

Sosialisasi Ekonomi Kreatif dan Pengembangan UMKM Berbasis Bisnis Digital Di Mario, Tanasitolo, Kab. Wajo

Agus Purwantoⁱ

ⁱInstitut Ilmu Hukum dan Ekonomi Lamadukelleng

Abstrak

Sosialisasi ekonomi kreatif dan pengembangan UMKM merupakan kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat di desa Mario Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo. Upaya sistem digitalisasi atau *digital marketing* merupakan salah satu sistem promosi untuk memanfaatkan jejaring sosial. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk memberikan pengetahuan kepada pelaku UMKM tentang *digital marketing*. Metode kegiatan ini adalah menggunakan slide powerpoint, diskusi dan tanya jawab antara pemateri dan peserta kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya pemahaman peserta kegiatan tentang *digital marketing*.

Kata Kunci: *sosialisasi, ekonomi kreatif, umkm, digitalisasi umkm*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting dalam menggerakkan perekonomian masyarakat saat ini. Hal ini, berdasarkan data Kementerian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (Kememkop UKM) yang menjelaskan bahwa kontribusi UMKM hingga menyerap 120,59 tenaga kerja dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar Rp. 9.580 triliun.

Bagi masyarakat pedesaan, apabila UMKM mampu dimanfaatkan secara optimal maka akan menjadi peluang untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Hal ini juga akan menjadi wadah yang cukup besar dalam pertumbuhan dan perkembangan perekonomian didesa, karena dapat menciptakan lapangan kerja yang cukup besar. (Arisetyawan, dkk., 2023)

Sejalan dengan perkembangan teknologi, Indonesia sebagai salah negara dengan jumlah penduduk terbesar yang menggunakan internet atau media sosial. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna. Hal tersebut menunjukkan bahwa penduduk Indonesia yang sudah menggunakan internet adalah sekitar 78% dari populasi masyarakat Indonesia. Sedangkan pengguna media sosial hingga Januari 2023, tercatat jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 167 juta orang. Jumlah tersebut setara 77 persen dari jumlah total pengguna internet di Indonesia yang mencapai 215,63 juta. Data statistik tersebut memberikan gambaran bahwa peluang bisnis dengan menggunakan digital marketing adalah sangat besar.

Sosialisasi ataupun pengenalan teknologi informasi diperlukan untuk membantu UMKM agar mampu bertahan dan lebih banyak meraih pendapatannya sehingga dapat menggerakkan roda perekonomian serta meningkatkan taraf kehidupan masyarakat desa. Sosialisasi strategi *digital marketing* dalam bentuk pemanfaatan media sosial saat ini merupakan hal yang perlu dilaksanakan untuk dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan mengenai cara maupun tahapan dalam memperluas pangsa pasar sehingga UMKM mampu bersaing. Melalui pemanfaatan teknologi informasi yang semakin berkembang pemilihan digital marketing dapat menjadi alasan utama bagi para pelaku UMKM dengan menggunakan media *online* sebagai jalan keluar yang efektif dan efisien yang dibutuhkan dalam memperluas jangkauan bisnisnya. Dengan menggunakan pemasaran berbasis digital aktivitas pemasaran menjadi lebih interaktif dan terpadu, sehingga memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen. Dengan kata lain digital marketing dapat memperluas pangsa pasar sehingga mempermudah produsen untuk bertemu dengan calon konsumen dengan biaya yang murah serta waktu yang cepat (Rahmi, 2022).

Hal tersebut melatarbelakangi untuk melaksanakan pengabdian kepada masyarakat dengan melakukan pelatihan digital marketing yang diharapkan memberikan dampak positif kepada pelaku UMKM di Desa Mario Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo. Tujuan yang ingin dicapai adalah untuk meningkatkan pengetahuan tentang penggunaan digital marketing kepada pelaku UMKM di Desa Mario Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo.

METODE

Tahap pertama yang dilakukan dalam kegiatan sosialisasi ini adalah melakukan observasi dalam menentukan target utama pelaku UMKM yang ada di desa Mario Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo. Hal ini untuk menentukan peserta yang akan terlibat dalam kegiatan sosialisasi. Model pengabdian dengan mempertimbangan permasalahan yang terdapat pada lokasi kegiatan. Pada implementasi untuk melihat kinerja UMKM desa Mario, dapat dikatakan bahwa belum memahami tentang pemasaran yang terkait dengan penggunaan teknologi digital. Apabila masyarakat untuk mengikuti perkembangan teknologi saat ini, maka mereka akan kalah bersaing dengan pelaku usaha lain. Oleh karena itu, hal ini tentu menjadi alasan untuk melakukan sosialisasi digital marketing. Adapun peserta yang akan diundang pada saat kegiatan pengabdian ialah kelompok UMKM. Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada hari senin, 07 Agustus 2023 bertempat di Desa Mario Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo.

