

Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pemasaran Produk UMKM dengan Platform E-Commerce di Desa Cikeruh Jatinangor

Dede Wintana^{1*}, Satia Suhada², Saeful Bahri³, Gunawan⁴

^{1,2,3,4}Universitas Bina Sarana Informatika
Jln. Cemerlang No.8 Sukakarya, Sukabum

e-mail: ^{1*}dede.dwe@bsi.ac.id, ²satia.shq@bsi.ac.id, ³saeful.sel@bsi.ac.id ,
⁴gunawan.gnz@bsi.ac.id

Abstrak

Desa Cikeruh, yang terletak di kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang, memiliki potensi perekonomian yang besar mulai dari sektor kuliner, pariwisata dan mebelair . Desa ini saat ini sedang mengembangkan berbagai UMKM. Dukungan ekonomi utama bagi masyarakat berasal dari sektor pertanian, terutama pertanian dan perkebunan,. Namun, tempat-tempat wisata dan produk UMKM dari Desa Cikeruh masih belum dikenal secara luas karena kurangnya pengetahuan tentang cara mempromosikannya secara online. Untuk mengatasi masalah ini, perlu dilakukan pelatihan digital marketing bagi warga desa. Pelatihan tersebut bertujuan agar pemilik UMKM dapat efektif mempromosikan produk mereka dan meningkatkan kesadaran. Kegiatan pemasaran dan branding sangat penting untuk menciptakan kesadaran di kalangan konsumen potensial dan meningkatkan nilai produk UMKM. Oleh karena itu, program keterlibatan masyarakat, termasuk workshop branding dan upaya sosialisasi, dapat berkontribusi secara signifikan terhadap potensi ekonomi dan kesejahteraan desa Cikeruh.

Kata Kunci: umkm, cikeruh, produk

Abstract

Cikeruh Village, located in Jatinangor District, Sumedang Regency, has great economic potential ranging from the culinary, tourism and furniture sectors. This village is currently developing various MSMEs. The main economic support for the community comes from the agricultural sector, especially agriculture and plantations. However, tourist attractions and MSME products from Cikeruh Village are still not widely known due to the lack of knowledge on how to promote them online. To overcome this problem, digital marketing training is needed for villagers. The training aims to enable MSME owners to effectively promote their products and increase awareness. Marketing and branding activities are very important to create awareness among potential consumers and increase the value of MSME products. Therefore, community involvement programs, including branding workshops and socialization efforts, can contribute significantly to the economic potential and welfare of Cikeruh Village.

Keywords:UMKM, Cikeruh, Products



Pendahuluan

Desa Cikeruh di Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat, merupakan desa yang kaya akan potensi dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Desa ini dikenal dengan berbagai produk lokal yang dihasilkan oleh masyarakatnya, seperti kerajinan tangan, produk makanan khas, serta produk pertanian yang memiliki nilai ekonomi tinggi. (Falah et al., 2021) Namun, potensi besar ini belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal karena terbatasnya akses pasar dan pengetahuan tentang pemasaran modern, khususnya melalui digital marketing.

UMKM merupakan bagian dari usaha yang bisa bertahan hidup UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. (Halim, 2020) Pada prinsipnya, pembedaan antara Usaha Mikro (UM), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap. (Azzahra, B., & Wibawa, 2021)

Mengacu kepada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2018 tentang UMKM. UMKM memiliki peran strategis terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia, terutama di era globalisasi saat ini. (Tinggi et al., 2017) Potensi UMKM sangat penting dengan perannya sebagai sumber pendapatan masyarakat, pemenuhan kebutuhan barang dan jasa domestik, penciptaan lapangan pekerjaan, serta peningkatan nilai tambah yang berdampak pada penurunan angka kemiskinan dan pertumbuhan ekonomi (Indupurnahayu et al., 2022)

Media sosial merupakan paradigma media baru dalam konteks industri pemasaran. (Ardianti & Swari, 2023) media sosial merupakan platform yang mampu membantu dan memfasilitasi berbagai kegiatan seperti mengintegrasikan situs web, interaksi sosial, dan pembuatan konten berbasis komunitas (Fatimah et al., 2022) Kehadiran media sosial menandakan pergeseran arah dalam penggunaan media komunikasi yang sekarang serba berbasis internet dan bisa memfasilitasi saluran akses beragam bidang (Raharja & Natari, 2021)

