

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DAN STRATEGI PEMASARAN PADA UMKM DI DESA CURUG KELURAHAN CURUG KOTA SERANG

Saefudin¹, Hotmaidah²

¹Sistem Informasi, Universitas Serang Raya

²Sistem Informasi, Universitas Serang Raya

Article history

Received : 20 Januari 2024

Revised : 19 Februari 2024

Accepted : 20 Februari 2024

*Corresponding author

Saefudin

Email : dinsaefudin@yahoo.co.id

Abstraksi

Program KKM Tematik ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat dengan sentuhan ilmu dan teknologi, serta meningkatkan dan mengembangkan ekonomi lokal masyarakat melalui manajemen usaha dan strategi pemasaran pada pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Desa Curug Kelurahan Curug Kota Serang. Target khusus dari pengabdian ini adalah 1) untuk meningkatkan dan memperkenalkan pengetahuan masyarakat terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), 2) untuk meningkatkan kemampuan strategi pemasaran pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam memasarkan produk secara online, 3) untuk meningkatkan pendapatan dan pengetahuan masyarakat pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam mengelola usaha agar tetap bertahan.. Target inti dari kegiatan KKM Tematik ini adalah masyarakat memiliki ide dalam berwirausaha dan meningkatkan kemampuan dalam strategi pemasaran secara online di Desa Curug Kelurahan Curug Kota Serang.

Kata Kunci : KKM, Online, UMKM, Marketing

Abstract

This Thematic KKM program aims to empower the community with a touch of science and technology, as well as improve and develop the community's local economy through business management and marketing strategies for Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) in Curug Village, Curug Subdistrict, Serang City. The specific targets of this service are 1) to increase and introduce public knowledge of Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), 2) to improve the marketing strategy capabilities of Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) in marketing products online, 3) to increase the income and knowledge of Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) community in managing their businesses so that they survive. The core target of this Thematic KKM activity is that people have ideas for entrepreneurship and improve their abilities in online marketing strategies in Curug Village, Curug Subdistrict, Serang City.

Keywords: : KKM, Online, UMKM, Marketing

© 2024 Some rights reserved

PENDAHULUAN

Era revolusi industri 4.0 dan sedang berjalan ke arah 5.0, membuat semua pihak untuk dapat berbenah mengikuti laju perkembangan industri. Tidak terkecuali dengan sistem pemasaran dan penjualan yang semakin berkembang dan konsumen yang semakin kompleks. Digital marketing sebenarnya sudah lama digunakan oleh banyak pihak terutama perusahaan-perusahaan besar, web dan Ads merupakan hal yang sudah sering digunakan oleh perusahaan untuk memuat product content mereka. Kelebihan dari digital marketing adalah produk akan cepat tersampaikan kepada calon konsumen dan tidak memakan biaya yang relatif mahal untuk promosi, praktis, cepat dan efisien merupakan hal yang ditawarkan konsep digital marketing kepada dunia produsen. Seiring

berkembangnya teknologi, maka konsep digital marketing tidak hanya dapat dilakukan melalui web ataupun Ads. Akan tetapi dapat dilakukan dengan media sosial yang dimiliki oleh produsen itu sendiri. Sehingga konsep pemasaran baru yang berbasis digital ini dapat dimanfaatkan seluas-luasnya oleh para pelaku bisnis rumahan atau UKM/UMKM yang mendominasi pelaku perekonomian di Indonesia. Sehingga, dengan keterbatasan dana yang mereka miliki untuk promosi maka konsep digital marketing yang baru ini akan membantu mereka dalam memecahkan permasalahan promosi dan tetap mendorong penjualan.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mampu dalam upaya penyerapan tenaga kerja dengan jumlah yang banyak. Hal ini diakibatkan atas dasar meningkatnya jumlah penduduk

Indonesia setiap harinya. Oleh karena itu adanya UMKM ini mampu mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. Pengembangan UMKM juga perlu dilakukan. Pengembangan UMKM sangat strategis untuk mendorong perekonomian nasional. Dengan adanya UMKM, ada harapan besar bagi kelompok berpenghasilan rendah untuk meningkatkan pendapatannya. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang menghasilkan produk dengan bahan baku utama berasal dari pemanfaatan sumber daya yang dimiliki di sekitar, keahlian, dan ciptaan budaya tradisional setempat. (Abdul Halim, 2020).

Bagi seorang pebisnis, keberadaan media sosial digunakan untuk mempromosikan produk serta memperluas jangkauan pemasaran. Pemanfaatan media sosial termasuk dalam strategi pemasaran yang disebut dengan pemasaran digital (Digital Marketing). Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan berpendapat bahwa, digital marketing adalah salah satu dari aktivitas pengenalan suatu produk yang berkaitan tentang branding (pengenalan merek) suatu produk dengan menggunakan berbagai fitur internet. (Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan, 2009).

