

DIGITALISASI UMKM MEUBEL DESA JIYU

Sava Abhista Sigit¹, Dea Yuliana², Kharisma Asmara Kunsena³

Ilmu Komunikasi^{1,3}, Manajemen² Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: savaabhista89@gmail.com¹, deayuliana10@gmail.com²,

Kharismaks27@gmail.com³

Doan Widhiandono, S.Sos., M.I.Kom

(Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

Email: doanwidhi@untag-sby.ac.id

Abstract. In the current era of globalization, digital marketing is increasingly becoming an option for Micro, Small and Medium Enterprises. Because marketing on social media is easier to reach and also expands the marketing network. In today's increasingly fierce marketing competition, Micro, Small and Medium Enterprises should make new innovations in all fields so they can compete with other Micro, Small and Medium Enterprises. One of them is the Digitalization of Micro, Small and Medium Enterprises and especially the Jiyu Village Furniture Micro, Small and Medium Enterprises. Because there is indeed a lot of marketing competition in today's digital era that has entered into marketing through social media. Real Work College students finally provide education, training, and also assistance about the importance of doing marketing on social media or digital marketing. Don't forget that Real Work Lecture students also provide benefits to Furniture Micro, Small and Medium Enterprises. In Jiyu Village, there are indeed many Micro, Small and Medium Enterprises that are pioneering to become big. With the many Micro, Small and Medium Enterprises in Jiyu Village, it turns out that they have the same problem, namely in the field of marketing. Micro, Small and Medium Enterprises, especially Furniture in Jiyu Village, still use word of mouth marketing. Still comfortable with the habits that are carried out from day to day, but the Community Service College students hope to get rid of the stigma and finally use marketing on social media or through digital media to expedite marketing strategies and also gain knowledge about marketing in the digital era. It is hoped that after providing the work programs that have been delivered, it is hoped that they can help solve or slightly reduce the problems being faced by

the Jiyu Village Furniture Micro, Small and Medium Enterprises, not only that the Real Work Lecture students also want the knowledge and training provided will always be used even though it is big.

Keywords: Jiyu Village, Micro, Globalization.

Abstrak. Di era globalisasi saat ini pemasaran digital semakin menjadi salah satu pilihan bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. Karena memang pemasaran di media sosial lebih mudah untuk menjangkau dan juga memperluas jaringan pemasaran. Pada persaingan pemasaran yang semakin ketat saat ini, para Usaha Mikro Kecil Menengah seharusnya membuat inovasi baru di segala bidang agar bisa bersaing dengan para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah yang lainnya. Salah satunya ialah, Digitalisasi Usaha Mikro Kecil Menengah dan khususnya Usaha Mikro Kecil Menengah Meubel Desa Jiyu. Karena memang persaingan pemasaran di era digital sekarang sangat banyak yang sudah masuk kedalam pemasaran melalui media sosial. Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata akhirnya memberikan edukasi, pelatihan, dan juga pendampingan tentang pentingnya melakukan pemasaran di media sosial atau pemasaran digital. Tak lupa juga mahasiswa Kuliah Kerja Nyata juga memberikan manfaat kepada para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Meubel. Di Desa Jiyu ini memang banyak Usaha Mikro Kecil Menengah yang sedang merintis untuk menjadi besar. Dengan banyaknya Usaha Mikro Kecil Menengah di Desa Jiyu dan ternyata mempunyai masalah yang sama, yaitu di bidang pemasarannya. Para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah khususnya Meubel di Desa Jiyu masih menggunakan pemasaran dari mulut ke mulut. Masih nyaman dengan kebiasaan yang dilakukan dari hari ke hari, tetapi mahasiswa Kuliah Kerja Nyata berharap bisa merubah stigma dan akhirnya menggunakan pemasaran di media sosial atau melalui media digital guna memperlancar strategi pemasaran dan juga mendapatkan pengetahuan tentang pemasaran di era digital. Besar harapan mahasiswa Kuliah Kerja Nyata setelah memberikan program kerja yang telah tersampaikan agar bisa membantu menyelesaikan atau sedikit mengurangi permasalahan yang sedang di hadapi oleh para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Meubel Desa Jiyu, tak hanya itu mahasiswa Kuliah Kerja Nyata juga ingin pengetahuan dan juga pelatihan yang diberikan akan selalu dipakai walaupun sudah besar.

Kata Kunci: Desa Jiyu, Mikro, Globalisasi.

Pendahuluan

Pemasaran di era digital saat ini sangat penting bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Karena memang sangat membantu bagi para pelaku UMKM untuk melancarkan strategi pemasarannya. Media sosial menjadi faktor penting untuk memperlancar startegi pemasaran di era digital, karena dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat mau tidak mau pelaku UMKM harus mengikuti perkembangan zaman. Tak hanya media sosial, *E-Commerce* juga bisa membantu para pelaku UMKM. Desa Jiyu terletak pada Kecamatan Kutorejo Kabupaten Mojokerto, telah dilakukannya kegiatan pengabdian dari Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Di Desa Jiyu banyak sekali Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berada disini, ada beberapa UMKM yang juga menjadi salah satu mata pencaharian para masyarakat yang ada di Desa Jiyu. Tetapi UMKM di Desa Jiyu khususnya di UMKM Meubel masih ada permasalahan di bidang pemasaran. Karena para pelaku UMKM Meubel di Desa Jiyu ini masih menggunakan pemasaran secara langsung/mulut ke mulut. Bukan berarti para pelaku UMKM Meubel tidak melakukan pemasaran digital di era modern sekarang, mereka ada yang menggunakan pemasaran digital tetapi masih salah menggunakan aplikasinya.

Salah satu permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Jiyu dan khususnya UMKM Meubel di Dusun Pandansari adalah keterbatasan jangkauan pemasaran. Meskipun mereka menghasilkan produk-produk berkualitas, tetapi kurangnya akses ke pasar yang lebih luas dapat membatasi pertumbuhan bisnis mereka. Untuk mengatasi hal ini, fokus utama saat ini adalah untuk membantu para pelaku UMKM Meubel di Desa Jiyu dalam melancarkan pemasaran produk-produk mereka. Upaya yang bisa dilakukan adalah memperluas jaringan pemasaran melalui penggunaan teknologi informasi dan platform digital. Dengan memanfaatkan internet, para pelaku UMKM di desa Jiyu dapat memperluas jangkauan pasar mereka dengan berjualan secara online. Mereka dapat memanfaatkan media sosial, marketplace untuk mempromosikan dan menjual produk-produk mereka kepada konsumen di berbagai daerah. kegiatan pengabdian ini dapat memberikan dampak positif bagi mitra sebagai pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Mengengah) sebagai awal dari kebangkitan ekonomi dan kebangkitan usaha yang telah lama berhenti akibat pandemic, pemanfaatan media social juga memberikan wawasan untuk meningkatkan strategi pemasaran[1]

Selain itu, penting juga untuk membangun kesadaran masyarakat tentang keunggulan dan kualitas produk-produk dari desa Jiyu. Kampanye promosi lokal dapat dilakukan untuk mengedukasi masyarakat setempat maupun wisatawan tentang potensi dan keunikan produk-produk yang ada di desa Jiyu. Dengan cara ini, diharapkan minat dan permintaan terhadap produk-produk tersebut akan meningkat. Dengan fokus utama pada perbaikan pemasaran, diharapkan para pelaku UMKM Meubel di Desa Jiyu dan khususnya Dusun Pandansari dapat mengatasi tantangan yang mereka hadapi. Dengan memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kesadaran masyarakat, diharapkan UMKM di Desa Jiyu khususnya Dusun Pandansari dapat berkembang dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi lokal.

Metode

Kegiatan pengabdian di Desa Jiyu kami memberikan dan juga membantu untuk pelatihan, pendampingan, pemasaran digital menggunakan media sosial dan juga membuat *E-Commerce* untuk menunjang pemasaran di era digital. Kami juga melakukan pemantauan terhadap pelaku UMKM Meubel terkait masih ada kah yang dibingungkan, dan juga apa saja hal-hal yang sedang dilakukan setelah kami memberikan edukasi tentang Digitalisasi UMKM Meubel di Desa Jiyu. Dan sebelum program kerja kami ter-realisasikan, kami survei kepada seluruh UMKM Meubel di Desa Jiyu dan khususnya di Dusun Pandansari.

Perencanaan : Kami setelah mengetahui permasalahan yang ada di UMKM dan khususnya UMKM Meubel di Desa Jiyu. Kami membuat perencanaan apa saja yang akan kami angkat sebagai program kerja dan tentunya yang berguna bagi masyarakat khususnya pelaku UMKM Meubel Desa Jiyu. Setelah kami mengetahui permasalahan UMKM Meubel di Desa Jiyu ini ialah di bidang pemasarannya, karena pemasaran yang digunakan oleh para pelaku UMKM Meubel masih menggunakan pemasaran langsung atau bisa dibilang dari mulut ke mulut. Kami memutuskan untuk membuat program kerja yaitu Digitalisasi UMKM Meubel Desa Jiyu, yang dimana memiliki tujuan untuk membantu para pelaku UMKM Meubel mengganti pemasaran yang awalnya secara langsung menjadi pemasaran digital. Lalu memberitahukan kepada pelaku UMKM Meubel tentang pentingnya membuat konten di media sosial. Karena konten bisa menjadi salah satu bentuk strategi pemasaran. Pembuatan konten yang informatif dan juga menarik, dapat membuat seseorang mulai tertarik dengan apa yang pelaku UMKM Meubel jual. Dan tak lupa juga kami memberikan pelatihan *Public Speaking* untuk melancarkan pemasaran secara langsung maupun tak langsung

Pelaksanaan : Dalam metode ini, kami mengumpulkan para pelaku UMKM Meubel yang berada di Desa Jiyu dan khususnya Dusun Pandansari dengan menggunakan cara membagikan undangan pada setiap pelaku UMKM Meubel. Lalu, kami akan memberikan edukasi, pelatihan, dan juga pendampingan di Balai Desa Jiyu. Kami memberikan edukasi tentang media sosial dan juga *E-Commerce*, dan juga pendampingan kepada pelaku UMKM Meubel jika ada yang masih kebingungan. Kami juga memberikan edukasi tentang pentingnya konten dalam pemasaran digital, dan juga memberikan pelatihan serta pendampingan bagaimana membuat konten yang menarik dan informatif. Tak lupa juga, kami memberikan edukasi tentang *Public Speaking* guna memperlancar strategi pemasaran langsung maupun tak langsung.

Evaluasi: Dalam tahapan ini, kami melakukan evaluasi dari program kerja yang telah dikerjakan dari kami. Evaluasi menjadi tahapan terakhir dari kegiatan pengabdian kami. Tujuan dalam tahapan ini ialah agar mengetahui apa saja kesalahan yang terjadi saat program kerja terlaksana. Dan juga kami akan memberikan pendampingan kepada pelaku UMKM Meubel di Desa Jiyu tentang masih adakah kesusahan dalam men- digitalisasikan pemasarannya.

Hasil dan Pembahasan

Hasil dari kegiatan Kuliah Kerja Nyata yang dilaksanakan di Desa Jiyu Kecamatan Kutorejo, Kabupaten Mojokerto. Yang dilakukan selama 12 hari dan dimulai tanggal 3 Juli hingga 14 Juli 2023. Setelah penyampaian program kerja, kami memberikan pendampingan saat pemantauan kepada pemilik UMKM Meubel di Desa Jiyu tepatnya Dusun Pandansari. Mengenai pembuatan akun Instagram dan juga *E-Commerce*. Program kerja kami berjalan lancar dan juga kami memberikan solusi kepada pelaku UMKM Meubel di Desa Jiyu khususnya di Dusun Pandansari atas permasalahan yang sedang di hadapinya.



Gambar 1. Pendampingan Pembuatan Akun Instagram dan Shopee

Kami memberikan tata cara pembuatan serta pendaftaran media sosial Instagram dan *E-Commerce* Shopee. Karena pemilik UMKM Meubel masih kesusahan untuk membuat akun media sosial dan juga *E-commerce*. Maka dari itu saat kami melakukan pemantauan, dibantu membuat akun media sosial beserta *E-Commerce* untuk memperlancarkan strategi pemasaran pemilik. Tak lupa juga, kami juga memberikan edukasi tentang bagaimana cara penggunaan media sosial Instagram dan *E-Commerce* Shopee untuk menjadi salah satu media pemasaran. Tak lupa juga, kami juga memberitahukan kepada pelaku UMKM Meubel di Desa Jiyu tentang fitur-fitur yang ada di Instagram dan juga Shopee. Agar, pelaku UMKM Meubel mengetahui kegunaan dari fitur-fitur Instagram dan Shopee.



Gambar 3. Pendampingan Tentang Public Speaking

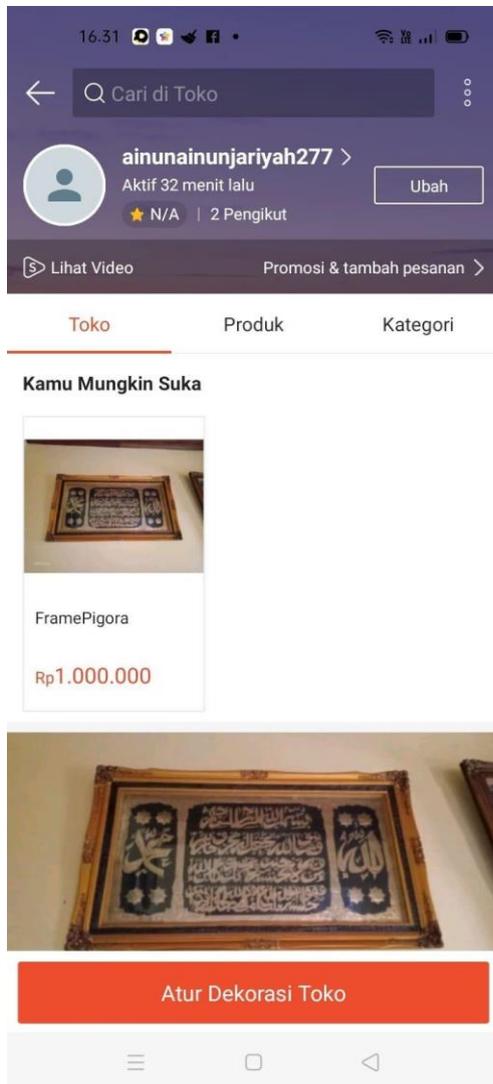
Kami memberikan edukasi tentang pemasaran langsung dan juga memberikan pendampingan *Public Speaking* untuk memperlancar strategi pemasaran. Tak hanya itu, kegunaan yang lainnya, dapat membantu pelaku UMKM Meubel untuk mengolah kata-kata jika ingin membuat konten dan ditambahkan *Voice Over*. Karena *Voice Over* juga berguna untuk membantu konten promosi dan diharapkan membuat konten itu semakin menarik dan juga informatif. *Public Speaking* tak hanya berguna dalam pemasaran secara langsung atau dari mulut ke mulut, tetapi juga dapat membantu pelaku UMKM Meubel untuk berpikir kritis. Serta memberikan pandangan kepada pelaku UMKM pentingnya pemasaran dalam digitalisasi menggunakan *publik speaking*. Kami tak hanya memberi pelatihan tentang *Voice Over*, melainkan memberikan pendampingan untuk pembuatan akun tik-tok shop untuk membuat pemasaran menggunakan live streaming, yang berguna untuk melakukan pemasaran secara langsung tetapi yang dapat diakses melalui media massa dan e-commers. *Public Speaking* kami mengangkut program kerja untuk mengembangkan pemasaran yang kurang merata diluar desa, dikarenakan kurangan komunikasi yang benar dan cara pemahaman suatu produk yang mereka miliki. Dengan begitu banyak masyarakat yang tidak mengetahui produk figura yang ada di desa. Dalam pendampingan ini memiliki manfaat untuk berkomunikasi dengan konsumen, yang harus mahir ber komunikasi dengan benar, serta menyampaikan tantang kelebihan dan kelemahan dalam produk yang dipasarkan.



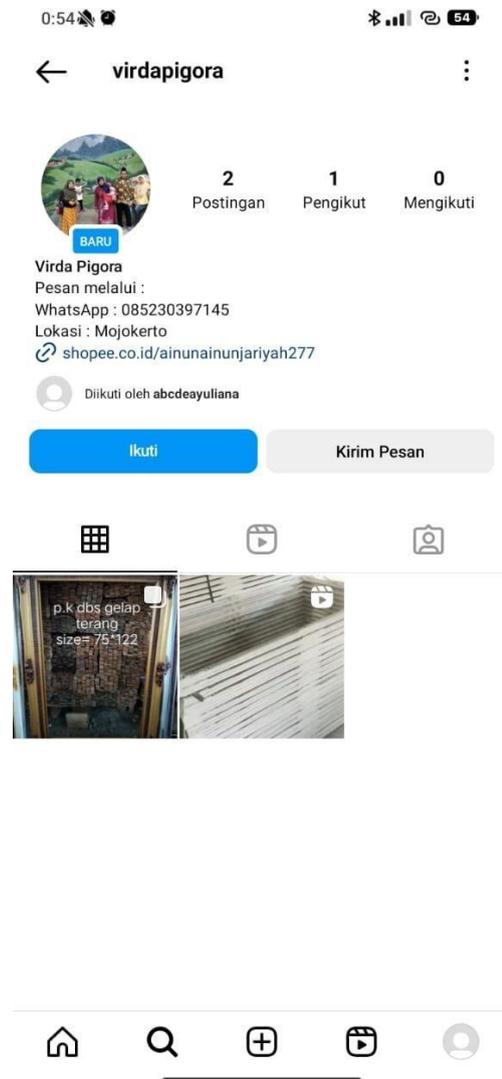
Gambar 2. Pendampingan Pembuatan Konten Promosi

Kami juga memberikan tata cara pembuatan konten promosi dari desain video maupun desain gambar yang akan di pasarkan melalui media sosial yang tadi sudah dibuat. Kami juga melakukan pendampingan dan juga pemantauan proses pembuatan konten promosi yang dibuat oleh pemilik UMKM Meubel. Kami juga mengingatkan teknik-teknik pengambilan video dan juga pemilihan *tone* warna untuk desain grafis. Tak lupa juga, kami memberikan pengetahuan tentang fitur-fitur yang ada di aplikasi pengeditan, baik video maupun gambar. Dan memberikan informasi tentang aplikasi pengeditan video maupun gambar yang paling mudah digunakan, yaitu aplikasi Vlog Now (VN), CapCut, dan juga Canva. Karena dengan ketiga aplikasi ini, sangat membantu para pelaku UMKM Meubel di Desa Jiyu membuat konten video promosi yang menarik dan juga informatif.

Hasil yang sudah dihasilkan dari program kami ialah pembuatan akun Instagram dan juga akun *E-Commerce* Shopee guna memperlancar strategi pemasaran di era digital saat ini.



Gambar 3. Akun Shopee



Gambar 4. Akun Instagram

Setelah kami melakukan pendampingan kepada pelaku UMKM Meubel yang telah mengikuti dan menghadiri undangan kami saat di Balai Desa Jiyu, kami langsung melakukan pemantauan ke rumah pemilik UMKM Meubel. Ternyata pemilik UMKM Meubel masih kebingungan untuk membuat akun Instagram dan juga Shopee. Alhasil, kami membantu pemilik UMKM Meubel untuk membuat akun Instagram dan Shopee untuk memperlancarkan strategi pemasaran di era digital seperti sekarang. Dan tak lupa juga kami memberikan informasi tentang fitur-fitur dari Instagram dan juga Shopee tentang tata cara bagaimana caranya upload foto dan video sekaligus konten promosi.

Hasil selanjutnya ialah pembuatan konten promosi untuk pelaku UMKM Meubel di Desa Jiyu khususnya Dusun Pandansari. Karena konten yang menarik dan juga informatif sangatlah penting untuk memperlancarkan strategi pemasaran di era digital.



