

DIGITALISASI MARKETING DALAM MENGEMBANGKAN POTENSI UMKM DI DESA JATIDROJOK KEDUNGPRING LAMONGAN

Ahmad Muthi'Uddin¹, Naning Kurniawati², Mahmud Samsuri³

^{1,2}, Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri, ³STAI Nahdlatul Ulama Kotabumi Lampung

ahmadmuthi2@gmail.com, naningkurniawati@unugiri.ac.id, mahmudsamsuri3@gmail.com

Article History:

Received: 16-01-2025

Revised: 06-02-2025

Accepted: 16-02-2025

Keywords: *Digitalization,
Marketing, UMKM.*

Abstract:

Digital Marketing is one of the marketing media trends that is currently in great demand by the public to support various activities. With E-Marketing, communications and transactions can be carried out at any time and can reach all corners of the world. Based on data taken from the Jatidrojok Village Community, the local residents have the majority of household businesses in the field of processed food production, such as crackers, tofu and snacks. The problems that UMKM still often encounter in running their business are related to HR, capital and marketing issues. The needs desired by the subject are digital marketing, such as WhatsApp business and creating a website as a means of branding, marketing and increasing product sales from the Jatidrojok Village UMKM community. Through this UMKM mentoring program, we have succeeded in making a real contribution to branding and digital product sales. In order to create economic prosperity for small communities. This is expected to provide social, economic, social harmony and environmental benefits.

PENDAHULUAN

Tri Darma Perguruan Tinggi merupakan kewajiban yang perlu dilakukan oleh sebuah perguruan tinggi dimana tiga komponennya merupakan kesatuan integral yang meliputi pendidikan, penelitian dan pengabdian pada masyarakat (Nurhadi, 2024:3). Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) merupakan kewajiban bagi dosen untuk mengabdikan kepada masyarakat dengan pendekatan lintas keilmuan dan sektoral dalam kurun waktu tertentu yang diprogramkan suatu lembaga Perguruan Tinggi supaya memberikan manfaat bagi Masyarakat secara luas (Fajri, 2020).

Desa Jatidrojok adalah salah satu desa yang berada di Kecamatan Kedungpring Kabupaten Lamongan Jawa Timur. Jarak Desa Jatidrojok dari UNUGIRI sekitar 39 KM. Desa Jatidrojok Kecamatan Kedungpring Kabupaten Lamongan mempunyai Wilayah 1,90 Km². Batas-batas Desa Jatidrojok di sebelah utara berbatasan langsung dengan Desa Jonggol, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Jati. Jumlah penduduk di Desa Jatidrojok sekitar ±2.186 orang dengan sebagian besar penduduknya bekerja sebagai petani. Desa ini tersedia fasilitas umum seperti sekolah dasar, masjid, balai desa, gedung olahraga dan beberapa warung kecil.

Mengidentifikasi terkait situasi dan permasalahan yang ada untuk dijadikan acuan dalam program kerja. Desa Jatidrojok merupakan desa yang kaya akan hasil pertanian dan terdapat UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang dilakukan oleh desa tersebut. Namun, keberadaan situs tersebut masih belum dikenali oleh masyarakat luar. Selain itu, terdapat UMKM yang perlu dikenalkan dan dikembangkan dengan memberikan inovasi-inovasi penjualan sesuai yang dibutuhkan masyarakat sekitarnya. Sehingga mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan ekonomi masyarakat, serta dampak positif terhadap UMKM desa.

Mayoritas penduduk yang tinggal adalah orang tua serta anak-anak. Banyak remaja

Desa Jatidrojok merantau keluar daerah untuk memperbaiki perekonomian keluarga. Selain itu, kurang adanya perkumpulan atau forum dalam membahas terkait keadaan desa, atau pun antar dusun yang mengurangi kesolidaritasan masyarakat.

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) merupakan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kontribusi dosen di tengah-tengah masyarakat dengan melalui program yang memberikan perubahan positif. Program tersebut diharapkan dapat memberikan dampak yang positif bagi masyarakat dan Pelaku UMKM di Desa Jatidrojok. Untuk mengembangkan potensi dan wawasan warga Desa Jatidrojok, Tim PKM UNUGIRI membuat program yang bertujuan untuk mengembangkan potensi desa setempat. Program kerja yang dirancang dengan menyesuaikan situasi dan kondisi masyarakat sekitar. Oleh karena itu, Tim PKM UNUGIRI bekerjasama dengan pemerintah setempat, akademisi, himpunan masyarakat serta warga Desa Jatidrojok.

