Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Memasaran Dan penjualan Produk UMKM Desa

Ekonomi Kreatif 2

Alif Cahya Sakti[1], Arindi Meicerlien Qurotul Aini[2], Arya Wirayudha[3], Faizal Zein[4], Muhammad Maullana Arifin[5], Yulsa Aldi Pratama[6]
Hukum[1], Ilmu Komunikasi[246] Manajemen[3], Administrasi Bisnis[5]
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email : faizalzein93@gmail.com

Abstrak. Pengusaha kripik atau UMKM di Desa Dilem sebenarnya sudah membawa produknya ke pasar online dengan melalui menggunakan akses internet dan media sosial sebagai pengenalan atau penjualan barang, seperti WA dan Facebook. Tetapi terdapat permasalahan kurangnya akses pemasaran yang lebih luas dan berdampak pada kurangnya masyarakat mengenali produknya. Kurangnya masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produknya, Setelah berhasil memanfaatkan aplikasi tersebut diharapkan dapat meningkatkan penjualan keripik dan dapat mengenalkan desa Dilem lebih luas lagi melalui media sosial dan jika menekuni menjadi konten kreator dapat menjadikan lahan pendapatan terbaru melalui sosial media.

Tujuan dari kegiatan kelompok Ekraf 2 adalah memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk kripik UMKM desa dilem, membantu memajukan perekonomian desa serta menyadarkan akan reformasi pemasaran berbasis teknologi digital. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan cara observasi dan wawancara lapangan Bersama dengan kepala desa dan ketua UMKM di desa Dilem, kecamatan Goindang, kabupaten Mojokerto. Hasil dari kegiatan pengabdian menunjukan bahwa setelah diberikan pendampingan serta contoh nyata dari konsep pemasaran berbasis digitalisasi.

Kata kunci : *pemasaran digital, umkm keripik, sosial media*

PENDAHULUAN

Desa Dilem, kecamatan Gondang, Kabupaten Mojokerto terletak didaerah perbukitan di provinsi Jawa timur. Desa ini mempunyai potensi besar dalam sektor makanan. Masyarakat desa yang ada di dilem mengandalkan bahan alam sebagai sumber mata pencaharian mereka.

UMKM di desa ini memanfaatkan bahan alam tersebut untuk dikelola sebagai camilan keripik seperti, keripik gadung, keripik pisang, keripik bayam, dll. Hal ini membuat bahan alam tersebut menjadi beraneka inovasi camilan maupun masakan.

Perkembangan teknologi informasi dan internet telah mengubah lanskap pemasaran secara signifikan. Era digital, yang dimulai sejak akhir abad ke-20 dan terus berkembang hingga saat ini, telah menghadirkan berbagai perubahan dalam cara bisnis berinteraksi dengan pelanggan, memasarkan produk, dan membangun merek. Penyediaan internet yang lebih luas dan akses yang lebih mudah telah mengubah cara orang mengakses informasi dan berinteraksi satu sama lain. Internet telah menjadi media utama di mana orang mencari informasi, berkomunikasi, dan berbelanja. Perkembangan ini telah membuka peluang baru bagi perusahaan untuk memasarkan produk dan layanan mereka secara global. Kemunculan media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, YouTube dan TikTok telah mengubah cara bisnis berinteraksi dengan konsumen. Media sosial memberikan platform untuk berbagi konten, membangun komunitas, dan berinteraksi secara langsung dengan pelanggan. Ini memungkinkan perusahaan untuk lebih dekat dengan audiens mereka, mengumpulkan umpan balik secara real-time, dan membangun hubungan yang lebih personal dengan pelanggan. Di era digital, konten memiliki peran yang sangat penting dalam pemasaran. Pelanggan mengharapkan konten yang bermanfaat, informatif, dan menghibur. Melalui blog, video, infografis, dan media lainnya, perusahaan dapat menyampaikan informasi yang berguna, membangun menarik minat pelanggan potensial. Tetapi arus laju perkembangan pemasaran digital kurang di ikuti oleh masyarakat desa, para UMKM di desa masih memasarkan produknya dengan cara tradisional, atau mulut ke mulut dan mengikuti event bazar.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksaan kegiatan dilakukan dengan cara observasi dan wawancara lapangan Bersama kepala desa, perangkat desa, mitra umkm desa Dilem, kecamatan Gondang, kanupaten Mojokerto. Pelaksanaannya dimulai dari mengenalkan warga yang hampir Sebagian warganya berprofesi sebagau petani. Pelaksanaan kegiatan berupa kegiatan pengambilan foto, dan survey secara langsung ke lokasi.

