

## UMKM KUAT: UPAYA MEWUJUDKAN UMKM MAJU DAN “NAIK KELAS”

Yusuf<sup>1</sup>, Christianingrum<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Terbuka

<sup>2</sup>Universitas Bangka Belitung (Bangka Belitung)

[yusuf\\_se@ecampus.ut.ac.id](mailto:yusuf_se@ecampus.ut.ac.id)<sup>1</sup>

---

### ABSTRAK

**Kata Kunci:**

*Digital Marketing,  
Fotografi, Copy  
Writing,  
Penjualan, UMKM*

Masalah terbesar yang banyak dihadapi oleh UMKM di Desa Air Ruai yaitu kurangnya pengetahuan dalam memasarkan baik secara konvensional (*offline*) terlebih secara *online*, khususnya *e-commerce*. Minimnya pengetahuan mengenai konsep *digital marketing* menginspirasi tim pengabdian untuk menyampaikan sosialisasi dan memberikan pelatihan digital marketing mengenai pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Kegiatan PkM telah dilaksanakan kepada 30 pelaku UMKM di Desa Air Ruai, Kecamatan Pemali Kabupaten Bangka. Berdasarkan permasalahan terbesarnya yaitu kurangnya informasi manajemen pemasaran maka solusi yang ditawarkan kepada mitra ialah dengan memberikan materi terkait dengan ragam penjualan, digital marketing, fotografi dan terakhir bagaimana membuat *copy writing* yang menarik. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah ceramah, diskusi, dan simulasi/praktek. Luaran program ini yaitu 30 peserta berhasil memperkenalkan dan menjual produk dengan menerapkan strategi digital marketing melalui media online melalui penerapan fitur fotografi serta *copy writing* pada strategi penjualan.

### A. Pendahuluan

Desa Air Ruai adalah sebuah desa yang terdapat dalam wilayah administratif Kecamatan Pemali, Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, Indonesia. Desa ini berada dibawah pemerintahan daerah dan kepala desa. Desa Air Ruai terdapat juga banyak program mandiri, seperti pengelolaan pada sektor pariwisata, sektor kemasyarakatan, dan juga kampung ini memiliki kegiatan usaha rakyat yang tujuannya untuk meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian warga dalam wilayahnya. Berbicara pada bagian sektor industri rumahan sebagian besar jenis produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Air Ruai fokus pada sektor industri kreatif olahan makanan dan banyak diantara warganya yang kreatif membuat sebuah makanan yang murah meriah contohnya seperti produk keripik pisang dimana masyarakat sudah terbiasa membuat produk keripik ini dengan

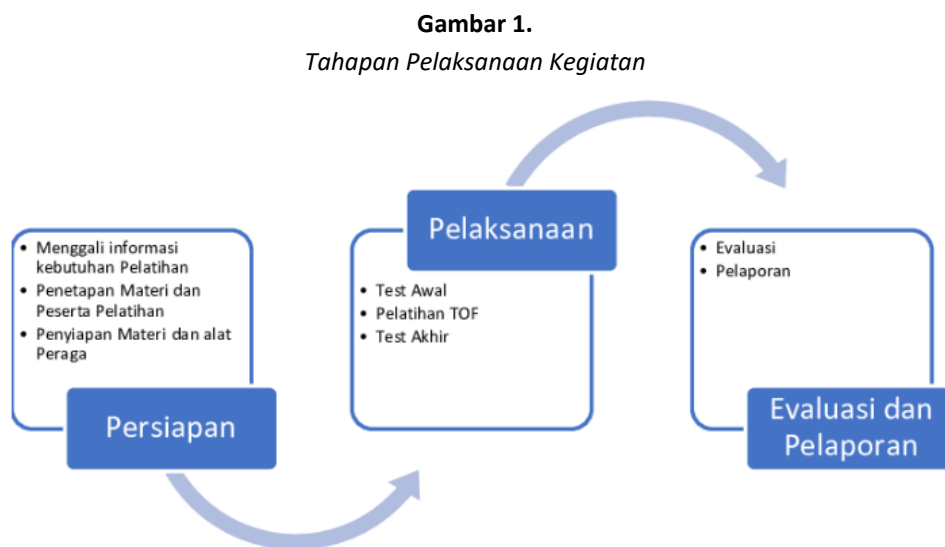
kualitas yang bagus dan menarik. Bentuk kripik pun tidak biasa, ada yang berbentuk korek api, lingkaran, love atau hati, atau bentuk-bentuk lainnya.

