

Membangun Ekonomi Desa Melalui Penguatan *Digital Marketing* bagi Pelaku UMKM Desa Tempuran, Kecamatan Paron, Kabupaten Ngawi

Heny Sidanti¹, Wiwin Juliyanti², Hari Purwanto³

^{1,2,3} Universitas PGRI Madiun, Indonesia

Corresponding Author

Nama penulis: Wiwin Juliyanti

E-mail: wiwin@unipma.ac.id

Abstrak

Kegiatan Tri Dharma pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pemahaman para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Bendo, Tempuran, Ngawi, khususnya dalam bidang digital marketing, pengemasan produk, dan penyusunan laporan keuangan. Melalui kegiatan sosialisasi yang melibatkan pelatihan praktis dan diskusi interaktif, para pelaku UMKM diberikan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis mereka. Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa sosialisasi ini berhasil memberikan dampak positif dalam meningkatkan kualitas pemasaran produk, pengemasan produk yang menarik, serta manajemen keuangan yang lebih baik. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam memperkuat ekonomi lokal masyarakat desa dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Bendo, Tempuran, Ngawi.

Kata Kunci - UMKM, Digitalisasi, Ekonomi Desa, Digital Marketing

Abstract

This Tri Dharma community service research aims to improve the skills and understanding of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Desa Bendo, Tempuran, Ngawi, especially in the fields of digital marketing, product packaging and preparing financial reports. Through outreach activities involving practical training and interactive discussions, MSME entrepreneurs are given the knowledge and skills needed to increase their competitiveness and business growth. The activity results show that this socialization has succeeded in having a positive impact in improving the quality of product marketing, attractive product packaging, and better financial management. Thus, this research makes a significant contribution in strengthening the local economy of village communities and improving the welfare of the people of Desa Bendo, Tempuran, Ngawi.

Keywords - MSMEs, Digitalization, Local Economy, Digital Marketing

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam membangun perekonomian desa serta menunjang perekonomian masyarakat Indonesia secara keseluruhan. Sebagai tulang punggung ekonomi lokal, UMKM tidak hanya memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan produk domestik bruto (PDB) di tingkat desa dan regional, tetapi juga menciptakan lapangan kerja yang besar, termasuk bagi penduduk dengan keterampilan terbatas. Terutama dalam konteks pasca pandemi COVID-19, UMKM telah terbukti menjadi benteng yang kuat dalam menjaga keberlangsungan ekonomi masyarakat. Dalam kondisi ketidakpastian ekonomi seperti sekarang ini, UMKM memiliki fleksibilitas dan ketangguhan yang lebih tinggi dalam menghadapi perubahan, sehingga mampu bertahan dan bahkan tumbuh di tengah-tengah tantangan yang dihadapi (Juliyanti dan Wibowo, 2021).

Meskipun begitu, tantangan yang dihadapi oleh UMKM, terutama di tingkat desa, tidak bisa diabaikan. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM di Desa Tempuran, khususnya di Dusun Bendo, adalah kurangnya keterampilan dan pemahaman dalam mengelola pemasaran, terutama dalam era digital yang semakin berkembang pesat. Keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi digital dapat menghambat kemampuan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing mereka. Oleh karena itu, perlu adanya upaya konkret untuk membantu para pelaku UMKM agar dapat mengatasi tantangan ini dan mengoptimalkan potensi bisnis mereka dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah.

Desa Tempuran, Kecamatan Paron, Kabupaten Ngawi, memiliki potensi besar dalam sektor pertanian, khususnya penghasilan padi yang produktif. Di Dusun Bendo, salah satu bagian dari Desa Tempuran, mayoritas penduduknya adalah petani yang mengandalkan pertanian sebagai sumber penghidupan utama. Namun demikian, meskipun terdapat potensi UMKM yang cukup banyak, masih ada kendala dalam pemasaran produk, terutama karena minimnya pemanfaatan digital marketing.

UMKM di Dusun Bendo cenderung masih menggunakan metode pemasaran tradisional dan kurangnya pemahaman akan pentingnya pemasaran digital. Hal ini disebabkan oleh rendahnya tingkat literasi digital di kalangan warga, yang pada gilirannya menghambat pertumbuhan dan pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di desa tersebut.

Meskipun UMKM telah menjadi tulang punggung ekonomi di Desa Tempuran, khususnya di Dusun Bendo, namun banyak dari pelaku UMKM tersebut masih menghadapi tantangan dalam memasarkan produk-produk mereka. Salah satu kendala utama yang dihadapi adalah minimnya keterampilan dan pemahaman dalam bidang pemasaran, terutama pemasaran digital.

Juliyanti et al (2023) mengungkapkan bahwa penggunaan teknologi digital dalam pemasaran menjadi semakin penting di era digital ini, terutama dengan adanya perubahan perilaku konsumen yang cenderung lebih mengandalkan internet dan media sosial untuk mendapatkan informasi dan berbelanja. Namun, sebagian besar pelaku UMKM di Desa Tempuran, termasuk di Dusun Bendo, masih kurang memahami atau bahkan belum menyadari potensi dan keuntungan yang dapat diperoleh melalui pemasaran digital.

Keterbatasan akses dan pemahaman akan teknologi digital, serta kurangnya keterampilan dalam mengelola media sosial dan platform online, menjadi hambatan utama bagi pelaku UMKM untuk memanfaatkan pemasaran digital sebagai strategi yang efektif dalam mengembangkan bisnis mereka (Juliyanti et al., 2023). Sebagai akibatnya, potensi pasar yang lebih luas dan peluang untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh UMKM di Desa Tempuran.

Oleh karena itu, diperlukan upaya nyata dalam membantu para pelaku UMKM untuk meningkatkan keterampilan dan pemahaman mereka dalam bidang pemasaran digital. Inisiatif sosialisasi dan pelatihan yang terarah menjadi kunci penting dalam membantu UMKM untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Oleh karena itu, Tim Pengabdian Masyarakat dari Program Studi Manajemen FEB UNIPMA menginisiasi program kerja untuk membantu meningkatkan keterampilan dan pemahaman warga, khususnya pelaku UMKM, dalam memanfaatkan digital marketing sebagai strategi pemasaran yang efektif. Melalui sosialisasi ini, diharapkan UMKM di Dusun Bendo dapat mengoptimalkan potensi pasar yang lebih luas serta meningkatkan pendapatan dan pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal.

METODE

Pada bab ini, akan dijelaskan secara rinci mengenai metode pelaksanaan pengabdian masyarakat yang dilakukan pada Sabtu 6 Januari 2024 secara *offline* di rumah salah satu pemilik UMKM di Dusun Bendo, Tempuran, Ngawi. Kegiatan ini dihadiri oleh sejumlah masyarakat yang memiliki usaha baik mikro, kecil, maupun menengah. Dalam praktiknya, kegiatan ini melibatkan 30 orang pelaku UMKM. Proses pelaksanaan pengabdian ini terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi.

1. Tahap Persiapan

Sebelum pelaksanaan pengabdian masyarakat dimulai, tim dari Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pekalongan (UNIPMA) melakukan persiapan yang matang. Langkah-langkah persiapan ini meliputi identifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM di Dusun Bendo, Tempuran, Ngawi. Selain itu, tim juga mempersiapkan materi penyuluhan yang akan disampaikan, serta menyesuaikan metode dan strategi yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat.

2. Tahap Pelaksanaan

Pada tanggal Selasa, Sabtu 6 Januari, pelaksanaan pengabdian masyarakat dilakukan secara *offline* di rumah salah satu pemilik UMKM di Dusun Bendo, Tempuran, Ngawi. Acara tersebut diikuti oleh sejumlah masyarakat yang memiliki usaha mikro, kecil, maupun menengah. Dalam kegiatan ini, tim dari Program Studi Manajemen, FEB UNIPMA memberikan penyuluhan dan sosialisasi mengenai penguatan entrepreneurship serta strategi pemasaran melalui media sosial kepada para peserta.

3. Tahap Evaluasi

Setelah pelaksanaan kegiatan, dilakukan evaluasi untuk mengevaluasi efektivitas dan dampak dari kegiatan pengabdian masyarakat tersebut. Evaluasi dilakukan dengan mempertimbangkan respons dan tanggapan dari para peserta, serta mengukur sejauh mana tujuan dan sasaran kegiatan telah tercapai. Hasil evaluasi ini akan menjadi dasar untuk menyusun langkah-langkah lanjutan atau perbaikan, serta memberikan masukan bagi pengembangan program pengabdian masyarakat di masa yang akan datang.

Dengan demikian, pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan keterampilan dan pemahaman para pelaku UMKM di Dusun Bendo, Tempuran, Ngawi, serta memperkuat daya saing dan potensi bisnis mereka dalam menghadapi tantangan ekonomi yang semakin kompleks.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pembahasan ini, kami mengidentifikasi berbagai jenis usaha UMKM yang beroperasi di Dusun Bendo, Desa Tempuran. Dari hasil survei dan observasi lapangan, kami menemukan variasi yang luas dalam jenis usaha yang ada, mencakup beragam sektor ekonomi seperti perdagangan, industri, jasa, dan pertanian. Berikut adalah gambaran singkat tentang beberapa jenis usaha UMKM yang kami temui:

1. **Toko Kelontong:** Merupakan salah satu jenis usaha yang umum di Dusun Bendo, menyediakan kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan, perlengkapan rumah tangga, dan produk-produk sandang.
2. **Usaha Keripik Tempe:** Salah satu produk olahan lokal yang populer di daerah ini. Usaha keripik tempe biasanya dijalankan oleh pengusaha kecil yang menggunakan bahan baku lokal.

