

Penguatan UMKM Melalui Seminar *E-Business* dan *Digital Marketing* Di Desa Tambakrejo

Erminati Pancaningrum, Icha Sesilia Putri
STIE PGRI Dewantara Jombang
Koresponden: panca@stiedewantara.ac.id

Abstrak

Desa Tambakrejo merupakan salah satu desa yang maju berkat UMKM. Namun metode pengembangan bisnis dan pemasaran yang diterapkan oleh UMKM disana kebanyakan masih tradisional dimana pemasarannya hanya pada outlet atau berkeliling, dan jarang sekali ditemui penjualan disana memanfaatkan digitalisasi serta banyaknya usaha yang belum memiliki izin seperti PIRT, NIB, dan sertifikasi halal. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan *E-Business* dan *Digital Marketing* di desa Tambakrejo agar UMKM disana lebih berkembang dengan seiringnya perkembangan teknologi. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan secara intensif selama 1 bulan di bulan Februari 2023 dengan jadwal yang telah disepakati antara tim penulis dengan mitra binaan. Dari hasil kegiatan intensif yang telah dilakukan dapat memperoleh hasil yang memuaskan masyarakat mampu mengembangkan usahanya dan memiliki media sosial guna untuk meningkatkan branding produk mereka dan dengan pendampingan dari Dinas Sosial usaha mereka memiliki izin usaha seperti PIRT, NIB, dan sertifikasi halal. Dari hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah dilakukan maka diharapkan program ini dapat dilanjutkan oleh pemerintah desa setempat agar mitra binaan semakin berkembang.

Kata Kunci: Digitalisasi, UMKM

Abstract

Tambakrejo Village is one of the developed villages thanks to MSMEs. However, the business development and marketing methods applied by MSMEs there are mostly still traditional where marketing is only at outlets or around, and it is rare to find sales there utilizing digitization and the many businesses that do not have permits such as PIRT, NIB, and halal certification. This Community Service Activity (PKM) aims to optimize e-business and digital marketing in Tambakrejo village so that MSMEs there are more developed along with technological developments. This PKM activity was carried out intensively for 1 month in February 2023 with a schedule agreed between the writing team and the fostered partners. From the results of the intensive activities that have been carried out, it is possible to obtain satisfactory results, the community is able to develop their business and have social media in order to increase their product branding and with assistance from the Social Service their businesses have business licenses such as PIRT, NIB, and halal certification. From the results of the PKM activities that have been carried out, it is hoped that this program can be continued by the local village government so that the fostered partners will develop further.

Keywords: Digitalization, MSMEs

A. PENDAHULUAN

A.1 Profil desa

Desa Tambakrejo merupakan salah satu daerah di Kecamatan Jombang yang memiliki beberapa pondok pesantren. Desa Tambakrejo memiliki luas wilayah 178.350 ha dengan letak koordinat bujur yakni 112,228817o dan koordinat lintang -7,529638o. Desa Tambakrejo berbatasan dengan batas administrative wilayah-wilayah berikut: 1) Sebelah utara : Kecamatan Tembelang, 2) Sebelah timur : Desa Dapur Kejambon, 3) Sebelah selatan : Desa Sambong Dukuh, 4) Sebelah barat : Desa Ploso Geneng.



Gambar 1. Sumber : Pemerintahan Desa Tambakrejo

Desa Tambakrejo merupakan sebuah desa di wilayah Kecamatan Jombang, Kabupaten Jombang Jawa Timur. Desa Tambakrejo terdiri dari 4 Dusun, 10 RW (Rukun Warga) dan 47 RT (Rukun Tetangga). Desa Tambakrejo memiliki empat dusun, yaitu Tambakberas, Gedang, Ngelungu dan Petengan. Kondisi demografi pada umumnya menggambarkan tentang keadaan penduduk dan jumlah penduduk yang berada di suatu wilayah. Jumlah penduduk di Desa Tambakrejo mencapai 6.797 jiwa, yang terdiri dari 3.372 jiwa penduduk yang berjenis kelamin laki-laki dan 3.607 jiwa untuk penduduk perempuan dengan jumlah Kepala Keluarga 2.100 KK dengan mata pencaharian mayoritas masyarakatnya adalah karyawan swasta.