Ketepatan dalam pemilihan media yang sesuai dengan perkembangan teknologi, sesuai dengan kecenderungan perilaku konsumen dalam media elektronik, dengan sendirinya memberikan opini yang menimbulkan pertimbangan bagi calon konsumen lain untuk melakukan pembelian (Pratiwi, 2022)

Bina Sarana Informatika PSDKU Kota Sukabumi terlibat aktif dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Lokasi Desa Cikeruh yang terletak di Jatinangor, Sumedang, membuatnya cukup strategis untuk dijadikan sebagai daerah fokus program pengembangan UMKM berbasis digital marketing.

Metode

Untuk mencapai tujuan tersebut, program ini akan dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Identifikasi dan Seleksi Peserta

Tahap pertama adalah mengidentifikasi dan menyeleksi pelaku UMKM di Desa Cikeruh yang akan menjadi peserta program. Kriteria seleksi akan mencakup komitmen untuk mengikuti seluruh rangkaian pelatihan, jenis produk yang memiliki potensi pasar, dan kesiapan untuk mengimplementasikan digital marketing dalam bisnis mereka.

2. Pelatihan dan Workshop

Pelatihan akan diberikan secara berkala dengan materi yang meliputi pengenalan digital marketing, strategi pemasaran di media sosial, penggunaan platform e-commerce, serta teknik

pembuatan konten promosi yang menarik. Pelatihan ini akan dilengkapi dengan workshop praktis agar peserta dapat langsung mempraktikkan ilmu yang didapat.

3. Pendampingan dan Monitoring

Setelah pelatihan, tim dari PSDKU Sukabumi akan melakukan pendampingan secara berkala untuk memastikan bahwa peserta mampu mengimplementasikan digital marketing dalam bisnis mereka. Monitoring juga dilakukan untuk mengevaluasi perkembangan dan memberikan masukan yang diperlukan.

4. Pemasaran dan Promosi

Peserta akan dibantu dalam membuat akun di platform e-commerce dan media sosial, serta menyusun strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, promosi bersama juga akan dilakukan untuk meningkatkan visibilitas produk-produk UMKM Desa Cikeruh di dunia digital.

5. Evaluasi dan Pengembangan Berkelanjutan

Program ini akan dievaluasi secara berkala untuk mengukur pencapaian tujuan dan dampaknya terhadap peningkatan penjualan dan kesejahteraan pelaku UMKM. Hasil evaluasi akan digunakan untuk mengembangkan program lebih lanjut agar lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan peserta.

