

## Gandeng Para Remaja Dalam Digitalisasi Pengembangan Pemasaran Produk UMKM Di Desa Pucungbedug, Kecamatan Purwanegara, Kabupaten Banjarnegara Melalui Program “Muda Berkarya”

Maimun Ulfan Nasrulloh<sup>1</sup>, Ika Nur Lailiyah<sup>2</sup>, Khurotul Ngaeni<sup>3</sup>, Nurlia Febriyanti<sup>4</sup>,  
Gunawan Arif Nugroho<sup>5</sup>, Wardah Adilla Ajji ZR<sup>6</sup>, Arif Khairudin<sup>7</sup>, Irsyafira Adila Imamah<sup>8</sup>,  
Riski Amelia<sup>9</sup>, Nurfaizah Agustina<sup>10</sup>, Elfan Kaukab<sup>11</sup>, Nanang Agus Suyono<sup>12</sup>,  
Sri Hartiyah<sup>13</sup>, Susanti<sup>14</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Pendidikan Bahasa Arab Universitas Sains Al Quran (UNSIQ) Wonosobo

<sup>2</sup>Program Studi Pendidikan Fisika Universitas Sains Al Quran (UNSIQ) Wonosobo

<sup>3,4,5</sup>Program Studi Pendidikan Agama Islam Universitas Sains Al Quran (UNSIQ) Wonosobo

<sup>6,7,8,9</sup>Program Studi Pendidikan Guru Agama Islam Universitas Sains Al Quran (UNSIQ) Wonosobo

<sup>10</sup>Program Studi Manajemen Universitas Sains Al Quran (UNSIQ) Wonosobo

<sup>11,12,13,14</sup>Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sains Al Quran (UNSIQ) Wonosobo

Email : suyono.na07@gmail.com

### Abstrak

Permasalahan pada artikel ini yakni kurangnya pemahaman masyarakat dan para pelaku UMKM di Desa Pucungbedug dalam membangun bisnis usahanya, sehingga kesulitan dalam meningkatkan produktivitas dan meluaskan pemasaran produknya. kurangnya inovasi pada produk UMKM, sempitnya jangkauan pemasaran produk, murahnya hasil penjualan potensi desa, mayoritas masyarakat sekitar masih memasarkan hasil panen secara bahan baku sehingga sering mengalami kerugian karena perubahan harga pasar yang tidak menentu, kurangnya pelatihan pengelolaan produk dari potensi desa dan kurang aktifnya kegiatan PKK di desa pucungbedug. Artikel ini bertujuan mengolaborasi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Pandemi Covid-19 telah membuat mayoritas sektor ekonomi terutama UMKM menjadi stagnan. Ekseksnya mayoritas pelaku UMKM tidak bisa berkembang dan banyak yang berakhir pada kebangkrutan. Hal inilah yang membuat, pelaku usaha UMKM mengubah strategi penjualan melalui skema digitalisasi. Seperti Skema digitalisasi yakni dengan memanfaatkan market place (perantara) dan menggunakan media sosial sebagai teknik pemasaran. Selain itu pelaku UMKM digital harus dapat bersinergi dengan warganet dalam pemasaran produk dan jasa. Dengan demikian skema pengembangan UMKM digital dapat menjadi salah satu alternatif untuk meningkatkan kegiatan perekonomian masyarakat. Artikel ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan mengelaborasi berbagai literatur akan pengembangan UMKM digital. Artikel ini berpendapat bahwa pengembangan UMKM digital telah menjadi alternatif penyelamatan sekaligus pengembangan kewirausahaan digital di desa Pucungbedug. Oleh karena itu sebagai bentuk program kerja pengabdian, dilaksanakan beberapa kegiatan pemberdayaan remaja desa pucungbedug diantaranya : 1) Mengadakan seminar ekonomi “Muda Berkarya” Pemberdayaan Remaja Dalam Pengembangan Digitalisasi Pemasaran Produk UMKM Desa Pucungbedug; 2) Pendampingan dan Pelatihan Pembuatan produk inovatif; 3) Pelatihan cara Foto produk yang menarik ; 4) Pelatihan pemasaran iklan dan copy writing; 5) Pelatihan manajemen toko dan laporan keuangan sederhana. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan dapat Meningkatkan peran usaha mikro, kecil, dan menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan. Dan juga dapat Meningkatkan pengetahuan peserta tentang media sosial sebagai tempat pemasaran produk berbagai informasi terkini tentang perkembangan teknologi digital dan dampaknya terhadap bisnis.

