

PENERAPAN BISNIS DIGITAL TERHADAP UMKM RENGGINANG DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN PRODUK

(UMKM Rengginang Ibu Iis RT 04 RW 02 Kampung Cipepe Desa Mekargalih Kecamatan Tarogong
Kidul Kabupaten Garut Jawa Barat Indonesia)

Himan Rismanto¹, Husni Muharam², Rahmi Zachra Oktavia³, Siti Salma Rosmayani⁴

Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Garut

Abstract

Digital marketing has developed very rapidly since the use of the internet is high. This level of use is triggered by the presence of smartphones at very affordable prices. But the use of digital marketing is not widely realized by business people, especially MSMEs in Mekargalih Village, one of which is producing Rengginang Business. Most MSMEs in this village think that digital marketing is a place for transactions to occur, this is very different from the true meaning of digital marketing. Because digital marketing is the use of all different resources on the internet as a place to provide information as products owned by these MSMEs. Social media used for digital marketing is not only focused on social media which is deliberately made for MSMEs, but also social media owned by employees or employees of these MSMEs. So that product marketing has a wider reach, and thus product sales from MSMEs in Mekargalih Village have also increased

Keywords: MSMEs, skills training, and digital marketing.

Abstrak

Digital marketing telah berkembang dengan sangat pesat sejak penggunaan internet yang tinggi. Tingkat penggunaan ini dipicu dengan kehadiran *smartphone* dengan harga yang sangat terjangkau. Tetapi

Article Info:

Received dd/mm/yyyy

Received in revised dd/mm/yyyy

Accepted dd/mm/yyyy

Available online dd/mm/yyyy

ISSN :

DOI :



Jurnal
Abdi Masyarakat

penggunaan digital marketing tidak banyak disadari oleh pelaku bisnis, terutama para UMKM di Desa Mekargalih yang salah satunya memproduksi usaha Rengginang. Kebanyakan UMKM di Desa ini beranggapan bahwa digital marketing merupakan tempat untuk terjadinya transaksi, hal ini berbeda jauh dengan pengertian sebenarnya dari digital marketing. Karena digital marketing ini merupakan pemanfaatan semua sumber daya yang berbeda pada internet sebagai tempat pemberi informasi sebagai produk-produk yang dimiliki oleh UMKM tersebut. Media sosial yang digunakan untuk digital marketing tidak hanya tertumpu pada media sosial yang sengaja dibuat untuk UMKM, juga media sosial yang dimiliki oleh pegawai atau karyawan dari UMKM tersebut. Sehingga pemasaran produk memiliki jangkauan yang lebih luas, dan dengan demikian penjualan produk dari UMKM yang berada pada Desa Mekargalih juga meningkat.

Kata Kunci: UMKM, pelatihan keterampilan, dan digital marketing.

I. Pendahuluan

Dalam mengkomunikasikan suatu produk diperlukan media untuk menjangkau target audience yang dimaksud. Bentuk komunikasi ini disebut komunikasi pemasaran, tujuan komunikasi pemasaran adalah untuk menyebarkan informasi, mendidik, menghibur, dan mengingatkan audience.

Dalam melakukan kegiatan komunikasi pemasaran yang terpadu tidak lepas dari bauran promosi (promotional mix) yang ada. Bauran promosi tersebut terdiri dari periklanan, penjualan personal, penjualan promosi, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Ada satu elemen yang masuk sebagai elemen bauran promosi ini, yaitu pemasaran digital (digital marketing). Untuk kelima elemen bauran promosi lainnya, keberadaannya masing-masing dan secara bersama-sama menunjang kegiatan komunikasi pemasaran yang efektif.

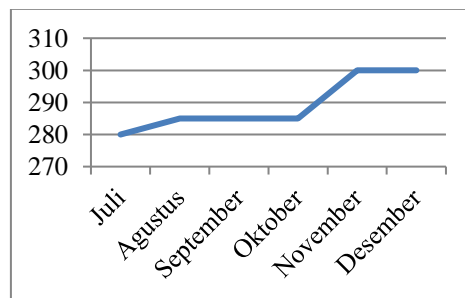
Kota Garut mempunyai UMKM yang beragam, banyaknya produk UMKM yang masing-masing belum dikenal oleh masyarakat luas salah satunya UMKM yang berada di Desa Mekargalih yaitu adanya produksi Rengginang. Tingkat jangkauan pemasaran dinilai masih rendah karena UMKM hanya mengandalkan orang yang mengetahui produknya itu sendiri. Sementara dengan banyaknya layanan jual beli online membuat persaingan semakin tinggi yang mengakibatkan tidak terjangkaunya informasi oleh masyarakat.

