

# Pelatihan Digitalisasi dalam Pemasaran dan Pengembangan Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah guna Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Desa Sidodadi Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran

Goestyari Kurnia Amantha\*<sup>1</sup>, Putri Rahmaini<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Jurusan Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, Indonesia  
\*e-mail: [goestyari.kurnia@fisip.unila.ac.id](mailto:goestyari.kurnia@fisip.unila.ac.id)<sup>1</sup>, [rahmaini34@gmail.com](mailto:rahmaini34@gmail.com)<sup>2</sup>

## Abstrak

*Kemajuan teknologi di era globalisasi sudah tidak bisa dihindari lagi, menyentuh hampir disetiap sisi kehidupan. Sebagai negara berkembang tentunya Indonesia merasakan hal yang serupa, pergeseran pasar-pasar konvensional menjadi pasar modern bahkan pasar digital. Sayangnya masih banyak masyarakat Indonesia yang mengalami kesulitan dalam menghadapi kemajuan tersebut sehingga tertinggal dan tidak mampu berkembang. UMKM merupakan salah satu yang terdampak, dengan skala yang masih kecil maka jika tidak mampu bersaing akan kalah dengan produk sejenis, maupun produk luar yang mampu mengembangkan pemasaran dan produknya sesuai permintaan konsumen. Pelatihan Digitalisasi Pemasaran dan Pengembangan Produk UMKM merupakan upaya pengabdian kami kepada masyarakat untuk dapat membantu para pelaku usaha dalam meningkatkan pendapatan dan memperoleh kesejahteraan dan kemandirian finansial. Menurut Data Tahun 2023 Kabupaten Pesawaran tercatat memiliki 43.000 lebih UMKM yang salah satu diantaranya kelompok usaha Pengolahan Kerupuk yang berlokasi di Desa Sidodadi Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran. Hasil kegiatan PKM menunjukkan perubahan yang signifikan dimana pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang digitalisasi meningkat yang awalnya hanya 45% menjadi 70% diakhir kegiatan. Saat ini kelompok usaha pengolahan kerupuk sudah memiliki social media, memiliki marketplace penjualan online dan memiliki media partner layanan pesan antar online sehingga berimplikasi pada perluasan pemasaran dan pengembangan produk UMKM.*

**Kata kunci:** Digitalisasi, Pemasaran, Pengembangan, UMKM

## Abstract

*Technological advances in the era of globalization can no longer be avoided, touching almost every side of life. As a developing country, of course Indonesia feels the same thing, the shift from conventional markets to modern markets and even digital markets. Unfortunately, there are still many Indonesian people who experience difficulties in facing this progress so they are left behind and unable to develop. MSMEs are one of those affected, with their small scale so if they are not able to compete they will lose to similar products, as well as foreign products that are able to develop their marketing and products according to consumer demand. Marketing Digitalization and MSME Product Development Training is our community service effort to be able to help business actors increase income and gain prosperity and financial independence. According to 2023 data, Pesawaran Regency is recorded as having more than 43,000 MSMEs, one of which is the cracker processing business group located in Sidodadi Village, Way Lima District, Pesawaran Regency. The results of PKM activities showed significant changes where people's understanding and knowledge about digitalization increased from initially only 45% to 70% at the end of the activity. Currently, the cracker processing business group already has social media, has an online sales marketplace and has a media partner for online delivery services, so this has implications for expanding marketing and product development for MSMEs.*

**Keywords:** Digitalization, Development, Marketing, MSMEs

## 1. PENDAHULUAN

Kebijakan otonomi daerah mempercepat pembangunan, pemberdayaan, dan kesejahteraan daerah melalui percepatan akses layanan, ketersediaan sarana prasarana, keterlibatan dan partisipasi masyarakat, serta mendorong persaingan lokal dengan mengedepankan prinsip-prinsip seperti demokrasi, kesetaraan, keadilan, hak istimewa dan tradisi suatu daerah pada tatanan pemerintahan di Indonesia. Cara untuk mewujudkan cita-cita

otonomi daerah adalah dengan membuat daerah itu mandiri dalam mengurus rumah tangganya sendiri. Pemerintah memiliki wewenang untuk mengatur, merencanakan, menginisiasi dan melakukan evaluasi kebijakan dan program pembangunan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat melalui pembentukan daerah otonomi baru, dengan harapan mewujudkan pemerataan pembangunan, pelayanan dan pengembangan daerah.