Dengan melihat situasi di Desa Jatidrojok Tim PKM UNUGIRI membuat tema yang mengacu pada program pengembangan potensi Desa Jatidrojok dalam sektor perekonomian dan penguatan marketing secara digital. Melalui pelatihan pembuatan produk serta pendampingan digital marketing dengan mengembangkan potensi UMKM yang berada di Desa Jatidrojok. Melalui pemasaran promosi produk UMKM melalui teknologi digital yang sedang berkembang. Ekonomi yang stabil suatu daerah akan berdampak baik pada kehidupan masyarakat (Arifqi, 2021).

Berdasarkan situasi dan permasalahan yang ada di Desa Jatidrojok, terdapat beberapa alternatif solusi untuk mengatasi permasalahan yang ada di Desa Jatidrojok. Beberapa solusi alternatif yang sesuai dengan kondisi masyarakat setempat meliputi: peningkatan branding desa dan UMKM dilakukan melalui sosialisasi penggunaan platform digital seperti pelatihan pemasaran online bagi pelaku UMKM diadakan untuk membantu pelaku UMKM dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk desa. Adapun tujuan dalam pelaksanaan pengabdian ini antara lain:

1. Melihat potensi desa, mengidentifikasi masalah dan mencari solusi untuk meningkatkan potensi.
2. Membentuk dan mengembangkan desa atau kampung tangguh, tanggap dan mandiri secara ekonomi, sosial, dan budaya.
3. Menumbuh kembangkan ekonomi baru.
4. Membantu percepatan pembangunan di wilayah pedesaan.
5. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa melalui optimalisasi sumber daya yang ada di desa.
6. Menjadi sarana pengembangan Tri Dharma perguruan tinggi.

METODE

Desa Jatidrojok memiliki beberapa aset atau potensi yang mampu diangkat dan dikembangkan yaitu adanya UMKM, serta mayoritas penduduknya adalah petani. Pemberdayaan yang cocok untuk kondisi tersebut adalah dengan pendekatan *ABCD (Asset Based Community Development)*. Pendekatan ini berfokus pada pengidentifikasian dan pemanfaatan aset yang sudah ada di komunitas untuk mendorong pembangunan yang berkelanjutan (Mustoip, 2022).

Berikut adalah langkah-langkah pelaksanaan pengembangan menggunakan pendekatan Arifqi dengan metode (tool) skala prioritas (low hanging fruit). *Pertama*, identifikasi aset desa. Tahap ini dimulai dengan mengidentifikasi aset yang sudah ada di desa. Fokus pada aset-aset yang mudah diakses dan dapat memberikan dampak signifikan dengan usaha minimal (Chamidi, 2023: 26). Berdasarkan hal tersebut, dengan identifikasi keterampilan penduduk dalam pertanian, lokasi situs budaya yang bisa dikembangkan, dan jaringan komunitas yang kuat yang ada di Desa Jatidrojok.

Kedua, pemetaan aset. Tahap ini sebagai tahap pembuatan peta aset yang mencakup semua aset yang telah diidentifikasi. Ini membantu dalam visualisasi dan perencanaan langkah berikutnya. Berdasarkan hal tersebut, menyusun peta yang menunjukkan lokasi situs budaya, pusat-pusat kegiatan desa, dan sumber daya alam yang dapat dimanfaatkan di Desa Jatidrojok. *Ketiga*, pilih *low hanging fruit*. Tahap pemilihan proyek atau inisiatif yang mudah dilaksanakan, membutuhkan sumber daya minimal, dan dapat memberikan hasil yang cepat. Berdasarkan hal tersebut dengan membangun taman komunitas di lokasi yang mudah diakses dan sudah tersedia, atau memulai publikasi terkait situs UMKM yang ada di Desa Jatidrojok.

Keempat, mobilisasi komunitas. Tahapan ini melibatkan seluruh anggota komunitas dalam proyek yang telah dipilih. Sehingga harus memastikan setiap anggota merasa memiliki dan berkontribusi dalam proyek tersebut. Berdasarkan hal tersebut, diadakan pertemuan komunitas untuk mendiskusikan proyek dan membagi tugas sesuai kemampuan dan keterampilan masing-masing (Chamidi, 2023: 36). *Kelima*, pelaksanaan proyek *low hanging fruit*. Tahapan ini adalah tahapan realisasi dari rencana yang sudah dirancang. Melaksanakan proyek yang telah dipilih dengan melibatkan komunitas. Dan memastikan proyek tersebut dilakukan dengan baik dan mencapai target yang telah ditentukan. Berdasarkan hal tersebut, membangun taman komunitas dengan bantuan penduduk, serta mengadakan kegiatan gotong royong untuk membersihkan lingkungan sekitar.

