

PENGEMBANGAN EKONOMI MELALUI UMKM BAMB KREATIF

Kelvin Nugraha¹, Tegar Fachryan Syah², Sepia Septaviani³, Deani Gumia⁴, Ira fauziah⁵, Della Destia⁶, Lusi Rahmawati⁷, Ensa Agnia Azni⁸, Fajar Surya Firdaus⁹, Asep Saepuloh¹⁰, Anisa rahmawati¹¹, M.Naufal Zain Zidan¹², Lubiana Salwaa¹³, Lulu Nur Lutfiah¹⁴, Muhammad Yusril Anwar¹⁵, Rusdiana¹⁶, Susan Susanti¹⁷, Melia Fitri Mardiani¹⁸.

Fakultas Ekonomi (^{1,3}Manajemen, ²Pariwisata, ^{4,5}Akuntansi), Fakultas Komunikasi dan Informasi (^{8,9}Ilmu Komunikasi), Fakultas Pendidikan Islam dan Keguruan (¹⁵Pendidikan Olahraga, ¹⁶Pendidikan Ilmu Pengetahuan Alam, ¹⁷PGSD) Universitas Garut Jl.Raya Samarang No.52A, Kec. Tarogong Kaler Garut
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (^{6,7}Administrasi Negara) Universitas Garut Jl.Cimanuk No.285A, Pataruman, Kec.Tarogong Kidul, Garut
Fakultas Kewirausahaan (^{10,11}Kewirausahaan) Universitas Garut Jl. Terusan Pahlawan No.115, Sukagalih, Kec.Tarogong Kidul, Garut
Fakultas Matematika dan IPA (^{12,13,14}Farmasi) Universitas Garut Jl. Jati No.33, Jati, Kec, Tarogong Kaler, Garut.

Abstrak

Penelitian ini berkaitan dengan pengembangan ekonomi melalui UMKM bambu kreatif. Kelemahan yang dihadapi oleh UMKM dalam meningkatkan kemampuan usaha sangat kompleks dan meliputi berbagai indikator yang mana salah satunya yaitu kurangnya pemahaman masyarakat terkait dengan pemasaran produk UMKM. Disamping hal tersebut terdapat juga pesaing yang lebih bisa memasarkan produknya. Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap digital marketing, keawatiran ini dilandasi oleh banyaknya masyarakat lain yang lebih bisa menggunakan teknologi khususnya digital marketing. Namun semua permasalahan itu bisa terselesaikan dengan beberapa upaya yang membuka peluang bagi UMKM untuk dapat menjangkau pemasaran dengan mudah. Pelatihan diawali dengan penjelasan atau uraian mengenai penggunaan salah satu jenis marketplace yaitu Shopee dan *social media* TikTok, kegiatan tersebut bertujuan memberikan pengarahan, cara penggunaan dan manfaat Shopee dan TikTok. Para pelaku UMKM dapat berjualan secara daring dengan membuat toko online di aplikasi Shopee, dengan membuka toko online diharapkan cakupan wilayah pemasarannya bisa lebih luas.

Kata Kunci: Ekonomi, Pengembangan, UMKM, E-commerce, Tiktok, Shopee.

ABSTRACT

This research is related to economic development through creative bamboo SMEs. The weaknesses faced by MSMEs in improving their business capabilities are very complex and include various indicators, one of which is the lack of public understanding regarding the marketing of MSME products. In addition, there are competitors who are more able to market these products. Lack of public understanding of digital marketing, this concern is based on many other people who are more able to use technology, especially digital marketing. However, all these problems can be solved with several efforts that open up opportunities for MSMEs to be able to reach marketing easily. The training begins with an explanation or explanation regarding the use of one type of marketplace, namely Shopee and TikTok social media, the activity aims to provide direction, how to use and benefit from Shopee and TikTok. MSME actors can sell boldly by creating an online store on the Shopee application. By opening an online store, it is hoped that the scope of the marketing area can be wider.

