Digitalisasi UMKM: Pelatihan Penggunaan Aplikasi Penjualan Online dan Strategi Promosi di Media Sosial Desa Sindangmandi

Rizki Adha[1], Nastiti Tri Permatasari[2], Saeful Anwar[3], Dede Rizal[4], Andri Kusuma Wardana[5], Yadi Supriadi[6], dan Nanang Suhana[7]
[1, 2, 3, 4, 5, 6, 7)] Program Studi Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Institut Teknologi dan Bisnis Banten
e-mail: rizkiadha@institutbanten.ac.id

Abstrak
Seiring dengan perkembangan zaman, media social tidak lagi hanya digunakan untuk bersosialisasi saja, kini media social banyak dimanfaatkan untuk marketing atau pemasaran secara online. Membuat para pelaku usaha berbondong – bonding untuk membuat akun media social mereka guna memasarkan produk yang mereka miliki. Digitalisasi Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menjadi salah satu masalah UMKM di Indonesia termasuk pada UMKM Desa Sindangmandi Kecamatan Baros Kabupaten Serang Banten. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan oleh Institut Teknologi dan Bisnis Banten dan berkerjasama dengan Bank Woori Saudara (BWS) guna memperkenalkan digitalisasi UMKM penggunaan aplikasi penjualan online dan strategi promosi di social media untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan secara online. Kegiatan ini dilakukan dengan pelatihan mulai dari memilih platform yang sesuai dan cara pengaplikasiannya. Hasil yang didapatkan dari kegiatan ini adalah bertambahnya pengetahuan masyarakat tentang pemasaran secara online atau digital marketing. Selain itu, setiap pelaku UMKM yang mengikuti sosialisasi dapat membuat akun media sosialnya untuk menjual produk mereka, serta dapat mengidentifikasi kebutuhan konsumen atau pasar, menentukan target konsumen atau pasar, mengenali pesaing, menyiapkan sarana untuk bersaing, dan memanfaatkan media elektronik untuk pemasaran.

***Kata kunci**: Desa Sindangmandi; Digitalisasi UMKM; Pemasaran Online; UMKM*

Abstract
As time goes by, social media is no longer only used for socializing, now social media is widely used for marketing or online marketing. Make business people flock to create their social media accounts to market the products they have. Digitalization of micro, small and medium enterprises (MSMEs) is one of the problems for MSMEs in Indonesia, including MSMEs in Sindangmandi Village, Baros District, Serang Banten Regency. This Community Service activity was carried out by the Banten Institute of Technology and Business in collaboration with Bank Woori Saudara (BWS) to introduce digitalization for MSMEs using online sales applications and promotional strategies on social media to increase online marketing and sales. This activity is carried out with training starting from choosing the appropriate platform and how to apply it. The results obtained from this activity are increasing public knowledge about online marketing or digital marketing. Apart from that, every MSME player who takes part in the socialization can create a social media account to sell their products, and can identify consumer or market needs, determine consumer or market targets, identify competitors, prepare the means to compete, and utilize electronic media for marketing.

***Keywords**: Sindangmandi Village; Digitalization of MSMEs; Online Marketing; MSMEs*

PENDAHULUAN

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 1 Ayat 1, usaha mikro didefinisikan sebagai kegiatan produktif yang dijalankan oleh individu atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro. Sementara itu, usaha kecil merupakan kegiatan produktif yang dilakukan oleh individu secara mandiri dan tidak berafiliasi sebagai anak cabang dari perusahaan berskala menengah atau besar. Adapun usaha menengah merujuk pada kegiatan produktif yang dijalankan oleh individu atau badan usaha yang, baik secara langsung maupun tidak langsung,

tidak termasuk dalam kategori usaha kecil maupun besar berdasarkan nilai kekayaan atau pendapatan tahunan. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu jenis usaha yang banyak dijalankan oleh masyarakat di Indonesia. UMKM berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan serta perekonomian nasional. Oleh karena itu, sektor UMKM menjadi salah satu pilar yang tetap stabil dalam menjaga kestabilan ekonomi Indonesia (Halim, 2020).

UMKM Digital merujuk pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang memanfaatkan teknologi digital dalam operasionalnya, seperti pemasaran online, transaksi digital, dan penggunaan platform e-commerce. Dengan adopsi teknologi, UMKM dapat meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan efisiensi bisnis. Transformasi digital ini menjadi kunci bagi UMKM dalam menghadapi tantangan ekonomi dan mengikuti perkembangan industri di era digital.

Memasuki era digitalisasi saat ini, media social tidak lagi hanya digunakan untuk bersosialisasi saja, melainkan untuk media pemasaran. Strategi diperlukan didalam kegiatan bisnis, salah satunya yaitu strategi pemasaran. Keunggulan dari penggunaan social media untuk media pemasaran adalah dapat memberikan kenyaman bagi konsumen, memberikan kebebasan pada konsumen dalam menemukan produk yang diinginkan. Serta dapat bertransaksi dengan lebih efektif dan efisien.

