

UMKM KREATIF DAN INOVATIF BERBASIS DIGITAL

Nirmala¹⁾, Heri Setiawan²⁾, Dewi Astuti³⁾, Tedy Wahyudi⁴⁾

^{1,2,3,4)} Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Wijayakusuma Purwokerto
Jl. Raya Beji Karangsalam No. 25, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53152

¹⁾ e-mail: nirmalapwt@yahoo.co.id

²⁾ e-mail: herisetiawan198@gmail.com

³⁾ e-mail: dewiastuti211221@gmail.com

⁴⁾ e-mail: teddywe19@gmail.com

Info Artikel

Kata Kunci:
UMKM, Pemasaran,
Ekonomi Digital

Keywords:
MSMEs, Marketing,
Digital Economy

Copyright © 2022 penulis

Abstrak

UMKM sudah banyak dirintis oleh masyarakat di berbagai daerah, tidak terkecuali di Desa Padaherang, Kecamatan Padaherang, Kabupaten Pangandaran. Beberapa anggota masyarakat desa Padaherang sudah menjadi pemilik usaha kecil dan beberapa lainnya mulai merintis usaha. Tantangan mengelola UMKM cukup berat dan ditambah dengan persaingan yang semakin ketat, maka diperlukan sebuah kreativitas dan inovasi agar produk UMKM dapat terus bertahan dan memperoleh pasar. Selain itu, kemampuan pemilik memanfaatkan teknologi juga masih perlu ditingkatkan. Tujuan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini untuk menambah kreatifitas dan inovasi dalam mengelola usaha UMKM, manajemen usaha yang lebih tertata dan menerapkan pemasaran digital untuk memasarkan produk UMKM-nya. Metode pendekatan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini adalah presentasi dengan tatap muka, pendampingan, dan pelatihan pengenalan teknologi serta pemanfaatan media sosial dalam pemasaran digital. Pengetahuan dan pemahaman tentang manajemen usaha yang kreatif dan inovatif, serta pemasaran digital dapat termotivasi untuk terus melakukan inovasi dan kreativitas dalam pemasaran digital yang akan mampu membawa UMKM menjadi semakin berkembang.

Abstract

MSMEs have been pioneered by many communities in various regions, including Padaherang Village, Padaherang District, Pangandaran Regency. Some members of padaherang village community have become small business owners and some others have started to start businesses. The challenges of managing MSMEs are quite tough and coupled with increasingly fierce competition, a creativity and innovation is needed so that MSME products can continue to survive and gain the market. In addition, the ability of owners to utilize technology also still needs to be improved. The purpose of this Community Service activity is to increase creativity and innovation in managing MSME businesses, more organized business management and applying digital marketing to market their MSME products. The approach method carried out in this service activity is face-to-face presentations, mentoring, and training on technology introduction and the use of social media in digital marketing. Knowledge and understanding of creative and innovative business management, as well as digital marketing can be motivated to continue to innovate and creativity in digital marketing that will be able to bring MSMEs to grow

PENDAHULUAN

Usaha rumahan atau biasa disebut sebagai UMKM banyak berkembang di masyarakat dan umumnya dikelola dengan sederhana. Pengelolaan usaha UMKM terutama usaha rumahan selama ini dilakukan dengan apa adanya, tanpa menerapkan prinsip manajemen usaha yang baik. Padahal dengan menerapkan manajemen usaha yang meliputi manajemen keuangan, manajemen produksi, manajemen personalia dan manajemen pemasaran yang baik, maka usaha akan berjalan dengan lebih baik. UMKM yang menerapkan manajemen usaha yang baik akan dapat menjalankan laju perusahaan dengan lebih lancar. Dengan usaha yang berjalan baik, maka kapasitas produksi juga dapat meningkat, pemasaran dapat ditingkatkan, sehingga usaha berpotensi menjadi lebih besar.

Dunia bisnis yang semakin berkembang pesat memunculkan persaingan yang juga semakin tajam. Oleh karena itu, seorang wirausaha dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam membuat produk sehingga bisnis yang dijalankan bisa berkembang. Sebuah usaha tanpa adanya kreativitas dan inovasi maka usaha tersebut tidak akan pernah maju dan konsumen juga merasa bosan untuk membeli produk yang dihasilkan (Virdianasari, 2021). Bismala (2016) menyatakan bahwa untuk mengelola UMKM memerlukan kreativitas yang tinggi, rasa tidak cepat menyerah, berani mengambil risiko, dan selalu berusaha menemukan hal-hal baru untuk meningkatkan kinerja (Jati *et al.*, 2022).

Pada prinsipnya bisnis akan selalu menghadapi banyak tantangan dan permasalahan, salah satunya adalah pandemi Covid-19. Poin pentingnya adalah bagaimana pelaku usaha bisa menghadapi tantangan dan menemukan solusi atas permasalahan yang dihadapi (Nirmala & Wijayanto, 2021). Pelaku bisnis tidak bisa terus bergantung pada keadaan, tetapi harus mulai mampu memanfaatkan kecerdasan untuk mengembangkan bisnis, dengan menggali potensi dalam dirinya yaitu kreativitas. Kreativitas dalam bisnis dapat membantu pemilik usaha memperoleh keunggulan kompetitif. Menurut Murwanti (2022) kreativitas merupakan kekuatan internal yang bisa dikembangkan secara berkesinambungan. Hal yang diperlukan adalah terus berlatih dan mempraktikkannya, hingga menjadi kebiasaan yang positif.

Kreativitas berhubungan dengan inovasi sehingga mendorong peningkatan produktivitas. Kemampuan memunculkan ide-ide kreatif, memungkinkan pemilik usaha untuk berinovasi menciptakan produk atau layanan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Sehingga hal tersebut akan menjadi keunggulan, bahkan memiliki *Unique Selling Point* yang berbeda dari kompetitor (Murwanti, 2022). Kemampuan berinovasi sangat penting, bahkan tanpa inovasi, perusahaan tidak akan bertahan lama. Hal ini disebabkan karena kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan berubah-ubah. Inovasi dalam konteks pemasaran dapat dikaitkan dengan produk maupun jasa yang sifatnya baru. Istilah "baru" bisa mengandung arti : 1) merujuk pada produk yang belum pernah ada sebelumnya di pasar; 2) dalam arti ada namun berbeda, yang merupakan penyempurnaan/perbaikan dari produk sebelumnya di pasar.

UMKM selain dituntut untuk selalu kreatif dan inovatif juga harus memperhatikan perkembangan teknologi, karena teknologi membawa pengaruh besar dalam bisnis dan persaingan. Dengan adanya teknologi, maka proses pemasaran juga mengalami perubahan. Penggunaan teknologi diperlukan untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pasar. Permasalahan yang dihadapi UMKM terkait teknologi adalah pada kemampuan pemilik UMKM untuk menguasai dan menggunakan teknologi dalam pengembangan usahanya. Kemampuan pemilik memanfaatkan teknologi masih cukup rendah dan ditambah kondisi pandemi covid-19 selama lebih dari dua tahun terakhir membuat UMKM banyak yang mengalami penurunan. Padahal dengan era digitalisasi saat ini, mestinya UMKM dapat terus melakukan penjualan yang tidak terbatas area dan jangkauan wilayah dengan sistem pemasaran digital.

UMKM saat ini mulai banyak dirintis oleh masyarakat di berbagai daerah, tidak terkecuali di Desa Padaherang, Kecamatan Padaherang, Kabupaten Pangandaran. Beberapa anggota masyarakat desa Padaherang sudah menjadi pemilik usaha kecil dan beberapa lainnya

mulai merintis usaha. Tantangan mengelola UMKM cukup berat dan ditambah dengan persaingan yang semakin ketat, maka diperlukan sebuah kreativitas dan inovasi agar produk UMKM dapat terus bertahan dan memperoleh pasar. Selain itu, kemampuan pemilik memanfaatkan teknologi juga masih perlu ditingkatkan.

Masyarakat dan pemilik UMKM di Desa Padaherang, Kecamatan Padaherang, Kabupaten Pangandaran membutuhkan tambahan pengetahuan agar dapat memahami tentang pentingnya kreativitas dan inovasi dalam usaha, serta penggunaan media digital dalam meningkatkan usaha. Diharapkan dengan pemahaman tersebut, pemilik usaha dapat menerapkan pengelolaan usaha yang kreatif dan inovatif dan sekaligus dapat memanfaatkan media sosial untuk pemasaran produk UMKM. Berdasarkan hal tersebut di atas, tim pengabdian kepada masyarakat Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto mencoba untuk memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan yang dimiliki dengan memberikan pendampingan sebagai kegiatan pengabdian yang dilaksanakan pada bulan September-Oktober 2022 pada masyarakat dan pemilik UMKM di Desa Padaherang, Kecamatan Padaherang, Kabupaten Pangandaran.