Tujuan program ini adalah (1) mengenalkannya digital marketing ini kepada UMKM yang ada, (2) memotivasi para UMKM Desa Mekargalih untuk terjun dalam dunia digital. (3) mengajak masyarakat Desa Mekargalih untuk dapat memperoleh penghasilan tambahan melalui penjualan online.

Berikut adalah rekapitulasi data permintaan Rengginang sebelum adanya Covid-19 dan saat Covid-19.

Tabel 1.1 Permintaan Rengginang Sebelum adanya Covid-19

Bulan	Permintaan Rengginang (kg)
Juli	280
Agustus	285
September	285
Oktober	285
November	300
Desember	300



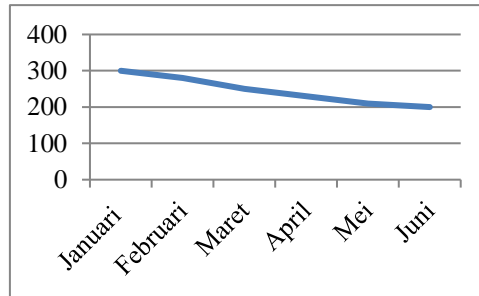
Gambar 1.1 Grafik Permintaan Rengginang Sebelum Covid-19

Dilihat dari grafik di atas dapat ditunjukkan bahwa permintaan rengginang terus meningkat sebelum adanya Covid-19.

Tabel 1.2 Permintaan Rengginang Saat Covid-19

Bulan	Permintaan Rengginang (kg)
Juli	300
Agustus	280
September	250
Oktober	230

November	210
Desember	200



Gambar 1.2 Grafik Permintaan Rengginang Saat Covid-19

Dilihat dari grafik diatas dapat ditunjukkan bahwa adanya penurunan permintaan rengginang saat adanya Covid-19.

II. Metode

Kegiatan program ini dilaksanakan pada tanggal 18 Agustus 2020 di Desa Mekargalih Kecamatan Tarogong Kidul Garut Jawa Barat. Kegiatan ini dimulai pukul 09.00 s.d selesai. Metode yang digunakan adalah pemasaran melalui media sosial salah satunya yaitu Instagram.

Adapun kegiatan dilakukan dengan beberapa tahapan: 1. Tahap Persiapan yang dilakukan meliputi: a. Survei b. pemantapan dan penentuan lokasi dan sasaran. 2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan. Tahap ini menjelaskan tentang pentingnya bagi pelaku usaha untuk mengetahui aplikasi dan mengaplikasikannya di dunia usaha. Metode Pelatihan untuk melaksakana kegiatan tersebut digunakan beberapa metode pelatihan, yaitu: a. Metode Ceramah dipilih untuk memberikan penjelasan dan mengaplikasikannya untuk pembelajaran di dunia usaha, b. Metode Simulasi. Metode Simulasi ini sangat penting diberikan kepada para peserta pelatihan untuk memberikan kesempatan mempraktekkan materi pelatihan yang diperoleh.

III. Hasil dan Pembahasan

Program Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan Judul Program “Penerapan Bisnis Digital Terhadap Umkm Rengginang Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk ” sudah dilaksanakan secara 100%. Kegiatan ini yaitu pelatihan pengembangan pemasaran melalui digital yang telah dilaksanakan Agustus 2020. Berikut adalah rincian kegiatan yang sudah dilakukan oleh kelompok pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Desa Mekargalih.



Gambar 1 Edukasi Bisnis Digital

Tujuan dari kegiatan ini diharapkan dapat mengimplementasikan hasil pemasaran yang sudah di dapatkan, adapun indikator keberhasilan dari kegiatan ini di tetapkan 80% masyarakat dalam pengabdian ini dapat mengaplikasikannya secara bermanfaat.



Gambar 2 Praktek Penggunaan Media Sosial

Hasil yang dicapai dari pemberian simulasi ini dapat diterapkan oleh masyarakat untuk menambah penghasilan dalam sehari-hari.

IV. Kesimpulan dan Saran

Pelaksana kegiatan ini menghasilkan beberapa hal: 1) Terjadi peningkatan pengetahuan dalam hal pemahaman akan simulasi ini; 2) Perlunya peningkatan efektifitas dalam mengoperasikan aplikasi.

V. Referensi

- [1] Ghezzi, Antonio., et al., 2016, 'A role for startups in unleashing the disruptive power of social media', International Journal of Information Management, Volume 36, Issue 6, Part A, pp 1152–1159.
- [2] TechInAsia, 2014, [online] <https://id.techinasia.com/statistik-pengguna-Internetdi-asia-danindonesia-slideshow>[diakses pada tanggal 16 September 2017]

[3] Tayebi, A., 2013, 'Planning activism: Using Social Media to claim marginalized citizens' right to the city', *Cities Journal*, Volume 32, pp 88–93