Desa Tambakrejo merupakan salah satu desa yang maju berkat UMKM. Tetapi, dengan berkembangnya era digitalisasi saat ini mitra binaan masih belum memanfaatkannya, dikarenakan kurangnya sosialisasi mengenai *E-Business* dan *Digital Marketing*. Hal ini tampak dari masih banyaknya mitra binaan yang masih menjual dengan cara *offline marketing*.

Ada beberapa pelaku usaha yang mempunyai sudah melakukan online marketing namun tidak bisa berkembang dikarenakan kurangnya promosi. Dari hasil observasi awal, ditemui ada banyak pelaku usaha yang mempunyai usaha menarik namun kurang dipasarkan kepada masyarakat luas sehingga penjualannya kurang maksimal.



Gambar 2: Observasi

Melihat kondisi tersebut, tim penulis dengan dibantu kelompok mahasiswa melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat secara intensif guna meningkatkan kapasitas mitra binaan. Kegiatan yang direncanakan adalah : 1) Sosialisasi kegiatan mengenai seminar *E-bussines* dan *digital marketing*, 2) Pelatihan pemasaran secara *online* dan *offline*, 3) Pendaftaran izin berusaha seperti NIB, PIRT, sertifikasi halal.

B. TINJAUAN PUSTAKA

B.1 Wirausaha Desa

Pemerintah telah berupaya untuk merapatakan pembagunan agar tidak terkonsentrasi di kota besar saja. Salah satu upaya yang telah dilakukan pemerintah adalah melalui pemberdayaan masyarakat desa dengan melibatkan berbagai elemen masyarakat. STIE PGRI Dewantara Jombang sebagai salah satu perguruan tinggi terkemuka di Jombang ikut berpartisipasi dengan melakukan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. Kegiatan ini bertujuan untuk mengembangkan potensi wirausaha desa.

Kewirausahaan desa adalah usaha yang dilakukan dengan mengorganisir struktur ekonomi perdesaan melalui pemanfaatan aset desa berupa sumber daya alam dan manusia sebagai modal pengembangan wirausaha baru yang dijalankan secara kolaboratif oleh segenap unsur desa. Penataan ekonomi perdesaan penting untuk segera dilakukan melalui pemanfaatan potensi sumber daya desa secara optimal. Pemanfaatan potensi tersebut dilakukan dengan tetap memperhatikan kondisi dan kebutuhan masyarakat guna mencapai kesejahteraan yang merata dan berkelanjutan.

Kehadiran desa wirausaha akan menjadi salah satu solusi meningkatkan produktifitas geliat pertumbuhan ekonomi desa secara nyata. Desa wirausaha merupakan bentuk desa yang melaksanakan kewirausahaan secara terorganisir oleh segenap komponen desa. Pengembangan desa wirausaha akan memberikan manfaat diantaranya; a) mengurangi kemiskinan; b) mengurangi urbanisasi penduduk; c) membuka lapangan pekerjaan di desa; d) melestarikan budaya tradisional; e) meningkatkan pendapatan masyarakat; f) menambah inovasi jenis wirausaha di desa; g) menurunkan kesenjangan desa dengan kota; h) branding dan promosi desa sehingga dikenal lebih luas; dan i) memanfaatkan sumber daya alam desa secara tepat, lestari, dan berkesinambungan (Kusuma dan Purnamasari, 2016; Purnomo, 2022).