UMKM dalam perekonomian Indonesia adalah sangat signifikan dan tidak bisa diabaikan. Data menunjukkan bahwa UMKM mampu menyerap 97 persen dari total angkatan kerja di negara ini. Angka yang begitu besar ini menunjukkan bahwa UMKM berperan sebagai salah satu pilar utama dalam menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat Indonesia. Dalam kondisi di mana tingkat pengangguran menjadi salah satu tantangan utama, UMKM memberikan peluang nyata bagi individu untuk bekerja dan mencari nafkah.

Jeje Tailor berlokasi di Desa Curug Kelurahan Curug Kecamatan Curug Kota Serang Provinsi Banten merupakan salah satu pelaku UMKM yang bergerak dibidang jasa konveksi pembuatan seragam sekolah dari mulai SD, SMP dan SMA. Jeje Tailor merupakan satu-satunya pelaku UMKM yang masih ada dikelurahan Curug. Minimnya keberadaan pelaku UMKM di kelurahan Curug yang mayoritas pekerjaan masyarakat adalah petani. Terlebih lagi setelah menghadapi pandemi covid-19 selama 2 tahun ini kondisi ekonomi UMKM belum kunjung stabil. Oleh karena itu, perlu mengadakan pelatihan dan memberikan edukasi terkait digital marketing kepada penggiat UMKM di Desa Curug Bojong Salam, serta memberikan materi terkait cara membangun UMKM.

METODE PELAKSANAAN

Persiapan Dan Pembekalan

Kegiatan Pelaksanaan Pelatihan UMKM dan Digital Marketing ini diawali dengan kegiatan persiapan dan pembekalan. Persiapan dan

pembekalan dengan cara melakukan survei dan observasi langsung ke lokasi yang bertempat di Desa Curug Kelurahan Curug Kota Serang. Kegiatan selanjutnya adalah melakukan wawancara langsung dengan kepala kelurahan, pihak RW dan pihak RT. Setelah mengetahui pokok masalah yang dihadapi, dilakukan diskusi solusi yang sebaiknya dilakukan dengan meminta ijin melaksanakan program kerja pelatihan UMKM dan Digital Marketing. Pemateri dalam Pelatihan ini adalah dosen dan mahasiswa. Dengan para peserta warga dan pelaku UMKM.



Gambar 1. Diskusi kegiatan pengabdian

Kegiatan yang dilakukan sebelum pelaksanaan pelatihan adalah sebagai berikut:

1. Konsultasi dengan pihak pemerintahan yaitu kepala kelurahan desa Curug beserta pihak RW dan pihak RT.
2. Mempersiapkan kebutuhan kelengkapan administrasi pelatihan seperti : formulir peserta, daftar absen pemateri, daftar absen siswa serta dokumen pendukung lainnya.
3. Perekrutan peserta pelatihan
4. Pembekalan
5. Penyiapan alat dan bahan untuk kegiatan pelatihan
6. Trial Produksi

Kegiatan pembekalan kepada peserta mencakup:

1. Sesi pembekalan
 - a. Sambutan oleh ketua pelaksana kegiatan pelatihan
 - b. Persiapan materi digital marketing dan UMKM
2. Sesi pembekalan/simulasi:
 - a. Simulasi pembuatan flyer, spanduk, pendaftaran lokasi UMKM pada google maps.
 - b. Trials Produksi
3. Pelaksanaan tahapan kegiatan pelatihan
 - a. Pemberian materi UMKM

- b. Mengajarkan proses produksi sabun cuci piring skala kecil dan pemasarannya
- c. Pemberian materi tentang digital marketing
- d. Rebranding UMKM yang sudah ada.

Pelaksanaan

Dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan UMKM dan digital marketing bagi pelaku UMKM dan masyarakat Desa Bojong Salam yang bertempat di dua lokasi yaitu rumah Pak Jeje (Pelaku UMKM Tailor) dan posko KKM. Peserta pelatihan dibagi dalam beberapa kelompok agar memudahkan dalam pelaksanaan kegiatan.

Bentuk kegiatan yang akan dilaksanakan adalah pelatihan digital marketing dan UMKM. Berikut ini table rincian kegiatan pelatihan digital marketing bagi pelaku UMKM dan pelatihan UMKM bagi masyarakat Desa Bojong Salam Kelurahan Curug Kota Serang, Banten.