Tujuan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah (a) untuk menambah pengetahuan dan meningkatkan kemampuan entrepreneur pemilik UMKM, sehingga setelah mengikuti pendampingan ini pemilik usaha UMKM di Desa Padaherang, Kecamatan Padaherang, Kabupaten Pangandaran UMKM; (b) menambah pengetahuan dan meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam manajemen usaha, sehingga setelah mengikuti pendampingan ini pemilik usaha UMKM dapat meningkatkan kemampuan dan melakukan pengelolaan usaha dengan manajemen usaha yang lebih kreatif dan inovatif; (3) mendorong penerapan pemasaran digital pada usaha UMKM agar setelah mengikuti pendampingan ini pemilik UMKM dapat lebih termotivasi dan mampu menerapkan pemasaran digital untuk memasarkan produk UMKM-nya.

METODE

Hasil wawancara dan pengamatan awal menunjukkan bahwa masyarakat dan pemilik UMKM di Desa Padaherang, Kecamatan Padaherang, Kabupaten Pangandaran membutuhkan bantuan dalam membenahi usahanya agar dapat berkembang di masa pandemi ini. Masyarakat dan pemilik UMKM juga perlu mendapatkan tambahan pengetahuan agar dapat menerapkan pengelolaan usaha yang kreatif dan inovatif, serta dapat memanfaatkan media sosial untuk pemasaran produk UMKM. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada bulan September-Oktober 2022 dengan lokasi pengabdian di Desa Padaherang, Kecamatan Padaherang, Kabupaten Pangandaran. Sasarannya adalah masyarakat dan pemilik usaha di Desa Padaherang, Kecamatan Padaherang, Kabupaten Pangandaran. Target yang akan dicapai adalah melalui pelatihan dan pendampingan, maka pemilik usaha selain mendapatkan pengetahuan juga semakin termotivasi untuk mengelola usaha dengan kreatif dan inovatif, serta dapat memanfaatkan media sosial untuk pemasaran produknya.

Metode pendekatan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi :

- a. Penyuluhan dan diskusi dengan materi manajemen usaha yang kreatif dan inovatif dan materi pemasaran digital. Metode ini digunakan untuk mencapai tujuan pertama dan kedua kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu membantu masyarakat dan pemilik usaha mendapatkan tambahan pengetahuan mengenai *entrepreneurship* dan manajemen usaha yang kreatif dan inovatif. Tingkat ketercapaian dapat diukur dengan adanya perubahan sikap dan pandangan dari masyarakat dan pemilik usaha.
- b. Pendampingan dan pelatihan pemasaran digital: metode ini digunakan untuk mencapai tujuan ketiga kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu masyarakat dan pemilik usaha dapat menerapkan pemasaran digital untuk memasarkan produk UMKM-nya. Tingkat ketercapaian dapat diukur dengan keberhasilan masyarakat dan pemilik usaha melakukan praktek foto

produk, pengemasan dan membuat promosi yang menarik melalui media sosial yang lebih beragam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Desa Padaherang, Kecamatan Padaherang, Kabupaten Pangandaran pada periode waktu bulan September-Oktober 2022. Kegiatan dilaksanakan dalam tiga tahapan waktu, yaitu:

- a. Tahap Pertama: dengan agenda pemberian materi dan sosialisasi tentang entrepreneur dan manajemen usaha yang kreatif dan inovatif. Kegiatan ini dilaksanakan di balai desa dan diikuti oleh masyarakat dan pemilik UMKM di Desa Padaherang, Kecamatan Padaherang, Kabupaten Pangandaran.
- b. Tahap Kedua: dengan agenda pemberian materi tentang digital marketing dan diskusi mengenai permasalahan pemasaran, serta praktek foto produk. Kegiatan ini dilaksanakan di balai desa dan diikuti oleh masyarakat dan pemilik UMKM di Desa Padaherang, Kecamatan Padaherang, Kabupaten Pangandaran.
- c. Tahap Ketiga: dengan agenda pendampingan di UMKM oleh tim pengabdian. Kegiatan pendampingan dilaksanakan di lokasi UMKM.



