

SOSIALISASI DAN PELATIHAN PEMASARAN *ONLINE* PADA UMKM DESA JOMBOK GUNA PENGEMBANGAN KEMAMPUAN PEMASARAN PRODUK

Mardi Astutik*, Khofifah Indah Parwati
STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG

*Korespondensi**: mardiastutisemm.stiedewantara@gmail.com

Abstrak

Kata “Desa” selalu berkaitan dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dimana unit usaha ini sering dijumpai di wilayah pinggiran kota khususnya desa. Secara umum, UMKM yang ada di Desa Jombok memiliki potensi dan daya saing yang tinggi namun dalam perkembangannya terkendala oleh beberapa faktor. Dari hasil penelitian dan observasi lapangan tim pengabdian STIE PGRI Dewantara Jombang menemukan, bahwa sebagian besar kendala yang dialami oleh pemilik UMKM Desa Jombok adalah pada pemasarannya. Pemasaran yang dimaksud ialah pemasaran secara online, dimana kebanyakan pemilik UMKM merasa kesulitan dalam penggunaan aplikasi dan *marketplace online*, metode-metode promosi yang tepat, hingga masalah administratif terkait dengan pemanfaatan media sosial guna memasarkan produknya. Untuk itu, tim pengabdian dosen dan mahasiswa melakukan kegiatan antara lain: 1) Observasi UMKM sasaran, 2) Mengadakan sosialisasi tentang Pemasaran Produk secara *online*, 3) Memberikan pelatihan secara langsung tentang Pemasaran Produk secara *online*, 4) Melakukan pemantauan dan evaluasi atas capaian kegiatan pemasaran. Pengabdian tersebut telah dilaksanakan dengan baik. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan sasaran utama ialah Sosialisasi dan Pelatihan Pemasaran Online pada UMKM di Desa Jombok.

Kata kunci: Desa Jombok, UMKM, Pemasaran *Online*.

Abstract

The word "Village" is always related to Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) where these business units are often found in suburban areas, especially villages. In general, MSMEs in Jombok Village have high potential and competitiveness but are constrained in their development by several factors. From the results of research and field observations the STIE PGRI Dewantara Jombang service team found that most of the obstacles experienced by the UMKM owners in Jombok Village were marketing. The marketing in question is online marketing, where most MSME owners find it difficult to use online applications and marketplaces, appropriate promotion methods, to administrative issues related to the use of social media to market their products. For this reason, the lecturer and student service team carried out activities including: 1) Observing the target MSMEs, 2) Conducting socialization on online product marketing, 3) Providing in-person training on online product marketing, 4) Monitoring and evaluating activity achievements marketing. This service has been carried out properly. This community service activity was carried out with the main objective being Online Marketing Socialization and Training for MSMEs in Jombok Village.

Keywords: Jombok Village, MSMEs, Online Marketing.

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sebagai salah satu kewajiban yang termuat dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi, STIE PGRI Dewantara Jombang sebagai salah satu kampus terkemuka di Jombang terpanggil untuk menyukseskan dan membantu mengembangkan Usaha Makro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berada di desa-desa yang membutuhkan bantuan dan bimbingan melalui kegiatan pengabdian dosen dan mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang.

Tim pengabdian dosen dan mahasiswa diberi kesempatan untuk mengabdikan di Desa Jombok, Kecamatan Ngoro. Penulis melaksanakan observasi dan penelitian awal di Desa Jombok guna menentukan pokok masalah yang dialami oleh warga desa dan berhasil merumuskan bahwa masalah utama dan paling dominan ialah pada sektor UMKM nya. Dimana, para pemilik UMKM di Desa Jombok belum bisa menjangkau pasar digital atau pemasaran secara *online*.

Desa Jombok adalah desa yang terletak di antara perbatasan Kabupaten Jombang dan Kabupaten Kediri, hal ini yang menjadikan Desa Jombok menjadi Desa paling ujung di Kabupaten Jombang. Secara geografis, Desa Jombok memiliki iklim yang cenderung sejuk dikarenakan lahan hijau terbuka yang masih sangat luas. Didominasi oleh tanaman padi dan perkebunan lokal, desa ini juga terletak di dekat Sungai Konto yang menjadikan potensi banjir juga tinggi karena notabnya Sungai Konto adalah Sungai yang menjadi jalur lahar dingin langsung dari Gunung Kelud di Kabupaten Kediri. Secara administratif, Desa Jombok terbagi menjadi 8 Dusun mulai dari Dusun Jombok, Dusun Sumberejo, Dusun Pageng, Dusun Jatirejo, Dusun Bicek, Dusun Jembar, Dusun Dawuhan dan Dusun Ngasem. Jarak setiap dusun sendiri juga terbilang cukup jauh, dan didapat diakses dengan mudah baik menggunakan kendaraan roda dua hingga empat. Mata pencaharian penduduk Desa Jombok rata-rata adalah pertanian dan sektor perkebunan, sebagian kecil sektor peternakan dan sisanya membuka usaha sendiri berupa UMKM kecil.