Setelah proses dan kajian panjang di tahun 2007 terbitlah peraturan Nomor 33 Tahun 2007 yang berisi tentang Pembentukan Kabupaten Pesawaran. Pesawaran adalah wilayah hasil pemisahan dari wilayah Lampung Selatan yang sangat luas pada saat itu. Kebijakan ini diharapkan memberikan dampak bagi kemandirian kedua wilayah pemekaran, yaitu wilayah baru dan wilayah induk untuk lebih maju dan sejahtera. Tantangan bagi Daerah Otonomi Baru (DOB) adalah ketergantungannya pada dukungan dari daerah induknya, bukan hanya dari pemerintah provinsi atau pemerintah pusat. Keunggulan geografis Kabupaten Pesawaran adalah letaknya yang dekat dengan ibu kota Provinsi yaitu Kota Bandar Lampung, salah satu titik pemerintahan sebagai pusat kota yang berkembang pesat di Pulau Sumatera. Memanfaatkan peran sebagai daerah penyangga atau pemasok dan pemenuhan kebutuhan bagi daerah sekitarnya, Pesawaran dinilai mempunyai potensi pengembangan wilayah yang lebih tinggi dibandingkan daerah lainnya di Lampung. Nyatanya meskipun Pesawaran lebih dahulu ditetapkan sebagai daerah otonomi baru dibandingkan Pringsewu dan kabupaten Mesuji, akan tetapi laju perkembangan ekonomi justru lebih rendah dibandingkan dua daerah otonomi baru lainnya, yaitu sebesar 5,84 persen dan 5,38 persen, serta lebih rendah dibandingkan rata-rata laju pertumbuhan ekonomi kabupaten dan kota di Provinsi Lampung sebesar 5,54 persen (Hamami et al., 2016). Laju pertumbuhan ekonomi yang rendah berdampak pada menurunnya produksi sektor barang dan jasa, mengurangi penyediaan lapangan kerja, dan menurunkan pendapatan.

Menurut data Kementerian Bidang Perekonomian Republik Indonesia bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memegang andil dalam berkontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 60,5 persen sedangkan kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja di Indonesia yaitu sebesar 96,9 persen (Irianto et al., 2023). Berdasarkan hitung-hitungan Badan Pusat Statistik Kabupaten Pesawaran bahwa Pertumbuhan Produk Domestik Bruto dalam 3 (tiga) tahun terakhir belum mengalami pergeseran dan lonjakan yang signifikan, justru dinilai mengalami penurunan, sebagaimana data dibawah ini;

Tabel 1. Laju Pertumbuhan Ekonomi Pesawaran Berdasarkan Jenis Usaha (Persen)

| No                             | Lapangan Usaha   | Tahun       |             |             |
|--------------------------------|--|-------------|-------------|-------------|
|                                |  | 2021        | 2022        | 2023        |
| 1                              | Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan                            | -1.38       | 1.76        | 2.33        |
| 2                              | Pertambangan dan Penggalian                                    | 1.87        | -2.84       | 4.38        |
| 3                              | Industri Pengolahan  | 6.64        | 2.18        | 0.50        |
| 4                              | Pengadaan Listrik dan Gas                                      | 4.62        | 6.09        | 6.02        |
| 5                              | Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang       | 8.52        | 1.13        | 1.65        |
| 6                              | Konstruksi   | 2.34        | 6.77        | 6.84        |
| 7                              | Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Motor         | 5.63        | 10.52       | 8.83        |
| 8                              | Transportasi dan Pergudangan                                   | 5.25        | 18.93       | 17.18       |
| 9                              | Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum                           | 0.27        | 14.51       | 13.87       |
| 10                             | Informasi dan Komunikasi                                       | 6.67        | 5.14        | 7.96        |
| 11                             | Jasa Keuangan dan Asuransi                                     | 0.90        | -1.56       | 4.10        |
| 12                             | Real Estate  | 1.32        | 7.59        | 1.30        |
| 13                             | Jasa Perusahaan  | 2.11        | 14.31       | 5.44        |
| 14                             | Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib | 2.45        | -1.61       | 0.25        |
| 15                             | Jasa Pendidikan  | 3.32        | 2.47        | 2.54        |
| 16                             | Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial                             | 5.13        | 0.01        | 3.03        |
| 17                             | Jasa lainnya   | 4.27        | 28.55       | 16.39       |
| PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO |  | <b>2.08</b> | <b>4.55</b> | <b>4.49</b> |

