Bab II (Pasal 5) adalah sebagai berikut:

1. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan adil.
2. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan UMKM dalam menjadikan usaha yang Tangguh dan mandiri.
3. Meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan kemiskinan. Peran UMKM saat ini tidak bisa hanya berjualan secara tatap muka, seiring dengan perkembangan zaman apalagi di era yang serba canggih dan mengandalkan teknologi maka muncullah suatu sistem penjualan atau pemasaran melalui online atau disebut juga dengan *digital marketing*.

Menurut Chaffey dan Chadwick (2016:11) "*Digital marketing is the application of the internet and related digital technologies in conjunction with traditional communications to achieve marketing objectives.*". Artinya *Digital Marketing* merupakan aplikasi dari internet dan berhubungan dengan teknologi digital dimana didalamnya berhubungan dengan komunikasi tradisional untuk mencapai tujuan pemasaran. Hal tersebut dapat dicapai untuk meningkatkan pengetahuan tentang konsumen seperti profil, perilaku, nilai, dan tingkat loyalitas, kemudian menyatukan komunikasi yang ditargetkan dan pelayanan online sesuai kebutuhan masing-masing individu.

Oleh karena itu, pada dasarnya *digital marketing* merupakan kegiatan pemasaran yang menggunakan media digital dengan menggunakan internet yang memanfaatkan media berupa *web, social media, e-mail, database, mobile/wireless* dan *digital tv* guna meningkatkan target konsumen dan untuk mengetahui profil, perilaku, nilai produk, serta loyalitas para pelanggan atau target konsumen untuk mencapai tujuan pemasaran. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa *digital marketing* merupakan pemasaran atas produk maupun jasa menggunakan internet dengan memanfaatkan *web, social media, e-mail, database, mobile/wireless* dan *digital tv* guna meningkatkan pemasaran serta target konsumen. Sedangkan menurut Ardiansyah (2020) menjelaskan bahwa sistem penjualan

atau pemasaran melalui platform *e-commerce* sangatlah tren dikalangan masyarakat. *Electronic Commerce (e-commerce)* menggambarkan suatu proses pembelian, penjualan, mentransfer, atau bertukar produk, jasa, dan informasi melalui jaringan komputer termasuk internet.

C. METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah dengan menggunakan metode partisipatif yang mana dengan beberapa tahapan, yaitu survey pendahuluan, perancangan program kerja, pelaksanaan program, dan monitoring keseluruhan evaluasi program. Pengabdian terhadap masyarakat ini dilakukan selama 1 bulan melalui program pengabdian mahayang dilaksanakan sejak tanggal 29 Juni – 27 Juli 2022. Wilayah pengabdian yaitu Desa Ngrimbi, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang Jawa Timur. Sasaran dalam pengabdian di Desa Ngrimbi adalah mengembangkan potensi desa yaitu yang Sebagian besar menjadi seorang petani dengan hasil pertanian yang melimpah di desa Ngrimbi adalah Singkong. Yang mana singkong sendiri dapat diolah maupun dapat diolah dengan berbagai inovasi salah satunya dengan mengolah singkong menjadi kripik singkong yang dinamakan “KRIKONG” yang merupakan singkatan dari keripik singkong yang di inovasikan dengan berbagai rasa dan dengan proses pengemasan yang lebih kekinian serta memanfaatkan *digital marketing* atau dengan memanfaatkan teknologi berupa social media dalam proses pemasarannya.

