

Optimalisasi UMKM Di Desa Moodulio Melalui Digital Marketing

Indhitya R. Padiku^{a,*}, Budiyanto Ahaliki^b, Edi Setiawan^c, Lillyan Hadjaratie^d, Alfian Zakaria^e,
Roviana H. Dai^f

^{a,b,c,d,e,f} Program Studi Sistem Informasi, Universitas Negeri Gorontalo

indypadiku@ung.ac.id^{a*}, budiyantoahaliki@ung.ac.id^b, edisetiawan@ung.ac.id^c,

lillyan.hadjaratie@ung.ac.id^d, alfian.zakaria@ung.ac.id^e, roviana.dai@ung.ac.id^f

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) have an important role in the economic sector in general for society, the process of equity and increasing people's income, encouraging economic growth, and realizing national stability. Moodulio Village is one of the villages in Bone District whose economy is supported by the UMKM sector. However, in addition to the many contributions of UMKM to economic development, UMKM have problems, namely: Difficulties in accessing capital, Difficulties in marketing, and asymmetric information. So it is necessary to develop the potential of UMKM through effective programs. The purpose of this research is to create a concept in the form of an effective program that aims to make it easier for UMKM entrepreneurs to obtain temporary capital and wider marketing access. This study has a literature review: Marketing, Digital Marketing, and UKM. While the research method used is observation. Research location: Moodulio Village, Bone District. The type of data is secondary data. Methods of data collection using interviews.

Keywords : *UMKM; Digital Marketing; Desa Moodulio*

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam sektor ekonomi pada umumnya untuk masyarakat, proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan mewujudkan stabilitas nasional. Desa Moodulio adalah salah satu desa di Kecamatan Bone yang perekonomiannya didukung oleh sektor UMKM. Namun, selain banyak kontribusi UMKM untuk pembangunan ekonomi, UMKM memiliki masalah, yaitu: Kesulitan dalam mengakses modal, Kesulitan dalam pemasaran, dan informasi asimetris. Jadi perlu mengembangkan potensi UMKM melalui program yang efektif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat konsep dalam bentuk program yang efektif yang bertujuan untuk memudahkan pengusaha UMKM untuk mendapatkan modal sementara dan akses pemasaran yang lebih luas. Penelitian ini memiliki tinjauan literatur: Pemasaran, Pemasaran Digital, dan UKM. Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah observasi. Lokasi penelitian: Desa Moodulio Kecamatan Bone. Jenis data adalah data sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara.

Keywords : *UMKM; Pemasaran Digital; Desa Moodulio*

1. Pendahuluan

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) adalah usaha yang membantu perekonomian Indonesia. Sebab melalui UMKM akan membentuk lapangan kerja baru dan meningkatkan devisa negara melalui pajak badan usaha. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. dan juga dalam tumbuhnya ekonomi serta tenaga kerja dan distribusi hasil pembangunan. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di desa dipandang memiliki prospek masa depan yang baik.

Manfaat Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) bagi perekonomian nasional antara lain: membuka lapangan pekerjaan, menjadi penyumbang terbesar nilai produk domestik bruto, salah satu solusi efektif bagi permasalahan ekonomi masyarakat kelas kecil dan menengah. Sedangkan manfaat Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di desa bagi perekonomian daerah adalah meningkatkan pendapatan, memberdayakan masyarakat khususnya perempuan, mendapatkan pengalaman berwirausaha, memperkecil angka pengangguran di desa, mempererat rasa kebersamaan, mengembangkan potensi masyarakat, mengembangkan usaha yang telah ada sebelumnya, serta menumbuhkan rasa ingin maju dan sebagainya.

Digital marketing menurut Chaffeey (2002) adalah penerapan teknologi digital yang membentuk online channel ke pasar (website, e-mail, data base, Digital TV dan melalui berbagai inovasi terbaru lainnya termasuk didalamnya blog, fee, podcast, dan jejaring sosial) yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran.

Desa Moodulio adalah desa yang di kelilingi oleh pegunungan dan laut, dengan adanya hasil dari pegunungan dan laut maka terciptalah potensi UMKM di dalamnya. Desa Moodulio ini memiliki beberapa potensi UMKM seperti : Bakso Ikan, Abon ikan, dan Minyak Kelapa adapun pohon buah pala dan cengkeh tetapi belum memiliki produk khusus tetapi menjadi mata pencarian masyarakat Desa Moodulio.

