

Optimalisasi Teknologi dan Strategi Pemasaran dalam Penjualan Produk UMKM Desa Mertan

Annisa Rahma Dianti

Universitas Diponegoro

E-mail: rannisa452@gmail.com

Article History:

Received: May 2024

Revised: June 2024

Accepted: June 2024

Abstrak: Perkembangan Teknologi membuat setiap lini termasuk UMKM harus turut andil dalam mengadaptasi digitalisasi dalam mengoptimalkan strategi pemasaran khususnya UMKM desa yang masih minim pemahaman digital yang nantinya akan berdampak terhadap peningkatan jumlah tenaga kerja dan pendapatan masyarakat lokal. Penulisan penelitian ini menggunakan metode systematic literature review atau SLR yang dipadukan dengan pelatihan dan pemberdayaan masyarakat desa mertan khususnya penggerak UMKM dan masyarakat yang memiliki antusias yang sama, Pelatihan ini dilaksanakan dengan metode ceramah dan diskusi tanya jawab yang focus pelatihan merujuk pada optimalisasi strategi pemasaran dan teknologi yang dilaksanakan utamanya bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat desa terhadap pendekatan strategi yang dapat diimplementasikan guna memperluas jangkauan pasar mereka dalam rangka meningkatkan volume penjualan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, UMKM, Digitalisasi

Pendahuluan

UMKM menjadi salah satu pondasi penting di dalam perekonomian Indonesia dan memiliki peran strategis yang dalam mendorong pertumbuhan ekonomi ¹(Prayokta and Noviriani, n.d.). Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), UMKM menyumbang 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada tahun 2023. Keberagaman dan fleksibilitas yang dimiliki oleh UMKM mempermudah jenis usaha ini untuk beradaptasi dengan perubahan yang ada seperti permintaan pasar dan kondisi ekonomi dengan lebih mudah, dimana hal ini berkontribusi pada peningkatan daya saing ekonomi nasional dan ketahanan terhadap krisis ²(Meidiyustiani et al. 2021).

Di pedesaan, UMKM memainkan peran penting dalam meningkatkan ekonomi lokal dan memberdayakan masyarakat desa. UMKM di wilayah pedesaan tidak hanya membuka lapangan kerja bagi penduduk setempat, tetapi juga menjadi motor penggerak utama dalam

¹ (Prayokta and Noviriani, n.d.)

² (Meidiyustiani et al., 2021)

menggerakkan roda perekonomian local ³(Aliyah 2022). Dengan berfokus pada produksi dan distribusi barang yang berbasis pada sumber daya alam lokal, UMKM membantu mempertahankan dan mengembangkan potensi daerah. Selain itu, UMKM di desa juga mempromosikan keterampilan tradisional dan budaya lokal, masyarakat desa juga dapat mengembangkan keterampilan kewirausahaan yang nantinya akan berkontribusi terhadap peningkatan kapasitas sumber daya manusia di daerah tersebut ⁴(Febrianita et al. 2022).

Dewasa ini, perkembangan teknologi tidak dapat dihiraukan sebab setiap lini kehidupan saat ini terkait erat dengan teknologi. Perkembangan Teknologi digital menjadi sebuah hal yang perlu ditangkap dan diimplementasikan dengan baik ⁵(Abdi, Harini, and Rohman, n.d.) Teknologi digital dan pelatihan yang tepat memiliki potensi besar untuk membantu UMKM desa meningkatkan daya saing dan menjangkau pasar yang lebih luas. Penggunaan teknologi digital, seperti platform e-commerce, media sosial, dan aplikasi bisnis, memungkinkan UMKM di pedesaan untuk mempromosikan produk mereka secara lebih efektif dan efisien, mengatasi batasan geografis yang sebelumnya membatasi akses pemasaran produk mereka ke pasar yang lebih besar ⁶(Sulaksono and Zakaria 2020). Selain itu, pelatihan yang tepat dalam penggunaan teknologi ini tidak hanya meningkatkan keterampilan digital para pelaku UMKM, tetapi juga memperkuat kapasitas mereka dalam mengelola bisnis, mulai dari manajemen inventaris hingga strategi pemasaran digital ⁷(Faried Pratama et al. 2023).

