

PEMASARAN ONLINE PRODUK UMKM DESA JATISARI (POLES JARI)

Fitra Martianingsih¹⁾, Sururi Nafisah²⁾, Asmuni, S.Sos, M.AP³⁾

1) Prodi Ilmu Administrasi Niaga
STIA Pembangunan Jember
email : ¹⁾Fitramartia1@gmail.com

2) Prodi Ilmu Administrasi Niaga
STIA Pembangunan Jember
³⁾ririnnafisah94@gmail.com

³⁾Dosen Prodi Ilmu Administrasi Negara
STIA Pembangunan Jember
email : ³⁾asmuni.mumun01@gmail.com

ABSTRAK

Artikel ini ingin melihat kondisi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Desa Jatisari Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember yang masih terperangkap dalam penjualan konvensional (Offline). Adapun beberapa fenomena yang kami temukan, yang pertama pengetahuan para pelaku usaha mengenai pemasaran online sangat minim. Temuan yang kedua adalah kurangnya kesadaran para pelaku usaha mengenai pentingnya pemasaran online di era revolusi 4.0. Oleh karena itu kami selaku mahasiswa KKN angkatan tahun 2019 ingin mengajak para pelaku usaha Desa Jatisari mengembangkan usaha-usaha tersebut dengan melakukan Pemasaran Online. Langkah-langkah yang akan dilakukan yaitu : 1) Membuat akun, 2) Sosialisasi penggunaan akun dan cara promosi melalui media sosial, 3) Pendampingan selama kegiatan, 4) Monev.

Kata Kunci : UMKM, Pemasaran Online

ABSTRACT

This article wants to see the condition of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Jatisari Village, Jenggawah Sub-District, Jember Regency, which is still trapped in conventional sales (Offline). As for some of the phonemes that we have found, the first is the lack of knowledge of business people about online marketing. The second finding is the lack of awareness of business people regarding the importance of online marketing in the revolutionary era 4.0. Therefore, we as KKN students in the year 2019 would like to invite business people in Desa Jatisari to develop these businesses by conducting Online Marketing. Steps to be taken are: 1) Creating an account, 2) Socializing account usage and how to promote through social media, 3) Assistance during activities, 4) Monitoring and Evaluation

Keywords : UMKM, Online Marketing

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut UU No.20 tahun 2008, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu. (www.ukmindonesia.id)

UMKM memiliki banyak manfaat bagi suatu negara. Tidak hanya membantu perekonomian suatu negara tetapi juga dapat membantu permasalahan yang sangat rumit sekali yaitu masalah pengangguran. Semakin banyak kegiatan usaha yang ada, maka semakin banyak pula menyerap tenaga kerja. Oleh karena itu, pemerintah saat ini berusaha untuk membantu mengembangkan UMKM yang ada didaerah-daerah dengan tujuan meningkatkan perekonomian negara dan mengurangi pengangguran.

Kami selaku mahasiswa KKN tahun 2019 juga ingin membantu dalam program pengembangan UMKM tersebut. Pengembangan UMKM yang akan kami lakukan di Desa Jatisari untuk para pelaku usaha yaitu dengan cara memanfaatkan teknologi digital atau pemasaran online untuk memperluas jaringan pemasaran dan meningkatkan penjualan produk-produk UMKM yang ada di Desa Jatisari. Mengingat bahwa pemasaran online sangat penting di Era Revolusi Industri 4.0. kegiatan pengembangan ini kami sebut POLES JARI (Pemasaran Online Produk UMKM Desa Jatisari).

Era revolusi Industri 4.0 adalah era dimana hampir semua kegiatan menggunakan teknologi digital, termasuk kegiatan berbisnis. Era digital membawa pengaruh untuk kehidupan manusia, karena banyak membantu dalam setiap kegiatan manusia. Para pelaku usaha dapat mencari peluang meningkatkan penjualannya melalui pemasaran online karena banyak manfaat yang didapat diantaranya : 1) Memperluas jaringan pemasaran, 2) Menghemat waktu dan tenaga, 3) Proses lebih mudah, 4) Mudah untuk di pantau.