Warga desa perlu diberikan penguatan pengetahuan, keterampilan, kesadaran berwirausaha, peningkatan mutu produk/jasa, nilai tambah, dan daya saing produk. Selain itu, perlu didukung dengan strategi pengembangan desa wirausaha. Di dalam Pedoman Pelaksanaan Desa Preneur, juga disebutkan bahwa peran lembaga ekonomi desa seperti UMKM, koperasi, hingga BUMDes penting untuk aktif terlibat. Mereka dapat membantu membentuk ekosistem dan strategi pemasaran bersama hasil produk dan jasa dari warga. Pelibatan lembaga lain seperti perguruan tinggi, perbankan, hingga kerjasama program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR), diharapkan dapat menjadi mediator dan pendamping kelompok usaha kecil dalam mengembangkan produk barang atau jasa yang memiliki daya saing. Mereka juga dapat mendampingi mengelola keuangan usaha yang baik.

Pengembangan kewirausahaan desa menjadi upaya untuk mengakselerasi pertumbuhan ekonomi desa. Dibutuhkan kesadaran oleh pemangku kepentingan dan kerjasama dengan masyarakat desa guna menumbuhkan kewirausahaan desa yang tangguh, penuh inovasi, dan kreatifitas. Penguatan komunitas masyarakat secara berkelanjutan akan mendorong penguatan ekonomi desa berbasis potensi dan kearifan lokal. Pada akhirnya, dapat membangun ekonomi desa yang kuat dan mandiri.

B.2 UMKM

Desa Tambakrejo merupakan salah satu desa yang maju berkat UMKM. Tetapi, dengan berkembangnya era digitalisasi saat ini mitra binaan masih belum memanfaatkannya, dikarenakan kurangnya sosialisai mengenai *E-Bussiness* dan *Digital*

Marketing. Hal ini tampak dari masih banyaknya mitra binaan yang masih menjual dengan cara *offline marketing*.

Menurut UUD 1945, telah disahkan oleh TAP MPR NO.XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi. Demokrasi ekonomi, usaha mikro, kecil, dan menengah harus diperkuat sebagai bagian integral dari perekonomian nasional, yang memiliki posisi, peran, dan peluang strategis untuk menciptakan struktur perekonomian nasional yang lebih seimbang, maju, dan berkeadilan. Selain itu, pengertian UMKM lahir dari UU No. 9 Tahun 1999 dan karena perkembangan yang semakin dinamis maka diubah ke Undang-undang No. 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah. Pengertian UMKM berdasarkan Undang-undang No. 20 tahun 2008 sebagai berikut :

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
4. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.
5. Dunia Usaha adalah Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.

Sedangkan menurut Tohar, UMKM merupakan potensi bisnis yang sangat digalakkan oleh pemerintah karena semakin banyak masyarakat berwirausaha maka semakin baik kokohnya perekonomian suatu daerah karena sumber daya lokal, pekerja lokal dan pembiayaan lokal dapat terserap dan bermanfaat secara optimal. *E-bisnis* atau Bisnis elektronik adalah bisnis yang terjadi secara otomatis dengan memanfaatkan penggunaan teknologi elektronik seperti komputer dan internet. Perdagangan elektronik memungkinkan perusahaan untuk terhubung ke sistem pemrosesan data internal dan eksternal lebih efisien dan fleksibel. Dari proses pemesanan barang, konfirmasi pembayaran, hingga konfirmasi Barang dikirim secara otomatis ke pelanggan elektronik.

Dalam dunia korporasi, digitalisasi lebih dikenal dengan *e-commerce*. Perdagangan elektronik adalah proses pembelian, penjualan, transfer, dan pertukaran Produk/Layanan/Informasi di Internet (Turban, King, Lee, Liang & Turban, 2012). Pemasaran adalah bisnis yang berhubungan langsung dengan konsumen. Branding adalah kegiatan komunikasi perusahaan untuk mempresentasikan merek perusahaan kepada publik, mempertimbangkan untuk membangun atau memperluas merek. Kegiatan

branding lebih fokus pada kegiatan komunikasi interpersonal. Bisnis konsumen dimana tujuan utama branding adalah untuk menciptakan citra/reputasi yang baik atau sesuai dengan visi dan misi bisnis di mata konsumen. Perkembangan teknologi informasi saat ini sangat pesat, terutama perkembangan teknologi internet yang ditawarkan keberadaannya. Dampak dan perubahan di berbagai bidang kehidupan sehari-hari, salah satunya adalah bisnis, termasuk pemasaran dan branding. Digital marketing atau pemasaran digital adalah salah satu bentuk bisnis mengiklankan dan memasarkan dengan merek media digital seperti internet (Rizaldi, 2017).