Didesa Sindangmandi Kecamatan Baros Kabupaten Serang ini memiliki kelompok UMKM yang memasarkan produknya secara konvensional dan melalui media social seperti facebook, whatsupp dan lainnya. Namun cara ini belum berjalan secara efektif dikarnakan target konsumen hanya sekitar kerabat, keluarga dan sahabat. Oleh karena itu, kelompok UMKM berharap adanya solusi pemasaran melalui internet, yakni dengan mendigitalkan usaha mereka atau membangun sebuah website bisnis. Melalui website bisnis, UMKM dapat dengan lebih leluasa menampilkan produk, menonjolkan keunggulan serta keunikan merek, menyusun produk secara menarik layaknya di pusat perbelanjaan, dan menjangkau lebih banyak konsumen (Kaukab, 2021).

METODE

Kegiatan Pelatihan Penggunaan Aplikasi Penjualan Online Dan Strategi Promosi Dimedia Social, dilaksanakan pada hari Kamis 19 Desember 2024 di Desa Sindangmandi Kecamatan Baros Kabupaten Serang Banten. Kegiatan ini disambut dengan antusias oleh masyarakat desa Sindangmandi, kegiatan ini diikuti oleh sekitar 20 warga desa Sindangmandi, termasuk pelaku UMKM dan masyarakat sekitar. Pelaksanaan Kegiatan ini dilakukan oleh Kampus Institut Teknologi dan Bisnis Banten, Fakultas Teknologi Informasi. Yang langsung disampaikan oleh Dekan Fakultas Teknologi Informasi Bapak Rizki Adha, S.T., M.Kom. Kegiatan ini berkerjasama dengan Bank Woori Saudara (BWS) yang dihadiri oleh Ibu Chrisna Danaswari selaku Funding Officer.

Materi yang dibawakan berjudul Digitalisasi UMKM: Pelatihan Penggunaan Aplikasi Penjualan Online dan Strategi. Dan mengupas tuntas Solusi Permodalan UMKM. Kegiatan ini diharapkan dapat memperkenalkan konsep digitalisasi UMKM kepada masyarakat luas. Meskipun tidak menetapkan target peningkatan dalam bentuk persentase, tujuan utamanya adalah membuka wawasan masyarakat tentang konsep ini serta mendorong mereka untuk beralih ke sistem UMKM digital.

Kegiatan Pengabdian ini dilakukan dengan metode pelatihan. Pada kegiatan ini kami melaksanakan sosialisai mengenai pengenalan sistem Digitalisasi UMKM. Yang bertujuan untuk membantu UMKM beralih dari model konvensional menjadi sistem berbasis digital. Kamipun membantu masyarakat dalam membuat akun social media seperti, Whatsapp Business, Google Business dan Maps.

Evaluasi pengembangan usaha perlu dilakukan untuk menganalisis permasalahan dalam operasional bisnis serta merancang strategi guna mencegah terulangnya kendala serupa di masa depan. Program pengabdian ini merupakan tahap awal dari digitalisasi UMKM, sehingga metode evaluasi yang digunakan masih berfokus pada produk dan penerapannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari kegitana pengabdian kepada masyarakan desa Sindangmandi Kecamatan Baros Kabupaten Serang Banten ini, dapat diketahui bahwa kurangnya wawasan masyarakat dan UMKM

desa dengan adanya Digitalisasi UMKM. Banyak faktor yang menjadikan masyarakat masih menggunakan metode Konvensional dibandingkan dengan metode Digital.

Digital Marketing adalah cara mempromosikan produk atau jasa menggunakan teknologi digital. Digital marketing sangat penting untuk UMKM karna dapat menjangkau pasar lebih luas, tidak terbatas oleh lokasi geografis, biaya efisien dibandingkan dengan promosi konvensional, meningkatkan penjualan dengan strategi yang tepat, dan membangun reputasi melalui interaksi dengan pelanggan.

Banyak faktor tantangan terhadap UMKM di Desa dalam berjualan secara online seperti, kerbatasan akses internet, kurangnya pengetahuan tentang teknologi baik smartphone ataupun komputer dan persaingan yang ketat.

Pemaparan materi dilanjutkan tentang memulai digital Marketing dari Nol dengan langkah – langkah sebagai berikut :

a) Pilih platform yang tepat: Sesuaikan dengan produk dan target pasar.
b) Buat akun media social: Facebook, Instagram, Whatsapp Business atau Google Maps.
c) Buat konten menarik: Foto produk yang berkualitas, video singkat, dan deskripsi yang jelas.
d) Promosikan secara konsisten: Posting secara teratur dan berinteraksi dengan followers.