Pemasaran online adalah pemasaran produk-produk dengan menggunakan media elektronik atau internet. Tujuan pemasaran online adalah untuk menjual barang, jasa atau iklan melalui internet. Namun tidak hanya itu saja, tujuan lainnya yaitu untuk mengkomunikasikan pesan tentang dirinya (membangun mereknya). Pemasaran online dapat menjadi cara yang sangat efektif untuk mengetahui apa keinginan dan kebutuhan para pelanggan. Pemasaran online ini dapat melalui situs media sosial seperti facebook, instagram, twitter, whatsapp dll.

Desa Jatisari sudah memiliki beberapa UMKM. Dengan adanya UMKM tersebut maka kami berharap dapat membantu para pelaku usaha/UMKM untuk mengembangkan usahanya dengan cara memanfaatkan teknologi digital/pemasaran online, mengingat bahwa teknologi digital sangat diperlukan dalam dunia marketing di era revolusi 4.0.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang harus diselesaikan dalam kegiatan ini, diantaranya :

1. Apakah masih banyak pelaku usaha di Desa Jatisari yang belum menggunakan Pemasaran Online?
2. Apakah para pelaku usaha di Desa Jatisari sudah mengetahui tentang Pemasaran Online?
3. Apakah pelaku usaha di Desa Jatisari menyadari akan pentingnya Pemasaran Online di era revolusi 4.0?

1.3 Tujuan

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam kegiatan ini, yaitu:

1. Membuatkan akun media sosial setiap pelaku usaha di desa Jatisari untuk memasarkan produknya
2. Memberikan pengetahuan kepada para pelaku usaha di desa Jatisari bagaimana cara memasarkan produknya melalui Pemasaran Online
3. Mendorong para pelaku usaha di desa Jatisari untuk menyadari bahwa Pemasaran Online penting dan sangat diperlukan di era revolusi 4.0

1.4 Manfaat Kegiatan

Manfaat kegiatan ini adalah :

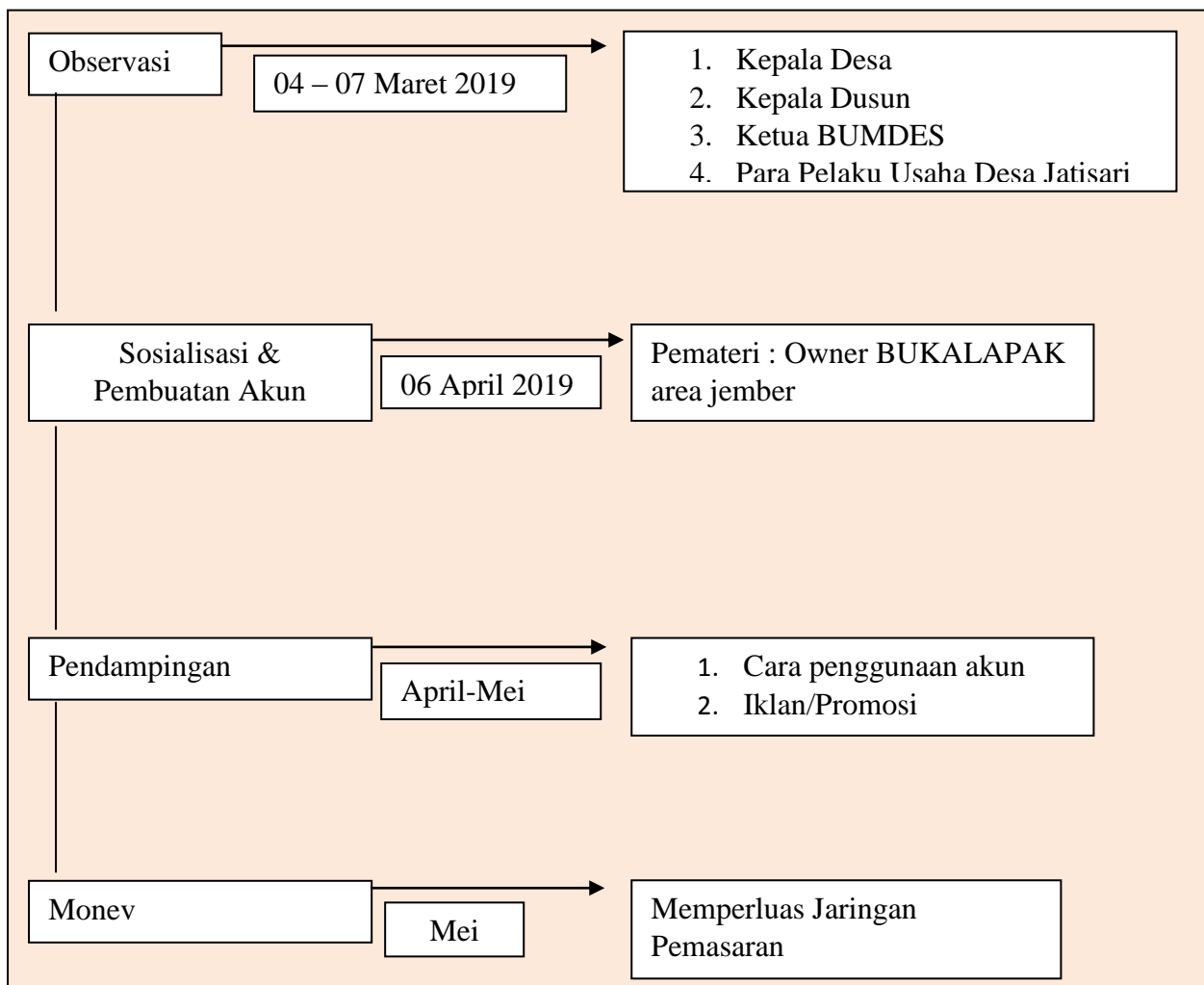
1. Para pelaku usaha dapat memasarkan produknya melalui media sosial yang sudah dibuatkan
2. Menambah pengetahuan kepada para pelaku usaha desa Jatisari dalam memasarkan produk melalui Pemasaran Online
3. Membantu para pelaku usaha menggunakan Pemasaran Online agar dapat memperluas jaringan pemasaran dan meningkatkan penjualan.

2. TUJUAN

Penulisan artikel ini bertujuan untuk mengangkat permasalahan yang terjadi pada UMKM Desa Jatisari agar nantinya dapat menjadi acuan untuk mengembangkan kegiatan yang sudah ada pada tahun ini dan agar dapat memperbaiki kegiatan yang akan dilaksanakan selanjutnya. Kami berharap agar kegiatan ini dapat membantu para pelaku usaha di Desa Jatisari dalam memperluas jaringan pemasaran dengan menggunakan media sosial untuk pemasaran online.

3. METODE PELAKSANAAN

Adapun beberapa skema metode yang akan dilakukan dalam pengembangan UMKM di Desa Jatisari adalah :



3.1 Observasi

Kegiatan Observasi dilakukan selama empat hari di mulai hari senin tanggal 4 Maret 2019 sampai hari kamis tanggal 7 Maret 2019. Kegiatan observasi ini dilakukan dirumah Kepala Desa, Kepala Dusun, Ketua BUMDES, dan Masyarakat pelaku usaha Desa Jatisari.

3.2 Sosialisasi dan Pembuatan akun

Sosialisai ini dilakukan pada hari Sabtu tanggal 06 April 2019. Untuk kegiatan ini kami telah mengundang owner dari BUKALAPAK area Jember untuk menjadi pemateri.

3.3 Pendampingan

Agar kegiatan pengembangan UMKM ini dapat berjalan lancar maka kami akan melakukan pendampingan terhadap para pelaku usaha Desa Jatisari.

3.4 Monev

Terakhir adalah monev terhadap kegiatan pengembangan UMKM dengan memanfaatkan teknologi digital di Desa Jatisari. Kegiatan ini diharapkan agar

kedepannya para pelaku usaha mampu memperluas jaringan pemasaran produknya sehingga dapat meningkatkan penjualan dan laba.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan POLES JARI memberikan pengaruh terhadap para pelaku usaha di Desa Jatisari, terbukti adanya respon yang baik dari mereka yang ingin tahu dan ingin belajar tentang pemasaran Online. Adanya sosialisasi dan pendampingan akan menambah pengetahuan mereka dalam memperluas jaringan pemasaran produknya. Berikut adalah tabel data UMKM di Desa Jatisari :

