

PENGEMBANGAN DIGITALISASI MARKETING UMKM PRODUK UPAKARYA YADNYA DI DESA BUDUK, MENGWI, BADUNG

**Kadek Apriliani¹⁾, I Made Sukerta²⁾, I Putu Aris Wirananda³⁾,
I Made Ari Wirawan⁴⁾**

^{1,2,3,4)}Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: avrillhya@unmas.ac.id

ABSTRAK

UMKM atau Usaha Mikro Kecil Dan Menengah, merupakan jenis usaha yang memegang peranan penting dalam perekonomian negara. UMKM atau Usaha Mikro Kecil Dan Menengah, merupakan jenis usaha yang memegang peranan penting dalam perekonomian negara. Digitalisasi adalah penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam bisnis. Penerapan digitalisasi dalam UMKM dapat membantu meningkatkan akses pasar, mempercepat proses bisnis, dan memungkinkan inovasi dalam produk dan layanan. Toko Ibu Nopik dan Toko Buk Luh Letriani adalah UMKM yang bergerak di bidang penjualan keperluan upacara adat Bali. Kedua toko tersebut sudah lama beroperasi di desa Buduk, namun masih memiliki kendala dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan keterampilan pengelolaan bisnis. Berdasarkan permasalahan tersebut penulis menyelenggarakan program pengabdian masyarakat dengan judul “Pengembangan Digitalisasi Marketing UMKM Produk Upakarya Yadnya Di Desa Buduk, Mengwi, Badung”. Program ini dilakukan dengan tujuan untuk membantu pengembangan UMKM di desa tersebut melalui pemanfaatan teknologi digital. Penyelenggaraan program dilaksanakan dengan 4 tahap yaitu tahap observasi, persiapan, pelaksanaan dan Monitoring dan diskusi. Berdasarkan hasil penyelenggaraan program, tujuan yang diharapkan telah tercapai dan kedua UMKM tersebut telah berhasil dibuatkan website dan juga pendaftaran di Google Maps. Sehingga, dapat disimpulkan program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani yang beralamat di Banjar Sengguan Desa Buduk telah terselenggara dengan baik dan tujuan yang diharapkan telah tercapai.

Kata Kunci: UMKM, Digitalisasi, Pengabdian Kepada Masyarakat.

ANALISIS SITUASI

UMKM atau Usaha Mikro Kecil Dan Menengah, merupakan jenis usaha yang memegang peranan penting dalam perekonomian negara. UMKM dapat ditemukan di hampir setiap industri dan biasanya dijalankan oleh individu atau kelompok kecil dengan modal terbatas. Di era ini, UMKM dapat menggunakan teknologi informasi dan internet untuk memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan efisiensi operasional mereka. Namun UMKM harus terus belajar dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tetap kompetitif di pasar global yang semakin kompetitif. Kemampuan penguasaan perangkat digital dan internet ini merupakan hal mutlak yang harus dikuasai oleh UMKM jika ingin bertahan dalam persaingan (Purwana, dkk.,2017). Namun, UMKM seringkali menghadapi berbagai tantangan

dalam mengembangkan bisnis mereka, seperti akses terbatas terhadap modal, teknologi, dan pasar. Salah satu cara untuk mengatasi tantangan ini adalah dengan menerapkan digitalisasi pada bisnis UMKM.

Digitalisasi adalah penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam bisnis. Penerapan digitalisasi dalam UMKM dapat membantu meningkatkan akses pasar, mempercepat proses bisnis, dan memungkinkan inovasi dalam produk dan layanan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu bentuk dari tri dharma perguruan tinggi, yang meliputi pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk mengaplikasikan hasil-hasil penelitian dan pengembangan yang telah dicapai dalam lingkup kegiatan nyata yang bermanfaat bagi masyarakat, seperti dalam bidang pemberdayaan masyarakat, kesehatan, lingkungan, ekonomi, dan sosial. Oleh karena itu penulis telah melakukan Pengabdian masyarakat di Desa Buduk. Dalam hal ini, UMKM yang menjadi fokus adalah Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani yang bergerak di bidang penjualan keperluan upacara adat Bali. Desa Buduk merupakan salah satu desa yang berada di wilayah Kabupaten Badung, Bali yang memiliki kekayaan budaya dan tradisi yang kaya. Salah satu upacara adat yang penting dalam budaya Bali adalah upacara Yadnya, yang dilakukan oleh masyarakat Bali dalam rangka memberikan penghormatan kepada para dewa dan leluhur. Upacara Yadnya memerlukan berbagai jenis perlengkapan, seperti banten, sesajen, dan peralatan lainnya. Toko Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani adalah UMKM yang bergerak di bidang penjualan keperluan upacara adat Bali. Kedua toko tersebut melakukan Pemasaran produk dengan cara yang masih konvensional yakni hanya melalui mulut ke mulut. Hal ini tentu jangkauan produk dari kedua UMKM tersebut tidak meluas. Kurangnya pemahaman akan pemanfaatan teknologi menjadi hambatan dalam melakukan pemasaran di sosial media. Lokasi Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani terletak cukup jauh, kurang lebih satu kilo meter dari jalan raya. Hal ini cukup menyulitkan pelanggan dalam menemukan toko offline karena jalan yang berliku dan titik lokasi yang masih kurang jelas. Kedua toko tersebut sudah lama beroperasi di desa Buduk, namun masih memiliki kendala dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan keterampilan pengelolaan bisnis.