Namun sebelum itu, perwakilan dosen dan mahasiswa telah melakukan survey pendahuluan yang dilakukan dengan observasi dan wawancara langsung pada perangkat desa serta tokoh masyarakat. Hasil dari survey pendahuluan dikembangkan dalam rencana program kerja dengan menganalisis potensi yang ada di Desa Ngrimbi. Perancangan dan pelaksanaan program dilaksanakan oleh seluruh anggota tim pengabdian di Desa Ngrimbi yang mana didampingi oleh Dosen Pembimbing Lapangan. Monitoring dan evaluasi program dilakukan secara rutin oleh ketua dan anggota kelompok, serta Dosen Pembimbing Lapangan dan melakukan pelatihan secara langsung mengenai strategi pengemasan dan proses pembuatan akun pada *e-commerce*. Yang mana hal ini diimplementasikan dalam program pengabdian dosen dan mahasiswa dengan membuat program kerja dengan tema “Pemberdayaan UMKM untuk mengoptimalkan hasil bumi desa di Desa Ngrimbi” yang mana dalam kegiatan pelatihan serta sosialisasi ini melibatkan pelaku UMKM, Kader PKK dan Masyarakat di Desa Ngrimbi yang diharapkan dapat memanfaatkan potensi desa yang ada dan meningkatkan pendapatan desa dengan adanya produk olahan inovasi dari keripik singkong.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Ngrimbi, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang memiliki banyak potensi yang cukup beragam. Sebagian besar masyarakat Desa Ngrimbi bekerja sebagai petani. Pedagang, dan karyawan. Namun lebih banyak di bidang pertanian yang mana hal ini memberikan potensi yang besar terhadap desa salah satunya adalah potensinya melimpahnya hasil bumi dari pertanian salah satunya adalah singkong. Melimpahnya hasil pertanian ini menciptakan peluang untuk mengolah dan memberikan berbagai sentuhan inovasi sehingga hasil pertanian dapat memiliki nilai jual yang tinggi dan dapat meningkatkan perekonomian warga di Desa Ngrimbi.

Hasil dari analisis situasi yang dilakukan oleh tim pengabdian dosen dan mahasiswa STIE PGRI Dewantara mengenai kondisi perekonomian di wilayah Desa

Ngrimbi masih berada di kalangan menengah kebawah, dimana ibu-ibu masih banyak yang tidak memiliki kegiatan atau pekerjaan lainnya selain menjadi seorang ibu rumah tangga. peneliti melihat bahwa banyak hasil bumi dari pertanian memiliki nilai jual yang relatif rendah dan dari sinilah tim akan memberikan sosialisasi dan pelatihan terkait dengan pengetahuan kewirausahaan dan pelatihan cara membuat inovasi keripik singkong dengan berbagai rasa dan dapat di inovasikan lagi serta memberikan pelatihan mengenai *digital marketing*.

Dalam hal ini, tahapan yang dilakukan dalam pemberdayaan UMKM di Desa Ngrimbi, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang, Jawa Timur yaitu: Tahapan pertama yaitu melakukan sosialisasi mengenai kewirausahaan dan cara menjadi seorang wirausahawan. Dalam sosialisasi tersebut juga menjelaskan mengenai nilai jual produk UMKM dimana sasaran utama sosialisasi tersebut adalah ibu-ibu masyarakat Desa Ngrimbi yang tidak memiliki pekerjaan. Serta memberikan gambaran jika hasil bumi dari pertanian Desa Ngrimbi sangatlah melimpah dan tim pengabdian desa Ngrimbi juga berencana untuk mengajak ibu-ibu untuk bekerjasama dalam meningkatkan nilai produk dari singkong. Yang mana nantinya akan dibuat produk olahan *snack* atau makanan ringan berupa keripik singkong dengan berbagai rasa yang disebut dengan “KRIKONG” selain itu dan tim pengabdian desa Ngrimbi juga memberikan sosialisasi serta pelatihan bagaimana cara packing, branding, hingga proses pemasaran yang baik sehingga banyak konsumen yang berminat dan tertarik untuk membeli produk olahan singkong tersebut dalam meningkatkan penjualan.