Nama Pemilik UMKM	Usaha	Dusun	Jenis Pemasaran
Eka puspita sari	Baju	Krajan	Online (WA,FB)
Silvi Diastuti	Kerudung	Krajan	Online (WA,FB)
Ferly	Sepatu	Sukosari	Online (WA, FB, IG)
Lutviatul Muniroh	Tape	Sukosari	Offline
Siti Nur Hofifah	Jajanan Tradisional	Sukosari	Offline
Hosnil Hawatin	Baju	Sukosari	Offline
Farida	Cilok	Grujugan	Offline
Ita Handayani	Es Lilin	Sukosari	Offline
M. Bahril	Tape	Sukosari	Offline
Wiwin	Aksesoris	Grujugan	Online (WA,FB)
Siska Oktaviana	Kerudung	Grujugan	Online (WA,FB)
P. Sarkam	Tas Batik	Sukosari	Offline
Juwita	Tas	Grujugan	Online
Tustiati	Aksesoris	Sukosari	Online
Siti Maimunah	Roti Manis	Sukosari	Offline
Yuliatin	Krupuk	Sukosari	Offline

Dewi Yuliana	Tas Batik	Sukosari	Offline
Miswati	Bakso	Krajan	Offline

Sumber Data : Ketua BUMDES Desa Jatisari

Berdasarkan tabel diatas masih banyak para pelaku usaha yang belum menggunakan teknologi digital dalam melakukan kegiatan pemasaran produknya, sehingga dapat dijadikan target dalam kegiatan POLES JARI.

4.1 Proses Pelaksanaan kegiatan POLES JARI

Kegiatan ini diawali dengan observasi kepada kepala Desa untuk mencari informasi dari bapak kades yaitu Bapak Hasan. Kemudian, Observasi selanjutnya kami lakukan dirumah ketua BUMDES untuk mendapatkan informasi mengenai data-data warga Desa Jatisari yang sudah memiliki usaha mikro, kecil maupun menengah (UMKM). Selanjutnya Observasi kerumah Kepala Dusun (Dusun Krajan, Dusun Grujungan, dan Dusun Sukosari) untuk mencari informasi alamat-alamat warga yang memiliki UMKM berdasarkan data yang diberikan oleh ketua BUMDES. Yang terakhir kami melakukan Observasi dirumah warga-warga yang sudah memiliki UMKM, sehingga kami dapat mengetahui usaha-usaha tersebut..

Kegiatan selanjutnya adalah kegiatan sosialisasi. Kegiatan Sosialisasi bertujuan untuk menambah wawasan para pelaku usaha Desa jatisari tentang pemasaran online dan pentingnya pemasaran online di era revolusi 4.0. Sosialisasi ini juga mengajarkan kepada para pelaku usaha bagaimana cara berpromosi di Media Sosial. Kemudian setelah diadakan sosialisasi kami membuat akun untuk para pelaku usaha Desa Jatisari. Akun yang sudah kami buat berupa akun media sosial Facebook, Instagram dan Bukalapak. Akun yang sudah dibuat akan diserahkan kepada ketua BUMDES sebagai mitra kami dan yang akan menjadi pengelola akun tersebut. Kelompok para pelaku usaha dapat mengirimkan gambar produk kepada pengelola dan nantinya akan diposting di akun media sosial yang sudah dibuatkan.

Selama proses kegiatan kami akan ikut mendampingi, serta memperkenalkan beberapa distributor yang dapat menjadi penerima produk UMKM Desa Jatisari. Langkah awal dalam kegiatan pendampingan ini adalah penyerahan akun media sosial yang sudah jadi kepada pengelola akun dan mengajari bagaimana cara menggunakannya. Setelah itu kami mengajari kegiatan promosi produk/iklan. Pada tahap ini sebuah produk ditampilkan dengan visualisasi menarik disertai dengan ilustrasi/deskripsi produk, seperti bahan baku dan harga. Semakin menarik informasi yang ditampilkan maka akan memberikan kesempatan untuk konsumen melakukan pembelian produk. Sebuah iklan dapat dikatakan efektif, ketika iklan tersebut dapat diingat oleh pembaca. Selain penggunaan kata-kata yang menarik, tampilan produk secara visual/gambar juga dapat mempengaruhi pembelian. Dalam periklanan, bahasa dan gambar saling terkait erat dan saling menjelaskan.