Bila diperhatikan pada data desa, terdapat 30 Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Desa Air Ruai yang telah memiliki berbagai jenis usaha kecil dan menengah, Bila dirinci diantaranya 23 Usaha Mikro Kecil dan Menengah diantaranya telah berstatus memiliki perizinan usaha. Problema terbesar yang dihadapi Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Air Ruai yaitu kurangnya pengetahuan dalam memasarkan baik secara konvensional (*offline*) maupun secara modern (*online*), khususnya aplikasi pemasaran *flatform e-commerce*. Hingga sekarang Usaha Mikro Kecil dan Menengah mampu memproduksi produk-produk makanan yang unik dan menarik, namun sayangnya mereka hanya menjual di area lokal saja belum mampu memasarkannya secara lebih luas. Pemasarannya berupa meletakkannya di toko-toko, warung-warung atau rumah makan. Oleh karena itu, pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Desa Air Ruai perlu dibina dan lebih banyak belajar tentang strategi marketing yang tepat dan terbaru dalam produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah agar kesejahteraan masyarakat di Desa Air Ruai bisa lebih cepat lebih bangkit dan meningkat serta berkembang pesat.

Tumbuh, berkembang atau bertahannya bisnis bergantung pada metode atau cara pemasaran apa dan bagaimana yang dilakukan oleh pelaku bisnis khususnya para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Kurangnya pengetahuan dan pemahaman mengenai *digital marketing* menginspirasi tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) untuk menyampaikan sosialisasi dan memberikan pelatihan mengenai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi ini. Jika pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang mayoritas didominasi oleh ibu-ibu rumah tangga yang memahami akan pentingnya *digital marketing* bagi peluang bisnis usaha, diharapkan pastinya mereka akan termotivasi untuk menggunakan *digital marketing* sebagai sarana komunikasi dan peluang bisnis untuk memperluas usahanya, serta dapat mempraktikkannya secara langsung dan mandiri dengan memanfaatkan media social yang sudah digunakan sebelumnya. Berdasarkan pokok permasalahan utama bahwa mitra memiliki kekurangan informasi dan pengetahuan secara mendalam tentang manajemen pemasaran maka Tim PkM menawarkan pemecahan masalah kepada mitra yaitu dengan memberikan materi terkait dengan *marketing digital* dan praktik serta pembimbingan untuk secara pelan-pelan menerapkan pemasaran online untuk dapat meningkatkan pendapatan dan akhirnya meningkatkan kesejahteraan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

## B. Metode Pelaksanaan

Upaya Tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) mewujudkan UMKM Maju dan “Naik Kelas” bagi pelaku UMKM di di Desa Air Ruai dilakukan dengan Pelatihan dan Pembimbingan pelaku usaha tersebut yang berbasis Teknologi Melalui pemanfaatan strategi Digital Marketing Bagi UMKM dibagi dalam 3 tahapan, yang meliputi (1) Tahapan Persiapan, (2) Tahapan Pelaksanaan, dan (3) Tahapan Evaluasi dan Pelaporan. Berikut di sajikan Tabel alur tahapan pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM).



### 1. Tahapan Persiapan

Tahap persiapan merupakan tahap awal dalam pelaksanaan kegiatan Pengembangan usaha berbasis Teknologi Melalui Pelatihan Digital Marketing Bagi UMKM di Desa Air Ruai. Tahapan ini menjadi penting, sebagai indicator awal menentukan rencana dan kesiapan Tim dalam pelaksanaan kegiatan agar terlaksana dengan efektif dan efisien. Tahapan persiapan yang dilakukan meliputi:

- a. Menyusun rencana kerja dan berkoordinasi secara langsung dengan mitra yang dalam hal ini Kepala Desa Air Ruai dan 30 orang Pelaku UMKM yang ada.
- b. Menentukan waktu dan menghubungi Narasumber yang akan mengisi kegiatan sosialisasi, pembimbingan, serta pendampingan.
- c. Menyiapkan peralatan dan bahan yang akan digunakan dalam pelaksanaan kegiatan PkM

