

SOSIALISASI DIGITAL MARKETING MENUJU UMKM KREATIF DESA KARANGREJO KECAMATAN GUMUKMAS KABUPATEN JEMBER

Olga Fatmah Rahmawati¹, Lucky Wahyu Prasetyo², Adam Maulana³, Alviano Lanza⁴, Yusita Titi Hapsari⁵

¹Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, ²Universitas Muhammadiyah Jember, ³⁻⁴Politeknik Kesehatan Jember, ⁵Universitas PGRI Argopuro Jember

Email : olgarahmaw@gmail.com¹, luckywahyuprasetyo160203@gmail.com²,
adammaulana96@gmail.com³, alvianolanza03@gmail.com⁴,
yusitattihapsari@gmail.com⁵

Abstract: This collaborative goal of the KKN program is to advance community development through the use of science and technology, as well as enhancing and developing the community's contributing to the local economy through business management and marketing strategies for small and medium-sized businesses in Karangrejo Village, Gumukmas subdistrict, Jember district. One of the Collaborative KKN group 013 work programs is holding MSME socialization activities which is the first step to educate and provide more insight to MSME actors or the wider community. This socialization carried out in order to improve marketing volume of the business it owns. This socialization raised the theme "Socialization of Packaging and Branding of MSME Products in the Era of Digitalization". In this socialization, it is divided into one material, namely about motivation for branding and marketing as well as direction for halal certification. In this socialization, we from Collaborative KKN group 013 brought in a speaker from outside who is more experienced in their field. The speaker was Mr. Aries Nugroho as a PLUT KUKM consultant for Jember district. Also working with Mrs. Zaenab who is an MSME actor and also the owner of banana chips and tempeh. She started the business in 2011. Although Mrs. Zaenab herself has experienced the ups and downs of building a business and even went bankrupt. Mrs. Zaenab herself also has a lot of experience as a mentor for micro businesses in the Karangrejo village environment.

Keyword: Digital Marketing Socialization, UMKM Karangrejo Village, KKN Collaboration

Abstrak: Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) kolaboratif dirancang untuk memberdayakan masyarakat dengan sentuhan teknologi dan ilmu pengetahuan, sambil mengembangkan ekonomi lokal melalui manajemen usaha dan strategi

pemasaran yang ditujukan kepada pelaku UMKM di Desa Karangrejo, kecamatan gumukmas, kabupaten jember. Dalam rangkaian program kerja KKN Kolaboratif kelompok 013, salah satu kegiatan yang dilakukan adalah sosialisasi UMKM. Kegiatan ini merupakan langkah awal untuk memberikan pengetahuan dan wawasan lebih mendalam kepada pelaku UMKM dan masyarakat luas, dengan tujuan meningkatkan peluang pemasaran usaha mereka. Tema dari sosialisasi ini yaitu "Sosialisasi Packaging Dan Branding Produk UMKM Di Era Digitalisasi". Sosialisasi ini mencakup satu materi utama mengenai motivasi branding dan pemasaran serta panduan sertifikasi halal. Kami, dari KKN Kolaboratif kelompok 013, menghadirkan seorang ahli eksternal dengan pengalaman luas di bidang ini sebagai pemateri yang bernama Bapak Aries Nugroho sebagai konsultan PLUT KUKM kabupaten Jember. Juga berkerja sama dengan Bu Zaenab yang merupakan pelaku UMKM juga sebagai pemilik dari keripik pisang dan tempe. Beliau memulai usaha dari tahun 2011. Dalam perjalanan usahanya, Bu Zaenab telah menghadapi banyak tantangan dan bahkan mengalami kebangkrutan. Beliau juga memiliki pengalaman yang cukup dalam mentori usaha-usaha mikro di lingkungan desa karangrejo.

Kata Kunci: Sosialisasi Pemasaran Digital, UMKM Desa Karangrejo, KKN Kolaboratif

PENDAHULUAN

Pemberdayaan UMKM di tengah globalisasi dan persaingan menuntut mereka untuk menangani isu-isu umum seperti pengembangan ide produk dan layanan, peningkatan keahlian tenaga kerja, serta kemajuan teknologi. Selain itu, memperluas cakupan pemasaran juga menjadi hal yang penting untuk produk UMKM tersebut (Mansir & Majid, 2021).