Sumber: <https://pesawarankab.bps.go.id/>

Seiring dengan arus perkembangan zaman yang semakin modern yang memicu kebutuhan setiap masyarakat menjadi meningkat maka dari itu masalah perekonomian pada saat ini adalah salah satu aspek yang harus diperhatikan, karena masalah perekonomian menjadi salah satu faktor penting penunjang kesejahteraan masyarakat. Menciptakan talenta-talenta kreatif yang baik dan memperkuat perekonomian lokal berarti memberikan kesempatan kepada talenta-talenta potensial di setiap desa untuk berpartisipasi dalam pelayanan sosial, dan menciptakan peluang bagi pusat pelatihan kejuruan, industri kecil dan koperasi. Artinya adalah meningkatkan kualitas masyarakat melalui pembentukan fasilitas, permodalan dan penguatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Mempromosikan dan memastikan iklim investasi di seluruh wilayah sehingga penyerapan tenaga kerja meningkat, talenta lokal diprioritaskan dalam prioritas pembangunan, dan terciptanya peluang bagi masyarakat adat untuk berpartisipasi dalam pembangunan. Peran serta berbagai stakeholder terutama Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Pesawaran sangat penting dalam mewujudkan cita-cita tersebut. Hal ini untuk memastikan bahwa tujuan pemerintah daerah itu sendiri tercapai dengan meningkatkan pelayanan, penghidupan yang demokratis, memajukan keadilan sosial, pemerataan dan pemberdayaan masyarakat. Dalam paradigma Pembangunan ekonomi, Pembangunan ekonomi dikatakan berhasil apabila Tingkat kesejahteraan masyarakat meningkat, kesejahteraan meningkat jika terjadi peningkatan konsumsi yang disebabkan oleh peningkatan pendapatan dari masyarakatnya (Febrianto, 2019).

Melalui Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) masyarakat dapat membangun kemandirian dalam bertahan hidup dan memperoleh penghasilan yang layak. Hal ini dapat dilihat dari tumbuh pesatnya UMKM yang ada di Kabupaten Pesawaran. Berdasarkan data Dinas Koperas dan UMKM Kabupaten Pesawaran seperti yang termuat pada data dibawah ini;

Tabel 2. Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Pesawaran

| Usaha Mikro/Tahun |      |       | Usaha Kecil/Tahun |      |      | Usaha Menengah/Tahun |      |      | Jumlah Usaha/Tahun |      |       |
|-------------------|------|-------|-------------------|------|------|----------------------|------|------|--------------------|------|-------|
| 2021              | 2022 | 2023  | 2021              | 2022 | 2023 | 2021                 | 2022 | 2023 | 2021               | 2022 | 2023  |
| 460               | 7106 | 43021 | 20                | 265  | 278  | 2                    | 23   | 31   | 482                | 7394 | 43330 |

Sumber: Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Provinsi Lampung

Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah menjadi bukti bahwa begitu banyak potensi yang bisa dijadikan sumber pendapatan masyarakat. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dianggap mampu mengurangi kemiskinan dan berperan aktif dalam menciptakan peluang kerja baru bagi masyarakat sekitarnya (Andam, 2024). Kemajuan dan pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dapat dijadikan acuan dalam menilai angka pertumbuhan ekonomi suatu negara (Octavina & Rita, 2021). Namun Pandemi Covid-19 yang terjadi hampir diseluruh dunia membawa pengaruh pada berbagai aspek kehidupan terutama perekonomian. Dapat dilihat bahwa selama pandemi perekonomian Indonesia nyaris lumpuh dan cenderung melambat, salah satu sektor yang paling terkena imbasnya ialah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Angeline et al., 2022)

Pandemi Covid-19 menjadi pintu lahirnya banyak kreatifitas masyarakat untuk dapat bangkit dan bertahan ditengah himpitan ekonomi dan tantangan untuk menjaga eksistensi. Aturan untuk tetap berada di rumah dan mengurangi tatap muka berlaku hampir di setiap sektor baik pemerintah maupun swasta, dari pekerja kantoran sampai pekerja serabutan. Kreatifitas itu ditunjukkan dengan makin banyaknya kemudahan yang diimplementasikan secara digital. Digitalisasi bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan upaya pelaku usaha untuk mendigitalkan bentuk pemasaran produk yang mereka miliki ke dalam suatu platform atau marketplace tertentu (Kanan, 2021). Menurut (Hajawiyah et al., 2022) Digitalisasi bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam hal ini berarti mengintegrasikan teknologi ke dalam seluruh aktivitas perekonomian. Dimulai dari bidang manajemen, keuangan, sumber daya manusia, pemasaran, dan penjualan. Sederhananya, seiring semakin canggihnya teknologi, semakin mudah bagi para pelaku usaha untuk memasarkan dan menjual produknya

secara *online*. Namun, meski gaya hidup serba digital sudah memasuki kehidupan sehari-hari, namun mayoritas pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) masih apatis, tidak mau meleak digital, dan masih terbiasa berbisnis dengan cara tradisional. Padahal, upaya digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) akan membawa banyak manfaat bagi pelaku kepentingan perekonomian.

