

Digitalisasi Sebagai Strategi Pengembangan Umkm Di Desa Kalidawir

Elvina Arganni¹, Adinda Chamilia Mishani², Rizka Aminanti Zanna³

¹Fakultas Sains dan Teknologi, Prodi Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Sidoarjo.

²Fakultas Sains dan Teknologi, Prodi Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Sidoarjo.

³Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial, Prodi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Sidoarjo.

Abstrak.UMKM Desa Kalidawir masih belum banyak yang mengenal penjualan dengan memanfaatkan teknologi digital *marketing*. Karena masyarakat masih banyak yang belum mengetahui bagaimana cara memanfaatkan teknologi yang ada. Dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat tahun 2022 yang mengangkat tentang pemanfaatan teknologi digital sebagai alat pengembangan UMKM, diharapkan dapat membantu masyarakat yang ada di Desa Kalidawir untuk meningkatkan penjualannya. Kegiatan dilaksanakan dalam 3 tahapan yaitu pendataan jumlah UMKM, sosialisasi dan pelatihan UMKM, pendampingan digital marketing. Hasil dari pelatihan *E-Commerce* dan pembukuan *online* dapat dirasakan oleh masyarakat. Selain pelatihan *E-Commerce* dan pembukuan *online*, tim pengabdian kepada masyarakat juga berkolaborasi bersama Bank BRI Sidoarjo dalam pembuatan QRIS dan pembuatan rekening BRImo.

Kata Kunci: UMKM, Teknologi *Digital Marketing*, *E-Commerce*, Pembukuan *Online*, QRIS, Pembuatan Rekening BRImo

PENDAHULUAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bermula dari Program Kuliah Kerja Nyata Pencerahan (KKN-P) 2022 merupakan bentuk implementasi kegiatan pengabdian pada masyarakat dalam rangka perwujudan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Program kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan mengangkat Tema “Membangun Desa Sapta Pesona Berdaya Saing Berbasis Potensi Lokal, Teknologi dan Green Ekonomi” diharapkan dapat memberikan manfaat nyata bagi masyarakat baik berupa ilmu pengetahuan maupun pengalaman yang dikemas secara aktif, kreatif, dan inovatif di bidang ekonomi.

Pengabdian kepada masyarakat tahun 2022 dilaksanakan di Desa Kalidawir, Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo. Masyarakat Desa Kalidawir terkenal sebagai warga desa yang sangat produktif jika dilihat dari keanekaragaman bentuk usaha baik di bidang peternakan, tekstil, makanan, barang dan jasa. Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Desa Kalidawir yaitu kurangnya teknik pemasaran produk yang baik untuk pelaku usaha UMKM tersebut. Selama ini, hasil produksi UMKM dipasarkan secara tradisional yakni dijual di toko depan rumah atau dititipkan di toko tetangga.

Usaha kecil atau mikro merupakan sebuah kegiatan ekonomi masyarakat berskala kecil dan kriteria kekayaan bersih atau suatu hasil penjualan tahunan serta kepemilikan yang sesuai dalam Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil. Dalam sebuah pembangunan memiliki prioritas utama dalam Rencana Kerja Pemerintahan (RKP) berupa pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Itu merupakan suatu kontribusi dasar yang diketahui bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah banyak berkontribusi dalam sebuah perekonomian nasional. Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi sangat strategis, karena memiliki potensi yang besar dalam menggerakkan program atau kegiatan perekonomian masyarakat dan sekaligus menjadi sumber pendapatan sebagian masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya [1]