Dalam pemaparan materi, dijelaskan bahwa strategi pemasaran dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen atau pasar, menentukan target pasar, menganalisis pesaing, serta memilih sarana yang tepat untuk bersaing. Selain itu, pemanfaatan media elektronik juga menjadi bagian penting dalam pemasaran. Tujuan dari strategi ini adalah untuk memperkenalkan berbagai marketplace yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM, sehingga mereka dapat memilih platform yang sesuai dengan target pasar dan fitur yang ditawarkan oleh masing-masing marketplace maupun media sosial.

Melalui kegiatan sosialisasi ini, para pelaku UMKM memperoleh manfaat nyata, yaitu peningkatan pemahaman tentang strategi pemasaran yang lebih efektif melalui pemasaran digital. Selain itu, mereka juga mampu menciptakan merek untuk produk mereka serta memahami langkah-langkah penting dalam pemasaran, seperti identifikasi kebutuhan pasar, pemilihan target konsumen, analisis pesaing, serta pemanfaatan media digital untuk meningkatkan daya saing usaha mereka.



Gambar 1 : Dokumentasi kegiatan

SIMPULAN

Kegiatan ini dilaksanakan guna memberikan pemahaman lebih terhadap digitalisasi UMKM desa Sindangmandi Kecamatan Baros Kabupaten Serang Banten. Masih kurangnya wawasan dalam teknologi dan digital marketing, membuat UMKM di Desa ini tidak mengalamin perkembangan. Maka dari itu adanya kegiatan ini menjadi harapan adanya perkembangan dan peningkatan jualan dengan Digitalisasi UMKM masyarakat pelaku UMKM desa Sindangmandi. Antusiasme masyarakat terhadap kegiatan ini dapat terlihat dari banyaknya pertanyaan dan diskusi yang telah dilakukan pemateri dan masyarakat berdasarkan pengalaman. Peserta yang terlibat secara aktif berusaha mencatat perbaikan dan pembaruan dalam pengelolaan akun Media Sosial bisnisnya agar dapat lebih menarik perhatian calon konsumen dan pelanggan. Dengan demikian, diharapkan dapat terjadi peningkatan dalam penjualan online.

SARAN

Dari pembahasan diatas ada beberapa rekomendasi saran, sebagai berikut; 1) Evaluasi dan Tindak Lanjut Program: Melakukan evaluasi secara berkala terhadap UMKM peserta pelatihan untuk mengetahui sejauh mana penerapan digitalisasi sudah berlangsung. Evaluasi ini bisa dalam bentuk survei atau wawancara langsung dengan pelaku UMKM 2) Perluasan Akses Internet dan Infrastruktur Digital: Melibatkan pemerintah daerah atau mitra lain untuk meningkatkan akses internet di desa, termasuk pelatihan penggunaan perangkat digital 3) Pengembangan Website dan Marketplace Lokal: Dorong dan bantu UMKM untuk memiliki situs web sederhana atau bergabung dalam marketplace lokal milik desa atau kabupaten. 4) Kolaborasi Antar-UMKM: Membentuk komunitas atau forum UMKM digital di Desa Sindangmandi agar pelaku usaha bisa saling berbagi informasi, strategi, dan peluang kolaborasi 5) Dokumentasi dan Publikasi Hasil Program: Membuat laporan atau artikel rutin yang mendokumentasikan perkembangan dan kisah sukses UMKM yang telah berhasil mendigitalisasi usahanya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat dengan Digitalisasi UMKM: Pelatihan Penggunaan Aplikasi Penjualan Online dan Strategi. Dan mengupas tuntas Solusi Permodalan UMKM. Dapat terlaksana dengan adanya dukungan, kerjasama dan partisipasi dari Perangkat Desa Sindangmandi Kecamatan Baros Kabupaten Serang beserta Masyarakan dan pelaku UMKM, Tim Institut Teknologi dan Bisnis Banten, Bank Woori Saudara (BWS) yang telah mengikuti kegiatan, sehingga kegiatan ini berjalan dengan lancer dan sukses.

DAFTAR PUSTAKA

[1]. Ana, N. A., Lailatul, H., Diana, A. P., Widya, U. P., Silma, F., & Cantika, O. D. (2022). Pelatihan Strategi *Social Media Marketing* Menguunakan Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Online, 6 (2), 1477 - 1485.

[2]. Halim, A. (2020). Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten mamuju. GROWTH jurnal ilmiah ekonomi pembangunan, 1(2): 157-172.

[3]. Hasnawiya, H., Haliah., & Muhammad, A. F. (2022). Pemberdayaan Masyarakat UMKM Sulawesi dalam Implementasi Digitalisasi UMKM *(Sulawesi MSME Community Empowerment In the Implementation of MSME Digitization)*, 3 (1), 43 - 50.

[4]. Kaukab, E. (2021). Pemasaran Produk Berbasis Teknologi Informasi Sederhana. April, 67.

[5]. Nasiti, T. P., Rizki, A., & Saeful, A. (2024) Pelatihan Pemasaran Digital Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), 1 (5), 3031 – 0059.

[6]. Rahman, A., & Prasetyo, H. (2020). Strategi Pemasaran Digital bagi UMKM a