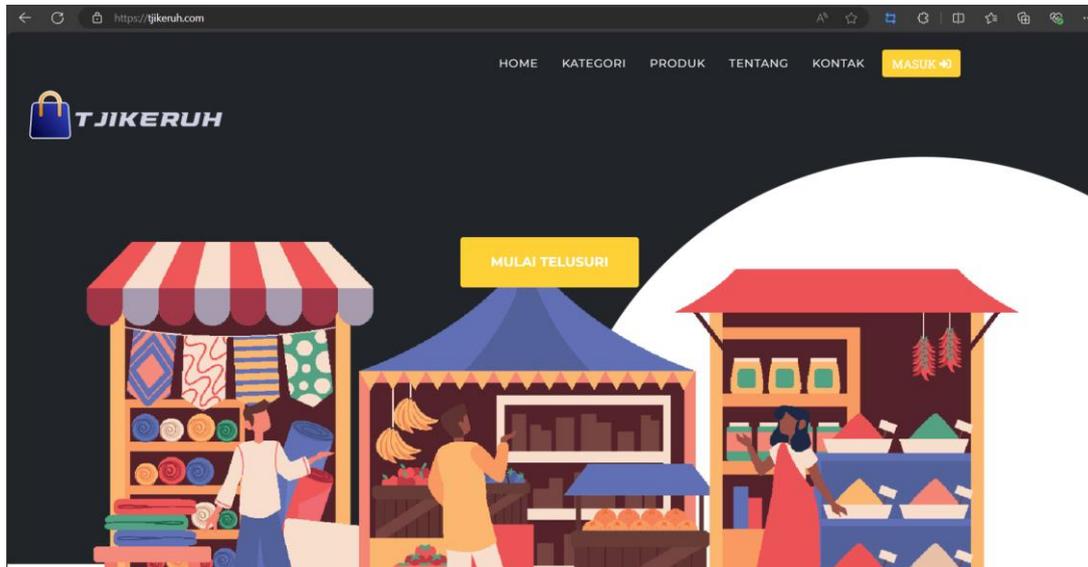
Hasil dan Pembahasan

Desa Cikeruh memiliki potensi yang besar dalam pengembangan UMKM melalui digital marketing. Masyarakatnya memiliki keterampilan dan keahlian dalam memproduksi barang-barang berkualitas, beragam produk lokal yang dihasilkan oleh UMKM seperti kerajinan tangan, makanan khas, dan produk pertanian. Produk-produk ini memiliki nilai jual yang tinggi dan potensi untuk dipasarkan lebih luas. Namun, mereka membutuhkan dukungan dalam aspek pemasaran untuk memaksimalkan potensinya.



Gambar.1 Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

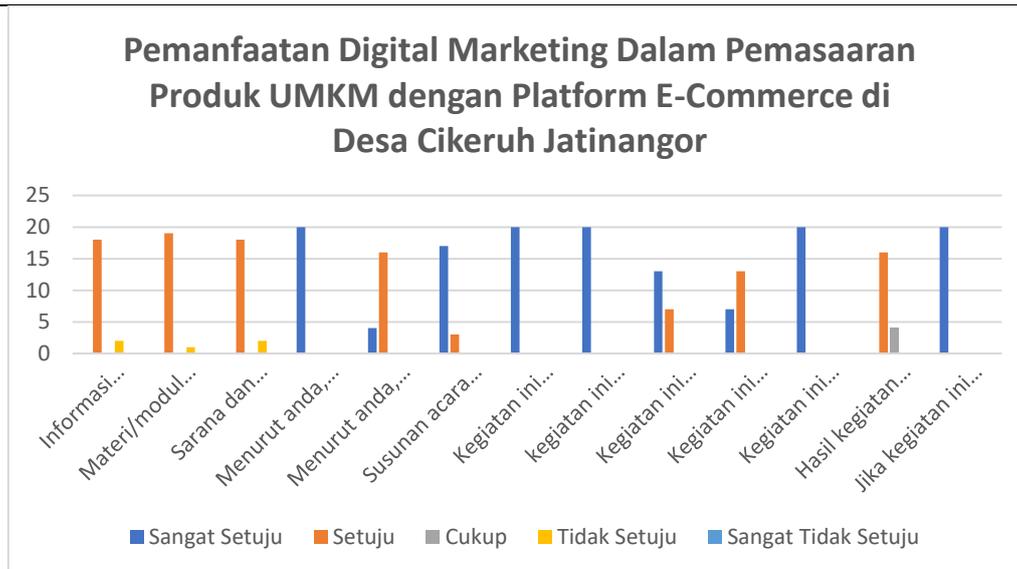
Kegiatan pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 20-21 Juli 2024, di Balai Desa Cikeruh Jl. Kolonel Ahmad Syam No.192, Cikeruh, Kec. Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45363. Kegiatan diawali dengan workshop/pelatihan yang dihadiri oleh ibu-ibu PKK dan kader posyandu yang merupakan para pelaku UMKM dilingkungan desa Cikeruh adapun bentuk dari workshop adalah sosialisasi dilakukan secara langsung dilapangan, materi disampaikan berisi teori dan praktek pembuatan akun google bisnis.



