



PERAN PENGABDIAN MASYARAKAT DALAM PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) TJ_TOYS DESA BANJARWANGI MELALUI DIGITAL MARKETING BERBASIS KEARIFAN LOKAL

Oleh

Nuratih Dewi Rahayu¹, Awa², Yulianingsih³, Indra Cahya Kusuma⁴, Nurul Amanah⁵, Fadlan Ramadhan⁶, Candra Gustaman⁷, Afriana Santiyaski Winda Asmara⁸

Universitas Djuanda, Bogor, Indonesia

Email: 1ratihdewiraha@gmail.com

Article History:

Received: 08-10-2023

Revised: 18-10-2023

Accepted: 20-11-2023

Keywords:

UMKM, Tj_Toys, Digital marketing

Abstract: Program pemberdayaan masyarakat Universitas Muhammadiyah Sidoarjo tahun 2023 melakukan kolaborasi dengan BUMDES Bulusari, Kecamatan Gempol, Kabupaten Pasuruan. Kolaborasi tersebut dilaksanakan dengan melihat adanya permasalahan terkait Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Bulusari. Oleh karena itu, dari adanya permasalahan terkait Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) tersebut perlu adanya penyelesaian atau peran serta dari pemerintah desa hingga tim pengabdian masyarakat dalam jangka pendek maupun jangka panjang khususnya dari tim pengabdian masyarakat Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dengan melakukan "Pemberdayaan Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) melalui Digital Marketing di Desa Bulusari". Pemberdayaan terhadap pelaku UMKM tersebut dilaksanakan dengan melakukan adanya sosialisasi dengan tema UMKM, Digital Marketing, dan Legalitas. Hal tersebut, dengan tujuan untuk mengurangi kendala atau permasalahan yang dihadapi oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sehingga dapat meningkatkan kualitas dan mengembangkan potensi dari pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Bulusari, Kecamatan Gempol, Kabupaten Pasuruan.

PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi secara pesat di era globalisasi ini membuat para penggiat UMKM mengalami kesulitan dalam mengejar perkembangan teknologi dalam memasarkan produknya. Pemasaran digital atau yang lebih sering disebut dengan digital marketing. Digital marketing juga diartikan sebagai kegiatan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi secara digital. (Sagita and Wijaya, 2022) Digital marketing merupakan salah satu media pemasaran yang sangat diminati oleh masyarakat saat ini, pasalnya media pemasaran ini lebih praktis dan efisien dibandingkan dengan model pemasaran tradisional atau



konvensional (Ratna Gumilang, 2019). Digital marketing memiliki beberapa kelebihan diantaranya adalah transaksi yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, hal inilah yang membuat banyak masyarakat beralih meninggalkan model pemasaran tradisional/konvensional. (Menengah, Di and Ambon, 2022)

Pemberdayaan masyarakat merupakan kegiatan pengabdian Universitas Djuanda kepada masyarakat. Kegiatan pemberdayaan masyarakat dilaksanakan selama kurang lebih 1 bulan. Program ini dilaksanakan di salah satu desa yaitu Desa Banjarwangi, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor.

Program pemberdayaan masyarakat di Desa Banjarwangi yang menjadi fokus pada artikel kali ini adalah berfokus pada pelaku UMKM. Kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan berupa sosialisasi terkait UMKM, Digital Marketing. Dengan adanya pemberdayaan pelaku UMKM tersebut bertujuan untuk memberikan wawasan dan ilmu baru terhadap pemilik UMKM khususnya dalam bidang digital marketing.

Adapun Mitra dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah TJ_TOYS yang bergerak dalam bidang Produsen boneka yang sudah sangat lama berdiri di Kabupaten Bogor, tepatnya di Desa Banjarwangi. TJ_TOYS mulai merintis tahun 2015 yang memproduksi dirumahnya, dan selama 8 tahun ini TJ_TOYS menyewa tempat sebuah rumah untuk produksi pembuatan boneka. UMKM TJ_TOYS cukup dikenal di wilayah UMKM tersebut. Akan tetapi dalam kegiatan pemasarannya masih sangat minim dan cenderung masih tradisional. Untuk itu perlu diberikan pelatihan tentang pentingnya pemanfaatan digital marketing agar sistem pemasarannya menjadi lebih baik sehingga dapat memperluas cakupan target usahanya serta dapat menunjang kegiatan penjualan yang lebih baik lagi. Selain itu mitra juga diberikan bantuan dalam membuat akun di media digital (Tiktok, Shopee dan Instagram).