Tahap kedua acara sosialisasi dengan melakukan absensi kehadiran peserta, penyampaian materi sosialisasi. Kegiatan sosialisasi pemaparan Digital Marketing dengan menggunakan slide power point. Pada tahap ini dilaksanakan pemutaran video contoh UMKM yang telah berkembang kemudian di lanjutkan dengan sesi tanya jawab seputar materi yang disampaikan oleh tim pengabdian masyarakat. Pemahaman tentang digital marketing sangatlah penting hal ini sesuai dengan tuntutan zaman yang semakin berkembang serta pesatnya perkembangan teknologi informasi. Melalui kegiatan pengabdian ini diharapkan pelaku UMKM dapat mengembangkan usahanya melalui media sosial agar dapat meningkatkan penjualan produk UMKM tersebut.

PEMBAHASAN

Langkah-langkah pemberdayaan yang dilaksanakan untuk mengoptimalkan ekonomi kreatif yaitu dengan mensosialisasikan pentingnya digitalisasi. Aspek sosialisasi yang digitalisasi yang disosialisasikan adalah pentingnya penggunaan digital marketing. Materi sosialisasi disampaikan dengan cara tatap muka.

Pelaksanaan sosialisasi diawali dengan penyampaian materi tentang digital marketing, jenis pemasaran serta pembahasan mulai dari pentingnya digital marketing hingga cara pengaplikasiannya dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas UMKM. Salah cara yang dilakukan untuk memberikan pemahaman yang lebih cepat kepada peserta pelatihan adalah dengan memberikan contoh dari UMKM yang telah berhasil mengembangkan UMKM yang menggunakan digital marketing. Pada akhir acara dilakukan pemutaran video dokumenter yang terkait dengan digital marketing untuk disaksikan bersama agar memberikan kemudahan sosialisasi tentang digital marketing serta mampu melakukan perubahan untuk memasarkan hasil produksi UMKM. Melalui pemutaran video tersebut diharapkan peserta memahami dan berinovasi produk sesuai dengan bahan yang ada di sekitar desa Mario Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo. Kemudian pelaku UMKM harus berani membuat kemasan yang cukup menarik dalam memasarkan produknya.



Gambar 1. Pemaparan Materi



Gambar 2. Antusiasme peserta mengikuti materi

Pada akhir acara setelah pemaparan materi selesai, maka dilakukan acara tanya jawab dan bertukar pikiran kepada peserta terkait dengan media pemasaran yang menarik dan lebih baik dalam memasarkan produk melalui digital marketing. Hal ini mengindikasikan bahwa pemahaman dan rasa ingin tahu dari peserta sosialisasi dalam mengikuti pelatihan sangat baik.



Gambar 3. Sesi Tanya Jawab

Pemberdayaan masyarakat yang dilakukan dengan memanfaatkan digitalisasi ilmu pengetahuan dan teknologi UMKM Desa yang sangat penting di era informasi saat ini (As'ad Sonief, dkk., 2019). Dengan semakin banyak Usaha Kecil dan Menengah yang terlibat dalam ekonomi digital melalui *broadband*, *e-commerce*, media sosial, *cloud*, dan platform seluler, UMKM dapat tumbuh lebih cepat dan berkembang dalam hal peningkatan taraf pendapatan, penghasilan seseorang dan pekerjaan, dan menjadi lebih inovatif dan lebih kompetitif untuk menghadapi tantangan. (Prabowo, 2018).

Bagi para pelaku UMKM perlu adanya pelatihan khusus terutama pada bidang digitalisasi di bidang pemasaran dimana membutuhkan bukan hanya *softskill* namun juga *hardskill* (Setiyawan, 2013). Kesiapan UMKM pada saat ini membutuhkan sebuah pelatihan teknologi modern yang memungkinkan dalam industri 4.0 untuk mengoptimalkan produksinya (Sari dan Santoso, 2019). Cara untuk menjaga agar UMKM dapat selalu menjadi tulang punggung ekonomi bangsa adalah dengan menerapkan teknologi dalam proses aktivitasnya (Wisswani, 2017). Pemasaran produk dapat dilakukan di berbagai media sosial yang banyak diminati oleh para calon pembeli. Jika dulu promosi melalui media tradisional. Media sosial tersebut di antaranya instagram, whatsapp, facebook group, twitter, dan *marketplace*. Selain media sosial dan *marketplace*, pemasaran bisa dilakukan melalui Google Maps.

SIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Mario Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo yaitu sosialisasi ekonomi kreatif dan pengembangan UMKM berbasis bisnis digital. Kegiatan yang dilaksanakan telah mampu memberikan pemahaman kepada peserta sosialisasi tentang pentingnya sistem digitalisasi yaitu pemasaran digital sehingga berdampak pada peningkatan penjualan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A., & Irfani, I. (2022). Analisis Pemanfaatan Digital Marketing terhadap Penjualan Produk UMKM di Kabupaten Wajo. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 226-232.
- Andi Bau Salman, Muzakkir, & Naida. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada RSUD Lamaddukelleng Sengkang. *Precise Journal of Economic*, 2(1), 37-43.
- Andi Djemma, Siardin. (2020). *Pedoman Penulisan Skripsi*. Sengkang: STIE Lamaddukelleng Sengkang.
- Andi Djemma, S., Muktamar, A., & Alda Faradila. (2022). Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Profesionalisme Kerja dan Disiplin Kerja Sebagai Faktor Peningkatan Pegawai Dinas Pekerjaan Umum Dan Pertanahan Kabupaten Wajo. *Precise Journal of Economic*, 1(2), 51-64. Diambil dari <https://jurnal.lamaddukelleng.ac.id/index.php/precise/article/view/19>.
- Arisetyawan, dkk. (2023). Sosialisasi Digital Marketing UMKM dalam Optimalisasi Potensi Ekonomi Desa. *International Journal of Community Service Learning* Volume 7, pp. 239-247.
- As'ad Sonief, A., Nuraini, Y., & Arief Setyabudi, S. (2019). Digitalisasi Industri Kecil dan Produk Pertanian Daerah Upaya Untuk Pemberdayaan Masyarakat di Desa Karangbendo Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. *Journal of Innovation and Applied Technology*, 5(1), 842-847.
- Djemma, S. A., & Bakti, A. (2023). Pengaruh Modal Sendiri Terhadap Perolehan Sisa Hasil Usaha (SHU) pada Koperasi Simpan Pinjam Mandiri Pratama (KSP-MP) Kabupaten Wajo. *Precise Journal of Economic*, 2(1), 1-7.
- Djemma, Siardin A., Andi Sumangelipu. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Sengkang: Aquila.
- Fadhillah, P., & Yuniarti, A. (2023). Pemberdayaan UMKM: Melihat Peluang Bisnis UMKM di Era Digital di Desa Ujunge Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 2(1), 291-298.
- Purwanto, Agus. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Mega Auto Central Finance (MACF) Cabang Sengkang. *Precise Journal of Economic*, 1(1), 8-19.
- Purwanto, A. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk PT. Semen Tonasa Di Kabupaten Wajo. *Jurnal Mirai Management*, 6(1), 1-13.
- Prabowo, H. (2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif Desa Melalui Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Menuju Koperasi Berbasis It. Maqdis: *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, <https://doi.org/https://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/maqdis/article/view/15>.
- Rahmi, dkk. (2022). Pengembangan Ekonomi Kreatif di Desa Melalui Sosialisasi Digital Marketing Bagi Pelaku Usaha Kecil Mikro Menengah. *Jurnal Pengabdian Administrasi Publik*
- Setiyawan. (2013). Pengaruh Tingkat Pengetahuan Pelaku UMKM Terhadap Digitalisasi

dalam Bidang Pemasaran. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Sari, R. P., & Santoso, D. T. (2019). Pengembangan Model Kesiapan UMKM di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Media Teknik & Sistem Industri*, 3(1), 37–42.

Wisswani, N. W. (2017). Prototype Teknologi Rantai Informasi Berbasis Web Bagi UMKM. 42–46.

Yuniarti, A. (2023). Pemberdayaan UMKM tentang Pentingnya Adaptasi Digital dan Legalitas Usaha di Limpomajang Kec. Majauleng Kab. Wajo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 2(1), 299-306.

Yuniarti, A., Nurwana, A., & Jamaluddin, A. (2022). PENGABDIAN MASYARAKAT MELALUI KEGIATAN BAKTI SOSIAL DI DESA PASAKA KECAMATAN SABBANGPARU KABUPATEN WAJO. *Arunika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 29-34.