Berdasarkan survei UMKM tahun 2021, sebanyak 58,6% UMKM di Jawa Tengah pernah menggunakan internet untuk bisnis mereka, sebanyak 82,1% menggunakan WhatsApp Bisnis, 75,3% pernah menggunakan media sosial, dan 68,2% menggunakan Marketplace Online. Meski angka ini tergolong tinggi, di beberapa wilayah pelosok masih terdapat kendala seperti kurangnya pengetahuan dan keterampilan digital serta akses internet yang terbatas. Minimnya literasi teknologi di kalangan penduduk desa menyebabkan kurangnya kesadaran akan pentingnya digitalisasi untuk penjualan dan pemasaran produk ⁸(Asy'hary et al. 2023). Padahal kemajuan teknologi yang pesat telah menyebabkan pergeseran pola pembelian menjadi online, dengan meningkatnya jumlah pengguna aplikasi e-commerce. Berdasarkan data Katadata (2023), 70% UMKM yang menggunakan platform digital mengalami peningkatan rata-rata sebanyak 30%. Menurut BPS (2022), nilai transaksi e-commerce di Indonesia pada tahun 2022 mencapai Rp 499,8 triliun, dengan pertumbuhan 22,2% dibandingkan tahun sebelumnya, yang menunjukkan pentingnya digitalisasi khususnya untuk memperluas jangkauan pasar dalam rangka meningkatkan volume penjualan.

Selain potensi penjualan dan penyebaran pasar melalui digitalisasi dengan penjualan online para pelaku UMKM desa juga harus mengimbangi hal tersebut dengan meningkatkan strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran yang diimplementasikan harus disesuaikan dengan teknologi yang diadopsi untuk memastikan efektivitasnya ⁹(Sudirjo et

³ (Aliyah, 2022)

⁴ (Febrianita et al., 2022)

⁵ (Abdi, Harini, and Rohman, n.d.)

⁶ (Sulaksono and Zakaria, 2020)

⁷ (Faried Pratama et al., 2023)

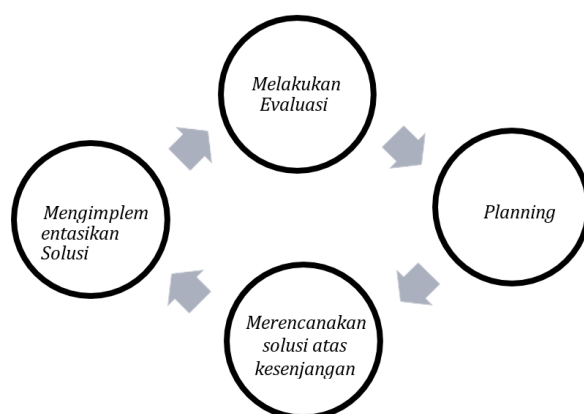
⁸ (Asy'hary et al., 2023)

⁹ (Sudirjo et al., 2023)

al, 2023). Mengingat pentingnya UMKM bagi perekonomian nasional, pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya perlu terus mendukung dan memberdayakan UMKM agar mereka dapat mencapai potensi penuh ¹⁰(Peran, Wibawa, and Yusnita 2020). Mengimplementasikan digitalisasi memberikan banyak manfaat bagi UMKM, termasuk peningkatan jangkauan pasar, efisiensi biaya operasional, peningkatan interaksi dengan pelanggan, kemudahan akses informasi, dan peningkatan peluang penjualan ¹¹(Prayogi and Kirom, 2022).

Metode

Penulisan Penelitian ini menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR) untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menginterpretasikan penelitian yang terkait dengan digitalisasi teknologi dan strategi pemasaran dan kaitannya dengan pengembangan UMKM di wilayah pedesaan. Langkah pertama peneliti merumuskan kesenjangan yang dapat diatasi melalui pemberdayaan UMKM yang ada di desa Mertan. Selanjutnya, peneliti menghimpun berbagai materi terkait dengan solusi kesenjangan yang ada dan dilanjutkan dengan melakukan pengabdian dengan pemberdayaan masyarakat desa mertan terkait digitalisasi dan strategi pemasaran UMKM produk lokal. Pelaksanaan Pelatihan dilakukan pada 20 Januari 2023 yang diikuti oleh para UMKM dan masyarakat desa mertan yang antusias sebanyak 47 peserta, pelaksanaan pelatihan dilaksanakan secara tatap muka dengan materi digitalisasi produk dan strategi pemasaran. Pelaksanaan pelatihan dilaksanakan dengan ceramah untuk menyampaikan penjelasan kepada peserta mengenai materi digitalisasi dan strategi pemasaran dan tanya jawab serta diskusi yang berhubungan dengan materi ceramah. Setelah itu peneliti melakukan pencarian literatur secara komprehensif melalui berbagai database akademik untuk mengumpulkan studi yang relevan dengan topik penelitian. Setelah itu, peneliti melakukan penilaian kualitas terhadap studi yang terpilih dan mengidentifikasi temuan utama. Data dari studi ini kemudian dianalisis dan diolah secara sistematis untuk dituangkan dalam penulisan penelitian ini. Alur model pelaksanaan kegiatan pelatihan digambarkan pada diagram dibawah ini:



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Pelatihan

¹⁰ (Peran, Wibawa, and Yusnita, 2020)

¹¹ (Prayogi and Kirom, 2022)

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berlangsung dengan tertib dan lancar melalui kerja sama antara tim mahasiswa, kepala desa, perangkat desa, serta masyarakat yang ada di Desa Mertan. Program ini mendapat antusiasme dari 47 peserta yang terdiri dari pelaku UMKM dan masyarakat setempat. Pelatihan mengenai pentingnya Teknologi dan Strategi Pemasaran berlangsung dari pukul 12.30 WIB hingga 16.00 WIB yang bertempat di Balai Desa Mertan, Jalan Bleki Gempol, Mertan, Kecamatan Bendosari, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah.



Gambar 2. Dokumentasi Pelaksanaan Pelatihan

Kegiatan pertama dimulai dengan tahap pelatihan yang berfokus pada pemaparan materi digitalisasi UMKM dan pengembangan strategi pemasaran. Sesi ini dimulai dengan *brainstorming* mengenai pentingnya digitalisasi dan strategi pemasaran dalam konteks saat ini. Dimana digitalisasi merupakan langkah krusial bagi UMKM untuk memperluas pasar melalui media sosial, *website*, hingga *e-commerce*. Dijelaskan bahwasannya fungsi dari pengimplementasian digitalisasi sangat beragam, yang diantaranya termasuk mengidentifikasi pelanggan, mengakomodir komunikasi dua arah, menyediakan informasi produk yang memudahkan pembelian oleh pelanggan, membentuk pola interaksi yang baik, serta membangun reputasi yang positif di mata pelanggan.

Namun, digitalisasi tidak bisa berjalan optimal tanpa pemahaman dan strategi pemasaran yang baik. Oleh karena itu, pemahaman mengenai penentuan target pasar dan *marketing mix* menjadi penting untuk dipahami oleh UMKM. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pengembangan strategi pemasaran yang akan diaplikasikan saat memasarkan produk mereka. Dalam sesi ini, dijelaskan pula pendekatan pemasaran yang sesuai dengan spesifikasi produk serta teknik tertentu seperti *copywriting* untuk meningkatkan penjualan digital. *Copywriting*, sebagai salah satu elemen penting dalam pemasaran digital, membantu UMKM dalam menyampaikan pesan yang menarik dan persuasif kepada pelanggan potensial. Selain itu, peserta juga diberikan wawasan tentang analisis pasar, pengelolaan media sosial, dan penggunaan alat-alat digital marketing lainnya seperti *Google Analytics* dan SEO (*Search Engine Optimization*), yang semuanya bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk di *platform digital*.