Keenam, monitoring dan evaluasi. Setelah proyek selesai, dilakukan evaluasi untuk menilai keberhasilan dan dampaknya serta membahas kemajuan dan tantangan yang dihadapi, serta merencanakan langkah-langkah perbaikan. *Ketujuh*, skalabilitas dan pengembangan proyek lanjutan. Gunakan momentum dari keberhasilan proyek awal untuk merencanakan dan melaksanakan proyek yang lebih besar dan kompleks. Fokus tetap pada penggunaan aset lokal dan keterlibatan komunitas. Rencanakan proyek revitalisasi situs budaya atau pengembangan ekonomi lokal melalui pelatihan keterampilan baik berupa kerajinan atau kegiatan ekonomi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap awal dilakukan komunikasi kepada pemilik dari UMKM. Dari warga setempat, informasi yang kami dapatkan bahwa mayoritas penjualan produk UMKM yang berada di wilayah Kedungpring, Lamongan masih mengalami kesulitan dalam memasarkan produknya. Produk yang mereka jual sudah melalui proses yang lengkap. Bahkan, mereka sudah memasarkan produknya ke pasar-pasar lokal. Namun, penjualan secara online masih belum ada, terkendala tidak adanya pengalaman atau skil dalam bermedia sosial yang relevan. Oleh sebab itu perlu adanya peningkatan potensi ke pemasaran secara digital. Seperi halnya whatsapp business sebagai platform penjualan online dan aplikasi-aplikasi penjualan lainnya.

Berdasarkan situasi dan permasalahan yang ada di Desa Jatidrojok, terdapat beberapa program kerja yang dapat dirancang sebagai upaya untuk mengatasinya. Program kerja yang dilaksanakan selama kegiatan PKM sesuai dengan kondisi masyarakat, yaitu Program kerja utama dalam kegiatan PKM merupakan inti dari kontribusi kepada masyarakat yang menjadi sasaran pengabdian.

Program ini dirancang untuk menjawab kebutuhan masyarakat, memberdayakannya, dan memberikan suatu solusi terhadap permasalahan yang dialami. Berikut adalah Hasil mengenai program kerja yang telah dilaksanakan di Desa Jatidrojok:

Bentuk Kegiatan	Sasaran	Tujuan
1. Sosialisasi tentang digital marketing dalam pengoptimalan potensi UMKM di Desa Jatidrojok	Pelaku UMKM di Desa Jatidrojok	1. Memberikan Wawasan Dasar tentang Digital Marketing yang berguna untuk membantu masyarakat desa dalam memahami konsep, manfaat, dan pentingnya digital marketing dalam

2. Memberikan pendampingan secara individual atau kelompok untuk membantu pelaku UMKM mengenai pemasaran atau digital marketing		<p>pengembangan usaha.</p> <p>2. Melatih masyarakat desa tentang bagaimana cara penggunaan Platform Digital untuk Pemasaran produk lokal, mengajarkan bagaimana cara memanfaatkan media sosial (seperti <i>Facebook</i>, <i>Instagram</i>, dan <i>WhatsApp Business</i>), marketplace (Tokopedia, Shopee), serta aplikasi lainnya.</p> <p>3. Melakukan promosi produk, mengembangkan Kemampuan masyarakat terkait dengan Branding dan Promosi serta memberikan keterampilan dasar dalam membuat konten visual dan strategi branding produk dengan tujuan untuk menarik perhatian konsumen masyarakat secara online.</p>
---	--	---

Tabel kegiatan Digitalisasi Marketing Untuk Pengoptimalan Potensi UMKM di Desa Jatidrojok



Gambar Seminar Digital Marketing

Pelatihan *Digital marketing* yang dilakukan kepada pelaku UMKM oleh Bapak Supriyanto sebagai pemateri. Bapak Supriyanto diminta menjadi pemateri karena dinilai sukses mengembangkan UMKM pupuk organik secara Online. Menurut Fadly & Sutarna (2020) branding adalah nama, istilah, tanda, simbol, rancangan atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk membedakan dari barang atau jasa pesaing. Tak lepas dari pemasaran online, peran digital branding disini juga sangatlah penting untuk menunjang efektifitas pemasaran online tersebut. Jika tanpa branding yang sesuai maka produk yang dijual kepada masyarakat akan sulit dikenali.

Menurut (Rangkuti, 2002) definisi merk atau brand dibagi menjadi empat jenis, yaitu :

1) Brand name (nama merek), 2) Brand mark (tanda merek), 3) Trade mark (tanda merek dagang), 4) Copyright (hak cipta). Merek disini juga tidak hanya sebagai simbol belaka, namun juga memiliki arti mengenalkan produk tersebut agar produk yang dikenalkan menjadi populer di mata masyarakat. Dengan membangun merek digital atau digital branding maka kombinasi antara pemasaran online dengan digital branding akan menghasilkan suatu sistem penjualan barang maupun jasa yang efektif dan efisien.



