

## **Pendampingan Digitalisasi UMKM Sebagai Media Promosi dan Pemasaran UMKM Desa Banjaragung**

Faiza Aulia Novadinastia & R. Yuniardi Rusdianto

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

faizaaulianovadinastia@gmail.com

### **ABSTRAK**

Pendampingan Digitalisasi UMKM di Desa Banjaragung, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya pemanfaatan media sosial sebagai solusi bagi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM yaitu keterbatasan pemasaran produk jamu dan sari kedelai akibat kurangnya pengetahuan pemasaran produk secara digital.. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah Observasi dan pendampingan tentang pemanfaatan media sosial sebagai media promosi dan pemasaran. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah (1) UMKM memahami pentingnya pemanfaatan Digitalisasi UMKM, (2) UMKM memahami cara mengelola penjualan produk di Instagram, dan (3) Mengelola konten digital dengan baik. Dengan demikian, perluasan area distribusi, peningkatan penjualan produk, dan kesejahteraan masyarakat Desa Banjaragung diharapkan dapat meningkat dengan adanya Instagram sebagai media promosi dan pemasaran.

Kata Kunci: Digital Marketing, Sosial Media, Promosi, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

### **ABSTRACT**

The Digitalization Assistance for MSMEs in Banjaragung Village, Bareng District, Jombang Regency aims to increase the understanding of MSME actors about the importance of utilizing social media as a solution to the problems faced by MSMEs, namely the limited marketing of herbal medicine and soy products due to the lack of knowledge of digital product marketing. The method of implementing this community service activity is Observation and assistance on the use of social media as a promotional and marketing medium. The results of this community service activity are (1) MSMEs understand the importance of utilizing MSME Digitalization, (2) MSMEs understand how to manage product sales on Instagram, and (3) Manage digital content well. Thus, the expansion of the distribution area, increased product sales, and the welfare of the Banjaragung Village community are expected to increase with Instagram as a promotional and marketing medium.

Keywords: Digital Marketing, Social Media, Promotion, Micro, Small and Medium Enterprises (MSME).



## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, berkontribusi secara signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, UMKM menyumbang sekitar 61% dari Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia. Namun, dalam menghadapi era digital yang terus berkembang, banyak UMKM yang masih terjebak dalam praktik pemasaran tradisional yang kurang efektif. Oleh karena itu, pendampingan digitalisasi menjadi sangat penting untuk membantu UMKM memanfaatkan teknologi digital sebagai media promosi dan pemasaran.

Saat ini perkembangan digitalisasi tidak bisa diabaikan begitu saja, khususnya untuk kalangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Hal tersebut menjadikan penghalang atau sebaliknya dapat menjadi peluang untuk memastikan daya saing dan keberlangsungan usaha baik di dalam negeri maupun di tingkat internasional. Transformasi digital mempunyai tujuan utama yaitu mendapatkan data baru untuk mengubah orientasi proses lama dengan menggunakan data tersebut. Pendekatan yang lebih berbasis data menciptakan peluang untuk memperoleh keunggulan kompetitif baru dengan mengubah orientasi model bisnis. Sedangkan digitalisasi merupakan proses yang rumit dan dinamis seiring dengan kemajuan yang membentuk kemampuan untuk mewakili masa depan yang lebih baik. (Šimberová et al., 2022)

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara bisnis dijalankan. Digitalisasi memberikan peluang bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang

lebih luas melalui platform online. Namun, banyak pelaku UMKM yang belum memahami cara memanfaatkan teknologi ini secara optimal. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat kebutuhan mendesak untuk memberikan edukasi dan pendampingan kepada pelaku UMKM agar mereka dapat beradaptasi dengan perubahan ini.

Pada Desa Banjaragung, terdapat beberapa macam produk makanan dan minuman yang diproduksi oleh para UMKM, seperti jamu tradisional, sari kedelai, peyek, rengginang, keripik pisang, krecek, dan lain-lain. Setiap UMKM tersebut khususnya yang berfokus pada produk makanan dan minuman tentu memiliki kendala yang dihadapi, mulai dari produksi, pengemasan, dan pemasaran produknya. Dengan adanya program KKNT MBKM yang diselenggarakan oleh UPN “Veteran” Jawa Timur diharapkan mahasiswa dapat mengabdikan dan membantu masyarakat di lokasi yang telah ditentukan. Dalam skema kewirausahaan, mahasiswa difokuskan untuk menganalisa UMKM yang dapat dibantu untuk mengembangkan produk yang telah dikelola. Analisa yang dilakukan oleh mahasiswa KKNT MBKM menggunakan sistem observasi dan wawancara pada UMKM yang ada di Desa Banjaragung. Pada UMKM yang dipilih yaitu UMKM Jamu Mbak Sri dan UMKM Sari Kedelai Amanah Jaya.

Jamu Mbak Sri dan Sari Kedelai Amanah Jaya merupakan UMKM di Dusun Banjaragung, Desa Banjaragung. Pada Jamu Mbak Sri terdapat empat varian jamu yang diproduksi yaitu beras kencur, kunci suruh, kunir asem, dan temulawak. Sedangkan untuk Sari Kedelai Amanah Jaya juga memiliki empat varian rasa yang diproduksi yaitu original, coklat, stroberi, dan pandan. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh UMKM Jamu Mbak Sri dan UMKM Sari Kedelai Amanah Jaya

adalah melalui offline dan dari mulut ke mulut. Strategi tersebut masih termasuk sistem tradisional, sehingga produk yang dijual hanya dikenal oleh masyarakat sekitar. Maka dari itu masalah yang ditemukan dari UMKM Jamu Mbak Sri dan UMKM Sari Kedelai Amanah Jaya ialah keterbatasan pemasaran produk jamu. Maka dari itu, mahasiswa melakukan pendampingan pada UMKM dalam penggunaan platform sosial media yang diharapkan mampu meningkatkan penjualan.

### **METODE PELAKSANAAN**

Program Pengabdian Masyarakat oleh KKNT MBKM berlokasi di Desa Banjaragung, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang. Pelaksanaan KKNT MBKM ini telah berlangsung pada tanggal 16 Maret sampai dengan 27 Juli 2023. Adapun metode dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini berbasis pendekatan kualitatif. Secara teknis kegiatan ini dilaksanakan melalui dua tahapan, yaitu :

a. Tahap Persiapan

Pada tahap pertama yaitu mendatangi 15 UMKM di Banjaragung dengan metode door to door yang artinya mensurvei masing-masing UMKM yang datanya diberikan oleh pihak dari desa. Kemudian, ketika survei pada masing-masing UMKM telah dilakukan, sampel yang digunakan adalah UMKM Jamu MBak Sri dan UMKM Sari Kedelai Amanah Jaya.

b. Tahap pendampingan

Pada tahap ini, tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat melakukan pendampingan kepada UMKM Jamu Mbak Sri dan UMKM Sari Kedelai Amanah Jaya dalam proses pembuatan sosial media Instagram..

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Program pendampingan digitalisasi UMKM dipilih berdasarkan hasil identifikasi permasalahan UMKM di wilayah desa Banjaragung, yang juga telah disesuaikan dengan kebutuhan mitra sasaran. Pada saat tahap persiapan, telah dilakukan observasi pada Gambar.1 dan Gambar.2 yang menunjukkan UMKM Jamu Mbak Sri dan UMKM Sari Kedelai Amanah Jaya memiliki beberapa hambatan yaitu keterbatasan pemasaran produk jamu kurangnya pengetahuan pemasaran produk secara digital. Bu Sri kurang memahami teknologi saat ini yang menyebabkan pemasaran hanya dilakukan offline. Beliau mempromosikan produk jamunya kepada Masyarakat sekitar dan menitipkan pada toko kelontong di daerah desa Banjaragung saja.

Pada saat pendampingan mahasiswa memberikan sosialisasi tentang pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran juga promosi produk. Dengan tujuan supaya produk UMKM Jamu Mbak Sri bisa memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.