- d. Menyusun *instrument* yang akan digunakan untuk mengevaluasi kegiatan yang akan dilaksanakan diakhir program serta membuat WAG sebagai alternative pelaksanaan pembimbingan dan pendampingan secara online/ virtual.
2. Tahapan Pelaksanaan  
Pelaksanaan kegiatan Pengembangan usaha berbasis Teknologi Melalui Pelatihan Digital Marketing Bagi UMKM di Desa Air Ruai yang dilakukan dibagi menjadi 4 (empat) kegiatan, meliputi:
    - a. Sosialisasi tentang pentingnya pemanfaatan *Digital Marketing*;
    - b. Memberikan pembimbingan dan pendampingan tentang strategi promosi dan pemasaran menggunakan sosial media dan digital marketing;
    - c. Memberikan pembimbingan dan pendampingan tentang teknik *copywriting* di dalam memberikan informasi atau content produk yang menarik.
    - d. Memberikan pendampingan untuk penggunaan teknologi informasi dan komunikasi serta *copywriting*. (Praktek penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran produk UMKM yang dilihat dari penerapan materi yang diberikan).
  3. Tahapan Evaluasi dan Pelaporan  
Tahap evaluasi dan pelaporan dilaksanakan di akhir kegiatan untuk mengetahui kercaapaian target yang telah direncanakan. Tahap ini juga dilakukan untuk mengetahui apakah kegiatan sudah dilaksanakan sesuai dan tepat sasaran. Selain itu, tahapan ini dilakukan menggunakan indikator ketercapaian pelaksanaan serta meninjau langsung pemasaran produk yang dipublish melalui media sosial (*facebook, Instagram, Whatshap*) atau pada aplikasi market place (*bukalapak, shopee, dll*)

### C. Hasil dan Pembahasan

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) merupakan Program Kemitraan Masyarakat dalam melaksanakan semua gerak dan langkah didukung oleh berbagai sumber daya dari berbagai program studi sesuai dengan program pengabdian yang ditawarkan. Pengabdian dalam kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini mencapai keberhasilan karena mendapat dukungan berbagai pihak yang terkait dan mau bekerjasama dengan baik, yaitu pihak mitra (sasaran) yang menyambut baik pelaksanaan kegiatan. Pelaksanaan kegiatan Pengembangan usaha berbasis Teknologi Melalui

Pelatihan Digital Marketing Bagi UMKM di Desa Air Ruai yang dilakukan dibagi menjadi 3 (tiga) kegiatan, yaitu:

1. Sosialisasi tentang pentingnya pemanfaatan *Digital Marketing*. Pokok materi ini dipilih karena minimnya pengetahuan masyarakat mengenai *Digital Marketing* yang dimiliki oleh pelaku UMKM di Desa Air Ruai. Pada Tanggal 20 Juni 2022 dilaksanakan kegiatan Sosialisasi tentang pemanfaatan *Digital marketing*. Kegiatan di buka oleh Bapak Rozali selaku Kepala Desa Air Ruai. Narasumber dalam Kegiatan ini adalah Bapak Yusuf selaku ketua Pengabdian kepada Masyarakat (PkM). Kegiatan ini diikuti dengan antusias oleh 30 pelaku UMKM di Desa Air Ruai. Dalam penjelasannya, membahas tentang kewirausahaan dan pentingnya adopsi penggunaan media digital dalam bisnis. Selain itu seorang wirausahawan harus mampu mengubah *mindset* (alur pikiran) dan mampu menangkap peluang yang ada. Pada Era Digital mengharuskan setiap UMKM lebih adaptif terhadap strategi pencapaian konsumen pada ceruk digitalisasi.