Tabel 1. Jadwal Kegiatan Pelatihan

No	Nama Pekerjaan	Program	Volume
1.	Pembekalan digital marketing	Diskusi branding dan strategi marketing	8 jam
2.	Trial test sabun cuci piring	Trial pembuatan sabun cuci piring	8 jam
3.	Pelatihan UMKM dan proses produksi	Pelatihan membangun bisnis skala kecil (UMKM) dan praktek proses produksi sabun cuci piring	8 jam
4.	Pelatihan digital marketing	Pelatihan media sosial dan design spanduk	8 jam

PEMBAHASAN

Pengabdian Masyarakat yang dilaksanakan di Desa Curug Lingkungan Bojong Salam Kelurahan Curug Kota Serang Banten berjalan dengan lancar. Berikut ini adalah hasil yang telah diperoleh dalam kegiatan pengabdian masyarakat.

Pelaksanaan Pelatihan UMKM

Pelaksanaan Pelatihan UMKM bertempat di Desa Curug lingkungan Bojong Salam Kelurahan Curug. Peserta pelatihan UMKM ini sasarannya adalah ibu-ibu warga bojong salam, dengan harapan dapat

inovasi yang bisa dilakukan dalam membangun UMKM.

Pelatihan tersebut berupa penjelasan tentang UMKM dan juga proses pembuatan sabun cuci piring skala mikro sebagai upaya membangun ide bisnis skala mikro.

Pelatihan ini dilaksanakan sebanyak 2 kali pertemuan yaitu pertemuan pertama sebagai proses trial produksi, pertemuan kedua pemberian materi UMKM dan proses produksi sabun cuci piring skala kecil. Diakhir sesi dilakukan pembagian produk sabun cuci piring hasil dari trial proses produksi di pertemuan pertama.



Gambar 2. Kegiatan pelatihan UMKM

Pelaksanaan Pelatihan Digital Marketing

Kegiatan pelaksanaan pelatihan Digital Marketing bertempat di pelaku UMKM yaitu "Jeje Tailor". Jeje tailor merupakan bisnis konveksi khusus pakaian sekolah anak SD, SMP maupun SMA. Yang mana bisnis ini mulai bisa dikembangkan kembali karena kegiatan belajar di sekolah sudah mulai diberlakukan luring, sehingga menjadi momen yang pas untuk membangun strategi digital marketing untuk memperluas pasar.

Pelaksanaan kegiatan pelatihan ini untuk membantu pelaku UMKM "Jeje tailor" yang terkena dampak pandemi Covid-19 selama 2 tahun. Kami coba memperluas pemasaran melalui media sosial.

Dalam pelatihan ini kami membantu pelaku UMKM bidang jasa yaitu Jeje tailor. Pelatihan ini dilaksanakan sebanyak 1 kali yaitu bagaimana menggunakan media sosial sebagai sarana promosi digital, rebranding brand yang sudah ada, serta pelatihan pembuatan flyer atau spanduk sebagai media promosi.



Gambar 3. Kegiatan pelatihan Digital Marketing

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari kegiatan pelatihan UMKM dan digital marketing bagi masyarakat dan pelaku UMKM di Desa Bojong Salam Desa Curug Kota Serang yang dilakukan dapat disimpulkan

1. Pelaku UMKM semakin mengerti tentang konsep digital marketing, dan lingkup digital marketing tidak hanya pada kajian promosi dan pemasaran saja, tetapi juga mencakup pada penggunaan dan optimalisasi media internet dalam proses komunikasi dan penjualan.
2. Mitra dapat menggunakan beberapa teknologi informasi, sebagai penunjang kegiatan promosi dan pemasaran selain pemanfaatan media sosial saja

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kami haturkan setinggi-tingginya kepada Universitas Serang Raya yang telah memberikan ijin dan dukungan dalam melaksanakan kegiatan PKM. Ibu Suadah, MM.Pd selaku Lurah di Kelurahan Curug, Bapak RW dan RT yang telah memberikan izin pelaksanaan KKM di Lingkungan Bojong Salam, Desa Curug kelurahan Curug Kecamatan Curug Kota Serang, Banten yang telah memberikan ijin pelaksanaan kegiatan dan seluruh Mahasiswa KKM Unsera atas semua bantuan dan dukungannya.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Halim, (2020). "Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju", Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan Vol. 1 No.2 (2020) : 158, diakses pada 16 Februari, 2022, <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP>.

Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.

Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan, (2009) *Creative Digital Marketing*, (Jakarta : Elex Media Komputindo).

Siswanto, Tito, (2013), "Optimalisasi Sosial media sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah", *Jurnal Liquidity*, Vol. 2, No. 1, Januari – Juni 2013, hlm. 80-86

Susanta, Gatut dan M. Azrin Syamsudin, (2009), *Cara Mudah Mendirikan Mengelola UMKM*, Jakarta: Raih Asa Sukses