Berdasarkan hasil observasi, survai dan wawancara di lapangan dimana kondisi dan potensi yang di miliki Desa Moodulio tersebut diatas, seharusnya keberadaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) bisa untuk di kembangkan, namun kenyataan sampai sekarang belum ada perubahan target pemasarannya juga masih sekitar masyarakat Desa Moodulio. Permasalahan yang di hadapi para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di Desa Moodulio Kecamatan Bone Kabupaten Bone Bolango adalah terkait permodalan dan pemasaran produk hasil olahan mereka.Selain itu pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Dalam rangka mengoptimalkan UMKM di Desa Moodulio ini penjual harus bekerja sama dengan beberapa pihak terkait di antaranya : Kepala Desa, Dinas UMKM, Badan Usaha Milik Desa (BUMDES), Koperasi Desa, para pelaku UMKM, dan Masyarakat Desa Nembol itu sendiri. Para pelaku UMKM perlu mendalami ilmu pemasar digital, karena banyaknya pengguna media sosial sekarang ini maka kita dapat memanfaatkan teknologi yang ada dan juga dapat mengubah target pemasar tidak hanya di Desa Moodulio melainkan di desa-desa lain yang ada di Kecamatan Bone.

2. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan yang lakukan yaitu dengan observasi langsung kepada para pelaku UMKM, dari observasi ini kami melihat bahwa sanya para pelaku ini belum mengetahui bagaimana cara memasarkan jualannya di sosial media, selain itu juga mereka memiliki kendala jaringan yang tidak stabil. Maka target pemasaran hanya penduduk sekitar Desa Moodulio. Dari kendala yang ada kami mahasiswa KKN MBKM UNG mengadakan kegiatan pelatihan desain grafis dan teori mengenai digital marketing beserta target market dari para pelaku UMKM. Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk menambah pengetahuan masyarakat terutama para pelaku UMKM bagaimana cara memasarkan produk dengan baik sehingga dapat menarik sasaran pasar sesuai dengan produk yang dijual.

Kegiatan pelatihan desain grafis dan digital marketing ini berlangsung selama 4 hari berturut-turut dimana hari pertama yaitu pembukaan kegiatan yang dihadiri oleh aparat

Kecamatan Bone, Kepala Desa dan seluruh mahasiswa KKN Desa Moodulio. Kegiatan ini dibuka langsung oleh aparat Kecamatan Bone, hari kedua sampai dengan hari keempat kami memberikan pelatihan desain grafis dan digital marketing. Selama pelatihan berlangsung peserta diberikan 1 unit laptop untuk belajar mendesain produk yang nantinya akan dijual kepada konsumen. Waktu pelatihan para pelaku diawasi oleh seluruh mahasiswa KKN UNG, tempat yang dipakai untuk kegiatan tersebut yaitu Kantor Desa Moodulio.

Kegiatan pelatihan dibagi menjadi dua sesi dalam 3 hari, dimana hari pertama dan kedua pelatihan desain grafis, dilanjutkan dengan pelatihan digital marketing dihari ketiga. Pemberian materi berlangsung selama kurang lebih 30 menit dan dilanjutkan pelatihan dengan menggunakan aplikasi Canva oleh peserta, pelatihan yang diberikan berupa pembuatan desain produk kepada masing-masing peserta. Indikator keberhasilan kegiatan ini dilihat dari tercapainya desain produk sesuai dengan materi yang diberikan pemateri. di akhir sesi pemateri melakukan evaluasi terkait pemberian materi yang telah disampaikan dengan cara memberikan pertanyaan dan memberikan kesempatan kepada peserta untuk menjawab pertanyaan tersebut. Kemampuan pemahaman peserta diperoleh berdasarkan hasil evaluasi terhadap para peserta.

3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan lima hari setelah persiapan yaitu pada hari 28 September 2022. Pelaksanaan Pelatihan Desain Grafis dan Digital marketing ini dilaksanakan dalam waktu 4 hari. Pada saat pertemuan, pelatihan pertama an kedua yang disampaikan yaitu pelatihan desain grafis tentang cara menesain suatu produk, kemudian dilanjutkan dengan hari ketiga yaitu materi pelatihan digital marketing.



Gambar 1. Kata Sambutan Dari Aparat Kecamatan Bone Pada Kegiatan Pelatihan Desain Grafis Dan Digital Marketing.



Gambar 2. Sambutan Dari Kepala Desa



Gambar 3. Sambutan Dari Koordinasi Desa (Kordes)



Gambar 4. Pelatihan Desain Grafis Dan Digital Marketing Hari Pertama Dan Kedua



Gambar 5. Pelatihan Desain Grafis Dan Digital Marketing Hari Ketiga

4. **Kesimpulan**

Metode pelatihan desain grafis kepada para pelaku UMKM berjalan dengan baik dan dapat menambah wawasan para pelaku UMKM tentang bagaimana mendesain suatu produk yang akan dijual agar dapat menarik konsumen. Dan Juga Para pelaku UMKM dapat menentukan target konsumen dengan baik tidak hanya menargetkan penduduk sekitar Desa Moodulio.

Daftar Pustaka

Abdul Rauf .2021 Digital Marketing Konsep dan Strategi, Pengertian Digital Marketing
Mohamad Abid.2021 Enterpreneurial Mindsets & skils, Belajar memulai Bisnis UMKM