Tahap kedua adalah berupa pelatihan pembuatan produk siap jual yang mana dan tim pengabdian desa Ngrimbi melakukan sosialisasi terkait pembuatan kripik singkong dengan varian rasa Bersama ibu-ibu Desa Ngrimbi. Kegiatan pengabdian dosen dan mahasiswa menyiapkan segala bahan-bahan dasar dari hasil pertanian yaitu singkong yang selanjutnya di demokan dengan cara pembuatan komposisi secara pas sehingga terciptalah produk “KRIKONG” dengan varian rasa dan siap untuk dijual dengan *packaging* yang menarik. Kemudian tahap ketiga adalah strategi pemasaran yaitu dengan pemberdayaan masyarakat Desa Ngrimbi dengan melakukan sosialisasi pelatihan *digital marketing* yang mana merupakan suatu kegiatan pemasaran atau melakukan promosi sebuah *brand* atau produk menggunakan media digital atau internet yang mana tujuan dari digital marketing sendiri adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. Beberapa contoh Teknik pemasaran yang termasuk dalam *digital marketing* adalah periklanan online seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, promosi media cetak, iklan televisi dan radio, *mobile marketing*, dan lainnya.



Gambar 1. Kegiatan kunjungan tim pengabdian desa Ngrimbi

E. PENUTUP

Seluruh program kerja yang dilaksanakan di Desa Ngrimbi oleh tim pengabdian STIE PGRI Dewantara Jombang bertujuan untuk mendukung pembangunan desa yang berkelanjutan, seimbang dan lestari berbasis kemampuan dan sumber daya yang dimiliki oleh desa. Program-program tersebut diharapkan dapat memberikan kebermanfaatannya bagi masyarakat Desa Ngrimbi dalam rangka menciptakan Desa yang unggul dalam sektor UMKM. Program-program baik fisik, non-fisik, kelompok maupun individu telah disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat di Desa Ngrimbi. Pendampingan program serta program kerja yang dilakukan merupakan sebuah wujud proses bersama dalam melakukan kegiatan bermasyarakat. Saran yang dapat diberikan bagi beberapa pihak terkait antara lain, dibutuhkan partisipasi seluruh masyarakat Desa Ngrimbi dalam kegiatan-kegiatan yang bernilai positif sehingga pemberdayaan masyarakat terutama kelompok perempuan khususnya para kader PKK dan kelompok para pemuda dapat dirasakan dampaknya untuk kepentingan bersama. Berikutnya, rencana program kerja pada kegiatan pengabdian masyarakat harus bersifat fleksibel dan selaras dengan pemerintah desa guna menyesuaikan kebutuhan desa dengan memanfaatkan secara berkelanjutan sumber daya alam khususnya hasil bumi yang dimiliki desa sehingga diharapkan dapat menggali dan memperkuat partisipasi, kemandirian dan keswadayaan masyarakat dalam seluruh siklus proses pengembangan dan pembangunan Desa Ngrimbi.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, Dave, Chadwick, Fiona Ellis (2016) *Digital Marketing Strategy, Implementation, and Practice*
- Hermanto, W. C., Puji, A. A., & Saputra, R. (2022). Edukasi Dan Sosialisasi Laporan Keuangan, Packing, Dan Branding Produk Untuk Mengembangkan Kualitas Dan Produktivitas Umkm Tapai Ubi Di Kelurahan Bencah Lesung. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 6(1), 9-13.
- Oktaviani, M. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Bersama Garda Nusantara Meningkatkan UMKM di Wilayah Jawa Barat. *Humanism: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 207-213.
- Pratiwi, A.H. (2019). Pengembangan Potensi km Dan Pemberdayaan Masyarakat menuju Desa Lestari Di Desa Palaan, Kecamatan Ngajum, Kabupaten Malang. *at-tamkin: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(2), 43-50.
- Savitri, A. S. N., Al Umar, A. U. A., Fitriani, A., Mustofa, M. T. L., & Arinta, Y. N. (2020). Dampak dan strategi usaha mikro kecil dan menengah di masa pandemi dan era new normal. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(7), 1433-1437.
- Sudiman, S., Fahrudin, W. A., Taufik, T., Subarman, K., & Taufik, A. (2020). Sosialisasi strategi usaha kecil menengah untuk meningkatkan produktivitas pasca pandemic virus COVID19. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 435- 43
- Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan usaha mikro, kecil dan menengah dari dampak pandemic Covid-19. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 19(1), 76- 86.