METODE

Lokasi Pelaksanaan

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Peran pengabdian masyarakat dalam pemberdayaan usaha mikro kecil menengah (UMKM) TJ_TOYS Desa Banjarwangi melalui Digital Marketing Berbasis Kearifan Lokal” , dengan Alamat Kp. Cibolang RT.02/01, Ciawi, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16720

Peserta

Kegiatan ini diikuti oleh pemilik dari TJ_TOYS dan didukung oleh mahasiswa KKN yang ditempatkan di Desa Banjarwangi berjumlah 8 orang, yang terdiri dari 2 orang putra dan 6 orang putri dari program studi Manajemen dan Akuntansi. Universitas Djuanda.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pelaksanaan digital marketing terhadap umkm TJ_TOYS dilakukan secara langsung atau dengan memberikan praktek langsung disertai langkah-langkah atau cara pembuatan akun di media digital. Adapun media digital yang digunakan adalah akun bisnis di media sosial Instagram dan Tiktok. Pemberian tutorial juga disertai dengan pengetahuan bagi UMKM tentang bagaimana mengoptimalkan semua fitur yang ada di kedua media digital tersebut. Program KKN dilaksanakan selamakurang lebih 1 bulan mulai dari tanggal 7 Agustus sampai tanggal 23 Agustus 2023 di kelurahan Banjarwangi, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor. Perincian kegiatan yang telah dilaksanakan adalah sebagai berikut:



No.	Program	Sasaran	Permasalahan	Tujuan	Penanggung jawab
1.	Digital Marketing	UMKM	Minimnya pengetahuan dan keterampilan dalam digital marketing	Agar dapat membantu dalam menjangkau minat dan konsumen yang membeli dengan lebih luas dalam penggunaan media sosial dan transaksi dapat dilakukan secara online melalui <i>Cash On Delivery</i> , transfer Bank, Dsb.	Nurul Amanah, Candra Gustaman
2.	Pembukuan Sederhana	UMKM	Tidak adanya catatan rinci yang jelas antara pengeluaran dan pemasukan yang terjadi selama usaha berlangsung	Membantu untuk memberikan rancangan catatan keuangan yang dapat memudahkan usaha untuk mengetahui alur keuangannya	Delista Aditya, Yurika Eka Yulyanti Anggy Saskia
3.	Santunan anak yatim	Anak yatim Rw 02	Ada beberapa anak yatim yang terdata di wilayah RW.002 Desa Banjarwangi yang harus dibantu.	Memuliakan anak yatim, menumbuhkan nilai-nilai sosial kemasyarakatan dan memupuk pribadi yang baik, berbagi dan kasih saying terhadap sesama.	Semua Anggota Kelompok
4.	Belajar mengajar	Siswa siswi SDN Banjarsari	Kurangnya pengembangan kreativitas pada anak sekolah dasar	Membantu siswa siswi untuk mengembangkan kreativitasnya dalam bentuk pembelajaran baik secara hitung menghitung maupun	Semua Anggota Kelompok



				menggambar.	
5.	Acara memperingati hari kemerdekaan	Masyarakat Umum	Kurangnya rasa nasionalis dari masyarakat sekitar	Memupuk rasa cinta tanah air dengan mengingat perjuangan para pahlawan, mengenang sejarah perjuangan bangsa, menghargai nilai-nilai luhur bangsa dan keberagaman budaya Indonesia.	Karang Taruna dan Anggota Kelompok
6.	Sosialisasi tentang inovasi	UMKM dan Masyarakat Umum	Kurangnya pengembangan dalam menciptakan suatu produk atau hal yang baru	Inovasi yang diciptakan berupa boneka dalam bentuk tas diharapkan mampu membuat produk jauh lebih bernilai dan berkualitas dari sebelumnya. Dan juga memperkenalkan kepada masyarakat dengan adanya inovasi produk tas boneka.	Semua Anggota Kelompok

Pembagian Tugas Program (Tupoksi)

1. Susunan Penanggung Jawab dan Pengurus
 - a. Penanggung jawab :
 - b. Dosen Pembimbing Lapangan : Awa, S.Sos.,MM
 - c. Ketua Kelompok : Nuratih Dewi Rahayu
 - d. Wakil Ketua : Fadlan Ramadhan
 - e. Sekertaris : Delista Aditya
 - f. Bendahara : Yurika Eka Yulianti
 - g. PDD : 1. Nurul Amanah
2. Anggy Saskia
 - h. Humas : 1. Candra Gustaman
2. Afriana Santyaski W.A
2. Program Kerja
 - a. Program Studi Manajemen : Digital Marketing

