

MENINGKATKAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT TERHADAP UMKM MELALUI E-DIGITAL DI KELURAHAN GAJAHMUNGKUR

Endang Kurniawati¹⁾, Intan Amalina Zulfa²⁾, Berliana Indah Andani³⁾,
Ahmad Rivaldi Salsabil⁴⁾, Nurus Saudah⁵⁾, Fariez Iqbal⁶⁾
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Nusantara
endangkurniawati6914@gmail.com¹⁾

ABSTRACT

In the growing E- digital era, the use of information and communication technologies has been a key factor in the survival and growth of micro, small, and medium enterprises (MSMEs). SMEs constitute the backbone of Indonesia's reeconomy, contributing significantly to gross domestic product (GDP) and labor absorption. However, many SMEs still face challenges in accessing wider markets, promoting products, and increasing competitiveness. SMEs in Indonesia play a very vital role in the reeconomy, contributing almost 60% to GDP and absorbing a lot of labour. However, many SMEs are still lagging behind in terms of marketing, especially in utilizing E- digital technologies as per the current conditions. Many SME actors are yet to realize the importance of E- digital marketing to enhance their competitiveness and reach a wider market. the empowerment of SMEs through E - DIGITAL MARKETING, along with the rapid development of information technologies that are changing the way businesses operate.

Keywords: *the use of information and communication technologies, promoting products, and increasing competitiveness. e-digital marketing*

PENDAHULUAN

Era persaingan ekonomi global yang semakin ketat menjadi suatu tantangan terbesar bagi perekonomian Indonesia dan pelaku ekonominya. Pada saat ini persaingan ekonomi global sudah memasuki tahapan yang mengandalkan teknologi dengan sebutan era kreatif yang menempatkan kreativitas dan inovasi sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi. Interaksi ekonomi di era global membuat kompetisi semakin ketat dan transfer pengetahuan semakin cepat. Untuk menghadapi hal tersebut dibutuhkan inovasi dan kreasi untuk menciptakan berbagai produk dan jasa yang mampu bersaing di pasar global atau E-digital.

Indonesia yang merupakan negara yang berkembang tentunya dituntut untuk melakukan perubahan besar guna dapat bersaing dengan negara yang lebih maju, yang saat ini telah mengambil perdagangan baik barang maupun jasa secara global dan digital. Salah satu upaya yang paling tepat adalah dengan menambah jumlah pelaku UMKM yang handal dan untuk menciptakan lapangan kerja yang baru.

Dalam era E-digital yang semakin berkembang, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi telah menjadi faktor kunci dalam keberlangsungan dan pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, berkontribusi signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Namun, banyak UMKM masih menghadapi tantangan dalam mengakses pasar yang lebih luas, mempromosikan produk, dan meningkatkan daya saing.

E-Digital marketing merupakan salah satu solusi efektif untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM. Melalui platform digital, UMKM dapat memasarkan produk secara lebih

efisien dan menjangkau audiens yang lebih luas. Berbagai metode seperti media sosial, email marketing, dan website memungkinkan UMKM untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas, serta mengumpulkan data untuk strategi pemasaran yang lebih baik.

PERMASALAHAN

Permasalahan Umum yang dihadapi UMKM dari pernyataan-pernyataan diatas adalah:

1. Pelaku UMKM kurang mengetahui tentang digital marketing
Banyak pelaku UMKM yang masih minim pengetahuan tentang digital marketing. Mereka seringkali tidak memahami pentingnya pemasaran online atau bagaimana cara mengimplementasikannya.
2. Tidak memiliki platform yang bisa digunakan untuk melakukan digital marketing.
Keberadaan sosial media sangat penting dalam strategi pemasaran saat ini. Namun, banyak UMKM yang belum memiliki akun sosial media atau tidak aktif di platform tersebut. Hal ini membuat mereka kesulitan dalam membangun interaksi dengan pelanggan dan memperluas jangkauan pasar.
3. UMKM tidak memiliki lokasi usaha di maps
UMKM yang tidak memiliki titik lokasi fisik atau tempat usaha yang jelas akan mengalami kesulitan dalam menarik pelanggan. Pelanggan cenderung mencari tempat yang mudah diakses, dan tanpa adanya lokasi yang jelas, UMKM mungkin kehilangan potensi pelanggan yang ingin membeli produk secara langsung.
4. Pembukuan yang kurang memadai
Pembukuan yang tidak rapi dan kurang memadai menjadi kendala bagi banyak UMKM dalam memantau perkembangan usaha mereka. Tanpa catatan keuangan yang jelas, sulit untuk mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran yang dilakukan.
5. Tidak ada banner untuk mengetahui usaha dari UMKM
Banner fisik maupun digital sangat penting untuk memperkenalkan merek dan produk. Banyak UMKM yang tidak memanfaatkan banner untuk promosi, sehingga potensi pengenalan merek menjadi terbatas. Desain banner yang menarik dan informatif dapat membantu menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan kesadaran merek.