Keyword: *Economy, Development, MSME, E-commerce, TikTok, Shopee.*

I. Pendahuluan

Keinginan masyarakat agar dapat meningkatkan ekonomi keluarga adalah dengan bekerja, salah satunya adalah dengan membuat anyaman bambu. Dan hal ini merupakan salah satu solusi untuk dapat meningkatkan ekonomi masyarakat Desa Mekarsari. Seperti yang kita ketahui bahwa Desa Mekarsari memiliki sumber daya alam yang cukup, salah satunya yaitu bambu. Untuk itu masyarakat Desa Mekarsari dapat

memanfaatkan sumber daya tersebut agar perekonomian pedesaan dapat meningkat. Cara meningkatkan perekonomian pedesaan bisa dilakukan dengan berfokus pada satu komoditi lokal yaitu bambu.

Disamping berfokus pada komoditi lokal, masyarakat yang terampil dalam kerajinan dapat membuka lapangan pekerjaan kepada masyarakat desa. Jika hal tersebut sudah berjalan dengan semestinya, maka rasanya tidak mungkin perekonomian desa

akan turun, dengan begitu produk yang dihasilkan akan meningkatkan perekonomian desa.

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk memasarkan produk bambu kreatif yaitu dengan melakukan optimalisasi *digital marketing*, terutama pada sektor *social media marketing* dan *marketplace*. Karena di era revolusi digital ini perdagangan sudah mulai mengalami perubahan dalam hal proses jual beli maupun pemasaran. Contohnya, dengan adanya *marketplace*, penjual dan pembeli dapat melakukan transaksi di tempat yang berbeda tanpa harus bertemu, tidak ada biaya operasional yang harus dikeluarkan di awal, dan komunikasi bisa lebih mudah melalui internet, serta proses pemasaran pun menjadi lebih mudah.

Setelah melakukan observasi, teridentifikasi beberapa permasalahan yang dialami para pelaku UMKM Bambu Kreatif di Desa Mekarsari, salah satunya

adalah masyarakat masih kebingungan mengenai pemasaran produknya, sehingga pendapatan yang dihasilkan belum memenuhi target serta beberapa masyarakat belum memiliki pengetahuan di bidang teknologi informasi, khususnya teknologi internet yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana jual beli. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dilakukan pelatihan pemanfaatan *E-Commerce* Shopee, dan media sosial seperti TikTok sebagai upaya peningkatan ekonomi warga Desa Mekarsari.

II. Metode

Pada kegiatan ini penelitian dilakukan secara kualitatif, yaitu riset yang bersifat deskriptif dan menggunakan analisis dengan pendekatan induktif (Waziana et al., 2022). Berdasarkan masalah yang dihadapi, maka langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran bagi kegiatan ini maka diadakan pendekatan kepada pihak terkait

yaitu pelaku UMKM Bambu Kreatif yang ada di Desa Mekarsari Kecamatan Selaawi Kabupaten Garut. Pelatihan diawali dengan penjelasan atau uraian mengenai penggunaan salah satu jenis marketplace yaitu Shopee dan *social media* TikTok, kegiatan tersebut bertujuan memberikan pengarahan, cara penggunaan dan manfaat Shopee dan TikTok. Para pelaku UMKM dapat berjualan secara daring dengan membuat toko online di aplikasi Shopee, dengan membuka toko online diharapkan cakupan wilayah pemasarannya bisa lebih luas. Pelatihan ini dilaksanakan oleh mahasiswa. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dalam 3 tahap, yaitu:

Tahap 1

Observasi target/sasaran yang akan diberikan pelatihan serta menyusun rancangan kegiatan yang akan dilakukan.

Tahap 2

Sesi pemotretan produk Bambu Kreatif dan proses pembuatan akun Shopee dan TikTok.

Tahap 3

Mengunggah foto produk dan video ke akun TikTok dan Shopee.