Faktor ini sangat penting untuk meningkatkan kualitas dan jumlah UMKM, agar dapat bersaing dengan produk luar negeri yang semakin mendominasi pasar industri dan manufaktur dalam negeri. UMKM juga memberikan kontribusi dalam menciptakan tenaga kerja lokal

Fungsi pemberdayaan adalah untuk menginspirasi masyarakat menjadi lebih mandiri dan memaksimalkan kemampuan mereka, sehingga dapat memperbaiki kualitas tenaga kerja lokal. Pelaku UMKM terlibat dalam usaha yang sesuai dengan berbagai kebutuhan masyarakat (Mansir & Purnomo, 2021).

Pelaku UMKM memiliki peran krusial dalam pertumbuhan ekonomi negara melalui kontribusinya terhadap penciptaan lapangan kerja dan peningkatan PDB. Saat ini, keterampilan dan pengetahuan pelaku UMKM di daerah, terutama di Desa Karangrejo Kecamatan Gumukmas, dalam hal teknologi informasi masih sangat minim. Akibatnya, mereka sering menghadapi kendala dalam mengelola bisnis. Hal ini terlihat dari pemasaran produk mereka

yang belum memanfaatkan teknologi informasi secara efektif. Mayoritas pelaku UMKM di Desa Karangrejo masih menggunakan metode word of mouth, yang terbatas pada area lokal.

Hampir semua pelaku bisnis saat ini telah menggunakan internet untuk melakukan pemasaran produk melalui digital marketing dan media sosial. Pelaku UMKM harus menguasai teknologi yang semakin modern, karena pemasaran melalui media sosial dapat meningkatkan kesuksesan bisnis, menarik minat konsumen, dan memperluas cakupan pasar. Oleh karena itu, penting untuk memperbaiki pengetahuan tentang teknologi informasi seperti digital marketing dan penggunaan media sosial serta aplikasi terkait untuk usaha kecil, terutama bagi UMKM di Desa Karangrejo Kecamatan Gumukmas, dalam rangka pengembangan usaha mereka di masa mendatang. Untuk itu, kami menyelenggarakan "Sosialisasi Packaging Dan Branding Produk UMKM Di Era Digitalisasi".

Digital marketing mengoptimalkan proses penawaran produk, dengan sosial media yang beragam dimanfaatkan melalui para penjual (Oktaviani & Rustandi, 2018). Digital marketing juga memiliki kemampuan untuk menentukan keputusan pembelian melalui beragam platform media sosial yang diakses para pelaku bisnis (Budi Harto et al., 2021).

Selain itu, program digital entrepreneurship berkembang sebagai aktivitas bisnis yang menarik, perhatian di mana peserta mempunyai kemudahan dalam menerapkan praktik bisnis pada marketplace yang tersedia (Gunawan & Hazwardy, 2020). Program digital entrepreneurship tersebut juga memungkinkan penjual untuk bersikap inovatif serta berkeaktifitas dalam menjalankan bisnisnya dengan menggunakan teknologi digital (Nugraha & Pardiniasa, 2017).

Tujuan dilakukan program kerja KKN Kolaboratif sosialisasi ini yaitu untuk memberikan asistensi dalam bidang digital marketing bagi pelaku UMKM di desa Karangrejo sangat penting untuk memastikan kelangsungan usaha yang dijalankan oleh masyarakat setempat. Selain itu, penerapan digital marketing di desa karangrejo diharapkan dapat meningkatkan pendapatan, memperluas pangsa pasar, memperkuat loyalitas pelanggan, dan meningkatkan keunggulan kompetitif (Perwita, 2021).