Kata Kunci: Digitalisasi, UMKM, Muda Berkarya

## **Abstract**

*The problem in this article is the lack of understanding of the community and UMKM actors in Pucungbedug Village in building their business businesses, so that it is difficult to increase productivity and expand product marketing. lack of innovation in MSME products, the narrow range of product marketing, cheap sales of village potential, the majority of the surrounding community still market their harvests with raw materials so they often experience losses due to erratic changes in market prices, lack of product management training from village potentials and less active activities PKK in pucungbedug village. This article aims to collaborate on the development of Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM). The Covid-19 pandemic has made the majority of economic sectors, especially UMKM stagnant. The excess is that the majority of UMKM actors cannot develop and many end up in bankruptcy. This is what makes UMKM business actors change their sales strategy through digitalization schemes. Such as the digitization scheme, namely by utilizing a market place (intermediary) and using social media as a marketing technique. In addition, digital UMKM actors must be able to synergize with netizens in marketing products and services. Thus, the digital MSME development scheme can be an alternative to increase community economic activities. This article uses a descriptive qualitative method by elaborating various literatures on the development of digital SMEs. This article argues that the development of digital UMKM has become an alternative to saving as well as developing digital entrepreneurship in Pucungbedug village. Therefore, as a form of community service program, several youth empowerment activities were carried out in Pucungbedug village including: 1) Holding an economic seminar "Young Work" Youth Empowerment in Developing Digitalization of Product Marketing for UMKM in Pucungbedug Village; 2) Assistance and Training in the manufacture of innovative products; 3) Training on how to take attractive product photos; 4) Advertising marketing and copy writing training; 5) Store management training and simple financial reports. This activity is expected to increase the role of micro, small and medium enterprises in regional development, job creation, income distribution, economic growth, and alleviating people from poverty. And it can also increase participants' knowledge about social media as a place to market products for the latest information about digital technology developments and their impact on business.*

*Keywords: Digitalization, UMKM, Muda Berkarya.*

## **Pendahuluan**

Undang - Undang Pangan No.7 Tahun 1996, menyatakan bahwa kondisi terpenuhinya kebutuhan pangan bagi rumah tangga tercermin dari tersedianya pangan secara cukup, baik dari jumlah maupun mutunya, aman, merata, dan terjangkau. Ketahanan pangan merupakan salah satu isu sensitif bagi keamanan suatu bangsa. Secara umum, ketahanan pangan yang rapuh akan memicu terjadinya konflik, baik dari tingkat dusun hingga ke tingkat nasional (Rosyadi & Didit, 2012).

Salah satu cara yang bisa dilakukan untuk meningkatkan ketahanan pangan adalah dengan menanam tanaman pangan di tingkat desa agar hasil panennya dapat dinikmati oleh masyarakat desa itu sendiri. Hal ini sudah dilakukan oleh masyarakat Dusun Pucungbedug dengan luas wilayah Desa Pucungbedug 649,950 ha. Luas Wilayah tersebut terdiri dari tanah sawah seluas 0,485 ha, tanah pemukiman seluas 216,488 ha, dan tanah pekarangan atau kebun seluas 433,462 ha. Menjadikan sebagian besar warganya bekerja di sektor pertanian dan perdagangan. Komoditas utama yang dihasilkan dari sektor pertanian antara lain cabe, singkong, jagung, dan kacang tanah dengan adanya warung hidup yang sudah terbentuk.