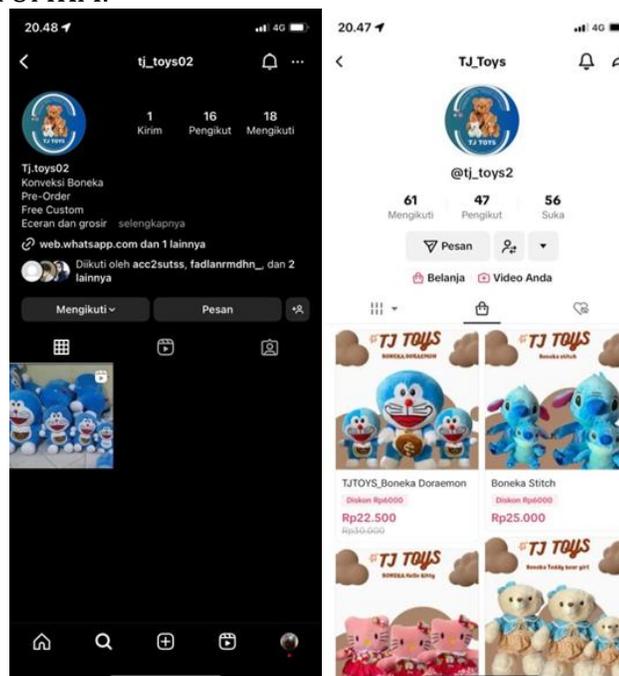


- b. Program Studi Akuntansi : Pembukuan Laporan Keuangan Sederhana
3. Pembagian Tugas
Berikut pembagian tugas dalam penyelesaian program di UMKM TJ_TOYS
- 1) *Digital Marketing*
Afriana S.W.A, Nuratih Dewi Rahayu, Nurul Amanah, Fadlan Ramadhan, Candra Gustaman
 - 2) Pembukuan Laporan Keuangan Sederhana
Delista Aditya, Yurika Eka Yulianti, Anggy Saskia

HASIL

Pada kegiatan KKN-T ini mahasiswa lebih mengedepankan pada masyarakat yang memiliki UMKM dan juga mencakup kegiatan pendidikan mengenai digital marketing dan Pembukuan Sederhana dan kegiatan sosial lainnya yang terdapat di Desa Banjarwangi.

Kegiatan KKN ini dilakukan untuk memperoleh data-data mengenai keadaan, sejarah Desa, UMKM serta kondisi demografi dari Desa Banjarwangi sendiri, dengan memberikan ide dan membantu memecahkan masalah yang ada pada UMKM khususnya untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan. Dan hasilnya sangat membantu dan mempermudah mahasiswa. Pelaksanaan kegiatan ini bertujuan untuk memberikan ide, gagasan dan solusi terhadap permasalahan pengembangan UMKM di Desa Banjarwangi. Kegiatan ini diawali dengan survey ke Kantor desa Banjarwangi untuk mengetahui beberapa UMKM yang ada di desa tersebut. Mahasiswa terjun langsung untuk mengetahui kegiatan-kegiatan yang dilakukan di UMKM, kemudian selanjutnya mahasiswa melakukan wawancara dengan pemilik UMKM untuk menemukan suatu masalah yang dihadapi oleh UMKM tersebut. Kemudian setelah menemukan masalah di UMKM tersebut mahasiswa memberikan solusi pemecahan kepada pemilik UMKM agar masalah yang ditemukan dapat teratasi dan tidak menghambat jalannya produksi para pemilik UMKM.





Berikut input dan output dari hasil KKN-T pada UMKM TJ_TOYS:

1. Input
 - a. Digital Marketing: Penjualan *online* melalui media sosial Instagram dan tiktok.
2. Output
 - a. Pembuatan TIKTOK SHOP UMKM BONEKA TJ TOYS

Tim kkn tematik unida kelompok 7 melanjutkan tahapan atau kegiatan sebelumnya yakni dengan melakukan kegiatan pembuatan tiktok shop untuk umkm tj toys tersebut. Kegiatan ini merupakan suatu wadah yang khususnya membantu proses pemasaran digitalisasi marketing pada UMKM tj toys. Tiktokshop dapat memudahkan informasi kepada pembeli yaitu bisa menampilkan berupa gambar produk, deskripsi produk, dan ukuran produk boneka.