Materi mengenai digitalisasi dan strategi pemasaran dijelaskan dengan bahasa dan analogi yang mudah dipahami oleh peserta. Pada tahap tutorial, diberikan contoh praktik langsung tentang bagaimana sebuah nama produk dapat mempengaruhi citra harga dan nilai produk tersebut. Selain itu, peserta diajak untuk memahami pentingnya desain visual dan branding dalam menciptakan identitas produk yang kuat dan konsisten. Sesi ini kemudian dilanjutkan dengan diskusi dan tanya jawab yang interaktif, dimana peserta pelatihan dapat bertanya dan berbagi pengalaman dalam mengelola bisnis. Diskusi ini tidak hanya memperkaya pengetahuan peserta tetapi juga membuka peluang untuk kolaborasi dan jaringan bisnis di antara pelaku UMKM yang diiringi dengan sesi *fun games* yang dirancang untuk mempraktikkan konsep-konsep yang telah dipelajari untuk memastikan bahwa setiap peserta mendapatkan pemahaman yang komprehensif dan dapat langsung mengaplikasikannya dalam usaha mereka.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ialah usaha yang dilaksanakan untuk menghadirkan solusi yang diberikan dalam mengatasi kesenjangan yang ada dalam digitalisasi produk UMKM dan strategi pemasaran yang diberikan oleh tim Mahasiswa Universitas Diponegoro dalam rangka meningkatkan keterampilan dan pemahaman mengenai Digitalisasi dan Strategi Pemasaran produk UMKM lokal sehingga dapat berkontribusi dalam meningkatkan pemahaman masyarakat dan mendorong peningkatan pendapatan masyarakat secara lebih signifikan.

Pengakuan

Dalam Penulisan Penelitian dan Pengabdian ini, penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Kepala Desa dan seluruh jajaran Pengurus Desa Mertan yang telah memfasilitasi tempat, sarana dan prasarana sehingga dapat terlaksana dengan baik.
2. Seluruh Peserta yang antusias yang telah mengikuti serangkaian program ini.
3. Semua pihak terlibat yang sudah berkontribusi dalam pelaksanaan program ini sehingga program ini dapat terlaksana dengan lancar dan tertib.

Daftar Referensi

- Abdi, Jurnal Karya, Cicik Harini, and Abdul Rohman. n.d. "Iptek Bagi Masyarakat Dan Pengembangan Marketing Online Pada UMKM Kabupaten Semarang."
- Aliyah, Atsna Himmatul. 2022. "Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat" 3, no. 1.
<http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/welfare>.
- Asy'hary, Andi, J Arsyad, Lilik Sulisty, Winanjar Rahayu, and Endang Fatmawati. 2023. "Upaya Peningkatan Literasi Digital Masyarakat Melalui Program Pelatihan Komputer di Desa Terpencil." *Communnity Development Journal* 4, no. 1: 654–61.

- Bisnisman, Jurnal, and; Februari-Mei. n.d. "Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Di Jawa Barat." Vol. 5. <http://bisnisman.nusaputra.ac.id>.
- Faried Pratama, Muhammad, Dwi Zulkifar Mulyadi, Kusman Paluala, Khaerul Efendi, and Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Enam Enam Kendari. 2023. "Pelatihan Keterampilan Soft Skills Dan Kepemimpinan Untuk Peningkatan Produktivitas Kerja UMKM di Kota Kendari." *Communnity Development Journal* 4, no. 6.
- Febrianita, Roziana, Rizki Suma Pratama, Julia Dwi Budiasih, Fernanda Bagas Musa, Taufiq Ismail, Universitas Pembangunan, Nasional " Veteran, and Jawa Timur. 2022. "Peran Umkm Sebagai Penunjang Peningkatan Pariwisata di Daerah Pesisir di Kelurahan Kedungcowek." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 2. https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index.
- Meidiyustiani, Rinny, Imelda Imelda, Indah Rahayu Lestari, Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, and Universitas Budi Luhur. 2021. "Peningkatan Keterampilan Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Menggunakan Aplikasi Lakmikro Melalui Smartphone." *Jurnal Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 5.
- Peran, Menakar, Dian Prihardini Wibawa, and Maya Yusnita. 2020. "Menakar Peran Pemerintah Dan Akademisi Terhadap Pengembangan UMKM." *Jurnal Penelitian Ipteks*. Vol. 5.
- Prayogi, Arditya, and M Ikhwanul Kirom. n.d. "Pendampingan Pengembangan Digitalisasi Umkm Masyarakat Desa Wonoyoso Pekalongan Menghadapi Era New Normal." <http://ejournal.stkip-mmb.ac.id/index.php/JPPM>.
- Prayokta, Septiyola, and Eliza Noviriani. n.d. "UMKM Sebagai Pilar Penting Perekonomian Indonesia: Kajian Pada Umkm Roti Bakar Desa Pendawan." *Hope Economic Journal (MEGA 01: 2023)*.
- Sulaksono, Juli, and Nizar Zakaria. 2020. "Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri." *Generation Journal*. Vol. 4. <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-indonesia-january-2019->.