Strategi pemasaran merupakan teknik pemasaran yang memberikan dan menumbuhkan kesan yang berbeda kepada konsumen agar mudah untuk dikenal. Sedangkan promosi merupakan suatu fungsi dalam pemasaran yang fokus didalam mengkomunikasikan program kegiatan pemasaran secara persuasif kepada khalayak untuk menunjang pertukaran antara pemasar dan konsumen. Dalam membantu mencapai suatu tujuan dari kedua belah pihak. Promosi sangat berperan penting dalam mengkoordinasikan komunikasi pemasaran agar

dapat mempengaruhi sikap atau perilaku yang sesuai dalam pemasaran. Promosi juga dapat dilakukan dengan lima cara yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan iklan dan pemasarannya, yaitu: penjualan pribadi (*personal selling*), periklanan (*advertising*), publikasi (*publicity*), promosi penjualan (*sales promotion*) dan hubungan masyarakat (*public relation*). [2]

Branding (*packaging*) merupakan sebuah nama, istilah yang digunakan, tanda pengenal, symbol yang identik dengan produk, rancangan suatu produk atau kombinasi dari semuanya yang ditujukan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari suatu kelompok penjual agar dapat membedakannya dari barang atau jasa pesaing. Sehingga dapat dikatakan bahwa branding (*packaging*) merupakan suatu tindakan komunikasi, memperkuat dan mempertahankan identitas sebuah brand produk penjualan dalam mendapatkan perspektif atau kesan yang mendalam kepada orang lain yang melihatnya. [3]

Pengetahuan tentang sebuah *digital marketing* dan kemampuan dalam memasarkan suatu produk menggunakan media yang berbasis digital sangat diperlukan untuk dapat mengingat suatu peraturan tentang pembatasan sosial yang dikeluarkan oleh pemerintah. Dengan adanya pemahaman dalam menggunakan alternatif berupa media digital untuk memasarkan produk (*Digital Marketing*) akan sangat memudahkan dan membantu pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam melakukan pemasarannya dengan sangat mudah. Sehingga akan memberikan dampak positif dalam membukakan peluang bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) agar dapat terus mengembangkan pasar hanya dengan menggunakan sebuah genggam *smartphone*. [4]

Untuk mengembangkan UMKM di Desa Kalidawir, tim abdimas membuat program kerja digitalisasi UMKM yang dilaksanakan dalam beberapa sesi pelatihan yaitu pengenalan *E-Commerce*, sosialisasi tentang branding (*packaging*), pembukuan *online* dan QRIS. Digitalisasi UMKM diharapkan mampu memberi dampak yang positif terhadap UMKM. Jika dilihat dari prospek *E-Commerce* itu sendiri pengenalan *E-Commerce* terhadap masyarakat dirasa penting karena *E-Commerce* memiliki jangkauan yang sangat luas, banyak yang mengakses dan mampu mengurangi modal. Sehingga dirasa cocok bagi UMKM yang baru merintis serta dapat menjadi alternatif dalam mengembangkan strategi pemasaran.

METODE PELAKSANAAN

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Kalidawir, Kecamatan Tanggulangin meningkat ketrampilannya dalam mengaplikasikan *Digital Marketing* untuk meningkatkan penjualan. Dalam pelaksanaan pemanfaatan *Digital Marketing* di Desa Kalidawir ada beberapa tahapan yang dilakukan oleh tim abdimas sebagai berikut:

1. Melakukan pendataan UMKM yang ada di Desa Kalidawir.

Dalam melaksanakan kegiatan pendataan UMKM di Desa Kalidawir tim abdimas membagi beberapa kelompok sesuai dengan banyaknya jumlah RT yang ada di Desa Kalidawir. Setiap RT hanya di survey oleh satu orang dari tim abdimas. Tim Abdimas akan melakukan pendataan dari semua UMKM yang ada di RT tersebut. Data yang diminta oleh tim abdimas yaitu: nama, jenis usaha, NIK, keterangan surat izin usaha, nomor telepon dan tanda tangan.

2. Observasi UMKM yang sesuai untuk penjualan melalui *E-Commerce*.

Setelah Tim Abdimas melakukan pendataan dari tiap RT yang ada di Desa Kalidawir, maka didapatkan ada 272 pelaku usaha UMKM. Dari 272 pelaku usaha UMKM yang ada di Desa Kalidawir tidak semua jenis usahanya cocok atau pantas menerapkan penjualan menggunakan toko *online*.

3. Sosialisasi pengembangan UMKM berbasis digitalisasi *marketing* berupa pengertian *E-Commerce*, branding (*packaging*), pembukuan *online* dan QRIS.

Dalam melakukan kegiatan sosialisasi Tim Abdimas memberikan penjelasan dan pengarahan tentang pengertian *E-Commerce*, branding (*packaging*), pembukuan *online* dan QRIS kepada pelaku UMKM yang telah dipilih atau sesuai jika dibantu dalam pembuatan toko *online*.

4. Pelatihan UMKM untuk pembuatan *E-Commerce*, pembukuan *online*, pembuatan rekening BRImo, dan pembuatan QRIS.

Selain memberikan penjelasan dan arahan Tim Abdimas juga memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM di Desa Kalidawir berupa pelatihan pembuatan *E-Commerce*, pembukuan *online*, pembuatan rekening BRImo bersama dengan pihak dari Bank BRI Sidoarjo dan pembuatan QRIS.

5. Pembinaan kelompok UMKM ASMAN TOGA yang didirikan oleh ibu-ibu PKK. Berupa pembuatan PIRT, pembuatan logo dan label produk, serta membantu untuk mendesain taman ASMAN TOGA.

Selain kegiatan yang bermanfaat untuk pelaku UMKM di Desa Kalidawir, Tim Abdimas juga memberikan pengarahannya langsung kepada kelompok usaha UMKM ASMAN TOGA yang didirikan dan dijalankan oleh ibu-ibu PKK. Dalam memberikan pengarahannya Tim Abdimas membagi beberapa kelompok dalam menjalankannya. Ada kelompok yang bertugas membantu dalam mengurus surat perizinan PIRT, pembuatan logo dan label produk dan mendesain taman ASMAN TOGA.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat Tahun 2022 dilaksanakan secara *offline* selama 5 minggu yang terhitung pada tanggal 28 Januari 2022 sampai 6 Maret 2022 mengangkat Tema “Membangun Desa Sapta Pesona Berdaya Saing Berbasis Potensi Lokal, Teknologi dan Green Ekonomi”. Dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat memiliki program kerja yang akan dilaksanakan yaitu mengangkat tentang kegiatan UMKM yang ada di Desa Kalidawir.

Pada kegiatan UMKM di Desa Kalidawir yang memanfaatkan teknologi digital sebagai alat pengembangan UMKM yang ada dengan melakukan beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Pendataan UMKM

Pendataan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dilakukan dengan tujuan agar pihak Balai Desa dapat mengetahui jumlah pelaku usaha UMKM yang ada di Desa Kalidawir. Selain itu juga, pendataan UMKM akan membantu dan memudahkan Tim Abdimas dapat mengobservasi pelaku usaha UMKM yang sesuai jika dibantu dalam proses pembuatan *E-Commerce*.



Gambar 1. Pendataan UMKM Desa Kalidawir

2. Observasi UMKM yang Sesuai untuk Penjualan Melalui *E-Commerce*

Setelah melakukan kegiatan pendataan, peserta PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT melakukan observasi atau pemilihan mana pelakua UMKM yang dapat dibantu dalam proses pembuatan *E-Commerce*.

Tabel 1. Data Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pilihan.

No.	RT	Nama	Jenis Usaha
1	1	Cucun Ruvita	Konveksi dan Ikan Asin
2	1	Abdul Rosid	Jual Amplas
3	1	Adi Yoni	Jual Amplas
4	1	Sofiya	Sambel Pecel
5	2	Faizatul Maghfiroini	Salad & Buket
6	2	Mukhammad Nafi'	Kue Kering
7	2	Beti Armila	Agen Pampers dan susu
8	2	Saikhu Abdun Nafi	Toko ATK
9	2	Edy Mulyono	Aki dan Gorden

10	2	Sutiyani	Jamu Tradisional
11	2	Siti Nurbaya	Supplier Botol
12	2	Henik	Jual Sepatu
13	3	Yatini	Toko Sepatu Era Sport
14	3	Qurrotul 'Aini	Toko Kosmetik
15	10	Ida	Toko Barang Rumah Tangga
16	10	Roudatul Chasanah	Online Shop
17	5	Sodiq	Produksi sandal dan sepatu
18	5	Moch. Slamet	Produksi mantel
19	5	Ngatmi	Produksi kerudung
20	5	Nur azizah	Jual baju
21	5	Lilik Mufaridah	Jual Sepatu
22	5	Mas Ruchin	Jual mainan
23	5	Hakim Hariri	Jual tissue
24	6	H. Abdul Ghofar	Jual obat pertanian
25	9	Lailatul Khabibah	Jual Kue Kering
26	9	Sugianto	Jual Kaca Mata
27	9	Elvin Nehro	Jual Baju Online
28	9	Askur	Pengrajin Tas Kucing
29	11	Asmawati	Jual Bumbu Pecel
30	11	Niswatin	Jual Peyek
31	11	Iin Hariyanti	Produksi Krupuk Ikan Gabus
32	12	Umi Nadofah	Jual Krupuk
33	13	M. Heru	Jual Kresek / Plastik
34	13	Juari	Jual Masker

Dari tabel diatas diketahui bahwa data yang didapatkan saat pendataan UMKM di Desa Kalidawir sebanyak 272 jenis usaha yang dijalankan oleh pelaku usaha UMKM. Dari 272 jenis UMKM yang ada, hanya 34 jenis usaha dari pelaku usaha UMKM yang cocok jika dipasarkan melalui *E-Commerce* dengan pembuatan toko *online* di Shopee. Karena barang yang dapat dijual di toko *online* haruslah barang yang bisa tahan lama.

3. Sosialisasi Pengembangan UMKM Berbasis Digitalisasi *Marketing*

Setelah mengetahui pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang akan dibantu, Tim Abdimas mengadakan kegiatan sosialisasi UMKM berbasis digital dengan memberikan penjelasan kepada pelaku UMKM di Desa Kalidawir tentang pengertian *E-Commerce*, branding (*packaging*), QRIS dan pelatihan langsung pembuatan toko *online* di Shopee.



Gambar 2. Sosialisasi *E-Commerce*, Branding, dan QRIS



Gambar 3. Contoh Toko *Online* Hasil Pelatihan

4. Pelatihan UMKM Berbasis Digital

Selain melakukan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat, Tim Abdimas juga melakukan kegiatan pelatihan yang memanfaatkan *Digital Marketing*. Adanya pelatihan untuk pelaku usaha UMKM ditujukan agar masyarakat dapat mengetahui bagaimana cara branding (*packaging*) yang menarik, pembukuan yang baik secara *online*, pemasaran dan pembuatan rekening BRI^{Mo} Bersama dengan pihak Bank BRI Sidoarjo.



Gambar 4. Pelatihan Pembukuan *Online* dan Pembuatan Rekening BRI^{Mo}



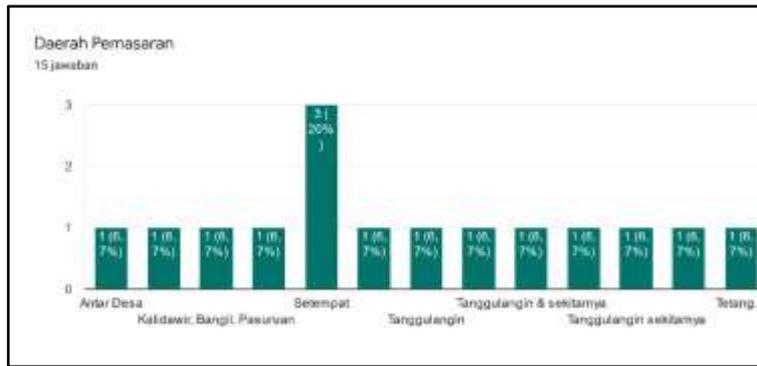
Gambar 5. Contoh Buku Warung Hasil Pelatihan



Gambar 6. Buku Rekening Bank BRI Hasil Pelatihan

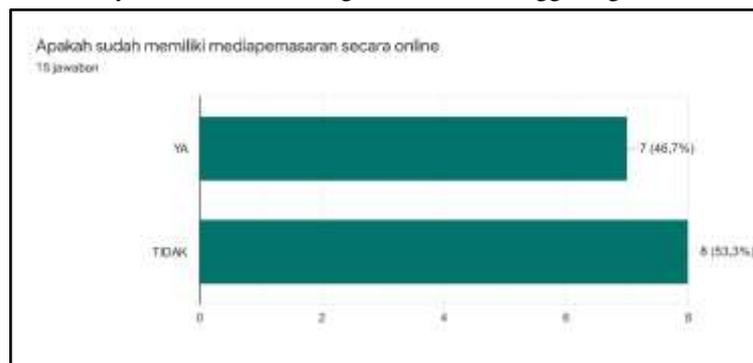
5. Hasil Kuisisioner dari Beberapa Pelaku UMKM di Desa Kalidawir

Berikut ini adalah hasil *pre-test* kuisisioner yang diisi oleh masyarakat yang menghadiri kegiatan sosialisasi UMKM berbasis digital sebagai berikut:



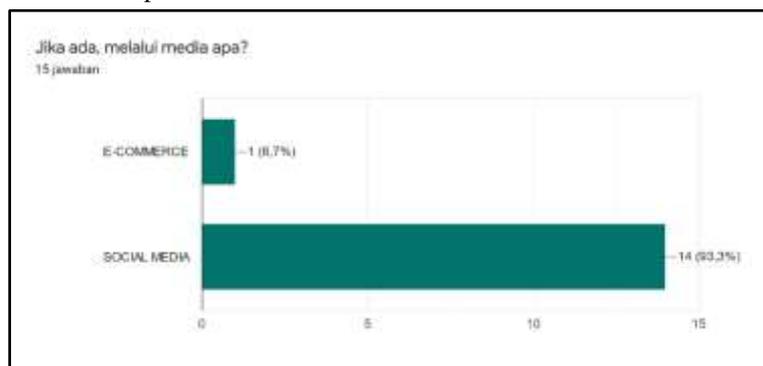
Gambar 7. Hasil Kuisisioner Daerah Pemasaran UMKM

Dari gambar diatas diketahui bahwa daerah pemasaran yang dilakukan oleh mayoritas pelaku UMKM di Desa Kalidawir yaitu antar desa, Bangil, Pasuruan, Tanggulangin dan sekitarnya.



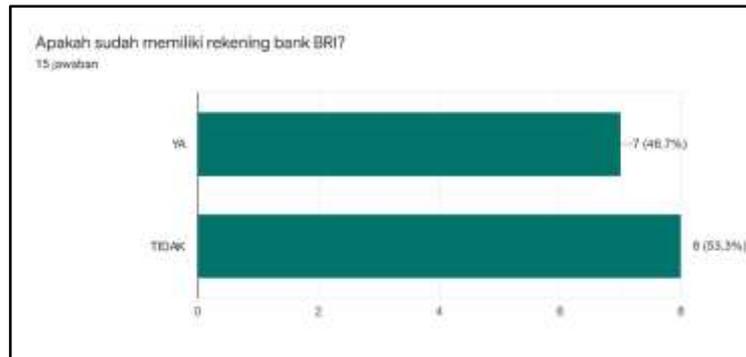
Gambar 8. Hasil Kuisisioner Pre Test Media Pemasaran

Dari gambar diatas diketahui bahwa mayoritas masyarakat di Desa Kalidawir yang tidak memiliki atau menggunakan media pemasaran secara *online*.