Pembuatan Tiktokshop ini membutuhkan waktu sekitar satu jam untuk pendaftaran akunnya saja. Namun untuk pendaftaran produk memerlukan waktu satu kali dua puluh empat jam. Dimana proses pengecekan dilakukan sistem untuk mengecek barang legal dan tidak nya. Dalam pembuatan akun Tiktokshop UMKM boneka juga kami mencantumkan alamat dan estimasi pengiriman. Namun dalam proses pemesanan produk UMKM boneka itu dengan menggunakan sistem pree order. sehingga pembuatan deskripsi tiktok shop UMKM boneka itu ada estimasi waktu pengiriman 1-7 hari.

- b. Pembuatan instagram

Tim KKN-T kelompok 7 membuat lanjutan kegiatan dengan membuatkan sosial media berupa instagram yang dimana ini juga bertujuan untuk memudahkan pemasaran yang dilakukan untuk digitalisasi marketing juga yang dimana ini bisa memudahkan pelanggan dan memudahkan umkm boneka tj toys agar mudah banyak di kenali pelanggan lebih luas. seiring dengan pembuatan instagram tim kkn juga membantu membuatkan *iconic packaging* pada umkm boneka tj toys yang berupa logo *packaging* untuk mempermudah jalur pemesanan untuk pelanggan baru yang ingin membeli produk umkm boneka tj toys.

KESIMPULAN

Hasil yang di capai melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan judul “Peran Pengabdian Masyarakat Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Tj-Toys Desa Banjarwangi Melalui Digital Marketing Berbasis Kearifan Lokal” yang dilakukan oleh Mahasiswa KKN Universitas Djuanda Bogor ini adalah sebagai berikut :

1. Perkembangan teknologi digital memungkinkan para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara online dan melakukan transaksi melalui sistem perbankan secara online. Media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut.
2. UMKM merupakan salah satu sektor usaha yang penting di Indonesia karena memiliki peranan yang penting bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Akan tetapi, masih banyak UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan media digital dan belum mengerti seberapa besar manfaat dan peranan penggunaan media digital tersebut.
3. Hasil yang didapat dari kegiatan pengabdian ini yaitu pemberian pelatihan mengenai pemanfaatan digital marketing sebagai sarana pemasaran produk usaha kepada Mitra Pengabdian. Kemudian dilanjutkan dengan pemberian tutorial pembuatan akun di media digital yang berpotensi untuk memperluas jangkauan pemasaran UMKM. Media digital



yang digunakan di sini adalah Google Bisnis (maps), Shopee, Tiktok dan Instagram. Di sini, pelaku UMKM diberikan tutorial dan praktek membuat akun di beberapa media digital tersebut beserta cara mengoptimalkan media digital tersebut sebagai sarana promosi untuk jangkauan pemasaran yang lebih luas sehingga mampu mendorong penjualan produk yang lebih baik.

SARAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat ini, maka saran untuk ke depannya yaitu sebaiknya penggunaan strategi digital marketing oleh Mitra Pengabdian dapat ditindaklanjuti dengan pembimbingan secara berkala sehingga bisa efektif dan optimal dalam menunjang kegiatan pemasaran usaha UMKM serta dapat meningkatkan penjualan usaha UMKM

DAFTAR REFERENSI

- [1] Karyadi, I. I. (2021). Pendampingan Pada Usaha Makro Kecil Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Daya Saing Melalui Peningkatkan Produktivitas. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana Mengabdikan Untuk Negeri*.
- [2] Menengah, K. D. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Usaha Mikro.
- [3] Mukhsin. (2019). Manfaat Penerapan Marketing Online (Menggunkaan E-Commerce Dan Media Sosial) Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Teknokom*.
- [4] Nugrahani, R. (2015). Peran Desain Grafis Pada Label dan Kemasan Produk Makanan UMKM. *Jurnal Imajinasi*.
- [5] Prasetya, A. Y. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Desa Boja. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- [6] Purwana ES, D. R. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM).
- [7] Putra, Y. S. (2021). Brandin Produk Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen Pada Masa Covid-19. *Jurnal Cyber PR*.
- [8] Putri, K. L. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Desa Padangsambian. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*.
- [9] Ratna Gumilang, R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri, Coopetition. *Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- [10] Sagita, G. &. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN