

Inovasi Pemasaran Digital: Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM di Desa Sukadana, Kabupaten Pesawaran

TM Zaini¹, Driya Wiryawan², Randi Estian Pambudi³, Nisar⁴

^{1,3,4}Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

²Universitas Lampung

Alamat Jl. ZA. Pagar Alam No.93, Gedong Meneng, Kec. Rajabasa, Kota Bandar Lampung, Lampung,
e-mail : tmzaini@darmajaya.ac.id¹

ABSTRACT

This Community Service Activity (PKM) aims to empower the Sukadana Village community by increasing knowledge and skills in the economic and digital marketing aspects, especially for MSME actors. The method used in this PKM is divided into several stages, namely preparation and implementation. In the preparation stage, a team consisting of five speakers and two student facilitators is determined, workshop materials are prepared, and the time and location of the activity are determined. The implementation stage involves coordination with the Village Head and village officials, as well as communication with the community to determine the optimal time and number of participants. The workshop includes the delivery of material on basic economic principles and digital marketing strategies, followed by interactive discussions. Evaluation is carried out to measure the success of the program and identify areas of improvement, as well as to prepare a follow-up plan to ensure the application of sustainable knowledge. With this method, PKM is expected to provide real and sustainable benefits to the Sukadana Village community.

Keywords – Community Service, MSMEs, Community Empowerment, Digital Marketing, Village Economy

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat Desa Sukadana melalui peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam aspek ekonomi dan pemasaran digital, khususnya bagi pelaku UMKM. Metode yang digunakan dalam PKM ini terbagi menjadi beberapa tahap, yaitu persiapan dan pelaksanaan. Pada tahap persiapan, dilakukan penentuan tim yang terdiri dari lima narasumber dan dua mahasiswa fasilitator, penyiapan materi workshop, serta penentuan waktu dan lokasi kegiatan. Tahap pelaksanaan melibatkan koordinasi dengan Kepala Desa dan aparat desa, serta komunikasi dengan masyarakat untuk menentukan waktu dan jumlah peserta yang optimal. Workshop mencakup penyampaian materi tentang prinsip dasar ekonomi dan strategi pemasaran digital, diikuti dengan diskusi interaktif. Evaluasi dilakukan untuk mengukur keberhasilan program dan mengidentifikasi area perbaikan, serta menyusun rencana tindak lanjut untuk memastikan penerapan pengetahuan yang berkelanjutan. Dengan metode ini, PKM diharapkan dapat memberikan manfaat nyata dan berkelanjutan bagi masyarakat Desa Sukadana.

Kata Kunci – Pengabdian Kepada Masyarakat, UMKM, Pemberdayaan Masyarakat, Pemasaran Digital, Ekonomi Desa

1. PENDAHULUAN

Pemerintah memainkan peran yang sangat penting dan menentukan dalam perkembangan ekonomi daerah, terutama dalam hal mewujudkan pemerataan ekonomi dan pembangunan. Pembangunan perdesaan yang inklusif merupakan solusi untuk mencapai tujuan ini (Susanto & Sukarno, 2021). Untuk pembangunan perdesaan, pemberdayaan masyarakat, dan modernisasi pertanian, perpaduan agrobisnis dan agroindustri harus menjadi model dalam mengimbangi pertumbuhan ekonomi dengan upaya pemberdayaan

masyarakat. Selain itu, upaya ini bertujuan untuk menumbuhkan usaha kecil dan menengah (UMKM) di wilayah tersebut.

Pembangunan yang harus diprioritaskan dalam pemulihan ekonomi harus didasarkan pada jumlah sumber daya yang tersedia dan kondisi aktual di lapangan. Pembangunan daerah di Kabupaten Pesawaran harus mengutamakan usaha yang berkaitan dengan sumber daya alam karena ketersediaan sumber daya alam dan budaya masyarakat yang diperlukan untuk mengolah sumber daya alam. Ini telah menjadi kebiasaan masyarakat dan menunjukkan perkembangan yang baik.

Tujuan dari Program Kemitraan Masyarakat (PKM) adalah untuk menghidupkan kembali UMKM yang sempat terhenti oleh pandemi COVID-19. Program ini mencari solusi untuk berbagai masalah dan situasi yang dihadapi masyarakat, salah satunya adalah keadaan ekonomi pasca pandemi. Di Desa Sukadana, Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran, PKM ini dilakukan.

Pada tahun 2022, Desa Sukadana ditetapkan sebagai desa pedesaan dan dikategorikan sebagai desa swadaya, menurut data Kecamatan Gedong Tataan dalam Angka yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Pesawaran. Secara topografis, Desa Sukadana didominasi oleh penduduk yang bekerja sebagai petani dan buruh tani, meskipun beberapa orang juga mendirikan usaha kecil dan menengah (UMKM). Beberapa masalah yang dihadapi oleh UMKM di Desa Sukadana termasuk pemasaran produk yang masih dilakukan secara konvensional dan kemasan produk yang tidak menarik. Dengan kemajuan teknologi, khususnya media sosial, ada peluang besar untuk memanfaatkan platform ini untuk menjual produk Anda. Kegiatan PKM ini dapat membantu mengatasi masalah-masalah yang ada di Desa Sukadana (Yulia et al., 2021).

Berdasarkan latar belakang ini, PKM dengan judul "Inovasi Pemasaran Digital: Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM di Desa Sukadana, Kabupaten Pesawaran" akan bekerja sama dengan masyarakat untuk menemukan potensi dan menyelesaikan masalah. Dengan demikian, desa dapat memaksimalkan potensinya dan menemukan solusi untuk masalahnya.

Workshop yang akan diadakan oleh tim PKM akan membahas strategi pemasaran di era digital. Saat ini, produk UMKM hanya dipasarkan di sekitar desa, seperti di toko atau

grosir, dan perlu segera diatasi. Di Desa Sukadana, Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran, bisnis kecil dan menengah (UMKM) dapat menggunakannya sebagai platform untuk memasarkan produk mereka (Yuliana, 2021).

Workshop ini akan mencakup berbagai strategi pemasaran digital, mulai dari penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, hingga platform e-commerce seperti Tokopedia dan Shopee. Peserta akan diajarkan cara membuat konten yang menarik, mengoptimalkan penggunaan hashtag, serta memanfaatkan fitur iklan berbayar di media sosial untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, aspek penting lainnya seperti desain kemasan produk juga akan dibahas untuk meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen (Ye et al., 2021).

Pelatihan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan baru kepada pelaku UMKM di Desa Sukadana dalam memasarkan produknya secara lebih efektif dan efisien. Dengan demikian, produk UMKM dari desa ini dapat lebih dikenal luas dan mampu bersaing di pasar yang lebih besar. Diharapkan juga bahwa dengan meningkatnya pemasaran digital, omset dari UMKM di Desa Sukadana akan meningkat signifikan, membantu pemulihan ekonomi desa pasca pandemi COVID-19.

Selain workshop, tim PKM juga akan memberikan pendampingan dan bimbingan berkelanjutan kepada pelaku UMKM di Desa Sukadana. Ini mencakup bantuan dalam mengelola akun media sosial, pembuatan konten pemasaran, serta analisis pasar untuk memahami tren dan preferensi konsumen. Pendampingan ini bertujuan untuk memastikan bahwa pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dari workshop dapat diaplikasikan dengan baik dan berkelanjutan.

Dengan adanya inisiatif ini, diharapkan masyarakat Desa Sukadana, khususnya pelaku UMKM, dapat lebih berdaya saing dan mandiri secara ekonomi. Program ini tidak hanya akan meningkatkan pendapatan masyarakat desa, tetapi juga akan menciptakan lapangan kerja baru, mengurangi tingkat kemiskinan, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Pemerintah daerah diharapkan terus mendukung upaya-upaya seperti ini untuk menciptakan pemerataan pembangunan dan ekonomi di seluruh wilayah Kabupaten Pesawaran.

METODE PENGABDIAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini terbagi dalam beberapa tahap sebagai berikut:

Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan, dilakukan beberapa langkah penting yang meliputi:

1. **Penyiapan Sumber Daya:**

- Penentuan tim pengabdian yang terdiri dari lima narasumber dan melibatkan dua mahasiswa sebagai fasilitator.
- Tim ini akan bertanggung jawab atas keseluruhan pelaksanaan kegiatan, memastikan setiap anggota memahami peran dan tugas mereka.

2. **Penyiapan Materi Workshop:**

- Materi yang disiapkan mencakup aspek ekonomi dan strategi pemasaran digital.
- Penyiapan materi ini penting untuk memastikan bahwa workshop yang diberikan relevan dan bermanfaat bagi peserta, terutama dalam konteks pemberdayaan UMKM dan pemasaran digital (Yulia et al., 2021).

3. **Penentuan Waktu dan Lokasi Pelaksanaan:**

- Menentukan waktu pelaksanaan serta lokasi kegiatan dengan mempertimbangkan ketersediaan peserta dan mitra.
- Lokasi yang dipilih haruslah mudah diakses oleh semua peserta dan dilengkapi dengan fasilitas yang memadai untuk mendukung pelaksanaan workshop.

4. **Tahap Pelaksanaan**

Pada tahap pelaksanaan, fasilitator berkomunikasi dengan mitra, yaitu masyarakat Desa Sukadana, melalui koordinasi dengan Kepala Desa serta aparat terkait. Langkah-langkah yang diambil meliputi:

a. **Koordinasi dengan Kepala Desa dan Aparat Desa:**

- Fasilitator melakukan koordinasi untuk menentukan waktu yang tepat dan jumlah peserta yang akan mengikuti kegiatan.
- Koordinasi ini penting untuk memastikan partisipasi yang optimal dari masyarakat desa, serta untuk mengatur logistik dan kebutuhan teknis lainnya.

b. **Komunikasi dengan Masyarakat Desa Sukadana:**

- a. Menginformasikan masyarakat tentang tujuan dan manfaat dari kegiatan pengabdian ini.

- b. Mendorong partisipasi aktif dari masyarakat dengan menjelaskan bagaimana kegiatan ini dapat membantu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam aspek ekonomi dan pemasaran digital.

5. Pelaksanaan Workshop

Selama workshop, narasumber akan menyampaikan materi yang telah disiapkan dan melakukan interaksi aktif dengan peserta. Kegiatan ini mencakup:

a. Penyampaian Materi Ekonomi dan Pemasaran Digital:

- Narasumber akan memberikan presentasi tentang prinsip-prinsip dasar ekonomi yang relevan dengan pengembangan UMKM, serta strategi pemasaran digital yang efektif.
- Materi ini disampaikan dengan metode yang interaktif dan praktis, sehingga peserta dapat langsung menerapkan pengetahuan yang diperoleh.

b. Diskusi dan Tanya Jawab:

- Sesi diskusi dan tanya jawab akan diadakan untuk memastikan bahwa peserta memahami materi yang disampaikan dan dapat mengatasi masalah yang mereka hadapi dalam konteks lokal mereka.
- Fasilitator dan narasumber akan memberikan jawaban dan solusi praktis yang dapat diterapkan oleh peserta.

6. Evaluasi dan Tindak Lanjut

Setelah kegiatan selesai, dilakukan evaluasi untuk mengukur keberhasilan program dan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki. Evaluasi ini mencakup:

a. Umpan Balik dari Peserta:

- Mengumpulkan umpan balik dari peserta mengenai materi workshop dan pelaksanaannya.
- Umpan balik ini digunakan untuk meningkatkan kualitas kegiatan pengabdian di masa mendatang.

b. Tindak Lanjut:

- Menyusun rencana tindak lanjut untuk memastikan bahwa pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh peserta dapat diterapkan secara berkelanjutan dalam pengembangan UMKM di Desa Sukadana.
- Fasilitator akan terus berkomunikasi dengan masyarakat untuk memberikan dukungan tambahan jika diperlukan.

Dengan metode ini, diharapkan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dapat memberikan manfaat yang nyata dan berkelanjutan bagi masyarakat Desa Sukadana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian ini dilakukan dua kali dan berkonsentrasi pada aspek ekonomi dan strategi pemasaran digital. Di Desa Sukadana, Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) mengadakan seminar digital marketing yang sangat penting untuk mendukung UMKM lokal. Kegiatan ini tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis kepada para pelaku UMKM tetapi juga memberikan keterampilan praktis yang dapat mereka gunakan untuk mengembangkan bisnis mereka di era digital.

Seminar ini memperkenalkan platform iklan digital seperti media sosial (Facebook, Instagram, TikTok), mesin pencari (Google), dan marketplace (Shopee, Tokopedia). Peserta diajarkan cara mengoptimalkan platform tersebut untuk meningkatkan penjualan, kesadaran merek, dan jangkauan pasar (Yuliana, 2021); (Ye et al., 2021);. Fokus khusus diberikan pada rebranding produk UMKM, dengan bimbingan dalam merancang ulang kemasan dan logo agar lebih menarik dan profesional. Workshop ini juga menciptakan kesempatan bagi peserta untuk berbagi pengalaman dan membangun jaringan. Tim PKM menyediakan pendampingan lanjutan untuk membantu implementasi strategi yang dipelajari. Diharapkan UMKM Desa Sukadana dapat mengembangkan bisnis, meningkatkan daya saing, dan berkontribusi positif bagi ekonomi lokal dan nasional.

Workshop pertama yang berfokus pada aspek ekonomi bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai prinsip-prinsip dasar ekonomi yang relevan dengan pengembangan UMKM. Para peserta diajarkan bagaimana mengelola keuangan usaha, membuat perencanaan bisnis yang baik, serta memahami dinamika pasar dan strategi penetapan harga. Pengetahuan ini sangat penting untuk memastikan bahwa UMKM memiliki fondasi ekonomi yang kuat dan mampu bertahan dalam jangka panjang.

Pada workshop kedua yang berfokus pada strategi pemasaran digital, peserta diajak untuk memahami pentingnya pemasaran digital dalam era modern. Mereka diperkenalkan pada berbagai alat dan teknik pemasaran digital yang efektif, termasuk penggunaan media sosial, optimasi mesin pencari (SEO), dan pemasaran konten. Para pelaku UMKM diajarkan

cara membuat kampanye pemasaran yang menarik dan bagaimana menganalisis kinerja kampanye mereka untuk melakukan perbaikan berkelanjutan.

Salah satu bagian penting dari workshop ini adalah sesi praktek langsung di mana peserta diberi kesempatan untuk menerapkan apa yang telah mereka pelajari. Mereka diajak untuk membuat rencana pemasaran digital untuk produk mereka sendiri, yang kemudian mendapatkan umpan balik dan saran dari narasumber dan fasilitator. Hal ini memungkinkan peserta untuk mendapatkan pengalaman langsung dan memastikan bahwa mereka dapat mengaplikasikan keterampilan baru mereka dalam situasi nyata.

Tim PKM juga mengidentifikasi beberapa UMKM dengan potensi tinggi dan memberikan pendampingan lebih intensif. Pendampingan ini mencakup bantuan dalam merancang dan menjalankan kampanye pemasaran digital, serta penyesuaian strategi berdasarkan hasil yang diperoleh. Dengan cara ini, UMKM terpilih mendapatkan dukungan tambahan untuk mempercepat pertumbuhan dan perkembangan mereka.

Hasil dari kegiatan PKM ini sangat positif. Para peserta melaporkan peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam ekonomi dan pemasaran digital. Banyak dari mereka yang mulai menerapkan strategi baru dalam bisnis mereka dan melihat peningkatan penjualan serta kesadaran merek. Tim PKM juga mencatat bahwa kegiatan ini telah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di Desa Sukadana berhasil memberikan dampak positif bagi pemberdayaan UMKM setempat. Melalui dua workshop yang fokus pada aspek ekonomi dan strategi pemasaran digital, para pelaku UMKM dibekali dengan pengetahuan teoritis dan keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam mengembangkan bisnis mereka di era digital.

Workshop pemasaran digital mempelajari berbagai platform pemasaran digital, seperti marketplace, media sosial, dan mesin pencari, serta cara mengoptimalkan penggunaan platform tersebut untuk menjangkau target pasar yang lebih luas, meningkatkan kesadaran merek, dan meningkatkan penjualan. Rebranding produk juga mendapat perhatian khusus. Bimbingan diberikan untuk merancang ulang kemasan dan logo produk agar tampak lebih menarik dan lebih tampil profesional.

Interaksi antara peserta, diskusi, dan sesi tanya jawab selama workshop memungkinkan para pelaku UMKM untuk berbagi pengalaman dan membangun jaringan yang kuat. Pendampingan lanjutan yang disediakan oleh Tim PKM juga membantu peserta dalam menerapkan strategi digital marketing dan rebranding secara efektif.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan para peserta dalam bidang ekonomi dan pemasaran digital, yang tercermin dalam peningkatan penjualan dan kesadaran merek produk mereka. Selain itu, kegiatan ini berhasil membangun jaringan yang kuat di antara para pelaku UMKM, yang dapat menjadi sumber dukungan dan kolaborasi di masa depan.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini membuktikan bahwa dengan pengetahuan dan keterampilan yang tepat, UMKM dapat berkembang dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Tim PKM berkomitmen untuk terus mendukung pemberdayaan masyarakat melalui program-program yang relevan, dengan harapan UMKM Desa Sukadana dapat terus berinovasi dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian lokal dan nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Susanto, O. A., & Sukarno, G. (2021). Analisis Kompetensi Entrepreneurial, Strategi Kewirausahaan dan Modal Sosial terhadap Kinerja Usaha pada UMKM Mebel di Kota Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(3), 673–685. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i3.713>
- Ye, G., Hudders, L., De Jans, S., & De Veirman, M. (2021). The Value of Influencer Marketing for Business: A Bibliometric Analysis and Managerial Implications. *Journal of Advertising*, 50(2), 160–178. <https://doi.org/10.1080/00913367.2020.1857888>
- Yulia, S., Siswanto, R. A., Gumilar, G., & Telkom, U. (2021). Perancangan Rebranding dan Media Promosi UMKM Royal Sticker Bojonegoro. *E-Proceeding of Art & Design*, 8(6), 3151–3161. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/view/16896>
- Yuliana, Y. (2021). Peningkatan Daya Saing Bisnis melalui Technopreneurship. *Reviu Akuntansi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(2), 103–113. <https://doi.org/10.35912/rambis.v1i2.556>