



## Peningkatan Kapasitas UMKM Desa Gelanggang Buwuh Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Strategi Pemasaran Digital

Dedi Supriadi

Manajemen, FBMB, Universitas Pendidikan Mandalika)

### Abstrak

Tujuan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kapasitas UMKM dalam upaya penjualan melalui strategi pemasaran digital. Metode yang digunakan berupa wawancara dan sosialisasi. Peningkatan kemampuan dan pengetahuan masyarakat dalam melakukan pemasaran digital terlihat dari meningkatnya jumlah penjualan produk UMKM di masyarakat Desa Gelanggang Buwuh. Kegiatan pengabdian di masa pandemi dapat mendukung bangkitnya semangat UMKM dan masyarakat untuk menjalankan roda perekonomian agar menjadi lebih stabil.

### Kata Kunci

Kapasitas UMKM,  
Pemasaran Digital.

### Pendahuluan

Pengaruh pandemi virus Covid-19 cukup memberikan dampak utamanya di bidang ekonomi, seperti halnya para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), yang dengan menurunnya produktifitas usaha, jangankan mendapatkan keuntungan, bahkan untuk mengembalikan modal saja belum tentu bisa. Pandemi telah menghancurkan sisi terpenting ekonomi yaitu *supply* (persediaan) dan juga *demand* (permintaan). Dari sisi *supply* banyak UMKM mengalami pengurangan aktivitas karena adanya kebijakan pembatasan interaksi sosial yang berujung pada terhentinya proses produksi, dan dari sisi *demand* berkurangnya permintaan atas barang dan jasa mengakibatkan banyak UMKM yang tidak dapat memaksimalkan keuntungan.

Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM (Kompas, 27 Maret 2020), setidaknya terdapat 949 laporan dari pelaku koperasi serta usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang terkena dampak wabah Covid-19. Fenomena ini juga turut dirasakan oleh sejumlah UMKM di Desa gelanggang buwuh. Beberapa efek dari Wabah Covid-19 antara lain adalah penjualan UMKM mengalami penurunan, kesulitan mendapatkan bahan baku karena kegiatan *supply* yang dibatasi sehingga berpengaruh pada terhambatnya proses produksi, serta terhambatnya distribusi karena adanya penerapan PSBB sehingga pengiriman atau penerimaan barang kepada konsumen menjadi terlambat.

Salah satu strategi pemulihan ekonomi adalah terhubung dengan ekosistem digital, dengan cara mendigitalisasi pasar agar para pelaku usaha bisa tetap melakukan aktivitas usahanya meskipun di tengah pandemi Covid-19. Pelaku UMKM bisa mulai berubah dalam membangkitkan usaha usahanya dan menyesuaikan diri di era *new normal* dengan memanfaatkan teknologi informasi (IT) di dalam bisnisnya. Namun upaya mengintegrasikan UMKM dengan ekosistem digital memerlukan ketrampilan khusus yang harus dikuasai oleh para pelaku usaha UMKM. Untuk itu maka menjadi hal yang cukup penting untuk dilakukannya pendampingan kapasitas UMKM dalam peningkatan penjualan melalui strategi pemasaran digital.



Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang penggunaan media sosial/digital sebagai salah satu media untuk mempromosikan barang dan jasa dalam meningkatkan penjualan ini dikarenakan minimnya pengetahuan masyarakat oleh karena itu diharapkan peserta kkn dapat memberikan ilmu pengetahuannya dalam menggunakan media social sebagai alat pemasaran di masa pandemic ini. Maka dari itu saya berinisiatif untuk memperkenalkan cara penggunaan media social kepada umkm dalam pemamfaatan sistem marketplace untuk penjualan produk, membuat konten marketplace serta teknik penjualan menggunakan marketplace sebagai alat untuk meningkatkan penjualan di masa pandemi covid-19.

### **Metode Pengabdian**

Metode pengabdian dimulai dari tahapan sosialisasi ke beberapa kalangan seperti Kepala Dusun Gelanggang Buwuh, dan pengusaha, wawancara dengan masyarakat setempat untuk menemukan permasalahan yang dihadapi, kemudian memberikan pelatihan penggunaan sistem marketplace berupa aplikasi facebook. Pelatihan pembuatan player digital untuk mempromosikan secara digital, pelatihan pembuatan photo produk bagi pelaku UMKN menggunakan handphone.

### **Hasil dan Pembahasan**

Pengimplementasian program kerja mahasiswa dilaksanakan dengan bantuan aparat desa yang antusias untuk membantu mahasiswa KKN Tematik dalam menyelesaikan program inti, dalam mencapai program kerja yang telah disepakati bersama, kawil desa memperbolehkan melakukan kegiatan pelatihan terhadap umkm dalam meningkatkan penjualan melalui basis digital.,kegiatan ini sangat didukung oleh kawil desa selama tidak merugikan masyarakat. Hasil yang dicapai dari kegiatan pengabdian ini adalah meningkatnya pemahaman pelaku UMKM dan masyarakat mengenai pemasaran produk secara digital, dan meningkatnya jumlah penjualan produk UMKM melalui bantuan aplikasi marketplace dan social media.

### **Kesimpulan**

Kegiatan pengabdian ini mampu menambah pengetahuan masyarakat mengenai pemasaran produk secara digital, pembuatan flayer digital serta teknik foto produk yang layak jual. Kegiatan ini juga memberikan dampak positif bagi masyarakat Desa Gelanggang Buwuh untuk bangkit di masa pandemi.

### **Saran**

Kegiatan ini diharapkan dapat terlaksana lebih aktif lagi dengan program-program tambahan yang lebih mendukung pengembangan ekonomi masyarakat. Program-program selanjutnya yang dihadirkan bagi masyarakat dapat memberdayakan mereka menjadi kreatif, inovatif dan professional dalam pekerjaannya.



### **Daftar Pustaka**

Rizka, M.A.et.al. (2019) Buku Saku Pedoman KKN Tematik.

Kompas. (2020). *Data Kementerian Koperasi dan UKM tentang pelaku usaha*. Jakarta.