

PEMBERDAYAAN KEMAMPUAN UMKM DALAM BERADAPTASI DENGAN PERKEMBANGAN INDUSTRI 4.0 DI DESA JAYAGIRI KECAMATAN LEMBANG

Agus Kusmana¹, Syarif Ali², Iwan Kresna Setiadi³, Sumilir⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta

Email : aguskusmana48@yahoo.com, syarifali@upnvi.ac.id

Abstract

Residents in Jayagiri Village, Lembang District, West Bandung work as laborers, entrepreneurs, hotel employees and civil servants. The potential commodity in this area is tourism potential. So that marketing can be done quickly, whether they like it or not, MSMEs must even use internet-based technology to market their products. Based on this reality, efforts to overcome problems in this business for MSME players, the next stage is to prepare so that MSME players can be independent and can create digital marketing. This is done by providing training and guidance on creating digital marketing including, (1) providing an understanding of creating targeted digital marketing; (2) partners are able to create good digital marketing; (3) Creating a productive society and having additional income to support the family economy. The methods used in digital marketing training are (1) counseling/socialization; (2) training in making business plans; (3) monitoring and mentoring.

Keywords: Digital marketing and MSMEs

Abstract

Penduduk di Desa Jayagiri Kecamatan Lembang Bandung Barat bekerja sebagai buruh, wiraswasta, pegawai perhotelan dan PNS. Untuk komoditi potensial di daerah ini adalah potensi pariwisata. Agar pemasaran dapat dilakukan dengan cepat maka pelaku UMKM mau tidak mau suka tidak suka harus bahkan wajib menggunakan teknologi berbasis internet untuk memasarkan produknya. Berdasarkan realitas tersebut, upaya untuk mengatasi permasalahan dalam bisnis tersebut bagi pelaku UMKM, Tahap selanjutnya adalah mempersiapkan agar para pelaku UMKM dapat mandiri dan bisa membuat pemasaran digital. Hal ini dilakukan dengan memberikan pelatihan dan bimbingan tentang Pembuatan pemasaran digital diantaranya, (1) memberikan pemahaman tentang pembuatan pemasaran digital yang terarah; (2) mitra mampu membuat pemasaran digital yang baik; (3) Menciptakan masyarakat yang produktif dan memiliki penghasilan tambahan untuk menunjang ekonomi keluarga. Metode yang dilakukan dalam pelatihan pembuatan digital marketing (1) penyuluhan/sosialisasi; (2) pelatihan pembuatan perencanaan usaha; (3) monitoring dan pendampingan.

Kata Kunci: Pemasaran digital dan UMKM

PENDAHULUAN

Desa Jayagiri terletak di Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat. Desa seluas 946 hektare itu memiliki hamparan persawahan, perkebunan, dan hutan. Jarak Desa Jayagiri ke kawah Tangkuban Perahu kurang lebih delapan kilometer sehingga menjadi rute olahraga hiking paling favorit. Para pecinta hiking

dapat menikmati hamparan pohon pinus dan perkebunan teh dalam balutan udara yang sejuk. Hutan Jayagiri masih lebat, rindang, dan asri dengan pepohonan pinus dan pohon-pohon besar lain. Jangan khawatir, di kawasan hutan itu sudah ada papan-papan petunjuk jalan bagi para pendaki, tempat berlindung, pos jaga, toilet, dan tempat sampah. Desa Jayagiri berdiri sebagai desa pada 1982 setelah pemekaran Desa Lembang. Pemerintah Desa bekerjasama dengan PT Perhutani mengembangkan area hutan desa menjadi destinasi wisata alam sekaligus wahana edukasi kelestarian lingkungan hidup. Pengembangan pariwisata desa dimulai pada 2015. Warga mengembangkan spot-spot wisata, seperti daerah perkemahan, area mancaikrida, dan panggung-panggung seni di alam. Pemerintah Desa Jayagiri mengalokasikan Dana Desa 2015 untuk membangun infrastruktur jalan yang lebih baik menuju tempat-tempat wisata. Wisatawan bisa berkemah, menggelar kegiatan pelatihan, bersepeda, hiking, atau sekedar menikmati alam di wana wisata Jayagiri yang konturnya bergelombang. Sejak tahun 2000, penyuka olahraga offroad sering melintasi jalur itu sehingga warga banyak membuka kios-kios di tengah hutan. Tahun 2014 perusahaan-perusahaan penyedia jasa wisata menawarkan paket wisata offroad bagi wisatawan dari luar daerah, dan memesan makanan dari kios-kios tengah hutan milik warga Jayagiri. Pada akhir pekan, penyedia jasa wisata bisa membawa 400 orang untuk merasakan pengalaman makan siang di hutan. Sementara itu, para penyuka sejarah bisa mampir ke taman yang dibangun untuk menandai penanaman pohon kina pertama di Indonesia oleh naturalis, doktor, ahli botani, ahli geologi dan pengarang berkebangsaan Jerman Franz Wilhelm Junghuhn. Peneliti yang lahir 26 Oktober 1809 itu menjadikan Lembang sebagai rumah kedua, dan tinggal di Jayagiri hingga tutup usia pada 24 April 1864. Bersamaan dengan perkembangan sektor pariwisata, tumbuh pula usaha untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, termasuk menyediakan kayu bakar dan pasokan kopi untuk kedai-kedai di sekitar Lembang. Guna mencegah dampak buruk kegiatan wisata terhadap kondisi lingkungan, pendidikan mengenai pengelolaan hutan diberikan kepada warga. Berkat inovasi di atas, paket wisata Desa Jayagiri semakin berkembang. Setiap tahun ada sekitar 25 ribu wisatawan yang mengunjungi Jayagiri. Desa juga sering mengirim warganya mengikuti