Namun untuk beberapa UMKM tidak dapat di posting di akun Bukalapak, seperti produk makanan karena produk makanan adalah produk tidak tahan lama. Kami menyarankan produk makanan dapat di posting di akun Whatsapp, Facebook dan Instagram

karena jangkauannya lebih sempit. Produk makanan hanya bisa dijual di dekat daerah Desa Jatisari saja.

Pencapaian hasil kegiatan POLES JARI ini adalah menjadikan para pelaku usaha Desa Jatisari dapat melakukan kegiatan pemasaran melalui media sosial. Dengan begitu para pelaku usaha dapat memperluas jaringan pemasarannya. Berdasarkan hasil evaluasi selama kegiatan berlangsung terdapat pengaruh dari kegiatan pengembangan UMKM Desa Jatisari terhadap peningkatan jaringan pemasaran, dibuktikan dengan :

1. Adanya peningkatan pengetahuan tentang pemasaran online, yang dibuktikan dengan hasil evaluasi selama dua bulan pendampingan yang dilakukan, seperti yang awalnya tidak mengetahui cara pemasaran online akhirnya mereka tahu dan bisa.
2. Adanya perluasan jaringan pemasaran. Dengan bekal pengetahuan maka dapat membantu para pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya melalui pemasaran online. Dengan memperluas jangkauan pasar maka akan dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan Pengembangan UMKM Desa Jatisari, dapat ditarik Kesimpulan diantaranya :

Para pelaku usaha Desa Jatisari sangat berantusias untuk melakukan pembelajaran tentang pemasaran Online. Dengan bertambahnya pengetahuan para pelaku usaha Desa Jatisari tentang pemasaran online, maka mereka dapat memasarkan produk-produknya melalui media sosial sehingga tidak lagi hanya berjualan offline saja. Dengan melakukan pemasaran online akan dapat membantu para pelaku usaha Desa Jatisari dalam memperluas jaringan pemasarannya dan dapat mengembangkan usahanya tersebut.

Para pelaku usaha Desa Jatisari menjadi termotivasi dalam melakukan pemasaran produknya karna banyak sekali manfaat dari pemasaran online yaitu jangkauan lebih luas, menghemat waktu tenaga dan biaya, dan proses lebih mudah.

TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kami persembahkan untuk kampus tercinta yaitu STIA Pembangunan Jember yang telah memberi kesempatan kami dalam pelaksanaan pengabdian yang dilakukan di Desa Jatisari sehingga dengan kesempatan itu kami mampu memiliki tanggung jawab dalam bekerja bersama untuk masyarakat dalam memecahkan permasalahan yang ada yaitu kurangnya pengetahuan para pelaku usaha dalam pengembangan UMKM dengan memanfaatkan Teknologi Ditigal di Desa Jatisari.

Teruntuk dosen pembimbing penulisan PKM – AI Bapak Asmuni S.sos, M.AP yang senantiasa memberikan bimbingannya selama proses penulisan dan memberi arahan dalam proses pelaksanaan pengabdian di Desa Jatisari. Terakhir untuk perempuan kepala rumah

tangga di Desa Jatisari yang telah dan menyediakan tempat dan juga waktu untuk pelaksanaan kegiatan POLES JARI.

Kami juga mengucapkan banyak terimakasih kepada Kepala Desa jatisari karena sudah mengijinkan kami serta menyediakan tempat untuk kami sehingga program kegiatan ini dapat terlaksana. Tak luput juga kami ucapkan terimakasih kepada masyarakat Desa Jatisari yang sudah bekerja sama dalam kegiatan POLES JARI.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Koperasi Kab.Kulon Progo, 2014, *Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan menengah menurut UU No.20 Tahun 2008 tentang UMKM*, <http://koperasi.kulonprogokab.go.id/article-113.html>, di akses tanggal 10 juni 2019, pukul 15.00 WIB
- Azqiara, 2019, *Pengertian UMKM Secara Umum dan Menurut Para Ahli Lengkap*, <http://www.idpengertian.com>, di akses tanggal 13 juni 2019, pukul 08.00 WIB
- <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/62>, di akses tanggal 14 juni 2019, pukul 12.00 WIB