**Gambar 2.**

Rangkaian Penyampaian Materi Pemanfaatan Digital Marketing



2. Memberikan pendampingan tentang strategi promosi dan pemasaran menggunakan *Social Media* dan *Digital Marketing*. Kegiatan ini terlaksana tanggal 22 Juni 2022 bertempat di Balai Kantor Desa Air Ruai. Narasumber dalam kegiatan ini adalah Christianingrum, Anggota pengabdian kepada Masyarakat (PkM). Menyampaikan materi mengenai apa dan bagaimana peranan promosi dalam pemasaran, dan bagaimana menggunakan *Social Media* dalam kegiatan bisnis. Dalam kegiatan ini juga di bahas berbagai jenis media sosial yang bisa di dimanfaatkan untuk berpromosi, juga waktu-waktu terbaik yang bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan perhatian konsumen sebagai upaya pengenalan produk. Kegiatan di ikuti dengan baik oleh warga, tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) juga memberikan pendampingan penggunaan social

media dan pembuatan akun social media bagi pelaku UMKM yang belum memilikinya.

**Gambar 3.**

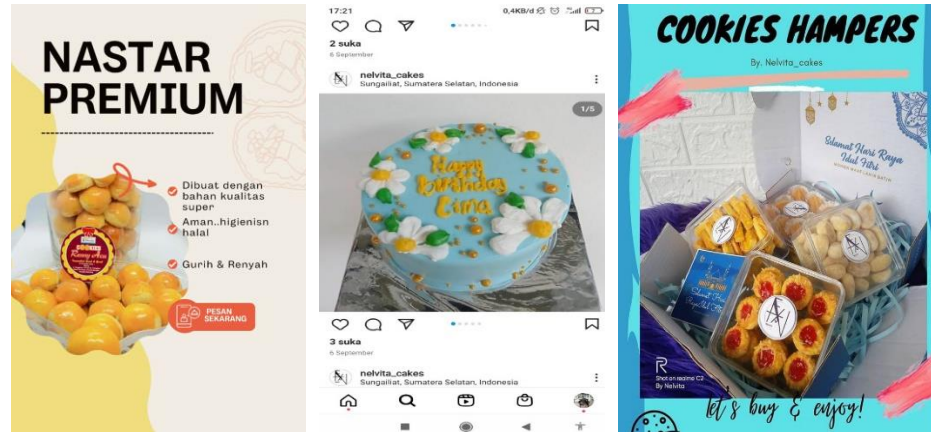
Rangkaian Penyampaian Materi Strategi Promosi dan Pemasaran



3. Memberikan pendampingan untuk penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. (Praktek penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran produk UMKM). Kegiatan ini dilaksanakan pada Tanggal 23 Juni 2022 bertempat di Balai Kantor desa Air Ruai. Pada kegiatan ini ada 2 narasumber yang terlibat memberikan materi. Materi Pertama yaitu Teknik Copywriting diberikan oleh Daniyal ulyana. Menyajikan tentang bagaimana pesan iklan bisa memberikan dampak positif atau negative di benak warga. Bagaimana membuat Bahasa iklan yang menarik dan menggugah keinginan pembaca untuk membeli produk. Kemudian materi kedua diisi oleh Herza, beliau memberikan tips dan trick bagaimana membuat dan mengambil foto produk yang menarik. Narasumber juga menjelaskan bahwa dengan sudut pengambilan gambar yang tepat bisa meningkatkan minat orang untuk membeli produk.

Pada kegiatan pendampingan menggunakan teknologi informasi, tim pengabdian membentuk dibentuk kelompok-kelompok yang akan didampingi dalam memanfaatkan media social, Kegiatan ini akan dilaksanakan selama 2 bulan (4 kali kegiatan). Diharapkan dengan adanya praktek secara langsung ini para pelaku UMKM lebih luwes lagi memanfaatkan media promosi yang sedang trend saat ini. Selama kegiatan berlangsung, sebanyak 30 UMKM selaku mitra akan dilibatkan penuh secara langsung. Keberhasilan rangkaian kegiatan ini nantinya dapat diukur dari peningkatan skill atau kemampuan masing-masing pelaku UMKM dalam menerapkan ilmu yang diperoleh sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan ekonomi kerakyatan membentuk UMKM yang Maju dan “Naik Kelas”.

