

Digitalisasi Marketing UMKM Sebagai Pendorong Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa Cikawung Kecamatan Pekuncen Kabupaten Banyumas

Digitalization Of MSME Marketing As A Driver Of Economic Improvement In Cikawung Village, Pekuncen District, Banyumas Regency

Pipin Sri Sudewi^{1*}, Amin Budiastuti², Rosalina Anindya Sari Kartika³, Susanti Budiastuti⁴, Sri Hartati⁵

¹⁻⁵ STIE SATRIA Purwokerto

Jl. HM Bachroen 45 Purwokerto

*Korespondensi penulis: phiphinojee2@gmail.com

Article History:

Received: 30 Agustus 2023

Accepted: 30 September 2023

Published: 30 Oktober 2023

Keywords: Marketing Digitalization, MSMEs, Community Economic Improvement

Abstract: Digitalization of MSME Marketing is a change from conventional to digital systems as an effort to increase the effectiveness and efficiency of business processes and MSME operations and make MSME business actors change their business management, especially in the field of marketing from conventional to modern practices. MSME stands for Micro, Small and Medium Enterprises, which is one of the models in trading activities, usually carried out by individuals or individuals with business entities that are smaller in scope. Cikawung Village as one of the villages where some of the people, apart from farming, are also MSME players, feels the need for digital technology for business continuity and economic improvement of the village community.

Abstrak

Digitalisasi Marketing UMKM merupakan perubahan dari sistem konvensional ke digital sebagai upaya untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses bisnis dan operasional UMKM dan membuat pelaku usaha UMKM mengubah pengelolaan bisnisnya terutama di bidang pemasaran dari praktik secara konvensional menjadi modern. UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah, yang merupakan salah satu model dalam kegiatan perdagangan, biasanya dilakukan oleh individu atau perorangan dengan badan usaha yang lingkungannya lebih kecil. Desa Cikawung sebagai salah satu desa yang sebagian masyarakatnya selain bertani juga merupakan pelaku UMKM merasakan adanya kebutuhan teknologi digital untuk kelangsungan bisnis dan peningkatan ekonomi masyarakat desa.

Kata kunci: Digitalisasi Marketing, UMKM, Peningkatan Ekonomi Masyarakat

PENDAHULUAN

Desa Cikawung merupakan sebuah desa yang terletak di Kecamatan Pekuncen, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah, Indonesia. Desa Cikawung terdiri dari 3 RW, 16 RT dan 7 Grumbul atau wilayah setingkat pedukuhan. Mata pencaharian sebagian besar penduduk Desa Cikawung adalah sebagai petani dan pedagang. Masyarakat desa yang menjadi pedagang sebagian besar menjalankan usaha mikro seperti warung kelontong, penjahit keliling, penjual makanan ringan, tukang ojek, atau bisnis jasa kecil lainnya.

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah, yang merupakan salah satu model dalam kegiatan perdagangan, biasanya dilakukan oleh individu atau perorangan dengan badan usaha yang lingkungannya lebih kecil (lebih dikenal dengan istilah mikro). Jumlah total unit UMKM di Indonesia saat ini pun telah mencapai sekitar 62,9 juta

* Pipin Sri Sudewi, phiphinojee2@gmail.com

unit yang tersebar di berbagai sektor. Sekitar 99,9% usaha di Indonesia merupakan UMKM. Kebanyakan usaha kecil ini berkecukupan di sektor perdagangan, pangan, olahan pangan, tekstil dan garmen, kayu dan produk kayu, serta jasa.

Ada beberapa asas yang harus dimiliki UMKM, antara lain kekeluargaan, demokrasi ekonomi, kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, keseimbangan kemajuan, dan kesatuan ekonomi nasional pada pendiriannya

Kriteria UMKM

1. Usaha mikro
2. Usaha kecil
3. Usaha menengah

Digitalisasi Marketing UMKM

Merupakan perubahan dari sistem konvensional ke digital sebagai upaya untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses bisnis dan operasional UMKM dan membuat pelaku usaha UMKM mengubah pengelolaan bisnisnya terutama di bidang pemasaran dari praktik secara konvensional menjadi modern.

Digitalisasi marketing UMKM membuat mereka lebih mampu dan siap untuk beradaptasi dengan kondisi pasar dan pola hidup masyarakat yang saat ini lebih menyukai hal-hal yang praktis dan serba online.

Tetapi banyak hal yang perlu disiapkan untuk membuat para pelaku UMKM Indonesia bisa beralih dari pasar konvensional ke pasar digital. Salah satunya adalah kesiapan tenaga kerja dan kemampuan mereka untuk mengakses internet sehingga bisa membawa bisnisnya menjadi *online*. Meskipun rata-rata pelaku UMKM yang memiliki *smartphone* atau komputer yang terkoneksi internet, tetapi hanya sedikit dari mereka yang paham dengan pemasaran *online*. Juga kurangnya pemahaman tentang cara menjalankan bisnis secara *online* juga menjadi hambatan proses digitalisasi UMKM terutama dalam bidang pemasaran.