pelatihan kepariwisataan, antara lain dari Dinas Pariwisata Kabupaten Bandung Barat. Baca juga: Kemenhub Optimalkan 113 Kapal Perintis Dukung Angkutan Laut Lebar Pemerintah Desa Jayagiri mengembangkan potensi wisatanya dengan melibatkan warga. Penerapan model itu memang tepat, mengingat pengembangan desa wisata memang membutuhkan upaya berkesinambungan yang melibatkan seluruh komponen. Selain itu model pengembangan desa wisata berbasis pemberdayaan masyarakat yang menitikberatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan kepariwisataan menurut penelitian paling cocok untuk desa-desa yang mengembangkan pariwisata. Selain mampu mengembangkan wisata alam, Desa Jayagiri juga memiliki Pusat Pengembangan Pendidikan Anak Usia Dini, Pendidikan Nonformal dan Informal (PP-PAUDNI) Regional 1 Jayagiri Bandung, yang tahun 2016 menjadi percontohan bagi negara-negara di Asia Pasifik. Bahkan, Organisasi Pendidikan, Ilmu Pengetahuan, dan Kebudayaan Perserikatan Bangsa-Bangsa juga mengakui keberadaan PAUD tersebut, yang menjalankan program Eco Kewirausahaan Ramah Pemuda dan Dewasa.

Permasalahan yang terjadi pada UMKM di wilayah Desa Jayagiri Kecamatan Lembang, yaitu masih banyak mengandalkan sistem pemasaran dan penjualan secara manual yaitu penjualan dilakukan secara langsung ke konsumen melalui pembukaan toko atau pasar konvensional, lapak atau melalui jualan keliling (door to door). Dalam era industri 4.0 ini persaingan bisnis semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan, pelaku bisnis harus mempunyai kecepatan menangkap peluang. Agar pemasaran dapat dilakukan dengan cepat maka pelaku UMKM mau tidak mau suka tidak suka harus bahkan wajib menggunakan teknologi berbasis internet untuk memasarkan produknya. Pelaku UMKM di Desa Jayagiri Kecamatan Lembang sebagian sudah memanfaatkan instagram, face book dan website namun masih sekedar menempelkan atau menempatkan usahanya pada website saja dengan kualitas web yang seadanya.

Guna mengatasi hal tersebut, maka diperlukan strategi pemasaran dan penjualan yang efektif, mudah, dan murah dalam mendorong keberhasilan UMKM untuk memperluas akses pasar melalui pemberian fasilitas teknologi informasi berbasis web dengan metode pembuatan kerangka kerja (framework) web sistem manajemen isi untuk menjadikan website tersebut selalu menduduki ranking teratas atau halaman

pertama pada mesin pencari internet sehingga konsumen atau pelanggan mudah mencari alamat website tersebut. Dengan demikian diharapkan UKM dapat mendapatkan berbagai keuntungan dalam mempromosikan atau memasarkan usahanya, melakukan transaksi penjualan produk-produk usahanya, serta melakukan komunikasi bisnis lainnya secara global, dalam rangka memperluas jaringan usahanya.

Target dalam pengabdian kepada masyarakat ini berfungsi untuk memberikan pemecahan masalah (solusi) terhadap permasalahan yang terjadi pada mitra, yaitu berupa :

1. Peningkatan profil pengetahuan para pelaku UMKM di Desa Jayagiri Kecamatan Lembang tentang bisnis internet setelah pelatihan.
2. Peningkatan pemahaman para pelaku UMKM di Desa Jayagiri Kecamatan Lembang tentang cara pembuatan blog setelah pelatihan.
3. Tersedianya tambahan perangkat dan bahan pendukung operasi dan produksi dalam usaha yang baru dirintisnya,
4. Tersedianya *Software Framework* Aplikasi *E-commerce* bagi mitra sebagai bekal dasar pengembangan usaha,
5. Terlatihnya SDM mitra agar menjadi terampil dan profesional dalam membuat, mengoperasikan, mengembangkan, dan memelihara software framework aplikasi *E-commerce*.
6. Terampilnya mitra dalam manajemen usaha dan kewirausahaan dalam mengelola usahanya dan menghasilkan produk usahanya yang berkualitas dan dapat diterima pasar.