Di era revolusi industri dan digitalisasi saat ini, segala bidang kehidupan nyaris tergantikan oleh teknologi yang sangat maju. Termasuk beralihnya kegiatan usaha jual beli konvensional beralih pada toko *online*. Tidak hanya meningkatkan profitabilitas pelaku usaha, salah satu keunggulan lainnya ialah tidak memerlukan kantor untuk memulai bisnis, cakupan pasar yang luas, kemudahan transaksi. Berdasarkan observasi yang dilakukan tim pengabdian bahwa di Desa Sidodadi Kecamatan Way Lima yang masuk dalam wilayah Kabupaten Pesawaran memiliki sepuluh kelompok usaha kerupuk rumahan, melalui ibu Anna Kumiawati sebagai salah satu pelaku usaha kerupuk yang ada di Desa Sidodadi Kecamatan Way Lima kabupaten Pesawaran, terdapat beberapa tantangan dalam menjalankan kegiatan usaha diantaranya:

- a. Cakupan pemasarannya masih terbatas karena pelaku ekonomi masih menggunakan strategi pemasaran tradisional dalam memasarkan produknya, contohnya mengikuti pameran, menerima pesanan dari toko atau pribadi serta menitipkan hasil produksinya pada warung-warung atau gerai jual beli di sekitaran Kabupaten Pesawaran.
- b. Para pelaku usaha masih minim pengetahuan, keterampilan serta dukungan sarana prasarana dalam menggunakan media *online* sebagai alat pemasaran, sehingga para pelaku usaha masih kebingungan dalam memasarkan dan melakukan transaksi secara *online*.
- c. Sebagian pelaku usaha yang memproduksi rumahan masih takut memulai bisnis *online* karena minimnya pengetahuan tentang perjanjian jual beli *online*. Utamanya takut akan penipuan saat berjualan *online*.

Menjawab tantangan tersebut maka dilakukan pelatihan digitalisasi dalam pemasaran dan pengembangan produk usaha kepada mitra PKM agar dapat memanfaatkan media internet untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan peluang pengembangan usaha. Mengingat kemudahan bertransaksi secara *online* adalah semua transaksi dilakukan secara *online* sehingga tidak ada batasan tempat, jarak, dan waktu transaksi dapat dilakukan selama 24 jam. Sejalan dengan latar belakang tersebut tujuan dan sasaran kegiatan PKM yang akan dilakukan yaitu;

- a. Memberikan pengetahuan, keterampilan serta dukungan bagi masyarakat selaku pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam penggunaan teknologi internet dan bagaimana cara memasarkan hasil produk usahanya. Hal ini dilakukan guna mencapai sasaran dalam peningkatan produktivitas dan pendapatan masyarakat kelompok Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM).
- b. Agar para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) paham bagaimana strategi dalam meningkatkan nilai suatu produk agar memiliki nilai jual tambah, sehingga pendapat yang diperoleh akan lebih maksimal.
- c. Memberikan pendampingan dan pengetahuan pemasaran produk berbasis jaringan *online* serta system pembayaran berbasis digital sehingga wilayah jangkauan pemasaran menjadi lebih luas dan kesejahteraan hidup masyarakat meningkat.
- d. Terjalin kerjasama dan koordinasi lebih lanjut antara Pemerintah Pusat, Kabupaten dan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam hal pemasaran dan pengembangan produk lokal sehingga dapat menjadi produk unggulan daerah bahkan menjadi produk khas yang dapat dijadikan buah tangan/oleh-oleh khas Pesawaran

## 2. METODE

Metode atau cara yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini guna menjawab permasalahan yang ada di masyarakat serta menawarkan solusi dan model penyelesaian sebagai berikut;

## 2.1. Tahapan Persiapan

Tahap awal dilakukan dengan melakukan survei serta observasi dengan mendatangi warga masyarakat yang merupakan pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Desa Sidodadi Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran. Terdapat sekitar sepuluh kelompok usaha pengolahan kerupuk, untuk memperoleh data awal secara bertahap dan menggunakan sistem *door to door* langsung ke tempat usaha yang ada. Kegiatan ini dilakukan di awal sebagai latar belakang pelaksanaan pengabdian masyarakat dengan instrumen berupa lembar pretest yang diisi oleh para pelaku usaha sebagai kondisi awal sebelum pelatihan dilakukan.