Gambar Praktik *Digital Marketing* di salah satu UMKM Jatidirojok

Selain pelatihan digital marketing, tim PKM juga melakukan pendampingan pembuatan platform digital marketing kepada pelaku UMKM Desa Jatidirojok. Menurut (Kotler, 2011) Pemasaran online adalah suatu sistem kinerja perusahaan yang berfokus pada penjualan barang, jasa ataupun promosi yang menggunakan media internet sebagai pendukung sistem tersebut (Fadly & Sutama, 2020). Pemasaran online disini lebih dikenal dengan sebutan e-commerce yang menggunakan media internet sebagai kegiatan bertransaksi sehingga suatu kegiatan berbelanja menjadi mudah dan efisien.

Salah satu keunggulan dengan adanya pemasaran online disini adalah sistem pembayaran menjadi lebih mudah dan efisien. Biasanya masyarakat melakukan pembayaran dengan menggunakan ATM (Automatic Teller Machine) maupun dengan mbanking. Produk yang dipasarkan pun sudah tersedia melalui media internet sehingga masyarakat yang ingin sekedar melihat maupun membeli bisa melihat display produk tanpa harus datang langsung ke toko atau ke tempat penjualannya. Sistem pengiriman pun menggunakan jasa pengiriman, jadi kita sebagai pembeli sangatlah terbantu dengan adanya sistem pemasaran online ini. Hal ini dirasa sangatlah efektif mengingat masyarakat indonesia sudah banyak yang menggunakan smartphone dan ditambah lagi pada masa pandemi ini masyarakat sudah banyak yang melakukan pekerjaannya di rumah (*work from home*).

PENUTUP

Berdasarkan uraian dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa program kegiatan ini merupakan bagian dari pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Dosen dan Tim Pengabdian kepada masyarakat (PKM) Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri Bojonegoro. Melalui Pelatihan masyarakat tentang penggunaan Platform Digital untuk Pemasaran produk lokal, dapat mengajarkan bagaimana cara memanfaatkan media sosial (seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp Business), marketplace (Tokopedia, Shopee), serta aplikasi lainnya. Melakukan promosi produk, mengembangkan Kemampuan masyarakat terkait dengan Branding dan Promosi serta memberikan keterampilan dasar dalam membuat konten visual dan strategi branding produk dengan tujuan untuk menarik perhatian konsumen masyarakat secara online.

Untuk kegiatan kedepan diharapkan masyarakat dapat mengembangkan produk unggulan yang dapat dipasarkan secara online. Produk unggulan yang dikembangkan dapat meningkatkan kesejahteraan warga secara luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada beberapa pihak yang telah memberikan kontribusi positif dalam peningkatan *Digital Marketing* UMKM di Desa JatiDrojok. Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Kepala Desa Jatidrojok bapak Edy Suhartono, S.Pd beserta perangkat desa, Rektor UNUGIRI Bapak M. Jauharul Ma'arif, M.Pd.I, Ketua LPPM Bapak Dr. M. Ivan Ariful Fathoni, M.Si, Mahasiswa KKN Desa Jatidrojok dan semua pihak yang telah membantu.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Salim Chamidi, dkk., 2023. Pendekatan ABCD dan Manajemen. Cirebon: Yayasan Wiyata Bastari Samasta.
- Ahmad Muthi'Uddin, Dkk.2022. Pemulihan Ekonomi Masyarakat Pasca Pandemi Melalui Pengembangan Waduk Tirta Agung Sebagai Wisata Alam Yang Menarik Di Desa Prangi Kecamatan Padangan Kabupaten Bojonegoro, Al-Umron: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. 1 No.3.
- Ahmad Muthi'Uddin , Dkk. Pendampingan Masyarakat Melalui Teknologi Tepat Guna “Dampit Solar Energy” Di Desa Dampit Bringin Ngawi, Al-Umron: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. 2 No.3.
- Ali Nurhadi, dkk., 2024. Tridarma Perguruan Tinggi (Teori dan Praktik). Pamekasan: IAIN Madura Press.
- Arifqi, M. M., & Junaedi, D. 2021. “Pemulihan perekonomian indonesia melalui digitalisasi UMKM berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19”, Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 3 No. 2.
- Fajri, M., & Bunnayah, S. 2020. “Demonstrasi dan Tri Dharma Perguruan Tinggi; Jalan Pengabdian Di Bawah Tekanan Dan Politisasi”, TATHWIR: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam, 11 No. 1: 24 <https://doi.org/10.15548/jt.v11i1.1491>
- Mustoip, S., dan Al Ghozali, M. I. 2022. “Mewujudkan Potensi Desa Gintungranjeng melalui Pendekatan Asset-Based Community Development”, Inisiatif: Jurnal Dedikasi Pengabdian Masyarakat 1, No 2.