Dampak Pandemi

Pandemi COVID-19 yang berlangsung dari tahun 2020 telah menekan kondisi ekonomi terutama adalah pada sektor Rumah Tangga dan UMKM. Segala sumber daya telah digunakan untuk menekan dampak buruk pandemi COVID-19 di Indonesia. Pertumbuhan ekonomi yang menurun setelah terjadi pandemi COVID-19 menimpa negara ini, jumlah orang miskin dan pengangguran terus meningkat serta kualitas hidup dan kualitas pembangunan manusia yang menurun menjadi dampak yang bisa dirasakan dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu

masyarakat banyak yang beralih menjadi pelaku UMKM, terutama usaha mikro, demi keberlangsungan kehidupan dan perekonomian rumah tangga.

Tetapi pada masa pandemi, UMKM sebagai garda ekonomi rakyat juga sangat terkena dampaknya. Banyak UMKM mati suri karena kehilangan konsumen, atau kehabisan modal dll. Hal ini menyebabkan banyak pelaku UMKM terpaksa harus gulung tikar dan tidak mampu bertahan. Oleh karena itu UMKM yang masih bertahan harus mampu membuat strategi baru untuk bisa terus hidup dan berkembang. Semakin berkembangnya teknologi juga menjadi faktor penting dalam transaksi jual-beli di masa sekarang terutama setelah pandemi, sehingga mau tak mau pelaku UMKM harus bisa mengikuti perkembangan teknologi dan juga tren pasar agar tetap diminati oleh konsumen.

Pelaku UMKM yang mampu mengikuti trend teknologi digitalisasi selain mampu bertahan juga mendapatkan banyak manfaat. Beberapa manfaat yang didapatkan UMKM dengan melakukan digitalisasi marketing antara lain:

1. Mampu Beradaptasi dengan Kondisi Pasar
2. Hemat Biaya Promosi
3. Jangkauan Pasar yang Lebih Luas
4. Kemudahan Melayani Konsumen
5. Mempertahankan Pendapatan
6. Mengembangkan Bisnis

METODE

Metode yang digunakan pada pengabdian kepada masyarakat ini adalah penyuluhan dan pemberian contoh-contoh dan cara-cara digitalisasi UMKM agar masyarakat bisa mengikuti perkembangan jaman dalam memasarkan produk-produk UMKMnya sehingga ekonomi masyarakat bisa ditingkatkan.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Penyuluhan ini telah dilaksanakan pada dilaksanakan pada tanggal 25 Agustus 2023 di Desa Cikawung, Kecamatan Pekuncen, Kabupaten Banyumas yang dihadiri oleh Ibu-ibu pelaku UMKM Desa Karangmangu beserta warga desa Karangmangu dan beberapa pejabat desa. Adapun dokumentasi kegiatan penyuluhan tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar. Penyuluhan Digitalisasi Marketing UMKM sebagai Pendorong Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa Cikawung Kecamatan Pekuncen Kabupaten Banyumas

Dengan penyuluhan ini diharapkan dapat menggali ide ide bisnis dari masyarakat khususnya para pelaku UMKM dan juga ibu ibu Rumah Tangga di Desa Cikawung Kecamatan Pekuncen Kabupaten Banyumas dan memberi semangat untuk masyarakat dalam meningkatkan usaha bisnis UMKM demi tercapainya peningkatan ekonomi Masyarakat desa.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini pada intinya ingin memberikan pengetahuan dan membuka wawasan pelaku UMKM dan juga ibu ibu rumah tangga akan banyaknya peluang untuk membuka usaha mikro, kecil dan menengah dan juga membuka wawasan terhadap kemajuan teknologi dalam bidang pemasaran hasil-hasil produksinya. Dengan penyuluhan ini diharapkan para pelaku UMKM dan juga ibu-ibu rumah tangga di desa Cikawung mampu mengikuti perkembangan jaman dalam pemasaran barang produksinya dengan memanfaatkan teknologi digital. Sehingga tidak kalah bersaing dengan pelaku UMKM yang lain. Hal ini dilakukan dalam upaya meningkatkan ekonomi masyarakat terutama bagi masyarakat pelaku UMKM dan calon calon pelaku UMKM di Desa Cikawung Kecamatan Pekuncen Kabupaten Banyumas.

UCAPAN TERIMAKASIH

Pada kesempatan ini kami mengucapkan terimakasih kepada Ketua STIE Satria Purwokerto yang telah memberikan support dalam kegiatan pengabdian ini serta kepada

Kepala Desa Cikawung, Sekretaris Desa, Ketua dan pengurus PKK Desa Cikawung, warga Desa Cikawung Kecamatan Pekuncen Kabupaten Banyumas terutama pelaku UMKM dan calon pelaku UMKM, serta adik-adik mahasiswa KKN yang telah memberikan tempat, waktu dan kesempatan untuk memberikan penyuluhan dalam rangka pengabdian pada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/view/10207>

<https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/reswara/article/view/1866>

<http://journal.ummat.ac.id/index.php/jail/article/view/1363>

<http://www.jurnal.plb.ac.id/index.php/atrabis/article/view/512>

<https://scholar.archive.org/work/vhssk3u2sfhvndogy5qwomo6ae/access/wayback/http://jurnal.unpad.ac.id/kumawula/article/download/32819/pdf>