Pandemi global Covid-19 yang mewabah disemua negara dunia telah banyak mempengaruhi semua sektor kehidupan masyarakat. Di Indonesia, hampir semua sektor mengalami dampak terutama ekosistem ekonomi yang selama ini telah menjadi tumpuan

masyarakat. Lebih lanjut, pandemi Covid-19 telah membuat terjadinya pelambatan sektor ekonomi di Indonesia dengan berbagai turunannya. Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang merupakan bagian terpenting dari sektor ekonomi sangat merasakan dampaknya. Inilah yang dikhawatirkan oleh semua pihak, karena telah membuat sektor UMKM mengalami kemunduran yang signifikan. Apalagi saat ini banyak UMKM yang mengalami berbagai permasalahan seperti penurunan penjualan, permodalan, distribusi terhambat, kesulitan bahan baku, produksi menurun dan terjadinya banyak pemutusan hubungan kerja untuk pekerja dan buru yang kemudian menjadi ancaman bagi perekonomian nasional. Berdasarkan hasil observasi yang di dapat, Desa pucungbedug memiliki permasalahan non - fisik seperti : kurangnya inovasi pada produk UMKM ,sempitnya jangkauan pemasaran produk, murahnya hasil penjualan potensi desa, mayoritas masyarakat sekitar masih memasarkan hasil panen secara bahan baku sehingga sering mengalami kerugian karena perubahan harga pasar yang tidak menentu, kurangnya pelatihan pengelolaan produk dari potensi desa dan tidak aktifnya kegiatan PKK di desa pucungbedug. Serta kurangnya kesadaran pemuda setempat dalam mengenali dan menggali potensi yang dimiliki desa, sehingga banyak pemuda yang lulus sekolah, langsung bekerja di kota orang dengan pandangan dapat menghasilkan uang lebih banyak dan mudah.

Oleh karena itu diperlukan model kewirausahaan yang bisa beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Hal inilah yang kemudian melahirkan model kewirausahaan digital. Model bisnis ini berasal dari kombinasi teknologi digital dan kewirausahaan yang kemudian menghasilkan fenomena karakteristik baru dalam hal bisnis. Dalam hal ini peran teknologi digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap unit bisnis baru yang dibuat. Paradigma teknologi yang muncul memanfaatkan potensi kolaborasi dan kecerdasan kolektif untuk merancang dan meluncurkan inisiatif kewirausahaan yang lebih kuat serta berkelanjutan. Meski begitu ada empat dimensi yang terkait dengan kewirausahaan digital yaitu aktor digital (siapa), aktivitas digital (apa), motivasi digital (mengapa) dan organisasi digital (bagaimana).Seperti halnya para pelaku UMKM di Kelurahan Pucungbedug.

Permasalahan ini yang perlu dielesaikan, kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM ) ini sebagai salah satu program yang memacu saya dan kelompok saya untuk mengatasi permasalahan tersebut. Kegiatan KPM ini juga meupakan salah satu wadah untuk saya membantu warga kelurahan Pucungbedug yang terdampak pandemi Covid-19 dan kurangnya pemahaman tentang digitalisasi. Melalui program kerja “ Seminar MUDA BERKARYA Pemberdayaan Remaja Dalam Pengembangan Digitalisasi Pemasaran Produk UMKM Desa Pucungbedug Oleh Mahasiswa KPM UNSIQ 43 Tahun 2022 Kelompok Gilar-gilar”

Bagian pendahuluan harus memuat latar belakang (background), kesenjangan (gap analysis), dan tujuan pengabdian. Latar belakang dapat bersumber dari masalah (problem) yang bersifat aktual yang terjadi di sekelompok masyarakat atau komunitas tertentu atau fenomena yang terjadi dari hasil pengamatan di lapangan. Masalah tersebut belum pernah (belum secara mendalam) dieksplorasi oleh pengabdian sebelumnya sehingga menimbulkan kesenjangan (gap) yang membutuhkan tindakan solutif melalui pengabdian berbasis penelitian (riset). Pendahuluan juga harus menuliskan kajian literatur terdahulu (state of the art) sebagai dasar pernyataan kebaruan ilmiah dari artikel pengabdian yang ditulis. Di bagian akhir pendahuluan harus dituliskan tujuan

dilaksanakannya pengabdian berbasis riset tersebut dikaitkan dengan latar belakang dan kajian literatur yang telah dipaparkan sebelumnya. Penulisan sumber kutipan (referensi) dalam artikel jurnal ini menggunakan catatan tubuh (bodynote).