METODE PELAKSANAAN

Tahap selanjutnya adalah mempersiapkan agar para pelaku UMKM dapat mandiri dalam urusan-urusan yang berkaitan dengan Bisnis/Usaha . Hal ini dilakukan dengan memberikan bimbingan tentang cara yang harus dilakukan untuk membuat pemasaran yang yang baik dan sekaligus meningkatkan pengetahuan dan kemampuan akan dunia usaha yang penuh dengan persaingan. Dalam proses pembangunan manusia seutuhnya dan usaha mandiri para pelaku UMKM. Sifat dan mental yang menggantungkan pada konsep subsidi dan fasilitas khusus yang berkepanjangan harus dihilangkan dan secara bertahap harus segera digantikan dengan pengertian kemandirian usaha. Dalam perekonomian yang semakin mengglobal, kemampuan berkehidupan ekonomi harus muncul dari kemauan dan kemampuan sendiri dan untuk kepentingan masyarakat sendiri.

Adapun tujuan diselenggarakan pengabdian pada masyarakat adalah untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada pelaku usaha kecil menengah tentang pemasaran lewat media sosial yang baik Bagi Usaha Mikro, Kecil & Menengah (UMKM) yang berada di Desa Jayagiri Kecamatan Lembang.

Luaran yang diharapkan dari hasil pengabdian kepada masyarakat ini adalah para pelaku UMKM mempunyai kemampuan serta merealisasikan terwujudnya penyusunan perencanaan bisnis terkonsep dan yang terstruktur.

Adapun hasil pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan pendampingan ini dapat dikatakan berhasil apabila para pelaku usaha kecil menengah yang didampingi, dalam penyusunan Bisnis Plan dengan tahapan sebagai berikut :

No	Tahapan Kegiatan	Prosentase Keberhasilan
1	Pendampingan Bulan Ke-3	25 %
2	Pendampingan Bulan Ke-6	50 %
3	Pendampingan Bulan Ke-9	75 %
4	Pendampingan Bulan Ke-12	100 %

Target dan Luaran

Tahap selanjutnya adalah mempersiapkan agar para pelaku UMKM dapat mandiri dalam urusan-urusan yang berkaitan dengan pemasaran digital. Hal ini dilakukan dengan memberikan bimbingan tentang cara yang harus dilakukan untuk

membuat Digital Pemasaran dan sekaligus meningkatkan pengetahuan dan kemampuan akan dunia digital. Dalam proses pembangunan manusia seutuhnya dan usaha mandiri para pelaku UMKM. Sifat dan mental yang menggantungkan pada konsep subsidi dan fasilitas khusus yang berkepanjangan harus dihilangkan dan secara bertahap harus segera digantikan dengan pengertian kemandirian usaha. Dalam perekonomian yang semakin mengglobal, kemampuan berkehidupan ekonomi harus muncul dari kemauan dan kemampuan sendiri dan untuk kepentingan masyarakat sendiri.

Adapun tujuan diselenggarakan pengabdian pada masyarakat adalah untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada pelaku usaha kecil menengah tentang pemasaran digital Bagi Usaha Mikro, Kecil & Menengah (UMKM) yang berada di Desa Jayagiri Kecamatan Lembang, Luaran yang diharapkan dari hasil pengabdian kepada masyarakat ini adalah para pelaku UMKM mempunyai kemampuan serta merealisasikan terwujudnya penyusunan perencanaan bisnis dan pemasaran digital yang terstruktur.

Adapun hasil pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan pendampingan ini dapat dikatakan berhasil apabila para pelaku usaha kecil menengah yang didampingi, dalam penyusunan Bisnis Plan dan Digital pemasaran dengan tahapan sebagai berikut :

No.	Tahapan Kegiatan	Prosentase Keberhasilan
1	Pendampingan Bulan Ke-3	25 %
1	Pendampingan Bulan Ke-6	50 %
1	Pendampingan Bulan Ke-9	75 %
1	Pendampingan Bulan Ke-12	100 %

materi pembuatan *pemasaran digital* bagi pelaku UMKM di Desa Jayagiri Kecamatan Lembang.

- a. Memberikan arahan cara pembuatan pemasaran digital
- b. Memberikan contoh contoh tentang pemasaran digital

Pelatihan/penyuluhan kepada pelaku UMKM mengenai pembuatan pemasaran digital yang terkonsep dan terarah.

- a. Tim pelatihan akan mengajarkan bagaimana pembuatan digital pemasaran dengan contoh yang konkrit.

- b. Memberikan pelatihan pembuatan pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan usahanya

Mengadakan pelatihan pesan efektif. Kemampuan ini harus dimiliki oleh pelaku UMKM karena dengan gambar dan pesan yang menarik akan meningkatkan minat calon konsumen untuk membeli produk tersebut.

Tahapan edukasi berkelanjutan dilakukan sebagai upaya peningkatan efektivitas media promosi digital dengan memberikan evaluasi dari kegiatan promosi yang dilakukan oleh pelaku UMKM.

Adapun metode kegiatan yang digunakan dalam pengabdian masyarakat adalah penyuluhan (seminar) mengenai Mekanisme pembuatan Bisnis Plan Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Tahap selanjutnya adalah mempersiapkan agar para pelaku UMKM dapat mandiri dalam urusan-urusan yang berkaitan dengan Bisnis usahanya. Hal ini dilakukan dengan memberikan pendampingan (bimbingan) selama 4 (empat) kali tentang prosedur sederhana yang harus dilakukan untuk pembuatan bisnis plan dan sekaligus meningkatkan pengetahuan dan kemampuan akan pelaksanaan prinsip-prinsip ekonomi yang sehat.

HASIL DAN PEMBAHASAN PELAKSANAAN

Tabel 4 Hasil Pengabdian

Kegiatan	Materi	Indikator keberhasilan	Ketercapaian
Pre Test	Sosialisasi tentang pembuatan perencanaan usaha dan pemasaran online	Melakukan pre test dari 20 peserta, dimana 33% memahami tentang pembuatan digital marketing dan pemasaran online	Pelaksanaan nilai rata –rata 65.
Post Test	Sosialisasi tentang pembuatan perencanaan usaha dan pemasaran	Melakukan post test dari 20 peserta, dimana	Pelaksanaan nilai rata –rata adalah 77.

	online	86.7% sudah memahami tentang pembuatan digital marketing dan pemasaran online	
--	--------	--	--

Tabel 4. Hasil Nilai Pre-test dan Post-Test

No	Nama	Nilai Pre-Test	Nilai Post-Test
1	Ade Rohandi	60	70
2	Wawan S	70	80
3	Ike chandratmami	70	80
4	Nenden S	70	80
5	Nana Sujana	70	80
6	Ace suherman	60	80
7	Junaedi	70	70
8	Dikdik Jaya Aksar	70	70
9	Merlin	60	70
10	Yayat Suryati	70	80
11	Deden S	60	70
12	Siti aisah	70	80
13	Ade Komarudin	60	70
14	Ridwan	60	80
15	Nurjanah	60	80
16	Sarmila	70	80
17	Ani Mulyani	60	80
18	Amang Maulana	70	80
19	Ati Yudianti	70	80
20	Endah Nirmalasari	70	75
TOTAL		1320	1535
RATA-RATA		65	77

Hasil rata-rata dari pre-test = 65. Setelah penyuluhan dan pelatihan, dilakukan post- test dan hasil rata-rata nilai post-test = 77. Hasil post-test lebih baik dari hasil pre-test dengan peningkatan sebesar 12. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman mereka mengenai pembuatan pemasaran digital meningkat setelah diadakan penyuluhan. Peserta penyuluhan merespon secara positif, dapat dilihat dari antusiasme peserta menjadi wirausaha.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang kami lakukan melalui pelatihan pembuatan Digital Marketing di lingkungan pelaku UMKM Desa Desa Jayagiri Kecamatan Lembanag Kabupaten Bandung Barat, sangat diperlukan. Hal ini karena kegiatan ini dapat membawa manfaat bagi masyarakat agar dapat memahami bagaimana membuat digital marketing yang baik dan terarah sehingga dapat meningkatkan pengetahuan dan pendapatan masyarakat dan pelaku UMKM di lingkungan Desa Desa Jayagiri Kecamatan Lembang

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Adiono, 2011, Peran E-commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing UKM, Bandung. STIE-INABA
- Departemen Koperasi RI, 2013, Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Tahun 2011-2012, www.depkop.go.id, di akses 20 April 2018
- Dinkopumkm.semarangkota.go.id , 2013, Prduk UMKM dan Koperasi Dipamerkan, diakses 20 April 2018.
- William J. Stanton , 1991, *Fundamentals of marketing*, edition 9, McGraw-Hill
- Philip Kotler, Gary Armstrong, 2010, *Principles of Marketing*, Second European Edition, Prentice Hall
- <http://bisnisukm.com/strategi-pemasaran-bisnis-melalui-internet-marketing.html>