**Gambar 4.**  
Tangkapan Layar dari Pemanfaatan Digital Marketing



Tahap evaluasi dilaksanakan pada setiap akhir kegiatan. Evaluasi dilaksanakan untuk mengetahui ketercapaian target yang telah direncanakan. Tahap ini juga dilakukan untuk mengetahui apakah kegiatan sudah dilaksanakan sesuai dan tepat sasaran. Selain itu, tahap ini dilakukan menggunakan pemantauan langsung ke aplikasi *e-commerce* ataupun ke *market place* yang telah digunakan setelah tim memberikan teori, praktik, hingga pembimbingan secara langsung atau virtual. Berikut di sajikan hasil tangkapan layar atas perbaikan kualitas dan teknik foto dan informasi produk yang di terapkan oleh pelaku UMKM.

#### D. Simpulan

Dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang mengusung pemanfaatan teknologi melalui pelatihan Digital Marketing yang dilakukan kepada 30 Pelaku UMKM di Desa Air Ruai di dapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Semua Kegiatan sosialisasi, pembimbingan dan pendampingan telah terlaksana dengan Baik;
2. 30 Pelaku UMKM di Air Ruai telah menerima transfer informasi mengenai Digital marketing, promosi dan pemanfaatan teknologi informasi serta mampu mengaplikasikannya dengan baik;
3. 30 Pelaku UMKM telah berhasil menerapkan metode Digital Marketing dalam promosi produk dalam kegiatan bisnisnya sambil tetap berkonsultasi dengan tim dalam WAG yang dibuat;



4. Perlu diadakan kegiatan pengabdian Rutin untuk strategi bisnis lainnya sebagai upaya untuk membantu mengembangkan usaha Pelaku UMKM di Air Ruai agar bisa bertahan, bersaing, dan bertumbuh pada kondisi perekonomian selanjutnya.

#### **E. Ucapan Terima Kasih**

Ucapan terima kasih penulis ucapkan kepada Lembaga Penelitian dan Pengembangan Masyarakat (LPPM) Universitas Terbuka yang telah mendanai kegiatan pengabdian dengan surat penugasan Nomor: B/576/UN31.LPPM/PM.01.01/2022 pada tanggal 2 Februari 2022. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Desa mitra yakni Desa Air Ruai, Kecamatan Pemali, Kabupaten Bangka kepada seluruh unsur pimpinan Pemerintahan Desa beserta seluruh jajaran Pemerintahan Desa dan Pelaku UMKM serta mahasiswa Universitas Terbuka Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Semester 7 yang turut serta ambil bagian didalam kegiatan rangkaian kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM).

#### **F. Referensi**

- Alford, P & Page, S.J (2015) Marketing technology for adoption by small business. *The Service Industries Journal*, 2015 Vol. 35, Nos. 11–12, 655–669
- Bird, D. (2007). *Commonsense Direct & Digital Marketing*. London : Kogan Page.
- Cant, M.C & Wiid, J.A (2016). The use of traditional marketing tools by SMEs in an emerging economy: a South African perspective. *Problems and Perspectives in Management*, Volume 14, Issue 1, 2016
- Chaffey, D & Smith, P.R (2008). *e-Marketing Excellence : Planning and optimizing your digital marketing*. USA : Elsevier.
- Kurniawan, A & Asharudin, M (2018). Small and Medium Enterprises (SMEs) Face Digital Marketing. *Muhammadiyah International Journal of Economics and Business* Volume 1, Number 2, December 2018
- Mulyana, N (2016). Need Assessment Masyarakat Sekitar Kampus Jatnangor. *Social Work Jurnal*. Vol. 6 Nomor 1
- Permana, S.H (2017) Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Aspirasi* Vol. 8 No. 1, Juni 2017





- Rowan, W. (2002) *Digital Marketing : Using New Technologies to Get Closer to Your Customers*. London : Kogan Page
- Ryan, D & Jones, C (2009) *Understanding Digital Marketing : Marketing strategies for engaging the digital generation*. London : Kogan Page
- Setiawati, I & Widyartati, P (2017) Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM. Seminar Nasional dan Call for Paper 2017 Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Melalui Publikasi Jurnal Ilmiah dalam Menyikapi Permenristekdikti RI No.20 Tahun 2017
- Taiminen, H.M & Karjaluoto, H (2014). The usage of digital marketing channels in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development* Vol. 22 No. 4, 2015 pp. 633-651
- Weber. L (2009) *Marketing to The Social Web : How Digital Customer Communities Build Your Business*. Canada : John Wiley & Sons, Inc.