JNB : Jurnal Nusantara Berbakti
Vol. 2, No. 1 Januari 2024
e-ISSN: 2964-1993; p-ISSN: 2964-0776, Hal 104-108
DOI : https://doi.org/10.59024/jnb.v2i1.306

Edukasi Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Terhadap Produk UMKM Di Desa Mojopilang

Digital Marketing Education As An Effort To Improve Marketing Of Msme Products In Mojopilang Village

Mokhammad Ridha[1], Feliza Dwi A. P[2], Firdausi Achmad[3], Nurfatiqa Cahya R.S[4], Khalimatussa'diah[5], Angel Fortuna S. P[6], Muhammad Jihannudin R.J[7], Nurul Latifa[8], Firda Markhumatus. S[9], Ikhlasul Amin[10], Michael Adibuana[11], Moch Rian. A[12], Nuzul Alfiah[13], Santo Cahyo. N[14], Siti Nurhasanah[15], Sobit Dianto[16], Liza Natalia[17], Siti Aminah[18], Mohamad Ilham. A[19], Kristian Purba. K[20], Yustyan Ellen. F[21], Rachel Aura. K[22], Sherlly Ines. W[23]
[1-23] Universitas Mayjen Sungkono, Indonesia
Korespondensi Penuis: queenfirda3@gmail.com

Article History:
Received: 27 November 2023
Accepted: 28 Desember 2023
Published: 30 Januari 2024

Keywords: *UMKM, digital marketing*

Abstract: *Increasingly sophisticated technological developments can be used for business development. The most obvious impact is being able to increase sales, because digital marketing is a marketing medium that has a huge influence. The general aim of this research is to educate about the impact of digital marketing on sales volume for MSMEs in Mojopilang village. Therefore, we, students of the Real Work Lecture (KKN) at Mayjen Sungkono University, Mojokerto, are providing education to youth youth organizations in Mojopilang village about implementing digital marketing through the Shopee platform and other social media as a tool for marketing bamboo crafts in Mojopilang village. Because basically many of the human resources in Mojopilang village are old, so only the younger generation are able to implement digital marketing like this. From the research results, it is known that digital marketing still needs to be educated and taught to youth organizations to make it easier for business people to market bamboo craft products.*

Abstrak

Perkembangan tekonologi yang semakin canggih dapat digunakan sebagai pengembangan usaha. Dampak yang paling nyata adalah dapat meningkatkan penjualan, karena digital marketing adalah salah satu media pemasaran yang memberikan pengaruh yang sangat besar. Tujuan penelitian ini secara umum untuk mengedukasi dampak digital marketing terhadap volume penjualan bagi pelaku UMKM di desa Mojopilang . Maka dari itu kami mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto melalukan edukasi kepada para pemuda karang taruna di desa Mojopilang untuk penerapan digital marketing melalui platform shopee maupun media sosial yang lainya sebagai alat memasarkan kerajinan bambu yang ada di desa Mojopilang. Karena pada dasarnya Sumber Daya Manusia di desa Mojopilang banyak yang sudah berumur, sehingga yang mampu menerapkan pemasaran digital seperti ini hanya generasi muda. Dari hasil penelitian diketahui bahwa digital marketing masih perlu di edukasi dan di ajarkan kepada para pemuda karang taruna guna memudahkan para pelaku usaha dalam memasarakan produk kerajinan bambu..

Kata Kunci: UMKM, digital marketing

*Mokhammad Ridha, queenfirda3@gmail.com

PENDAHULUAN

Program studi Kuliah Kerja Nyata KKN yang di adakan di Universitas Mayjen Sungkono di harapkan dapat membangun desa dan bersinergi dengan masyarakat yang ada di wilayah Kecamatan Kemlagi sebagai bentuk pengabdian ilmu.

Desa Mojopilang adalah desa yang terletak di Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto. Desa Mojopilang memiliki potensi hasil anyaman bambu yang melimpah di masyarakatnya. Kami mahasiswa KKN Unimas 2023 mencoba membantu para pelaku usaha pengrajin anyaman di desa mojopilang untuk melakukan kegiatan ditigal marketing, namun karena keterbatasan Sumber daya manusia yang ada menjadi sedikit kendala bagi kami. Rata rata pengarajin anyaman bambu di desa Mojopilang memiliki usia rentah di 45 - 50 an ke atas dimana hal tersebut menjadikan mereka sedikit susah dalam memasarkan secara online.

Jadi kami menggandeng para pemuda di desa melalui karang taruna untuk melakukan sosialisasi bersama dengan dosen pihak kampus untuk memberikan wawasan terkait digital marketing guna memajukan hasil kerajinan anyaman bambu yang ada di desa Mojopilang. Bukan hanya itu kami juga memberikan inovasi produk guna meningkatkan daya tarik produk anyaman yang ada di disa Mojopilang.

Pemasaran digital telah menjadi pilihan umum bagi pelaku usaha karena kemampuan konsumen yang semakin baik dalam mengikuti perkembangan digital. Beberapa perusahaan secara bertahap mulai menggeser fokus dari model pemasaran konvensional dan beralih ke strategi pemasaran modern (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Oleh karena itu semakin berkembangnya era digitalisasi sekarang, kami berharap dapat membantu para pelaku usaha anyaman bambu di desa Mojopilang untuk memasarkan produknya secara lebih luas dan menyeluruh.

METODE

Kkn Sains tematik desa 2023 Unimas kelompok 11 di tempatkan di desa Mojopilang Kecamatan Kemlagi Mojokerto dengan waktu 1 Minggu, mulai dari tanggal 10 Desember sampai 16 desember 2023 yakni dengan melakukan program sosialisasi terhadap pelaku UMKM anyaman bambu di desa Mojopilang.