## **Tujuan Kegiatan**

1. Melatih dalam menerapkan ilmu pengetahuan, teknologi, seni dan budaya yang diperoleh di kampus untuk diterapkan di masyarakat.
2. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan;
3. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan usaha mikro, kecil, dan menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri;
4. Meningkatkan peran usaha mikro, kecil, dan menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.
5. Dapat menumbuhkan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan usaha Mikro, kecil, dan menengah untuk berkarya dengan prakarsa sendiri;
6. Pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi usaha mikro, kecil, dan menengah;
7. Meningkatkan pengetahuan peserta tentang media sosial sebagai tempat pemasaran produk;
8. Mengetahui berbagai informasi terkini tentang perkembangan teknologi digital dan dampaknya terhadap bisnis.

## **Metode Pelaksanaan**

### **1. Waktu dan Tempat Kegiatan**

Adapun lokasi Dari mitra pengabdian ini adalah di beberapa tempat UMKM yang ada di desa Pucungbedug, Kecamatan Purwanegara, Kabupaten Banjarnegara Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 17 Februari - 29 Maret 2022.

### **2. Khalayak Sasaran / Mitra Kegiatan**

- a. Para remaja desa pucungbedug
- b. Pelaku usaha UMKM
- c. Ibu – Ibu PKK desa pucungbedug
- d. Masyarakat sekitar posko yaitu di dusun Siteki Rt 07 Rw 02 desa Pucungbedug

### **3. Metode Pengabdian**

Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah dengan mengkombinasikan beberapa metode yaitu:

#### **a. Observasi**

Kami melakukan Observasi di beberapa UMKM di Desa Pucungbedug tentang permasalahan yang terjadi. Tujuan dari Observasi ini adalah sebagai tahapan awal pengumpulan data dan analisis masalah yang terjadi di UMKM;