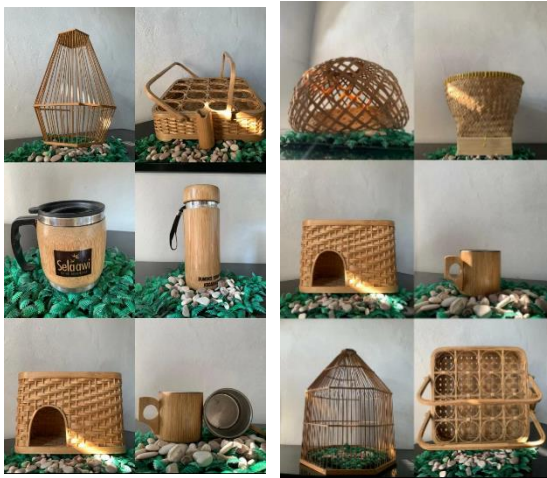
III. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan ini dapat terealisasi dengan baik dan sesuai rencana, mulai dari observasi



Gambar .1 Sesi wawancara dengan narasumber

melakukan wawancara dan observasi mengenai berbagai permasalahan yang di alami oleh pelaku UMKM Bambu Kreatif.



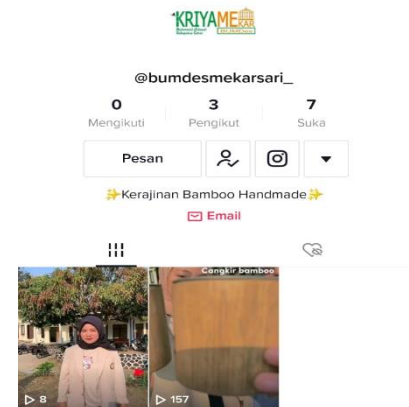
**Gambar .2 Sesi Photoshoot Produk
Bambu Kreatif**

Melakukan photoshoot produk Bambu Kreatif untuk diupload di Shopee dan social media lain untuk keperluan pemasaran.



**Gambar .3 Sesi Pembuatan Konten untuk
di Upload di TikTok**

Membuat konten berupa video untuk diupload di Tiktok, tujuannya untuk memaksimalkan pemasaran dan lebih dikenal masyarakat luas.



**Gambar .4 Pengunggahan
konten TikTok**

Melakukan pengunggahan video konten TikTok ke akun @bumdesmekarsari_ untuk melakukan perluasan pemasaran.



**Gambar .5 Pengunggahan
foto produk ke e-commerce**

Melakukan pengunggahan foto produk ke akun Shopee BumdesKriyaMekar agar dapat mempermudah para peminat kerajinan bambu dapat mencari produk dan membeli produk tersebut.

IV. Kesimpulan

Hal yang menjadi penentu keberhasilan UMKM salah satunya dari sisi pemasaran. Pemasaran merupakan hal yang mendasar dan senantiasa dihadapi oleh semua UMKM dalam merintis sebuah usaha bisnis untuk dapat berkembang. Namun masyarakat memiliki titik kelemahan yaitu kurangnya kemampuan dalam memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produk anyaman bambu, sehingga jangkauan pemasaran dari UMKM masyarakat sangatlah terbatas dan menghambat berkembangnya usaha bisnis yang dirintis.

Partisipasi mahasiswa dalam menghadapi permasalahan yang

dialami masyarakat yaitu dengan menyelenggarakan program pengembangan ekonomi melalui UMKM bamboo kreatif. Adapun langkah konkret yang dilakukan yaitu observasi target/sasaran yang akan diberikan pelatihan serta menyusun rancangan kegiatan yang akan dilakukan, sesi pemotretan produk Bambu Kreatif dan proses pembuatan akun Shopee dan TikTok, dan mengunggah foto produk dan video ke akun TikTok dan Shopee. Maka diharapkan partisipasi mahasiswa dapat memberikan pemahaman dan kemampuan masyarakat dalam memasarkan produk secara luas sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.

Daftar Pustaka

Waziana, W., Herdian Saputra, R., Yolanda Sari, N., & Aulia, D. (2022). *Pemanfaatan E-Commerce Shopee Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Ibu-Ibu PKK Pelaku Bisnis* (Vol. 1, Issue 2).