Sosialisasi digital marketing di desa Karangrejo ini memberikan berbagai manfaat yang memiliki peranan penting bagi masyarakat, khususnya bagi pelaku UMKM. Salah satu manfaat utama adalah pengembangan keterampilan serta pengetahuan dalam memanfaatkan alat dan strategi digital marketing. Dengan sosialisasi ini, pelaku UMKM di desa Karangrejo akan lebih memahami cara mempromosikan produk mereka secara efektif melalui platform digital. Peningkatan pengetahuan tentang digital marketing juga berpotensi langsung meningkatkan penjualan dan pendapatan UMKM. Dengan strategi promosi yang lebih efektif, produk-produk lokal akan lebih dikenal dan diminati oleh

konsumen, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada omzet penjualan. Lebih jauh lagi, digital marketing memungkinkan UMKM untuk lebih mudah menjalin hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. Dengan strategi yang tepat, mereka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, memastikan bahwa pelanggan tetap memilih produk mereka di tengah persaingan yang semakin ketat.

PERMASALAHAN

Media sosial memiliki pengaruh positif bagi para pelaku usaha. Meski demikian, tidak semua pelaku usaha memiliki pengetahuan dan kemampuan yang memadai dalam menggunakan teknologi yang ada. Keterbatasan ini menyebabkan di desa Karangrejo proses produksi dan pemasaran produk masih dilakukan dengan cara-cara tradisional. Akibatnya, perkembangan produk menjadi terhambat dan jangkauan target pasar pun sangat terbatas. Menurut hasil observasi kami peserta KKN Kolaboratif di desa Karangrejo, kami menemukan berbagai masalah yang dihadapi oleh masyarakat yang terhubung usaha UMKM di daerah tersebut, diantaranya:

- 1) Banyak pelaku UMKM yang masih mengandalkan kemasan tradisional untuk produk mereka.
- 2) Pelaku UMKM belum familiar dengan konsep branding untuk produknya.
- 3) Belum diterapkannya strategi pemasaran digital oleh para pelaku UMKM.
- 4) Produk UMKM belum dilengkapi dengan izin PIRT dan sertifikasi halal.

METODE

Fokus pengabdian kepada masyarakat adalah pelaku UMKM yang ada di Desa Karangrejo Kecamatan Gumukmas. Area serta lokasi pengabdian kepada masyarakat yaitu Desa Karangrejo Kecamatan Gumukmas Kabupaten Jember. Sosialisasi dilaksanakan melalui pertemuan tatap muka dalam mengedukasi pemilik UMKM tentang digital marketing.

Digital marketing adalah pemasaran melalui platform digital memungkinkan pemilik UMKM untuk memperluas cakupan pasar mereka melalui internet dan media sosial.

Adapun metode yang dilakukan oleh tim KKN kolaboratif #03 Kabupaten Jember diantaranya:

1. Penyampaian materi yang disampaikan oleh narasumber kepada para pelaku UMKM di Desa Karangrejo dilakukan untuk mengedukasi mereka tentang digital marketing, serta manfaat dan tujuan penggunaannya untuk UMKM di masa depan. Penggunaan digital marketing memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang

- lebih luas.
2. Sesi diskusi. untuk mengetahui tingkat pemahaman pemilik UMKM tentang materi yang telah disampaikan, kami menggunakan metode tanya jawab setelah sesi materi yang akan dijawab oleh narasumber. Langkah tersebut diperuntukan bagi masyarakat yang belum paham mengenai digital marketing

Sementara itu, tim KKN kolaboratif mengatur proses dengan melakukan beberapa langkah sebagai berikut:

- a) Langkah perencanaan
Langkah ini adalah Langkah awal dalam melaksanakan kegiatan ini mencakup identifikasi objek sasaran, penetapan tema, dan persiapan untuk pelaksanaan. Adapun para pemilik UMKM di desa karangrejo, sebanyak 20 UMKM, merupakan target dari kegiatan sosialisasi digital marketing ini.
- b) Langkah observasi
Langkah ini dilaksanakan sebagai langkah selanjutnya sesudah penetapan objek sasaran. Mahasiswa KKN Kolaboratif mengadakan observasi lapangan melalui kunjungan ke ketua koordinasi UMKM di Desa Karangrejo. Usai observasi, mahasiswa KKN melanjutkan berkoordinasi bersama Kepala Desa untuk memperoleh persetujuan pelaksanaan kegiatan tersebut, serta menjalin komunikasi bersama tiap pemilik UMKM untuk memastikan mereka dapat terlibat pada kegiatan tersebut.
- c) Langkah Pelaksanaan
Dalam langkah ini, kegiatan sosialisasi dilaksanakan sesuai berdasarkan prosedur yang sudah dirancang oleh mahasiswa KKN Kolaboratif #03. Prosedur tersebut dimulai dengan upacara pembukaan yang mencakup pengenalan oleh setiap mahasiswa, dilanjutkan dengan sambutan dari DPL (Dosen Pembimbing Lapangan). Kemudian, materi disampaikan oleh narasumber dari konsultan Plut-KUMKM Kabupaten Jember, Aries Nugroho, diikuti dengan sesi diskusi dan tanya jawab.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi ini ditujukan kepada pelaku usaha UMKM di Desa Karangrejo, Kecamatan Gumukmas, Kabupaten Jember. Tujuan dari penetapan sasaran ini untuk memberikan wawasan serta pengetahuan pada pelaku usaha terkait teknologi dalam digital marketing sebagai sarana untuk meningkatkan bisnis para UMKM.

Secara formal, definisi usaha mikro, kecil, dan menengah diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Undang-undang ini menetapkan batasan tertentu untuk mengkategorikan usaha ke dalam kelompok mikro, kecil, atau menengah. Berdasarkan undang-undang tersebut mengklasifikasikan usaha mikro sebagai kegiatan produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha pribadi.

Hasil pengabdian terdiri dari analisis kuantitatif dan kualitatif yang dihasilkan dari kegiatan yang dilakukan. Apabila ada tabel, bagan, atau gambar, mereka harus menyajikan informasi yang relevan dan mudah dipahami tanpa data mentah yang belum diproses.

Kegiatan UMKM berkontribusi signifikan terhadap kehidupan masyarakat dengan mempromosikan kemandirian dan menjadi sumber inspirasi untuk inovasi. Dengan pesatnya perkembangan teknologi dan informasi serta meningkatnya kompetisi di pasar, pemahaman konsumen tentang berbagai produk dan layanan semakin luas. Kemajuan teknologi digital juga berdampak pada dunia bisnis, yang kini beralih dari metode pemasaran langsung menjadi pemasaran online yang lebih modern. Di era digital ini, pemasaran melalui internet—melalui website, blog, atau media sosial—telah menjadi hal yang esensial dalam globalisasi. Metode ini tidak hanya mudah diakses dan efisien, tetapi juga biaya yang dikeluarkan tergolong rendah, berkat kemudahan yang ditawarkan oleh platform media sosial.

Program sosialisasi *Digital Marketing* Menuju UMKM Kreatif diselenggarakan pada Selasa, 13 Agustus 2023 bertempat pada Balai Desa Karangrejo Kecamatan Gumukmas Kabupaten Jember. Sosialisasi ini ditujukan untuk memperkenalkan digital marketing kepada pemilik UMKM, sehingga mereka bisa memasarkan produk secara online selain metode offline. Dengan informasi yang diperoleh mengenai digital marketing, pemilik UMKM bisa langsung menerapkan strategi pemasaran melalui platform sosial media. Materi yang disampaikan tidak hanya meliputi pengertian digital marketing tetapi juga manfaatnya untuk usaha mereka. Dan juga mengenai penjelasan tentang sertifikasi jaminan halal, untuk menunjang keberhasilan produk UMKM yang ada di Desa karangrejo Kecamatan Gumukmas. Hasil yang diperoleh dari sosialisasi ini mencakup:

1. Pemilik UMKM memperoleh pengetahuan lebih dalam mengenai digital marketing.
2. Adanya perubahan pola pikir dalam memasarkan produk melalui sosial media.
3. Mengetahui bagaimana cara mendaftarkan produk UMKM melalui pendaftaransertifikasi jaminan halal dan PRIT



Gambar 1. Pembukaan Acara Sosialisasi Digital Marketing Oleh Dosen Pembimbing Lapangan



Gambar 2. Pemaparan Materi Untuk Para Pelaku UMKM Desa Karangrejo



Gambar 3. Foto Para Pelaku Usaha UMKM Desa Karangrejo



Gambar 4. Tanya Jawab Bersama Bu Zaenab Ketua UMKM Desa Karangrejo



Gambar 5. Dokumentasi Mahasiswa KKN Kolaboratif #03, Pemateri, DPL, Dan Juga KetuaUMKM Beserta Anggota

Analisis hasil pengabdian akan mengaitkan temuan dengan penelitian-pengabdian sebelumnya, ditelaah dengan cermat, serta dihubungkan dengan literatur terbaru yang relevan.