Berdasarkan permasalahan tersebut penulis menyelenggarakan program pengabdian masyarakat dengan judul “Pengembangan Digitalisasi Marketing UMKM Produk Upakarya Yadnya Di Desa Buduk, Mengwi, Badung”. Program 3 ini dilakukan dengan tujuan untuk membantu pengembangan UMKM di desa tersebut melalui pemanfaatan teknologi digital. Di mana UMKM yang menjadi fokus adalah Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani yang bergerak di bidang penjualan keperluan upacara adat Bali.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi pada UMKM Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani yang telah dipaparkan, maka dapat ditarik perumusan masalah yaitu kurangnya pemahaman pelaku UMKM dalam mengembangkan bisnis berbasis digital.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Dilihat dari permasalahan yang dijabarkan di atas, maka solusi yang ditawarkan kepada UMKM Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani yaitu Melakukan optimalisasi pemasaran produk secara digital melalui pembuatan website dan melakukan optimalisasi pendaftaran Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani pada Google Maps agar mudah ditemukan oleh pelanggan

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada masyarakat Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani yang beralamat di Banjar Sengguan Desa Buduk. yaitu:

1. Tahap Observasi

Tahap ini merupakan tahap awal yang dilakukan dengan melakukan kunjungan ke UMKM Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani. Observasi dilakukan dengan mengamati kondisi UMKM Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani dan melakukan wawancara terhadap pemilik usaha tersebut yaitu Ibu Nopik dan Ibu Luh Letriani. Tahap observasi ini dilihat dari 6 berbagai aspek, kemudian tim menawarkan solusi kepada pihak UMKM Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani yang dituangkan dalam suatu program kegiatan pengabdian masyarakat dengan topik Pengembangan Digitalisasi Marketing UMKM Produk Upakarya Yadnya Di Desa Buduk, Mengwi, Badung.

2. Tahap Persiapan

Tahap ini merupakan pematangan atas program kerja yang akan dilakukan. Persiapan dilakukan dengan mencari informasi di google dan memonton di youtube bagaimana cara membuat website dan bagaimana cara mendaftarkan toko offline Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani pada Google Maps.

3. Tahap Pelaksanaan

Kegiatan hari pertama dimulai dari pembuatan website. Kegiatan ini meliputi diskusi bersama rekan tim untuk menentukan konsep webspaite yang akan dibuat dan mendiskusikan katalog yang sesuai dan yang paling relevan untuk toko Ibuk Nopik dan toko Buk Luh Letriani. Kegiatan hari kedua melakukan pendaftaran lokasi toko offline Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani di Google Maps.

4. Tahap monitoring dan diskusi

Pada tahap ini dilakukan pendampingan oleh tim pengabdi dengan cara menganalisis dan mengevaluasi perkembangan Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani. Tim pengabdian mendatangi Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani sebanyak 1-2 kali dalam seminggu dengan waktu yang fleksibel tergantung situasi dan

kondisi. Monitoring dilakukan untuk mengetahui permasalahan apa saja yang dihadapi dalam program pengabdian seperti ada tidaknya peningkatan penjualan.

Metode pendekatan yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan ini yaitu :

1. Metode Observasi
Melakukan observasi ke UMKM Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani dan melihat Permasalahan yang terjadi di kedua UMKM tersebut
2. Metode Ceramah
Memberikan arahan bagaimana pemasaran produk dengan menggunakan website.
3. Metode Diskusi
Melakukan sesi tanya jawab sekaligus memberikan pendampingan mengenai penggunaan website

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

1. Ketercapaian Kegiatan Membantu UMKM peralatan banten yaitu Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani di Banjar Sengguan, Desa Buduk menjalin kerjasama dengan platform google dengan membuat google maps.

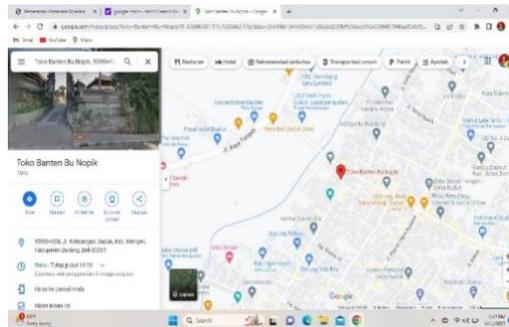
Pendaftaran Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani di Google Maps dilakukan dengan tahap-tahap sebagai berikut

- 1) Tim pengabdian membuat akun Google untuk UMKM Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani.
- 2) Melakukan akses situs Google Maps melalui browser.
- 3) Membuat peta baru, keempat menambahkan lokasi Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani.
- 4) Memberi label pada lokasi.
- 5) Mengubah tampilan peta dan yang terakhir membagikan peta.