Menurut Philip Kotler (Kotler, 2012), *e-commerce* adalah proses pembelian dan penjualan dibantu oleh sistem elektronik. Jony Wong (Jony, 2010) juga mengklaim hal yang sama bahwa seperti jual beli dan pemasaran barang atau jasa melalui media elektronik seperti televisi, radio, Internet adalah *e-commerce*. Di Indonesia, penggunaan *e-commerce* sebagai alat pemasaran dan penjualan terus meningkat. Hal ini tercermin dari semakin maraknya penggunaan aplikasi online yang memudahkan jual beli secara online. Penjualan adalah keseluruhan sistem bisnis. Dimulai dari perencanaan, penetapan harga, periklanan, distribusi barang/jasa/informasi tujuan mereka untuk mencapai tujuan utama organisasi. Penggunaan Internet selain sumber informasi dan alatnya Promosi barang secara online ke tempat tujuan dijadikan peluang.

C. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan secara intensif selama 1 bulan di bulan Februari 2023 dengan jadwal yang telah disepakati antara tim penulis dengan mitra binaan. Rencana pelaksanaan kegiatan ini dapat dilihat sebagai berikut :

1. Tahap awal, pada kegiatan ini, tim penulis beserta mahasiswa melakukan survey kondisi mitra binaan. Hal ini dilakukan guna mengetahui secara lebih jelas kondisi dilapangan sebelum kegiatan inti. Selain itu, pada tahap ini, tim penulis juga mengurus perijinan dengan perangkat desa setempat seperti kepala desa, serta sosialisasi rencana kegiatan kepada mitra binaan.
2. Tahap pelaksanaan kegiatan, kegiatan ini adalah kegiatan inti Pengabdian kepada Masyarakat. Pada tahap ini, tim penulis berencana untuk : 1) Sosialisasi kegiatan mengenai seminar *E-Business* dan *Digital Marketing*, 2) Pelatihan pemasaran secara *online* dan *offline*, 3) Pendaftaran izin berusaha seperti NIB, PIRT, sertifikasi halal.
3. Tahap akhir, pada tahap ini, tim pelaksana melakukan monitoring dan evaluasi dari hasil kegiatan. Tim penulis akan bermusyawarah dengan mitra binaan serta perangkat desa setempat untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan, serta merencanakan tindak lanjut kegiatan.

D. PELAKSANAAN KEGIATAN

Sesuai dengan rencana kegiatan yang telah disusun, tim penulis melakukan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan dibantu tim mahasiswa. Adapun kegiatan yang dilaksanakan adalah :

- D.1. Sosialisasi kegiatan, tim melakukan survey, mengurus perijinan dengan perangkat desa setempat, serta sosialisasi rencana kegiatan kepada mitra binaan.