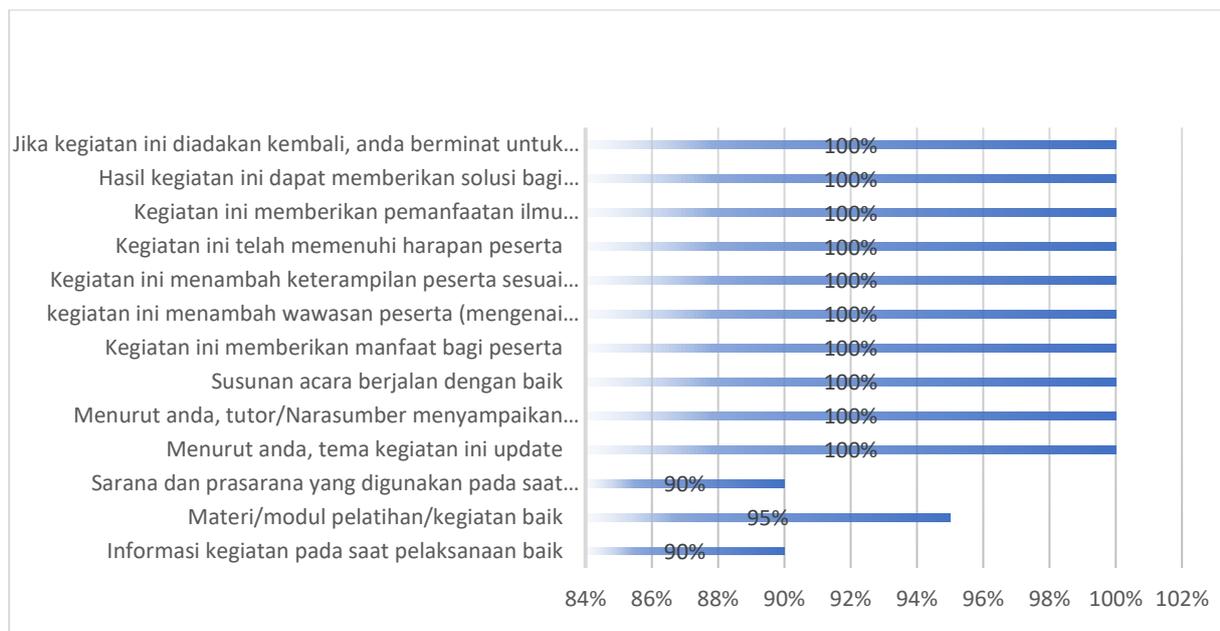
Gambar 2. Website UMKM tjikeruh.com

Pelatihan digital marketing secara teori disampaikan kepada para UMKM Cikeruh meliputi konsep digital marketing dan bagaimana memasarkan produk secara digital. Selanjutnya para peserta diberikan pengetahuan bagaimana membuat akun google bisnis yang berfungsi untuk memberikan tanda brand google maps untuk usaha mereka. Selain itu para UMKM diberikan akses untuk mengelola produk mereka pada website yang telah dibuat dengan domain tjikeruh.com seperti yang terlihat pada gambar 1. Website ini nantinya akan digunakan sebagai landing page untuk produk-produk para UMKM di desa Cikeruh.

Evaluasi kegiatan untuk mengukur tingkat kepuasan peserta dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang diberikan kepada para peserta kegiatan dengan jumlah 20 audiens. Hasil Kuesioner menunjukkan bagan sebagai berikut:



Gambar 3. Hasil Kuesioner Pelatihan



Gambar 4. Persentase Kepuasan Kuesioner Pelatihan

Keterangan:

- Informasi kegiatan pada saat pelaksanaan mendapatkan skor 90% peserta merasa puas.
- Materi/modul pelatihan/kegiatan mendapatkan skor 95% peserta merasa puas.
- Sarana dan prasarana yang digunakan pada saat kegiatan berlangsung mendapatkan skor 90% peserta merasa puas
- Tema kegiatan ini update mendapatkan skor 100% peserta merasa puas
- Narasumber menyampaikan materi dengan baik mendapatkan skor 100% peserta merasa puas.
- Susunan acara berjalan dengan baik mendapatkan skor 100% peserta merasa puas.