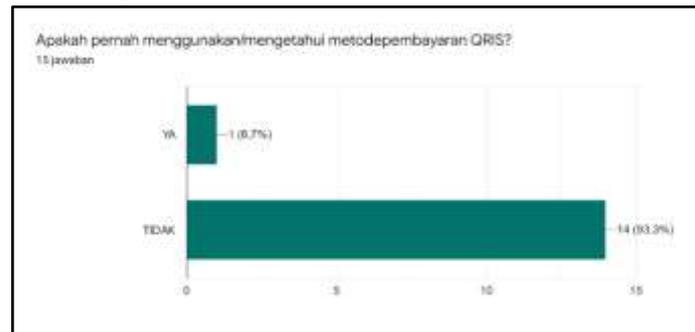
Gambar 9. Hasil Kuisisioner Pre Test Ke-1

Dari gambar diatas diketahui bahwa pelaku UMKM di Desa Kalidawir masih belum banyak yang melakukan penjualan melalui toko *online* Shopee. Kebanyakan dari mereka hanya melalui media sosial seperti *facebook*, *whatsapp*, dan *Instagram*.



Gambar 10. Hasil Kuisisioner *Pre Test* Ke-2

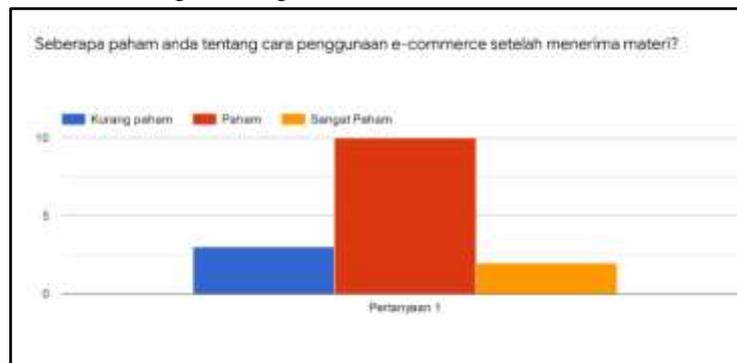
Dari gambar diatas diketahui bahwa banyak masyarakat di Desa Kalidawir yang belum membuat atau menggunakan rekening Bank BRI.



Gambar 11. Hasil Kuisisioner *Pre Test* Ke-3

Dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas masyarakat di Desa Kalidawir yang belum mengetahui atau menggunakan metode pembayaran berupa QRIS.

Berikut ini adalah hasil *post-test* kuisisioner yang diisi oleh masyarakat yang telah mengikuti kegiatan sosialisasi UMKM berbasis digital sebagai berikut:



Gambar 12. Hasil Kuisisioner *Post Test* Ke-1

Dari gambar diatas didapatkan bahwa pelaku UMKM yang mengikuti kegiatan sosialisasi UMKM berbasis digital telah paham tentang penjelasan yang diberikan oleh pemateri mengenai pengertian dan penggunaan *E-Commerce*.



Gambar 13. Hasil Kuisisioner *Post Test* Ke-2

Dari gambar diatas didapatkan bahwa hasil dari sosialisasi UMKM berbasis digital sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan oleh masyarakat di Desa Kalidawir sebagai pelaku UMKM.



Gambar 14. Hasil Kuisisioner *Post Test* Ke-3

Dari gambar diatas diketahui bahwa pengembangan UMKM berbasis digital penting bagi masyarakat di Desa Kalidawir sebagai pelaku atau penggerak UMKM setempat.



Gambar 15. Hasil Kuisisioner *Post Test* Ke-4

Dari gambar diatas diketahui bahwa hasil kuisisioner menunjukkan bahwa penerapan penjualan *online* akan sangat berpengaruh terhadap perkembangan UMKM di Desa Kalidawir.



Gambar 16. Hasil Kuisioner Post Test Ke-5

Dari gambar diatas diketahui bahwa dengan adanya sosialisasi UMKM berbasis digital akan sangat membantu masyarakat setempat untuk dapat memajukan UMKM di Desa Kalidawir.