Sempat dilanda pandemi tahun lalu, UMKM Desa Jombok sempat mengalami kesulitan dalam pemasaran produknya, dikarenakan sistem pemasarannya yang belum sepenuhnya terjangkau oleh *marketplace* yang rata-rata diakses secara online. Sebagian kecil pemilik usaha UMKM mengaku bahwa produksinya hanya akan dilakukan bila ada pesanan masuk atau tidak memproduksi dalam jumlah besar. Karena permasalahan itulah Tim pengabdian dosen dan mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang membuat tujuan utama yaitu untuk membantu pengusaha UMKM di Desa Jombok dalam hal pemasaran produk secara *online*, dimana ini diharapkan dapat menjadi bantuan besar kepada pemilik usaha UMKM agar dapat memasarkan produknya ke wilayah yang lebih luas dan dapat mengikuti perkembangan teknologi pemasaran yang ada.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut undang-undang nomor 6 tahun 2014 Tentang Desa, Pengertian Desa ialah desa dan desa adat atau yang disebut dengan nama lain, selanjutnya disebut Desa, adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Dan sebagaimana kita tau, bahwa sebagian pelaku UMKM ialah masyarakat di pedesaan.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu usaha yang berperan besar dalam menganekaragamkan produk ekspor Indonesia dan menjadi andalan dalam perolehan devisa. Dalam sejarahnya, sepanjang pemerintahan orde baru, UMKM sangat dikesampingkan keberadaannya. Berbeda dengan usaha besar yang selalu diberikan keleluasaan dalam berbagai hal. Namun UMKM justru dapat bertahan dalam menghadapi kebijakan-kebijakan tersebut. UMKM sangatlah penting keberadaannya di Indonesia karena selain dapat menambah pendapatan UMKM juga dapat mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia. UMKM juga telah diatur secara hukum melalui Pasal 2 Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2008 menentukan, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah berasaskan, a) Kekeluargaan, b) Demokrasi, c) Ekonomi d)

Kebersamaan, e) Efisiensi berkeadilan, f) Berkelanjutan g) Berwawasan lingkungan, h) Kemandirian, i) Keseimbangan kemajuan, j) Kesatuan ekonomi nasional.

Menurut Pasal 6 UU No.20 Tahun 2008 tentang kriteria UMKM dalam bentuk permodalan adalah sebagai berikut:

- 1) Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut: Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- 2) Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut: Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,0 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- 3) Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut: Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

C. METODE PELAKSANAAN

Di Desa Jombok memiliki beberapa UMKM aktif dengan total 6 UMKM, dan semua bergerak di bidang produk olahan atau makanan. Hasil observasi dari kunjungan langsung dan wawancara langsung dengan pemilik UMKM, penulis menemukan bahwa permasalahan yang dialami oleh para pelaku UMKM khususnya di Desa jombok ialah pada tahap pemasaran terutama menggunakan *platform online* dan metode promosi pemasaran yang tepat. Selama kegiatan anggota tim pengabdian selalu berkoordinasi dengan perangkat desa juga dengan masyarakat Desa Jombok khususnya pemilik UMKM guna kelancaran jalannya proses kegiatan selama pengabdian. Gambaran kegiatan tersebut adalah:

1. Observasi langsung ke lokasi UMKM guna mengumpulkan data informasi yang diperlukan. Tim pengabdian terjun langsung melakukan observasi dan mengajukan beberapa pertanyaan mengenai jalannya usaha tersebut dan kendala apa saja yang dirasakan oleh para pelaku UMKM di Desa Jombok. Setelah berhasil merumuskan masalah maka tim pengabdian akan mulai membuat rencana kegiatan yang akan dilakukan sebagai bentuk *problem solve* atas masalah yang ditemukan selama observasi berlangsung.
2. Melaksanakan diskusi dengan Kepala Desa Jombok mengenai rencana yang akan dilaksanakan, dan apa saja yang mungkin diperlukan selama proses pelaksanaan kegiatan berlangsung.
3. Membuat undangan dan surat pemberitahuan secara formal yang telah disetujui oleh Kepala Desa Jombok, untuk kemudian ditindaklanjuti dengan eksekusi kegiatan.
4. Melaksanakan kegiatan sosialisasi tentang Pemasaran Online atau *Digital Marketing* kepada pelaku UMKM yang ada di Desa Jombok. Disini dari pihak team dan perangkat desa sepakat untuk mengajak perwakilan setiap dusun yang ada di Desa Jombok untuk turut hadir dalam kegiatan dengan harapan akan menumbuhkan jiwa kewirausahaan warga desa.

5. Melaksanakan pelatihan atau *Workshop* tentang pemasaran *online* atau *digital marketing* dengan sasaran utama yakni pelaku UMKM. Di kegiatan ini, selain pelaku UMKM dan perwakilan setiap dusun ibu-ibu PKK Desa Jombok yang dikoordinasi langsung oleh Ketua PKK Desa Jombok juga mengikuti kegiatan ini.

D. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan oleh tim pengabdian dosen dan mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang selama 1 bulan, yang diawali secara formal sejak 29 Juni 2022 hingga penutupan secara formal pada 27 Juli 2022. Namun, tim pengabdian telah melaksanakan observasi awal terhitung sejak tanggal 13 Juni 2022 guna mengetahui lebih dalam dan detail karakteristik Desa Jombok. Koordinasi awal ini dimanfaatkan penulis dan tim untuk memperkenalkan diri sekaligus meminta izin kepada perangkat desa khususnya Kepala Desa Jombok untuk memulai observasi pra-penelitian.

Kegiatan keanggotaan tim pengabdian dosen dan mahasiswa mulai nampak setelah observasi pertama, yaitu adanya diskusi awal team yang dilaksanakan secara offline dan online. Di tahapan ini setiap anggota mengeluarkan pendapat juga pandangannya atas masalah awal atau gambaran awal apa yang ingin dikembangkan dari Desa Jombok. Saling berkoordinasi dan menyamakan visi dan misi agar nanti ketika terjun langsung ke desa tidak ada perpecahan antar anggota team.

Dari pemberangkatan, kegiatan, hingga penutupan sudah dilewati sesuai rencana dengan baik dan lancar. Meskipun ada beberapa perubahan jadwal kecil di beberapa kegiatan namun itu semua tidak terlalu mempengaruhi kegiatan utama tim selama pengabdian berlangsung. Penulis mampu berkolaborasi dengan baik dengan warga Desa Jombok, mampu mengarahkan para pemilik UMKM di Desa Jombok untuk perlahan menggunakan metode pemasaran *Digital Marketing* atau pemasaran online. Dengan ini, penulis berharap kedepannya semua warga Desa Jombok mampu menjadi desa yang maju bukan hanya dalam segi ekonomi, namun juga segi pariwisata dan pendidikan.

E. PENUTUP

Kegiatan pengabdian ini sangat bermanfaat bagi semua pihak, mulai dari dosen, mahasiswa hingga unit terkecil yaitu pemilik UMKM yang ada di Desa Jombok. Beberapa hal yang telah dilakukan penulis ialah: 1) Pemilik UMKM Desa Jombok mampu mengoperasikan *Whatsapp Business* dan bisa membuat akun UMKMinya di aplikasi tersebut, 2) Pemilik UMKM mampu berkreasi dalam hal mempromosikan produknya secara online. Namun demikian, masih banyak masalah yang belum bisa dipecahkan oleh penulis. Dan penulis bersama team berharap, tim pengabdian yang nantinya akan melaksanakan pengabdian di Desa Jombok dapat menemukan pemecahan yang belum sempat diselesaikan oleh tim

DAFTAR PUSTAKA

- Akah, P. D. (2019, september 9). *Sistem Informasi Desa Akah*. Retrieved from Undang-UndangNo6Tahun2014TentangDesa:<https://akah.desa.id/artikel/2019/9/9/undangno6tahun2014Tentangdesa#:~:text=Desa%20adalah%20desa%20dan%20desa,asal%20usul%2C%20dan%20fatau%20hak>
- Mochamad Reza Rahman, M. R. (2021). Perkembangan UMKM (Usaha MikroKecil Dan Menengah) Di Indonesia. 377-379. *Perkebangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Indonesia*. (2019). 33-36.