WAKTU KEGIATAN

Kegiatan dilaksanakan selama 5 hari dari tanggal 1 September 2025 sampai tanggal 5 September 2025 mulai dari Jam 09.00 Sampai Selesai, bertempat di UMKM yang berada di sekitar Kelurahan Gajah Mungkur.

PERUMUSAN KEGIATAN

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, kegiatan yang akan dilakukan dalam program Pengabdian Kepada Masyarakat ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Pelatihan Digital Marketing
Mengadakan pelatihan untuk memberikan pemahaman dasar tentang digital marketing, termasuk penggunaan media sosial, SEO, dan strategi pemasaran online. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM tentang digital marketing.
2. Pendampingan Teknis
Memberikan bimbingan langsung kepada pelaku UMKM dalam membuat akun di platform digital, seperti Instagram, Facebook, dan marketplace, serta mengajarkan cara mengelola dan memanfaatkan platform tersebut.
3. Pemaparan Strategi Pemasaran
Menyampaikan materi kepada pelaku UMKM untuk merancang strategi pemasaran yang jelas dan terukur, termasuk penentuan audiens target, pemilihan platform, dan cara menganalisis hasil pemasaran.
4. Pembuatan Website untuk UMKM

Membantu pelaku UMKM dalam pembuatan website sederhana untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Ini termasuk pelatihan tentang pengelolaan konten dan cara menarik pengunjung ke situs.

5. Pelatihan Manajemen Media Sosial

Menyelenggarakan pelatihan khusus tentang cara mengelola media sosial, termasuk cara menjadwalkan posting, berinteraksi dengan audiens, dan menganalisis data dari platform media sosial.

6. Program Pengenalan E-commerce

Mengedukasi pelaku UMKM tentang cara menggunakan platform e-commerce (seperti Shopee, Tokopedia) untuk menjual produk mereka secara online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Memberdayakan UMKM untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam menerapkan digital marketing untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.
2. Implementasi Ilmu yang memberikan kesempatan kepada UMKM untuk menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah dipelajari dalam konteks nyata.
3. Membangun Hubungan UMKM, dan masyarakat sebagai bentuk kolaborasi dalam pengembangan ekonomi lokal.
4. Evaluasi Dampak untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi dampak terhadap peningkatan kinerja dan pertumbuhan UMKM serta masyarakat sekitar.

Pembahasan

Sumber Daya Manusia

Masyarakat di Kelurahan Gajah Mungkur memiliki populasi yang beragam dengan potensi sumber daya manusia yang bisa dimanfaatkan. Tingkat pendidikan, keterampilan, dan pengalaman kerja penduduk bisa meningkatkan produktivitas. Keberagaman keterampilan yang dimiliki masyarakat, termasuk dalam kerajinan tangan dan kuliner, menjadi aset berharga untuk pengembangan UMKM.

Potensi Ekonomi

Masyarakat memiliki potensi untuk mengembangkan UMKM di bidang kerajinan dan makanan. Produk lokal seperti kerajinan tangan dan makanan tradisional memiliki daya tarik yang dapat dipasarkan secara lokal mau pun melalui platform online. Dengan pelatihan dan pendampingan, diharapkan masyarakat dapat memaksimalkan potensi ini untuk meningkatkan pendapatan.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Melakukan analisis mendalam tentang kebutuhan atau permasalahan spesifik pelaku UMKM sehingga program kerja bisa disusun lebih relevan dan sesuai kebutuhan UMKM.
2. Melakukan pelatihan sederhana tentang digital marketing yang bisa dipahami dan mudah diterapkan oleh pelaku UMKM.
3. Mendorong UMKM untuk rutin memeriksa dan menilai hasil promosi digital mereka agar bisa menyesuaikan strategi dengan kebutuhan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Adebisi S.A. Gloria Chinyere Alaneme, Aiwanehi Barbara Ofuani, (2015). Challenges Of Finance and the Performance Of Small and Medium Enterprise (SMES) In Lagos State. Developing Country Studies. Vol. 5(8)
- Economic Magazine. Monthly review of economic and policy issues. Office Of Economic Affairs, Ministry Of Economic Affairs and Assets , 7 (69).
- J.Raffiee & Feng.J. (2014). Should I quit my day job? A Hybrid path to Entrepreneurship.Academy Of Management. Journal, 57(4).
- M.M.Ali.(2017). Socio-Economic Development of Bangladesh: Sustainability Of BNF's Partner Organizations and Beneficiaries, MTC Global. India,9-77.
- OECD. Enabling SMEs to Scale Up. Conference paper. SME Ministerial Conference. Mexico City.22-23 Februari 2018.
- Y.J. Wang. (2002). Liquidity management, operating performance, and corporate value: evidence from Japan and Taiwan. Journal Of Multinational Financial Management, Vol.12, hal. 159-169.

LAMPIRAN

Dokumentasi Kegiatan