## 2.2. Tahapan Pelaksanaan

Kegiatan Pelatihan Digitalisasi Dalam Pemasaran Dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Guna Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Desa Sododadi Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran dilakukan dalam beberapa tahapan, sebagaimana tabel kegiatan PKM dibawah ini;

Tabel 3. Tahapan Kegiatan Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat

| <b>Tahapan Pesiapan</b>  |  |
|--|--|
| Observasi Pretest  | Melihat Permasalahan<br>Melihat kondisi/ pemahaman awal sebelum kegiatan dilakukan |
| Pembentukan Tim PKM  | Kepakaran yang sesuai dengan permasalahan  |
| <b>Tahapan Pelaksanaan</b>   |  |
| Edukasi tentang Pemasaran <i>Online</i> (Platform Belanja <i>Online</i> dan Media Sosial)<br>Pelatihan Penggunaan Teknologi Internet dan sistem Pembayaran Digital<br>Pendampingan/Workshop Design produk dan Pengemasan Produk UMKM<br>Pendampingan/Workshop Meningkatkan nilai tambah produk kerupuk   |  |
| <b>Monitoring dan Evaluasi Keberhasilan</b>  |  |
| Dilakukan dengan membandingkan kondisi mitra sebelum pelaksanaan kegiatan yang dalam hal ini yaitu kelompok usaha pengolahan kerupuk yang berjumlah 10 kelompok melalui pretest dan kondisi sesudah pelaksanaan program melalui posttest. Faktor penentu keberhasilan program yaitu adanya perubahan positif dari kelompok usaha pengolahan kerupuk (perkembangan usaha) setelah pelaksanaan kegiatan PKM dengan mulai menggunakan media digital sebagai alternatif dalam pemasaran dan pengembangan produk. |  |
| <b>Pelaporan</b>   |  |
| Penyusunan laporan dilakukan sebagai bentuk pertanggung jawaban atas pelaksanaan kegiatan PKM yang dipublikasikan pada jurnal pengabdian Masyarakat terakreditasi.   |  |

## 2.3. Waktu, Lokasi dan Target Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini merupakan kelanjutan dari kegiatan sebelumnya yang sudah pernah dilaksanakan pada tahun 2021, menjawab kebutuhan masyarakat Desa Sidodadi, maka dirancang kegiatan PKM yang dilaksanakan sejak akhir tahun 2023 hingga awal tahun 2024. Lokasi Kegiatan Pelatihan dilakukan di salah satu Tempat Usaha Pengolahan Kerupuk milik warga yang terletak di Desa Sidodadi Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran. Target sasaran kegiatan Pelatihan Digitalisasi Dalam Pemasaran dan Pengembangan Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah guna Meningkatkan Pendapatan Masyarakat ialah sepuluh kelompok usaha sejenis yaitu Pengolahan Kerupuk di Desa Sododadi Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil survei dan observasi yang dilakukan Tim PKM bahwa hingga saat ini pelaku usaha mikro kecil dan menengah Desa Sidodadi Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran belum menggunakan media *online* sebagai alat dalam pemasaran produk kerupuk ikan yang mereka produksi. Hingga saat ini masyarakat hanya memasarkan produk secara konvensional dengan berdagang langsung ke pasar atau menitipkan produk pada toko yang ada disekitar desa, sehingga jangkauan pemasaran produk sangat minim.

Hasil diskusi dan jejak pendapat dengan warga masyarakat Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Sidodadi Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran bahwa hingga saat ini masyarakat merasa kurang mendapat perhatian dari pemerintah daerah. Hal ini dirasakan baik dari sisi peningkatan nilai jual produksi dan pemasaran produk. Hingga saat ini masyarakat merasa kesusahan dalam mengembangkan produknya yang terkendala biaya dan modal. Pemberian modal usaha atau koperasi kurang menjangkau masyarakat pelaku usaha dan hanya sebagian usaha yang pernah ataupun sedang mendapatkan bantuan dana atau modal dari Pemerintah Daerah Kabupaten Pesawaran.

Pelaksanaan Pelatihan Digitalisasi Dalam Pemasaran dan Pengembangan Produk UMKM Guna Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat telah dilaksanakan oleh Tim yang terbagi dalam beberapa kegiatan yang dilakukan secara bertahap. Kegiatan dilakukan dengan mengundang beberapa Pelaku UMKM Pengusaha Kerupuk yang ada di Desa Sidodadi Kabupaten Pesawaran. Adapun Jadwal acara kegiatan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Susunan Jadwal Kegiatan Pelatihan

| No | Waktu                       | Kegiatan  | Keterangan   |
|----|-----------------------------|---|--|
| 1  | Minggu,<br>14 Januari 2024  | Edukasi tentang Pemasaran Online (Platform Belanja Online dan Media Sosial) | Pemaparan materi dan diskusi dan workshop            |
| 2  | Minggu,<br>28 Januari 2024  | Pelatihan Penggunaan Teknologi Internet dan Pembayaran Digital              | Melalui pelatihan dan tutorial dan workshop langsung |
| 3  | Minggu, 11<br>Februari 2024 | Pendampingan/Workshop Design dan Pengemasan Produk UMKM                     | Melalui pelatihan dan tutorial dan workshop langsung |
| 4  | Minggu, 18<br>Februari 2024 | Pendampingan/Workshop Meningkatkan nilai tambah suatu produk UMKM           | Melalui pelatihan dan tutorial dan workshop langsung |

Kegiatan dilakukan di Lokasi pengolahan kerupuk yang dimiliki oleh salah satu warga yang tergabung dalam kelompok usaha pengolahan kerupuk Desa Sidodadi Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran yang tergambar sebagai berikut;



Gambar 1. Produksi Pengolahan Kerupuk

Peserta sangat tertarik mengikuti kegiatan pelatihan dari tiap-tiap sesi pertemuan, khususnya pada saat praktek pembuatan akun berbagai platform penjualan online atau marketplace seperti shopee, Tokopedia, dan lainnya, karena selama ini mitra atau pelaku usaha UMKM masih menggunakan pemasaran secara tradisional, meskipun ada beberapa pelaku usaha yang sudah penggunaan media sosial *whatsapp* dan *facebook* tanpa tau bagaimana memaksimalkan media tersebut dalam pemasaran dan pengembangan produk usaha kerupuk yang mereka produksi.

Digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah dilakukan setidaknya dalam dua cara, yaitu visual (melalui penglihatan) yaitu penyampaian deskripsi apa yang dijual beserta ketarangan nya untuk dapat sampai kepada pembeli melalui sebuah iklan, tentunya dalam penyampaian produk harus dibuat menarik seperti menambahkan gambar, logo, design dan tulisan yang menarik, contohnya pemasangan iklan di berbagai marketplace *online* yang berkembang pesat di Indonesia saat ini seperti shopee, Tokopedia, olx, bukalapak dan masih banyak lagi. Selain visual digitalisasi juga ditandai dengan audio visual yaitu gabungan antara visual (gambar) dan audio (suara) seperti video yang baik dan menarik, pembuatan iklan audio visual serta menampilkan produk dengan konten yang menarik perhatian masyarakat sehingga tertarik dan penasaran akan sebuah produk. Melalui apa saja digitalisasi ini? Diantaranya;

1. Media Sosial



2. Marketplace



3. Pesan Antar Online



Gambar 2. Media Digitalisasi UMKM

Pelatihan berlangsung menarik dengan banyak interaksi interaktif antara pembicara dan peserta. Selain itu, meskipun terdapat beberapa kendala, setiap peserta mendapat dukungan dan bimbingan khusus untuk lebih memahami dan mengimplementasikan materi yang diberikan. Evaluasi kegiatan ini akan didasarkan pada partisipasi peserta dalam kegiatan yang dilaksanakan, serta pelaksanaan seluruh rencana aksi yang dibuat selama pelatihan peserta kegiatan ini, khususnya pelaksanaan kegiatan pelatihan tentang digitalisasi dan perkembangan pemasaran salah satu UMKM kerupuk ikan asal Desa Siddadi Kecamatan Wairima mendapat respon yang baik, terbukti dari keseriusan peserta dalam sesi pelatihan. Sebanyak sepuluh kelompok usaha pengolahan kerupuk yang ada di Desa Sidodadi Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran secara umum memiliki partisipasi diatas 70 % dibuktikan dengan banyaknya interaksi, beragam pertanyaan yang muncul dan memberikan tanggapan atau respon dalam seitan sesi pertemuan. Kegiatan ini sempat menyedot perhatian dan dukungan dari aparat desa dan para warga masyarakat terutama ibu-ibu yang ada disekitar lokasi kegiatan yang ikut berkumpul dan meramaikan. Pada saat dilakukan evaluasi akhir melalui post test terbukti bahwa adanya peningkatan pemahaman dan pengetahuan serta skill para pelaku usaha dalam memanfaatkan internet sebagai wujud nyata dari digitalisasi yang jika dipersentasikan meningkat hingga 70%.

Peningkatan pemahaman mengenai Digitalisasi Dalam Pemasaran dan Pengembangan Produk UMKM Guna Meningkatkan Pendapatan Masyarakat mencakup beberapa aspek yaitu;

- a. Bagaimana membuat tampilan foto produk agar lebih menarik perhatian pembeli,
- b. Bagaimana membuka jaringan secara luas dan berkomunikasi menggunakan bahasa pemasaran yang lebih menarik sehingga masyarakat tertarik membeli produk.

- c. Peningkatan pemahaman mengenai legalitas dalam bertransaksi secara *online* melalui berbagai media dan *platform* penjualan yang tersedia saat ini.
- d. Peningkatan keahlian dalam penggunaan teknologi internet, dan bagaimana strategi pemasaran produk untuk selalu berinovasi.
- e. Pemahaman terkait berbagai strategi dan metode dalam meningkatkan nilai jual dan pengelolaan bahan mentah menjadi sesuatu yang baru.
- f. Setiap pelaku usaha sudah memiliki minimal satu media sosial, marketplace dan pesan antar *online* yang dikuasai.

Dampak Pada Mitra setelah PKM ini dilaksanakan diantaranya;

- a. Peningkatan Produktivitas dan pendapatan masyarakat dengan kemampuan dalam meningkatkan nilai tambah dan nilai jual suatu produk agar lebih maksimal.
- b. Masyarakat lebih aktif dalam menggunakan media pemasaran online berbasis jaringan internet baik melalui *smarthphone* maupun komputer dalam melaksanakan pemasaran produk olahan kerupuk ikan.
- c. Meluasnya jaringan pemasaran dan jangkauan pemasaran produk olahan UMKM Desa Sidodadi Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran.
- d. Pemerintah Daerah melalui Dinas Koperasi membantu para pelaku UMKM dalam memproduksi hasil usaha kerupuk. Bantuan ini berupa akses dalam mendapatkan model usaha dan pemasaran produk.

Kontribusi Pada Mitra yang dirasakan setelah kegiatan dilakukan diantaranya;

- a. Pemahaman Mitra mengenai cara dalam bertransaksi secara *online*.
- b. Kemampuan pelaku UMKM dengan menggunakan Teknologi Internet dalam pemasaran usaha kerupuk.
- c. Pemerintah desa dan Masyarakat sekitar turut antusias dan ikut berperan aktif secara penuh dalam kegiatan pelatihan yang dilakukan

Analisis SWOT dilakukan sebagai tahapan evaluasi terhadap kegiatan Pelatihan Digitalisasi dalam Pengembangan dan Pemasaran UMKM di Desa Sidodadi Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran dapat dilihat dalam beberapa indikator diantaranya;

- a. *Strengths* (Kekuatan)
  - 1) Adanya akses perizinan dari Pemerintah Pusat, Daerah dan Desa serta Program dari pemerintah Indonesia Making Indonesia 4.0.
  - 2) Modal yang cukup
  - 3) Adanya kemauan serta kemampuan manajemen dalam menggunakan pemasaran menggunakan teknologi internet secara *online*
  - 4) Sarana dan Prasana yang memadai
- b. *Weaknesses* (Kelemahan)
  - 1) Kurangnya partisipasi pemerintah desa dalam mensejahterahkan para pelaku UMKM
  - 2) Kesadaran masyarakat dalam pemahaman dalam menggunakan teknologi internet
  - 3) Kurangnya keahlian mitra dalam mengoperasikan internet
- c. *Opportunities* (Peluang)

Membuka banyak peluang untuk pengembangan dan pemasaran produk UMKM agar diterima lebih banyak kalangan dengan menggunakan media internet sehingga tanpa perlu modal yang besar pengembangan dan pemasaran jauh lebih luas dan fleksibel. Program kemitraan bersama dengan pemerintah daerah dan koperasi dalam permodalan dan pemasaran serta jika memungkinkan dapat dibentuk sebuah Badan Usaha Milik Desa untuk dapat menjadi wadah bagi Sumber Daya yang ada di Desa untuk dikelola lebih baik lagi guna mencapai kesejahteraan desa.
- d. *Threats* (Ancaman)

Bagi pelaku usaha yang tidak mampu bersaing dan menyesuaikan diri terhadap era digitalisasi maka akan sulit untuk berkembang dan bertahan dalam dunia usaha saat ini. Sehingga ancaman terbesar ialah usahanya akan sepi dan perlahan tutup.