Gambar 1. Observasi pendampingan Digitalisasi pada UMKM "Jamu Mbak Sri"

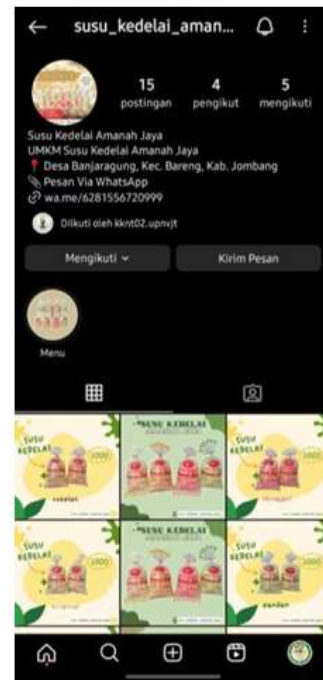


Gambar 2. Observasi pendampingan Digitalisasi pada UMKM "Sari Kedelai Amanah Jaya"

Pendampingan pembuatan akun media sosial dilaksanakan pada tanggal 11 april 2023. Kegiatan ini berupa pembuatan akun media sosial yaitu Instagram yang ditunjukkan pada Gambar 4 dan Gambar 5. Dalam pendampingan ini tim juga memberitahu bagaimana cara mengelola penjualan produk di Instagram serta mengelola konten digital dengan baik. Membuat konten yang relevan dan kreatif untuk menarik minat calon pelanggan. Mengajarkan bagaimana memanfaatkan berbagai format konten seperti gambar, video, atau infografis untuk menjelaskan dan mempromosikan produk Jamu Mbak Sri dan Sari Kedelai Amanah JAYA.



Gambar 3. Akun Instagram UMKM "Jamu Mbak Sri"



Gambar 4. Akun Instagram UMKM "Sari Kedelai Amanah Jaya"

Analisis dan pengukuran. Gunakan alat analisis yang tersedia di platform e-commerce dan media sosial untuk melacak kinerja promosi digital, Perhatikan metrik seperti jumlah pengunjung, tingkat konversi, atau interaksi pengguna untuk memahami keberhasilan strategi digital UMKM, dan menggunakan wawasan yang diperoleh untuk membuat perbaikan serta penyesuaian yang diperlukan dalam upaya digitalisasi UMKM. Melalui langkah-langkah ini, diharapkan UMKM Banjaragung dapat memanfaatkan teknologi digital untuk mencapai lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan.

## KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan pendampingan bagi UMKM minuman Jamu dan Sari Kedelai di Desa Banjaragung, Bareng, Jombang. Pendampingan dilaksanakan dengan tujuan untuk memberikan solusi bagi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM yaitu keterbatasan

pemasaran produk jamu dan sari kedelai akibat kurangnya pengetahuan pemasaran produk secara digital. Kegiatan pendampingan yang dilakukan terdiri dari pemberian sosialisasi pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran juga promosi produk. Hasil evaluasi pendampingan menunjukkan bahwa program-program yang diberikan kepada UMKM di Desa Banjaragung dapat meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya pemanfaatan media sosial sebagai media promosi dengan berbagai format konten seperti gambar, video, atau infografis untuk menjelaskan dan mempromosikan produk Jamu Mbak Sri dan Sari Kedelai Amanah Jaya. Melalui langkah-langkah ini, diharapkan UMKM Banjaragung dapat memanfaatkan teknologi digital untuk mencapai perluasan area distribusi, peningkatan penjualan produk, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat di Desa Banjaragung, Bareng, Jombang.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis menyampaikan terima kasih kepada R. Yuniardi Rusdiyanto, S.Sos,M.Si, selaku Dosen Pembimbing dan Ir. Mu'tasim Billah, M. S. selaku Dosen Pembimbing Lapangan dan Intan Nur Vita Sari selaku Person in Charge KKNT MBKM UPN "Veteran" Jawa Timur. Terima kasih juga disampaikan kepada Kepala Desa Banjaragung yaitu Hasan Sulaiman, S. Sos dan para perangkat Desa Banjaragung, rekan-rekan Kelompok 02 KKNT MBKM UPN "Veteran" Jawa Timur, dan seluruh para pelaku UMKM Desa Banjaragung.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Simberova, I., Koraus, A., Schüller, D., Smolíkova, L., Strakova, J., & Vachal, J. (2022). Threats and Opportunities in Digital Transformation in SMEs from the Perspective of Sustainability: A Case Study in the Czech Republic. *Sustainability (Switzerland)*, 14(6). <https://doi.org/10.3390/su14063628>