3. **Usaha Produksi Tahu:** Produksi tahu juga menjadi salah satu kegiatan ekonomi yang cukup berkembang di Dusun Bendo. Pengusaha tahu lokal memproduksi tahu dengan berbagai varian untuk memenuhi permintaan pasar lokal dan regional.
4. **Katering:** Beberapa warga Dusun Bendo juga menjalankan usaha katering, menyediakan layanan makanan untuk acara-acara seperti pernikahan, khitanan, dan acara sosial lainnya.
5. **Budidaya Ikan dan Peternakan:** Kegiatan pertanian dan peternakan menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat di Dusun Bendo. Budidaya ikan dan peternakan ayam, sapi, dan kambing menjadi sumber penghasilan utama bagi sebagian warga.
6. **Furniture:** Ada juga beberapa pengrajin mebel di Dusun Bendo yang memproduksi berbagai macam furnitur, mulai dari kursi, meja, lemari, hingga perabotan rumah tangga lainnya.
7. **Penjahit:** Jasa penjahit juga cukup diminati di daerah ini, dengan beberapa penjahit lokal yang menyediakan layanan jahit pakaian sesuai pesanan.
8. **Usaha Pengepul Barang Bekas:** Beberapa warga juga menjalankan usaha pengepul barang bekas, yang kemudian dijual kembali atau didaur ulang untuk berbagai keperluan.
9. **Kuliner:** Selain keripik tempe, kuliner lain juga cukup banyak diminati di Dusun Bendo. Ada warung makan dan pedagang kaki lima yang menyajikan berbagai hidangan tradisional dan modern.
10. **Toko Mainan:** Salah satu jenis usaha perdagangan yang juga cukup umum di Dusun Bendo adalah toko mainan, menyediakan berbagai macam mainan untuk anak-anak.
11. **Budidaya Tanaman Hias dan Bibit Tanaman Buah:** Beberapa warga juga menjalankan usaha budidaya tanaman hias dan bibit tanaman buah, yang memiliki potensi pasar yang baik baik lokal maupun regional.

Dari pembahasan ini, dapat disimpulkan bahwa Dusun Bendo memiliki keragaman usaha UMKM yang dapat menjadi potensi besar dalam memajukan ekonomi lokal. Namun demikian, untuk dapat bersaing dan berkembang di era yang semakin digital ini, para pelaku UMKM perlu meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam memanfaatkan teknologi, termasuk pemasaran digital, untuk mengoptimalkan potensi bisnis mereka.



Gambar 1.

Tim Pengabdian Masyarakat dari UNIPMA

Selain memperkuat perekonomian lokal di Desa Tempuran, peran UMKM juga memiliki dampak yang signifikan dalam perbaikan perekonomian secara nasional. UMKM di desa masih memegang peranan penting dalam menyokong perekonomian Indonesia melalui berbagai aspek, termasuk jumlah usaha, penciptaan lapangan pekerjaan, dan pertumbuhan ekonomi yang diukur dari Produk Domestik Bruto (PDB). Dalam skala nasional, UMKM menyumbang sebagian besar dari jumlah

usaha di Indonesia, serta menjadi pemasok utama lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Selain itu, kontribusi UMKM terhadap PDB juga tidak dapat diabaikan, karena sektor ini memiliki potensi besar untuk menggerakkan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

Melalui program pengabdian masyarakat ini, diharapkan akan tercipta nilai tambah bagi para pelaku UMKM di Desa Tempuran, khususnya melalui peningkatan kualitas kemasan produk, penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran yang efektif, dan penerapan pencatatan keuangan yang baik. Dengan meningkatnya pemahaman dan keterampilan dalam hal ini, diharapkan UMKM dapat lebih kompetitif dalam pasar yang semakin kompleks dan global. Selain itu, peningkatan kualitas kemasan produk juga dapat membantu meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen, sementara pemasaran melalui media sosial dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kesadaran merek. Penerapan pencatatan keuangan yang baik juga akan membantu para pelaku UMKM dalam mengelola keuangan mereka dengan lebih efisien dan transparan, serta menjadi dasar untuk pengambilan keputusan yang lebih tepat dalam mengembangkan bisnis mereka ke arah yang lebih baik. Dengan demikian, diharapkan pengabdian ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi pelaku UMKM di Desa Tempuran, tetapi juga membawa dampak positif yang lebih luas dalam mendukung pertumbuhan dan pengembangan ekonomi Indonesia secara keseluruhan.



Gambar 2.