Gambar 3: Survey dengan kepala desa



Gambar 4: Survey dengan mitra binaan



D.2. Tahap pelaksanaan kegiatan, kegiatan ini adalah kegiatan inti Pengabdian kepada Masyarakat. Pada tahap ini, pertama Sosialisasi kegiatan mengenai seminar *E-Business* dan *Digital Marketing*, dimana tim penulis bekerjasama dengan beberapa pihak yaitu Narasumber yang akan membantu kami menyampaikan materi *E-Business* dan *Digital Marketing*. Dengan tujuan agar UMKM di Desa Tambakrejo dapat lebih maju dan bisa bersaing dalam perkembangan zaman yang semakin maju. kedua pelatihan pemasaran secara online dan offline guna untuk membantu mitra binaan untuk memasarkan produknya dengan cara mengikuti perkembangan era digital sekarang, ketiga pendaftaran izin berusaha seperti NIB, PIRT, sertifikasi halal, dimana penulis beserta tim membantu masyarakat desa Tambakrejo untuk mendaftarkan usahanya dengan bantuan dari Dinas Koperasi Jombang untuk membantu menyampaikan betapa pentingnya izin usaha dan sertifikasi halal. Kegiatan ini kami harapkan dapat membantu kemajuan UMKM di Desa Tambakrejo sekaligus mendongkrak perekonomian desa tersebut.

Gambar 5: Seminar *E-Business* dan *Digital Marketing*

Gambar 6: Pelatihan Pemasaran *Online* Maupun *Offline*

Gambar 7: Pendaftaran NIB, PIRT, sertifikasi halal



D.3. Tahap akhir, dari hasil kegiatan yang telah dilaksanakan memperoleh hasil yang memuaskan dari masyarakat desa Tambakrejo. Penulis beserta tim mampu mendampingi UMKM desa Tambakrejo dalam acara “Seminar *E-Business* dan *Digital Marketing*” sekaligus “Sosialisasi Izin dan Sertifikasi Halal” dengan baik sekaligus dapat membantu UMKM disana mendapatkan lebih banyak ilmu dan pengetahuan mengenai tips dan trik penjualan yang baik, pemasaran online, serta pengetahuan mengenai pentingnya izin usaha dan sertifikasi halal bagi UMKM di sektor makan dan minuman.

E. PENUTUP

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan tim penulis telah dilaksanakan secara intensif selama 1 bulan. Beberapa hal yang telah dilakukan penulis bersama tim adalah yang pertama terlaksananya kegiatan seminar *E-Business* dan *Digital Marketing*. Kedua terlaksananya kegiatan Sosialisasi mengenai izin usaha dan sertifikasi halal dan kegiatan ini menghasilkan banyak UMKM yang tertarik untuk memiliki izin usaha dan sertifikasi halal. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini diharapkan akan dilanjutkan oleh pihak lain yang tertarik untuk mengembangkan potensi di Desa Tambakrejo.

DAFTAR PUSTAKA

- Diansyah, R. Syahril. dan Arribe, A. 2017. Penguatan UMKM melalui Pelatihan BLOG. *Jurnal Pengabdian Untuk Mu negeRI*. 1:2.
- Dhamayantie, E. Fauzan, R. 2017. Penguatan Karakteristik dan Kompetensi Kewirausahaan untuk Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. 11:1.
- Yamani, Z.A. Muhammad, W.A. Faiz, N.M. 2019. Penguatan Ekonomi Lokal Pada Pelaku UMKM Berbasis Digital Di Desa Winduaji Kabupaten Brebes Madani. *Indonesian Journal Of Civil Society*. 18(1):24-28.
- Soemardiono. Asrovianto, D. 2019. Pelatihan Digitalisasi Teknologi untuk Penguatan Produk pada UMKM Desa Pepelegi Sidoarjo. *BISMA Bimbingan Swadaya Masyarakat*. 1(3):91-95.
- Sumadi. Kusuma, L.I. Subekti, A. 2022. Penguatan Peran Digitalisasi Marketing Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pasca Pandemic Covid-19. 5:1.
- Rahmawati, I.M. Ardini, L. Lestariningsih, M. 2022. Digitaliasi UMKM dengan Penguatan *E-Commerce Shopee* pada UMKM Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 2:2.
- Muhamad, J.A. Monika, C. Fadilah, M.R. 2022. Pemberdayaan UMKM melalui Disitalisasi dalam rangka Penguatan ekonomi di Masa Pandemi Covid-19 Studi di Desa Panjalu Kecamatan Panjalu Kabupaten Ciamis).