Gambar 17. Hasil Kuisioner Post Test Ke-6

Dari gambar hasil kuisioner diatas diketahui bahwa mayoritas masyarakat pelaku UMKM di Desa Kalidawir tertarik untuk menggunakan atau membuat toko *online* di Shopee.

6. Pembinaan Kelompok UMKM ASMAN TOGA

Selain melakukan sosialisasi dan pelatihan kepada semua pelaku usaha UMKM di Desa Kalidawir. Tim Abdimas 2022 Kelompok 02, juga melakukan pembinaan langsung kepada kelompok UMKM ASMAN TOGA yang dijalankan oleh ibu-ibu PKK. Pembinaan yang dilakukan berupa branding (*packaging*) yang baik, pembuatan logo dan label ASMAN TOGA dan membantu mendesain taman toga.



Gambar 18. Pembinaan Kelompok UMKM ASMAN TOGA



Gambar 19. Logo dan Label Produk ASMAN TOGA

KESIMPULAN

Kuliah Kerja Nyata Pencerahan (KKN-P) Kelompok 02 di Desa Kalidawir Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo berharap dari adanya program kerja seminar dan workshop mengenai *E-Commerce*, branding (*packaging*), pembukuan *online* dan pembuatan akun BRImo dan QRIS bersama Bank BRI bisa membantu masyarakat dalam melakukan pemberdayaan UMKM yang mengikuti perkembangan zaman dalam berteknologi atau digitalisasi. Tim PENGABDIAN KEPADA MASYARAKATkelompok 2 juga memberikan kesempatan bagi warga desa untuk membuat metode penjualan hingga pembayaran melalui media *online*. Hasil *pre-test* dan *post-test* menunjukkan banyaknya UMKM yang masih berjualan melalui *media social* saja dan belum mengerti untuk penjualan melalui *E-Commerce*. Begitupun mengenai pembayaran secara *online*. Banyak masyarakat di Desa Kalidawir yang tertarik mengenai program kerja dari Tim KKN Kelompok 02 tawarkan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kepada DRPM Universitas Muhammadiyah Sidoarjo atas segala fasilitas yang sudah diberikan. Kami juga menyampaikan terima kasih kepada Ibu Ima Faizah, S.P., M.Pd. I selaku DPL kelompok 2. Tak lupa kami menyampaikan terimakasih kepada pihak desa dan warga Desa Kalidawir yang sudah menyambut dan menerima Tim Pengabdian Kepada Masyarakat 2022 kelompok 2 dengan baik dan ramah. Dan tak lupa juga kami sampaikan terima kasih kepada Tim Pengabdian Kepada Masyarakat 2022 yang sudah mau meluangkan waktu dengan ikhlas dan semangat yang telah menyalurkan ilmu dan waktu yang dapat bermanfaat bagi warga Desa Kalidawir.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Wahyudi S, Alawiyah W, Rafi Bimo Nugraha M, Ji Ahmad Dahlan JK, Ciputat Tim K, Tangerang Selatan K, et al. Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ Website: <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat> PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL SEBAGAI PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI MASA PANDEMI COVID-19. Available from: <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat>
- Pengabdian Magister Pendidikan IPA J, Jupri A, Herlembang B, Anggiri Jauzy Ariyansyah M, Yolanda Ika Anggari B, Rozi T, et al. under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license. Pendampingan Branding Packaging dan Digital Marketing pada Produk Umkm Keripik Talas di Lingkungan Bagek Longgek, Kelurahan Rakam. 2021; Available from: <https://doi.org/10.29303/jpmpi.v3i2.931>
- Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ Website:<http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat> E-ISSN: 2714-6286 [Internet]. Available from: <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat>
- Sri Nurkomala Wulan Sari A, Rahmawati R. MADDANA : Jurnal Pengabdian kepada masyarakat Optimalisasi digital marketing untuk pengembangan UMKM dan sosialisasi pencegahan Covid-19 pada masyarakat Tarumajaya [Internet]. Vol. 1. 2020. Available from: <http://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/maddana/index>