Gambar 3. Desain Banner

Pembuatan *Standing Banner* untuk para pelaku UMKM Meubel di Desa Jiyu khususnya Dusun Pandansari, guna menunjang promosi konten grafis di era digital. Dan *Standing Banner* akan dipasang di halaman Balai Desa Jiyu, guna mempromosikan kepada seluruh masyarakat Desa Jiyu maupun orang luar Desa Jiyu yang mampir ke Balai Desa Jiyu agar saat mencari Meubel lebih mudah.

Kesimpulan

Setelah kegiatan pengabdian dilakukan untuk menyelesaikan masalah yang ada dalam pemasaran dalam media sosial dan media massa. Berdasarkan hasil dari program kerja yang sudah terlaksanakan, masih banyak masyarakat Desa Jiyu dan khususnya masyarakat Dusun Pandansari yang masih memiliki permasalahan dan kesusahan dibidang pemasaran. Dan masyarakat Desa Jiyu cenderung terlalu nyaman dengan zona yang sudah dibuatnya sejak dulu kala, seperti contohnya pemasaran dari mulut ke mulut/bisa disebut pemasaran langsung. Para masyarakat Desa Jiyu dengan keterbatasan pengetahuan mengenai media digital menjadi salah satu faktor para masyarakat Desa Jiyu masih menggunakan Teknik pemasaran lama yaitu dari mulut ke mulut.

Dengan adanya pengabdian mahasiswa dengan kegiatan pengabdian diharapkan dapat membantu para pelaku UMKM Meubel mengatasi permasalahan dibidang pemasaran. Kami memberikan pengetahuan kami mengenai pemasaran digital dan ingin memberikan inovasi kepada masyarakat Desa Jiyu tentang Digitalisasi. Karena memang sangat lebih membantu pemasaran di media sosial dan bisa memperluas jangkauan pemasaran untuk para pelaku UMKM Meubel di Desa Jiyu.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih yang pertama kepada tuhan, karena telah memberikan kesehatan hingga dapat menyelesaikan program kerja kegiatan pengabdian. Terimakasih yang kedua ditujukan untuk kedua orang tua kami, karena telah memberikan doa dan juga restu saat kami melakukan kegiatan pengabdian. Terimakasih yang ketiga ditujukan seluruh pihak yang membantu kami dalam mengerjakan program kerja pengabdian dan pengabdian ini. Terimakasih yang keempat ditujukan untuk bapak dan juga ibu LPPM beserta jajarannya, karena telah membimbing kami hingga tuntas masa pengabdian masyarakat. Terimakasih yang kelima ditujukan untuk bapak DPL kami yaitu Bapak Doan Widhiandono yang rela membuang waktunya mengurus anak-anak seperti kami selama 12 hari

Daftar Pustaka

- [1] A. Wicaksana dan T. Rachman, “*濟無*No Title No Title No Title,” *Angew. Chemie Int. Ed.* 6(11), 951–952., vol. 3, no. 1, hal. 10–27, 2018, [Daring]. Tersedia pada: <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.
- [2] Indartuti, E., & Maduwinarti, A. (2021). PKM Pemanfaatan Limbah Kurma Dan Buahnya Menjadi Minuman Kopi, Susu Kurma Pada UMK OEMAH KURMA “NAF” Di Kelurahan MedokanAyu, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1).
- [3] T. dkk Plomp, “*濟無*No Title No Title No Title,” *Angew. Chemie Int. Ed.* 6(11), 951– 952., vol. 2, no. 1, hal. 78–81, 2007.
- [4] A. Mathematics, “Sosialisasi Pembangunan UMKM dari Perintisan, Legalitas dan Pemasaran di Era Modern,” vol. 2, no. 1, pp. 1–23, 2016.
- [5] A. Mathematics, “KKN UNTAG Surabaya dalam Digitalisasi UMKM Pada Produsen Ayam Panggang Bu Rahayu-Kediri,” vol. 2, no. 1, pp. 1–23, 2016.