#### 4. KESIMPULAN

Pelatihan Digitalisasi Dalam Pemasaran dan Pengembangan Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah guna Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Sidodadi Kecamatan Waylima Kabupaten Pesawaran merupakan kegiatan yang dilaksanakan guna meningkatkan kemandirian masyarakat dalam melakukan pengembangan produk dan pemasaran produk usahanya agar memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan serta kesejahteraan masyarakat Desa Sidodadi Kecamatan Waylima Kabupaten Pesawaran. Kegiatan dilakukan dengan memberikan pemahaman secara lebih terangbenderang bagi pelaku usaha dalam pengembangan mutu dan meningkatkan nilai jual produk UMKM agar dapat diterima masyarakat serta perluasan jangkauan pemasaran produk agar meningkatkan jumlah produksi yang berimplikasi pada peningkatan pendapatan pelaku usaha. Hal ini menjadi penting untuk menjaga keberlangsungan Usaha Mikro Kecil dan Menengah seperti kelompok usaha pengolahan kerupuk yang ada di Desa Sidodadi Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran untuk dapat bertahan dalam era digitalisasi seperti saat ini, dimana semua orang dapat dengan mudah berbelanja apa saja dimana saja hanya melalui marketplace jual beli *online*. Melalui PKM ini seluruh pelaku usaha kerupuk menunjukkan perubahan yang signifikan dimana sudah memiliki social media yang bisa dimanfaatkan dalam pemasaran produk dan menjalin relasi, memiliki dan mengerti salah satu *marketplace* belanja *online* seperti shopee dan sudah mengerti bagaimana aplikasi pesan antar sangat dibutuhkan dan mempermudah proses distribusi dan pemasaran produk kerupuk dari kelompok usaha pengolahan kerupuk di Desa Sidodadi kepada konsumen.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Andam, D. S. (2024). Pelatihan Pengelolaan Keuangan Berbasis Ramah Lingkungan untuk Keberlanjutan Usaha UMKM Nasabah PNM Mekaar. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMSI)*, 4(3), 639–646.
- Angeline, Allister, D., Gunawan, L. L., & Prianto, Y. (2022). Pengembangan Umkm Digital Sebagai Upaya Ketahanan Bisnis Pasca Pandemi Covid-19. *Prosiding Serina IV*, 1, 85–92.
- Febrianto, M. F. R. (2019). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Melalui Program Kredit Usaha Rakyat (Kur) Di Kecamatan Talang Kabupaten Banyuasin Provinsi Sumatera Selatan. *Program Studi Pembangunan Ekonomi Dan Pemberdayaan*, 7(1), 1–13.
- Hajawiyah, A., Hidayat, B., & Widyastuti, A. (2022). Peningkatan Digitalisasi UMKM Desa Sumber Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdimas*, 26(2), 154–159. <https://doi.org/10.15294/abdimas.v26i2.39331>
- Hamami, M. F., Herison, A., Prasetya, D. B., Si, S., & Eng, M. (2016). *PESAWARAN*.
- Irianto, H., Viesta, A. Dela, Nugroho, A. T., Wahyuni, T., Prabowo, W. C., Hamid, I. N., Anufah, T. N., Permatasari, H. I., Salsabila, A., Sofyana, S., & Hardiyanti, F. Y. (2023). Digitalisasi UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online di Desa Tengklik. *Journal of Cooperative, Small and Medium Enterprise Development*, 1(2), 60. <https://doi.org/10.20961/cosmed.v1i2.66865>
- Octavina, L. A., & Rita, M. R. (2021). Digitalisasi umkm, literasi keuangan, dan kinerja keuangan: Studi pada masa pandemi Covid-19. *STIE Perbanas Press 2021*, 11, 73–92. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2552>
- Nasution, Arman Hakim, dkk. 2000. *Membangun spirit entrepreneur Muda Indonesia*. Jakarta: Elex Media
- Rosidi (2009) *Peluang dibidang kewirausahaan*, Cetakan ke empat, Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Suryana (2005) *Pengembangan Agroindustri melalui penelitian pengembangan Produk yang intensif dan berkesinambungan* dalam Jurnal Agro Ekonomi Vol.7 Juni 2000

Undang-undang No.11 Tahun 2008 tentang Informasi & Transaksi Elektronik (UU ITE) Sari, Elsi Kartika, dkk, 2008.Hukum dalam Ekonomi. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.