Setelah melakukan pendaftaran Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani di Google maps kedua UMKM tersebut.



Gambar 1. Kegiatan Pendaftaran Lokasi Toko Kedua UMKM di Google Maps



Gambar 2. Tampilan Lokasi Toko di Google Maps

2. Ketercapaian Kegiatan Membantu UMKM peralatan banten Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani di Banjar Sengguan, Desa Buduk. untuk memasarkan produknya dengan cara membuat website serta katalog online. Adapun pembuatan website dilakukan dengan tahap-tahap sebagai berikut

- 1) Menentukan desain dan tampilan website yang akan dirancang dengan tampilan yang menarik dan sesuai dengan brand atau identitas UMKM Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani.
- 2) Menentukan nama website yang akan digunakan.
- 3) Membuat konten website yang jelas, mudah dipahami dan tentunya informatif.
- 4) Memilih platform pengembangan website yang sesuai dengan bisnis mereka.
- 5) Melakukan analisis data dan optimalisasi website untuk meningkatkan performa website.

Untuk pembuatan katalog ini sendiri dilakukan tim pengabdian dengan tahap-tahap sebagai berikut

- 1) Menentukan target audiens.
- 2) Mengumpulkan informasi produk yang akan dimasukkan ke dalam katalog.
- 3) Menentukan tata letak dan membuat desain halaman.
- 4) Menambahkan gambar produk.
- 5) Membagikan katalog pada website.



Gambar 3. Kegiatan Membuat Website untuk Kedua UMKM



Gambar 4. Tampilan Website UMKM

3. Faktor Pendukung Pelaksanaan

Faktor pendukung dalam pelaksanaan program ini diantaranya yaitu terbukanya mitra kerja/pelaku UMKM Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani terhadap permasalahan yang terjadi, sehingga pelaksana kegiatan dapat memberikan solusi dengan cepat dan tepat. Kemudahan mitra kerja/pelaku UMKM Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani dalam menerima program kerja, sehingga tim pelaksana kegiatan dapat melaksanakan kegiatan sesuai rencana, serta kemudahan dalam melakukan komunikasi

4. Faktor Penghambat pelaksanaan

Adapun faktor penghambat dari pelaksanaan ini yaitu keterbatasan teknologi, dimana pelaku UMKM tidak memiliki pemahaman yang cukup dalam mengakses teknologi dan website. hal ini menyebabkan kesulitan dalam mengembangkan website yang efektif dan menarik bagi pelanggan. Kedua, Kurangnya waktu pelaku UMKM dalam mengola bisnis, hal ini menyebabkan kesulitan dalam mengola pemasaran secara digital. Terakhir Kurangnya pengalaman pelaku UMKM dalam menggunakan website.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan yang dilaksanakan pada UMKM Toko Ibu Nopik dan Toko Buk Luh Letriani, maka dapat disimpulkan bahwa optimalisasi digital marketing pada UMKM Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani di Desa Buduk telah terlaksana dengan baik yang ditunjukkan dengan hasil wawancara dengan pemilik UMKM, yang menyatakan bahwa dengan diadakannya program ini, produk UMKM Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani lebih dikenal luas oleh masyarakat. Dan, beliau juga menyatakan bahwa terjadi peningkatan pada pendapatan penjualan selama diadakannya program ini. Kedua, optimalisasi pembuatan Google Maps pada UMKM Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani di Desa Buduk telah berhasil terlaksana dengan baik yang ditunjukkan dengan hasil wawancara dengan pemilik UMKM. Beliau menuturkan bahwa dengan berlangsungnya program ini, terjadi peningkatan konsumen karena mudahnya akses lokasi.

Pelaksanaan program kerja optimalisasi digital marketing UMKM pada Toko Ibu Nopik dan Toko Ibu Luh Letriani berjalan dengan baik dan mencapai target kinerja

yang telah ditetapkan. Untuk pelaksana pengabdian kepada masyarakat dengan program kerja sejenis, sebaiknya memaksimalkan digital marketing pada platform belanja online seperti Tokopedia dan Shopee. Dan memaksimalkan branding produk dengan pembuatan visi misi dan jargon usaha

DAFTAR PUSTAKA

- Desi Ratnasari & Irma Mardian. (2021). Strategi Pemasaran Umkm Berbasis Pangan Di Era Digital 4.0 (Studi Kasus Di Kota Bima), DIMENSI, Volume 10 Nomor 3
- Novi Satria Jatmiko. (2022). Strategi Pemasaran Ideal di Era Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM, Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat Vol 4, No 2
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPPM). Jakarta.
- Wijoyo, H. (2020). Digitalisasi UMKM pasca pandemi covid-19 di riau. Prosiding Konferensi Nasional Administrasi Negara Sinagara. Riau.