Tabel 1 Hasil Data Observasi dan Wawancara

No	Indeks	Hasil

1	Observasi	
2	Wawancara	**Wawancara :** ● Pak Heru (Kepala Desa), penulis dapat mengetahui potensi desa dilem serta UMKM yang ada disana serta adanya komoditas yang perlu dikembangkan. ● Bu Siti Arkiyah (Pelaku UMKM), penulis dapat mengetahui potensi UMKM desa dilem serta media untuk memasarkannya.

Dalam kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa dalam progress kegiatan pengabdian yang sasaran utamanya adalah mitra desa dilem yang mempunyai UMKM dimana dari mereka masih belum memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan hasil produknya, jika dapat memanfaatkan hal tersebut maka akan meningkatkan keuntungan. Secara lebih rinci mengenai kegiatan pengabdian di desa Dilem dijelaskan pada table di bawah ini:

Tabel 2 Kegiatan pengabdian

No	Kegiatan/Program	Indikator
1	Pendampingan pembuatann iklan dan konten TikTok.	1. Melakukan pendampingan pembuatan konten 2. Melakukan pendampingan pembuatan akun TikTok 3. Melakukan pendampingan menjualkan barang di TikTok shop
2	Pendampingan strategi pemasaran digital dengan pembuatan konten feed.	1. Melakukan pendampingan desain konten Instagram 2. Melakukan pengenalan alat editing konten
3	Melakukan pemberdayaan pelaku usaha dan penyuluhan kepada	1. Melakukan pendampingan pendaftaran sertifikasi halal 2. Melakukan penyuluhan akan sertifikat halal dan kegunaannya

	masyarakat dan pelaku UMKM.	
4	Melakukan pendampingan public speaking untuk promosi.	1. Melakukan pendampingan public speaking dan promosi untuk pelaku UMKM
5	Melakukan pendampingan pengoperasian E-Commerce Shopee.	1. Melakukan pendampinmgan penjualan di Shopee
6	Pelatihan dan konsultasi pengolahan manajemen keuangan.	1. Melakukan pendampingan pembukuan sederhana

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah mengetahui permasalahn yang ada di Desa Dilem, dilanjutkan dengan program kerja yang dimulai hari selasa sampai hari minggu. Langkah pertama yang diberikan kepada pelaku UMKM adalah pendampingan pembuatan konten dan iklan TikTok. Materi ini memberikan pemahaman terhadap fungsi aplikasi TikTok dan pembuatan akun TikTok. Setelah dilakukannya pendampingan, peserta di ajarkan untuk membuat konten TikTok.

Kegiatan kedua yaitu melakukan pendampingan pembuatan konten feed dengan menggunakan aplikasi pendukung seperti canva untuk mengedit atau membuat konten dan peserta diharap untuk mempraktekan cara membuat konten feed Instagram. Dan juga perwakilan coordinator UMKM diberikan akun canva pro untuk menunjang pembuatan konten feed.

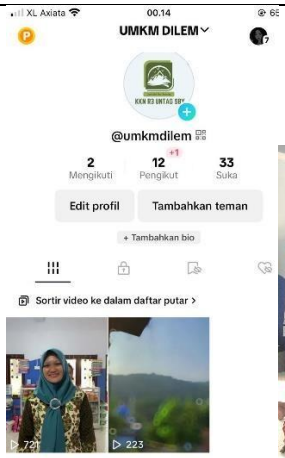
Kegiatan ketiga yaitu melakukan pendampingan pembuatan sertifikasi halal dan penyuluhan terhadap kegunaan dari sertifikat halal dari MUI beserta pasalnya. Dan memberikan contoh undanh-undang yang mewajibkannya. Menurut undang-undang no.4 tahun 2013 tentang jaminan produk halal mewajibkan sertifikasi halal bagi seluruh produk yang beredar di Indonesia, termasuk produk UMKM, tetapi realitanya untuk mendaftarkannya itu mahal harganya.

Kegiatan keempat yaitu melakukan pendampingan public speaking untuk promosi. Para pelaku UMKM diajarkan untuk bagaimana cara mempromosikan produk mereka ke customer

dengan lebih meyakinkan lagi melalui public speaking. Pemateri mengajak 1 orang untuk maju mempraktekan meyakinkan konsumen, lalu pemateri memberikan pendampingan dengan memberi tahu kesalahan saat praktek.

Kegiatan kelima melakukan pendampingan pengoperasian E-commerce shopee, para pelaku UMKM diberikan pendampingan tentang penjualan barang di Shopee dan membuat akun.

Kegiatan keenam melakukan pendampingan pengelolahan manajemen keuangan terutama pembukuan sederhana untuk UMKM di Desa Dilem. Pendampingan dilakukan dengan memberikan contoh tabel pembukuan yang bisa digunakan para pelaku UMKM untuk melakukan pembukuan sederhana.