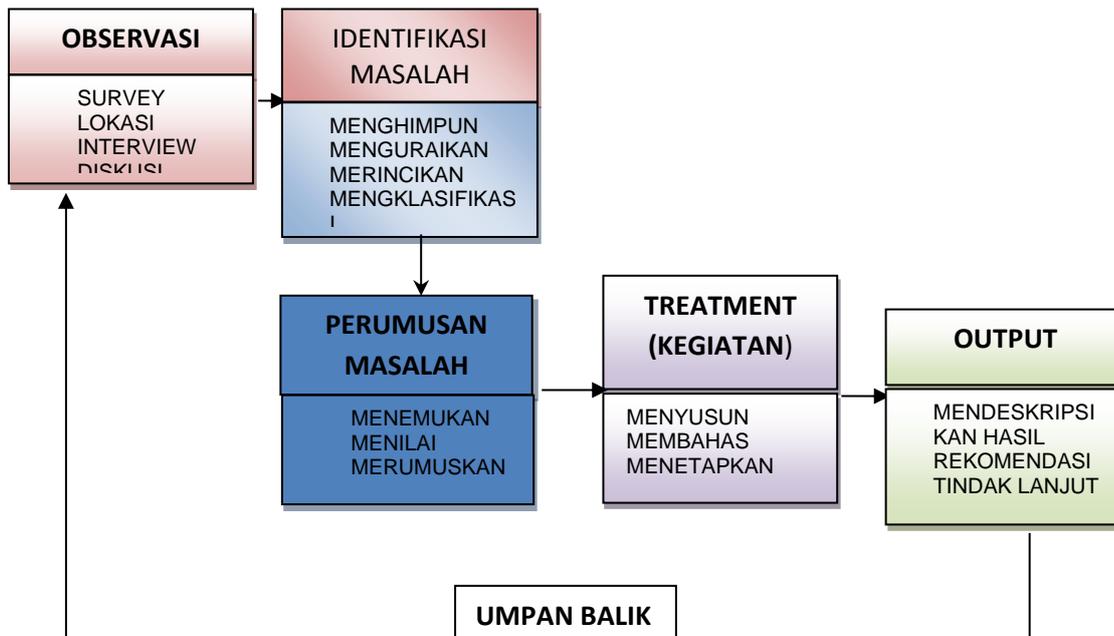
#### **b. Konsultasi**

Yaitu berupa diskusi interaktif bersama Tim pengabdian Dan para pelaku UMKM dengan menganalisis masalah Dan penyelesaiannya;

#### **c. Pengabdian**

Tim pengabdian melakukan sedikit pelatihan dan pelaksanaan seminar ekonomi, Diantaranya:

1. Mengadakan seminar ekonomi “Muda Berkarya” Pemberdayaan Remaja Dalam Pengembangan Digitalisasi Pemasaran Produk UMKM Desa Pucungbedug;
2. Pendampingan dan Pelatihan Pembuatan produk inovatife;
3. Pelatihan cara Foto produk yang menarik ;
4. Pelatihan pemasaran iklan dan copy writing;
5. Pelatihan manajemen toko dan laporan keuangan sederhana.



Bagan 1. Kerangka Pemecahan Masalah

## Hasil Dan Pembahasan

Karena banyaknya pelaku UMKM di keluarahan Pucungbedug yang sangat berpotensi meningkatkan perekonomian desa, jadi kami mahasiswa KPM berusaha untuk mengenalkan tentang digitalisasi dan memberikan sedikit pelatihan bagi mereka untuk mengembangkan usahanya agar pelaku UMKM tidak putus asa dan menyerah ditengah jalan pada masa pandemi. Era digitalisasi tidak bisa lepas dari peran masyarakat internet (warganet) terutama di media sosial. Dikarenakan para warganet inilah yang akan menentukan keberhasilan sebuah produk dan jasa akan menjadi perhatian publik. Dalam hal ini warganet merupakan identitas dari masyarakat yang ada di media social. pengetahuan dalam mengenal aktor warganet hingga tekni untuk memviralkan wajib diketahui oleh para pelaku UMKM digital agar bisa bersaing. Pengetahuan seperti ini yang perlu didapat oleh para pelaku UMKM melalui pendampingan dan berbagai pelatihan oleh pihak ketiga maupun secara mandiri.



Pengembangan UMKM berbasis digital di Indonesia harus memperhatikan banyak hal terutama perihal konten kreatif. Sebab di era digital, konten merupakan pilar utama agar dapat bersaing di ranah digital. Oleh sebab itu ada beberapa hal yang harus dipenuhi oleh UMKM dalam membangun konten kreatif. Para pelaku UMKM harus bisa belajar Teknik fotografi, videografi dan penyusunan kalimat yang menarik di media sosial. Ketiga hal tersebut harus dipenuhi oleh para pelaku UMKM agar produk dan jasanya dapat dikenal oleh publik. Pertama, teknik fotografi. Dalam hal ini setiap pelaku UMKM harus bisa membuat foto dari produk dan jasanya dengan menarik serta resolusi tinggi pula.

Pembelajaran teknik fotografi yang baik akan menghasilkan penampilan produk dan jasa yang menarik Ketika di posting di media sosial. Oleh sebab itu tetap diperlukan pihak ketiga untuk bisa memberikan banyak pelatihan kepada pelaku UMKM untuk bisa menghasilkan foto produk yang menarik. Kedua, Teknik videografi. Dengan ini tim pengabdian KPM 43 UNSIQ menggait para remaja desa yang secara tidak langsung pastilah lebih kompeten dan lebih menguasai di bidang teknologi dan informasi. Dewasa kini ponsel genggam atau yang biasa disebut HP sudah menjadi hal yang lumrah dan menjadi wajib ada baik dari golongan anak anak, remaja hingga para orang tua.