Tahap Observasi

Tahapan pengamatan terhadap setiap UMKM anyaman bambu yang ada di desa Mojopilang. Setelah melakukan pengamatan tersebut kami melakukan pencatatan terhadap informasi yang kami peroleh.

Tahap Wawancara

Dengan melakukan wawancara secara langsung kepada pelaku usaha kami dapat mengetahui apa yang dibutuhkan dan dapat melakukan riset untuk apa yang akan kita lakukan nantinya

Tahap Sosialisasi

Setelah kami mengumpulkan data dari banyaknya pelaku usaha anyaman bambu di desa Mojopilang. Kami membentuk forum sosialisasi guna memberikan informasi dan edukasi kepada para pelaku usaha sebagai salah satu cara untuk meningkatkan penjualan secara menyeluruh dalam penjualan dalam sektor anyaman bambu.

HASIL

Gambar 1. Melakukan Sesi Tanya Jawab Dengan Salah Satu Pengerajin Anyaman Bambu

Dari hasil pengamatan yang kita lakukan selama 7 hari di desa Mojopilang kami mendapatkan informasi bahwa sebagian besar mata pencaharian masyarakat di desa Mojopilang adalah sebagai pengrajin anyaman bambu sebagai kandang ayam maupun burung. Dari para pelaku usahanya juga yang memiliki rentan usia dari 40 – 50 tahun keatas menjadikan sedikit kendala untuk melakukan pemasaran secara online. Karena sebagian banyak dari hasil anyaman kandang yang mereka buat di kulak oleh pengepul.

Bukan hanya itu, karena banyaknya pengerajin bambu sebagai kurungan atau kandangan ayam membuat kami berpikir untuk mengusulkan inovasi produk baru, dan juga mencoba menggerakan para pemuda karang tarunanya untuk berinovasi.

Sehingga kami memutuskan untuk mengadakan sosialisasi bersama dengan karang taruna. Harapan kami mengandeng karang taruna agar dapat memudahkan para pengusaha pengerajin bambu yang ada di desa Mojopilang dapat mengerti dan menguasai apa yang disebut dengan digital marketing, sehingga dapat memperluas relasi

DISKUSI

Gambar 2. Sosialisasi Pemasaran Digital

Berdasarkan dari hasil dari diskusi pemasaran digital yang dilakukan bersama dengan pemuda karang taruna di desa Mojopilang. Kebanyakan dari para pemuda karang taruna tersebut telah mengenal apa itu yang dimaksud dengan pemasaran digital. Namun, hanya sama mereka kurang memahami bagaimana cara menggunakannya.

Dari beberapa masyarakat tersebut bisa dikatakan mengerti dan tau apa itu pemasaran digital. Namun tinggal kesadaran dan kemauan juga dibutuhkan, seperti halnya dengan Sumber Daya Manusia yang ada. Seperti hal nya jika pemasaran digital dapat di akses dengan mudah, tetapi minat dan kemauan dari Sumber Daya Manusianya kurang maka sama saja tidak akan berjalan bersinergi.

Kami juga mencoba untuk memberikan contoh kecil dengan berinovasi membuat produk baru seperti hampers, kotak tisu, dan juga tempat lampu. Namun, dengan keterbatasan Sumber Daya Manusia yang ada membuat pengerajin di desa Mojopilang bertahan dengan anyaman bambu sebagai kandangan ayam dan burung

KESIMPULAN

Warga desa Mojopilang masih membutuhkan edukasi dan arahan lebih lanjut terkait dengan inovasi produk dan pemasaran digital. Dengan ini kami harapakan bisa membantu lebih lanjut terkait dengan UMKM pengarajin anyaman bambu di desa Mojopilang.

Dengan dilakukanya pengabdian masyarakat dari KKN Sains Tematik Desa Unimas 2023 kedepanya dapat memberikan wawasan juga pandangan baru untuk warga desa Mojopilang terkait dengan sumber daya yang ada agar dapat lebih dimaksimalkan lagi untuk membangun ekonomi yang lebih pesat kedepannya.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami dari kelompok 11, KKN Sains Tematik Desa 2023 Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada pihak kampus yang telah memberikan kami kesempatan untuk menerapkan ilmu yang kami terima selama pembelajaran di kampus untuk di aplikasi kepada masyarakat luar. Dan juga kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) yang telah memberikan kami izin untuk melakukan kegiatan pengabdian masyarakat ini selama 8 hari. Tak lupa pula kami ucapkan kepada para dosen pembimbing yang telah membantu kami dalam menyelenggarakan kegetian pengabdian ini agar berjalan dengan baik dan tuntas.

DAFTAR REFERENSI

Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, *1*(2), 61-76.

Matutu, M. H. B. D., Farid, F., & Anisah, A. (2023). Implementasi Digital Marketing Pada Pemasaran Produk Olahan Bambu Di Desa Kotapulu Kecamatan Dolo. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, *1*(2), 120-129.

Nurcahyanie, Y. D., Suharyanto, S., & Suparman, S. (2017). PENINGKATAN KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA PADA INDUSTRI KERAJINAN ANYAMAN UNTUK PEMENUHAN PASAR EKSPOR. *Jurnal Penamas Adi Buana*, *2*(2), 9-18.

Saputra, M. H., & Murhadi, M. (2023). Akselerasi Peningkatkan Kinerja UMKM Pengerajin Bambu Melalui Digital Marketing. *Surya Abdimas*, *7*(3), 401-413.