Tim Pengabdian Masyarakat UNIPMA

Dalam sesi sosialisasi pemasaran, tim memberikan pemahaman yang mendalam kepada para pelaku UMKM mengenai strategi pemasaran yang efektif, terutama melalui media sosial. Materi yang disampaikan mencakup langkah-langkah praktis dalam memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp untuk memasarkan produk-produk mereka kepada calon konsumen. Tim juga memberikan contoh praktis dan studi kasus tentang bagaimana UMKM lain berhasil meningkatkan penjualan dan visibilitas bisnis mereka melalui pemasaran digital. Selain itu, para peserta juga diajak untuk berpartisipasi aktif dalam sesi diskusi dan tanya jawab, di mana mereka dapat berbagi pengalaman, tantangan, dan ide-ide terkait pemasaran produk. Diskusi ini menjadi kesempatan bagi para pelaku UMKM untuk saling bertukar informasi dan belajar dari pengalaman satu sama lain.

Tim pengabdian masyarakat juga memberikan pemahaman kepada para pelaku UMKM tentang pentingnya pengemasan produk dalam menarik perhatian konsumen, melindungi produk dari kerusakan, serta memperkuat citra merek. Para pelaku UMKM diberikan pemahaman bahwa pengemasan yang menarik dan berkualitas dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen dan membantu membedakan produk mereka dari pesaing. Tim memberikan penjelasan tentang

berbagai teknik pengemasan yang efektif, termasuk pemilihan bahan kemasan yang sesuai, desain kemasan yang menarik, dan teknik pengepakan yang aman. Para peserta diberikan contoh-contoh praktis tentang bagaimana melakukan pengemasan yang efektif dengan menggunakan bahan kemasan yang tersedia di sekitar mereka.

Selain itu, tim juga mendorong para pelaku UMKM untuk berinovasi dalam hal pengemasan produk. Mereka diberikan pemahaman tentang pentingnya berpikir kreatif dan mengadaptasi tren terkini dalam desain dan teknologi pengemasan. Tim memberikan contoh-contoh tentang inovasi pengemasan yang telah dilakukan oleh UMKM lain dan dampak positifnya terhadap penjualan dan citra merek.

KESIMPULAN

Melalui kegiatan sosialisasi yang melibatkan berbagai aspek penting bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Bendo, Tempuran, Ngawi, terutama dalam bidang *digital marketing*, pengemasan produk, dan penyusunan laporan keuangan, telah terlihat dampak positif yang signifikan. Berikut adalah kesimpulan dari akhir kegiatan pengabdian masyarakat, *Pertama, Peningkatan Keterampilan Pelaku UMKM*: Sosialisasi mengenai *digital marketing* telah membantu para pelaku UMKM memahami pentingnya memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran produk mereka. Mereka telah diberikan pengetahuan dan keterampilan praktis dalam menggunakan media sosial dan *platform online* untuk meningkatkan visibilitas produk dan menjangkau pasar yang lebih luas. *Kedua, Pengembangan Kualitas Produk*: Sosialisasi pengemasan produk telah mendorong para pelaku UMKM untuk meningkatkan kualitas pengemasan produk mereka. Mereka telah terinspirasi untuk berinovasi dalam desain kemasan dan memperhatikan aspek lingkungan dalam pemilihan bahan kemasan, sehingga dapat meningkatkan daya tarik produk dan memberikan nilai tambah kepada konsumen. *Ketiga, Manajemen Keuangan yang Lebih Baik*: Para pelaku UMKM telah dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan dalam menyusun laporan keuangan yang baik dan akurat. Mereka telah memahami pentingnya memantau dan menganalisis kinerja keuangan bisnis mereka, serta membuat keputusan yang lebih baik berdasarkan informasi keuangan yang tersedia.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kegiatan sosialisasi ini telah mampu mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Desa Bendo, Tempuran, Ngawi, dan memberikan kontribusi yang signifikan dalam memperkuat ekonomi lokal serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Langkah-langkah lanjutan dan dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak diharapkan dapat memperkuat dampak positif dari kegiatan pengabdian masyarakat ini dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Juliyanti, W., Sari, E. W., Aziz, A. N., & Candrani, A. D. (2023). Pelatihan Pemanfaatan Aplikasi Point of Sales Qasir pada Asosiasi UMKM Madiun sebagai Upaya Mewujudkan UMKM Go Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat "Wiryakarya"*, 2(01).
- Juliyanti, W., & Wibowo, Y. K. (2021). Batik SMEs Digital Literacy Analysis on Digital Economic Readiness during the COVID-19 Pandemic. *Integrated Journal of Business and Economics*, 5(3), 193. <https://doi.org/10.33019/ijbe.v5i3.334>
- Juliyanti, W., Wulan Sari, E., Nur Aziz, A., Angela Sihura, B., Ningrum, C., Nur Febriani, A., Dwi Belawati, S., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). Sosialisasi Pemahaman Ketentuan Pajak 2022 Untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Desa Klegen Kota Madiun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 02, 1–11. www.pajak.go.id