No	Indeks	Hasil
1	Mitra yang kualitas produksinya meningkat	 Berupa dokumentasi dari pendampingan pembuatan kkonten dan akun TikTok UMKM desa Dilem dengan total view semmua vidio lebih dari 1000 penonton.
2	Karya desain	Berupa dokumentasi dan hasil soft file mengenai karya desain konten feed instagram

3	Buku paduan	 Dokumentasi penyerahan buku panduan mengenai tata cara untuk mendaftarkan sertifikasi halal, kegunaan dan manfaat sertifikasi halal.
4	Rekayasa sosial pendampingan public speaking	 Hasil dari PreTest-Post Test disimpulkan sebagai berikut : 1. Pelaku UMKM menjadi lebih paham mengenai public speaking untuk memasarkan produknya dengan meyakinkannya melalui komunikasi. 2. Nilai Post Test lebih tinggi setiap indikator ketidak tahuan atau pemahaman pelaku UMKM mengenai public speaking untuk memasarkan produknya dan setelah dilakukannya pendampingan menjadi paham dan dapat dipraktekkan.
5	Mitra produktif	

		Para UMKM dapat meningkatkan penjualannya melalui bantuan dari aplikasi shopee yang dibuat oleh para pelaku UMKM.
6	Buku panduan	 Dokumentasi terkait pemaparan dan isi panduan menganai pelatihan pembukuan sederhana.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di Desa Dilem kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto dapat disimpulakn bahwasanya kegiatan tersebut berjalan lancer dan berjalan sesuai dengan susunan acara yang sudah direncanakan. Dalam Kegiatan pengabdian yang dilakukan oelh kelompok bidang EKRAF 2 dapat membantu meningkatkan penjualan produk UMKM melalui teknologi digital. Besar harapan penulis dengan segala program ini minat masyarakat dalam memasarkan produknya melalui digital agar produknya lebih meluas dipasaran.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur terhadap kehadirat Allah SWT atas Rahmat dan kesempatannya penulis dapat menyelesaikan artikel ilmiah yang berjudul "**Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Memasaran Dan Menjualankan Produk UMKM Desa**" secara tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa pelaksanaan kegiatan pengabdian dan penyusunan laporan artikel ini tidak lepas dari bimbingan, dorongan dari berbagai pihak yang terkait. Sehingga program/kegiatan pengabdian yang telah direncanakan dapat terealisasi dengan baik dan dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Penulis memohon maaf apabila selama kegiatan pengabdian terdapat kesalahan baik disengaja maupun tidak disengaja, penulis menyadari bahwa adanya keterbatasan kemampuan yang dimiliki. Semoga denhan adanya pembuatan artikel ilmiah ini dapat bermanfaat bagisemua yang membaca dan membutuhkannya

\

Mojokerto, 10 Juli 2023

Penulis

DAFTAR PUSTAKA

Alki, M. (2022). *Kelemahan Pemasaran Online dalam Bisnis*. Warta Lombok. Diakses tanggal 9 Juni 2023

Primandari, P. N. (2021). Pelatihan Desain Label Packaging pada Produk Olahan Pisang di Desa Kebondalem, Kabupaten Jombang. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *6*(1).

Fitriani, Y. (2017). *Analisis pemanfaatan berbagai media sosial sebagai sarana penyebaran informasi bagi masyarakat*. Paradigma, 19(2), 148–152.

Nurhanisah, Y. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Makin Tinggi*. Indonesia Baik. Diakses tanggal 9 Juni 2023

Qothrunnada, K. (2021). *Apa Itu Modernisasi? Yuk Kenali Pengertian, Ciri-Ciri, dan Dampaknya.* Detikedu. Diakses tanggal 9 Juni 2023

Sandita, R. *Pengertian Koperasi Syariah Dan Umkm*.

Widayati, K. D. (2018). *Implementasi SWOT strategi pemasaran online dan offline pada PT Roti Nusantara Prima cabang Jatiasih, Bekasi*. Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen, 2(2), 209–216.

Grathia, M. (2023). *Apa itu UMKM? Pengertian, Ciri-ciri, Faktor Mempengaruhi.* Detik.com. Diakses tanggal 10 Juni 2023

Heriani, F. (2022). *Wajib Sertifikasi Halal, UMKM Bisa Kantongi Sertifikat Halal Tanpa Biaya.* Hukumonline.com. Diakses tanggal 10 Juni 2023

Undang-Undang No. 4 Tahun 2013 tentang Jaminan Produk Halal

Undang- Undang No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (UU

Ciptaker)