Inovasi produk merupakan hal mutlak yang diperlukan sehingga bisa dikembangkan dengan memberikan banyak sekali manfaat dan dampak positif yang akan dirasakan. Produk yang mengalami inovasi akan mendapatkan apresiasi dari para pelanggan, sehingga dapat menggaet lebih banyak konsumen dan mendatangkan keuntungan yang berlipat. Dalam hal ini kami tim pengabdian KPM 43 UNSIQ memberikan contoh dan praktik pembuatan olahan produk inovatif dari tanaman rosella bersama ibu ibu PKK Desa Pucungbedug. Dengan adanya program ini semoga bisa menjadikan pemilik usaha untuk melakukan inovasi pada produknya.



## Simpulan

Dengan kemajuan teknologi seperti internet yang mendominasi dan mempengaruhi sebagian besar kehidupan kita. Mahasiswa KPM 43 UNSIQ menggait para remaja milenial untuk mengomptimalisasi pemasaran produk potensi desa secara online dan merampah ke market place yang sedang populer seperti facebook, Instagram, shoppe, lazada, dan lain lain. Selain itu juga ada pelatihan perbaikan pengemasan produk cantik yang lebih kekinian dan penataan template toko yang lebih menarik. Diharapkan dengan semangat sumber daya muda dalam berkarya pemasaran online ini dapat terlaksana secara maksimal.

## Saran

Mengingat manfaat yang sangat besar dengan adanya pengenalan Dan pelatihan Dari program pengabdian kepada masyarakat, maka perlu diadakan program program serupa.mahasiswa perlu diterjunkan untuk mendampingi masyarakat serta Memaksimalkan fasilitas yang ada untuk menunjang program pemberdayaan masyarakat di berbagai bidang. Salah satunya adalah di bidang ketahanan pangan. Fasilitas yang disediakan berupa finansial, alat, dan juga motivasi.

## Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada: Pemerintah Desa Pucungbedug, terkhusus bapak Heru Sumantri selaku kepala Pucungbedug, Nanang Agus Suyono S.E, M.S.i. selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL), Desta Hatmoko adi ,S.E, M.M. selaku pemateri 1 "Optimalisasi pengelolaan operasional bisnis UMKM " dan Bahtiar Efendi ,S.E, M.M CMA sebagai pemateri 2 "Strategi pemasaran efektif untuk UMKM " dalam seminar muda berkarya, Ibu-ibu kader Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK), keluarga besar bapak H. Muslihun Al-Slamet riyadi beserta keluarga besar dan santriwan santriwati madrasah diniyah roudlotul fadlilah dan segenap masyarakat Desa pucungdug khususnya masyarakat dusun siteki rt 07 rw 02 yang telah bekerjasama dan memberi dukungan moral maupun meteriel terhadap program pengabdian masyarakat ini.

## Daftar Pustaka

- Amelia, M. N., Prasetyo, Y. E., & Maharani, I. (2017). E-UMKM: Aplikasi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Android Sebagai Strategi Meningkatkan Perekonomian Indonesia. Prosiding SNATIF, 11-16.
- Arianto, B. (2015). Kampanye Kreatif Dalam Kontestasi Presidensial 2014. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UGM. No 1, 19: 16–39.
- Elia, G., Margherita, A., & Passiante, G. (2020). Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. *Technological Forecasting and Social Change*, 150, 11979.
- Giones, F., & Brem, A. (2017). Digital technology entrepreneurship: A definition and research agenda. *Technology Innovation Management Review*, 7.
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2019), Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. Prosiding, Jurnal LPPM Unsoed.
- Intan, T., Revia, B., & Erwita, A. (2019). Peningkatan daya saing produsen minuman herbal melalui pembuatan konten kreatif media sosial berbasis pemasaran e-marketing. *Jurnal*
- Pasal 1 ayat 8, pasal 4 dan pasal 5 UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM
- Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan. Kantor Menteri Negara Pangan RI