KESIMPULAN

Saat ini, banyak pelaku UMKM di daerah, khususnya di Desa Karangrejo Kecamatan Gumukmas, masih kurang terampil dan tidak memiliki pengetahuan memadai mengenai perkembangan teknologi informasi. Hal ini menyebabkan mereka sering menghadapi kendala dalam mengelola usaha mereka. Salah satu indikasi dari masalah ini adalah sistem pemasaran mereka yang belum memanfaatkan teknologi informasi dengan optimal. Sebagian besar pelakuUMKM di Desa Karangrejo masih mengandalkan metode pemasaran dari mulut ke mulut, yanghanya menjangkau pasar lokal.

Untuk mengatasi masalah ini, Tim KKN Kolaboratif #03 di Desa Karangrejo telah mengadakan sesi penyajian materi pada semua pelaku UMKM, dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang digital marketing, termasuk pengertian, manfaat, dan tujuannya bagi perkembangan UMKM di masa depan. Dengan memanfaatkan digital marketing, UMKM diharapkan dapat mengakses pasar yang lebih global.

Selain itu, sesi diskusi dan tanya jawab diadakan untuk mengevaluasi sejauh mana pelaku UMKM memahami informasi yang dipresentasikan. Langkah ini juga bertujuan untuk membantu masyarakat yang masih memiliki

kebingungan mengenai digital marketing.

DAFTAR PUSTAKA

- Arisetyawan, Kukuh, et al. "Sosialisasi Digital Marketing UMKM dalam Optimalisasi Potensi Ekonomi Desa." *International Journal of Community Service Learning* 7.2 (2023): 239-247.
- Budi Harto, Abdul Rozak, & Arief Yanto Rukmana. (2021). Strategi Marketing Belah Doeren Melalui Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Brand Image. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 7(1), 67-74. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v7i1.546>
- Gunawan, A., & Hazwardy, D. (2020). *Pelatihan Digital Entrepreneurship*. 3(1), 81-88. <https://mail.journal.unjani.ac.id/index.php/jkwk/article/view/11>
- Hidayah, Sri Wahyu, et al. "PEMBERDAYAAN MARKETING UMKM BERBASIS TEKNOLOGI DIGITAL DESA KEPOSANG MENUJU PASAR GLOBAL." *semnas-pkm* 1.1 (2023): 146-155.
- Mansir, F., & Majid, M. N. (2021). Pemberdayaan Umkm Dalam Mengoptimalkan Sosial Media Dalam Menghadapi Adaptasi Kebiasaan Baru Di Balecatur Sleman Diy. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat ITK (PIKAT)*, 2(1), 21-28. <https://doi.org/10.35718/pikat.v2i1.334>
- Mansir, F., & Purnomo, H. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Digital Marketing dan Media Sosial Sebagai Media Promosi Era Pandemi Covid -19 di UMKM Panggungharjo Sewon Bantul. *Abdimas Singkeru*, 1(1), 39-50.
- Nugraha, U., & Pardiniasa, M. L. R. (2017). Analisis sistem informasi pemasaran produk berbasis web dengan pemodelan uml. ISSN: 2540-7902. *Prosiding Seminar Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi*, 2(1), 2540-2542.
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *PROfesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15878>
- Perwita, D. (2021). Telaah Digital Entrepreneurship: Suatu Implikasi Dalam Mengatasi Permasalahan Ekonomi. *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 9(2), 40-51. <https://doi.org/10.24127/pro.v9i2.4511>
- Sumarno, Edy, et al. "Sosialisasi Digital Marketing Menuju UMKM Kreatif di Desa Sumber Kerang Kecamatan Gending KKN Universitas Panca Marga Probolinggo." *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara* 3.1 (2022): 284-290