- Kegiatan ini memberikan manfaat bagi peserta mendapatkan skor 100% peserta merasa puas.
- Kegiatan ini menambah wawasan peserta (mengenai tema yang disampaikan) mendapatkan skor 100% peserta merasa puas.
- Kegiatan ini menambah keterampilan peserta sesuai dengan tema yang disampaikan mendapatkan skor 100% peserta merasa puas.
- Kegiatan ini telah memenuhi harapan peserta mendapatkan skor 100% peserta merasa puas.
- Kegiatan ini memberikan pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi kepada peserta secara berkelanjutan mendapatkan skor 100% peserta merasa puas.
- Hasil kegiatan ini dapat memberikan solusi bagi permasalahan yang dihadapi oleh peserta mendapatkan skor 100% peserta merasa puas.
- Jika kegiatan ini diadakan kembali, anda berminat untuk berpartisipasi kembali? mendapatkan skor 100% peserta akan kembali berpartisipasi.

Hasil kuesioner kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pemasaran Produk UMKM dengan Platform E-Commerce di Desa Cikeruh Jatinangor menunjukkan peserta merasa puas dan kegiatan ini sangat bermanfaat bagi mereka.

Kesimpulan

Pelatihan pengabdian masyarakat dengan tema ‘Pemanfaatan Digital Marketing dalam Pemasaran Produk UMKM melalui Platform E-Commerce di Desa Cikeruh, Jatinangor’ diikuti oleh 20 peserta dari masyarakat sekitar yang memiliki usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pelatihan ini memberikan manfaat signifikan bagi para peserta, terutama karena digital marketing menjadi alat penting bagi UMKM dalam mempromosikan produk mereka. Selama pelatihan, para peserta memperoleh pengetahuan baru tentang strategi pemasaran daring, termasuk pembuatan situs web tjikeruh.com khusus untuk para UMKM. Langkah ini membantu mereka lebih efisien dalam memasarkan dan mengelola produk secara online.

Daftar Pustaka

- Ardianti, P. N. H., & Swari, D. (2023). Perluasan Pemasaran Melalui Peningkatan Promosi Dengan Memanfaatkan Digital Marketing Pada Pt Pelita Air Service Cabang *Prosiding Seminar ...*, 2(November), 1008–1018. <https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/seminarfeb/article/view/7991>
- Azzahra, B., & Wibawa, I. G. A. R. P. (2021). Strategi Optimalisasi Standar Kinerja UMKM Sebagai Katalis Perekonomian Indonesia Dalam Menghadapi Middle Income Trap 2045. *Inspire Journal: Economics and Development Analysis*, 1(1), 75–86. <https://ejournal.uksw.edu/inspire/article/download/4856/1771>
- Falah, A. M., Setiadin, S., Sahiro Ritonga, U., Darsa Sabrian, D., & Afit, M. (2021). Strategi Pengembangan Potensi Kewirausahaan Produk Lokal Desa Nanggalamekar Kabupaten Cianjur Melalui Pemasaran Digital. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 4, 1271–1280. <https://doi.org/10.37695/pkmsr.v4i0.1112>
- Fatimah, F., Arfianty, A., Nurwani, N., Tarawiru, Y., & Harun, H. (2022). Optimalisasi Pemberdayaan Masyarakat di Tengah Pandemi Covid-19 melalui Kegiatan Pengenalan Go-Digital bagi UMKM di Kelurahan Ujung Sabbang Kecamatan Ujung Kota Parepare.

MALLOMO: Journal of Community Service, 2(2), 89–93.

<https://doi.org/10.55678/malलोmo.v2i2.732>

Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>

Indupurnahayu, I., Safalah, M. F., & Utami, M. A. (2022). Potensi dan Peluang UMKM Terhadap Upaya Pemulihan Ekonomi di Kota Bogor Pada Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(2), 349–354. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i2.1439>

Pratiwi, A. M. (2022). *Program studi pendidikan ekonomi fakultas ilmu pendidikan dan pengetahuan sosial universitas indraprasta pgri 2021/2022*. 4(1), 30–44.

Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>

Tinggi, S., Hukum, I., & Lintah, L. (2017). *Perlindungan hukum umkm dari eksploitasi ekonomi dalam rangka peningkatan kesejahteraan masyarakat* (. 6, 387–402.