Sumber: Dokumentasi Kegiatan

Gambar 1. Kegiatan sosialisasi manajemen UMKM yang kreatif dan inovatif.



Sumber: Dokumentasi Kegiatan
Gambar 2. Praktek digital marketing : teknik foto produk UMKM



Sumber: Dokumentasi Kegiatan
Gambar 3. Kegiatan Pendampingan UMKM

Pada gambar 1 terlihat kegiatan yang dilakukan pada tahap pertama adalah pemberian materi dan sosialisasi tentang entrepreneur dan manajemen usaha UMKM yang kreatif dan

inovatif. Masyarakat dan pemilik UMKM antusias dan cepat menyerap materi yang diberikan. Tim pengabdian memberikan materi tersebut agar masyarakat dan pemilik usaha dapat meningkatkan kemampuan kreatifitasnya. Evaluasi kegiatan sudah baik, terlihat dari adanya perubahan sikap dan pandangan dari masyarakat dan pemilik usaha.

Pada gambar 2 terlihat salah satu kegiatan dalam tahap kedua sesudah pemberian materi tentang digital marketing dan diskusi mengenai permasalahan pemasaran, yaitu praktek foto produk. Tim pengabdian memberikan materi tersebut agar masyarakat dan pemilik usaha dapat memahami pentingnya digital marketing dan dapat meningkatkan kemampuan melakukan foto produk untuk promosi sehingga menunjang pemasaran produk UMKM. Evaluasi kegiatan sudah baik, terlihat dari adanya perubahan sikap dan pandangan dari masyarakat dan pemilik usaha, serta antusiasme pemilik usaha melakukan praktek foto produk dan melakukan praktek pengambilan video promosi produk UMKM.

Pada gambar 3 terlihat kegiatan pendampingan di UMKM yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat. Tim pengabdian melakukan pendampingan agar dapat memastikan semua materi sosialisasi dan pelatihan yang pernah diberikan dapat digunakan oleh masyarakat dan pemilik UMKM dengan baik. Melalui kegiatan pendampingan, tim pengabdian juga dapat membantu jika terjadi kendala dalam praktek sesungguhnya. Evaluasi kegiatan sudah cukup baik, terlihat dari terbukanya pemilik UMKM terhadap kehadiran dan masukan yang diberikan oleh tim pengabdian kepada masyarakat.

Dari metode pendekatan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini, maka dapat diukur indikator tercapainya tujuan sebagai berikut:

- a. Metode penyuluhan dan diskusi terbukti membantu tercapainya tujuan pertama dan kedua kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu membantu masyarakat dan pemilik usaha mendapatkan tambahan pengetahuan mengenai *entrepreneurship* dan manajemen usaha yang kreatif dan inovatif. Tingkat ketercapaian dapat diukur dengan adanya perubahan sikap dan pandangan dari masyarakat dan pemilik usaha. Peningkatan kemampuan *entrepreneurship* dan kreatifitas sangat diperlukan dalam manajemen UMKM agar pemilik dapat mengelola UMKM dengan manajemen yang lebih baik dan dengan kreatifitas dan inovasi maka dapat menciptakan produk UMKM yang lebih kompetitif. Dengan demikian maka produk UMKM yang dihasilkan dapat meraih pasar yang baik.
- b. Metode pendampingan dan pelatihan digital marketing terbukti membantu tercapainya tujuan ketiga kegiatan yaitu masyarakat dan pemilik usaha mendapatkan dukungan moril dan dorongan motivasi untuk meningkatkan kemampuan *entrepreneurship* khususnya manajemen pemasaran mulai pengemasan sampai pemasaran produk UMKM. Tingkat ketercapaian dapat diukur dengan keberhasilan masyarakat dan pemilik usaha melakukan praktek pengemasan, foto produk UMKM dan membuat promosi yang menarik melalui media sosial yang lebih beragam. Dengan memanfaatkan teknologi digital maka UMKM diharapkan dapat berkembang dengan lebih baik dan wilayah pemasaran dapat diperluas.

Kegiatan pengabdian ini memiliki fokus utama untuk membantu masyarakat dan pemilik usaha UMKM di Desa Padaherang, Kecamatan Padaherang, Kabupaten Pangandaran agar dapat mempertahankan usahanya di tengah persaingan pada umumnya dan di khususnya di masa pandemi. Kegiatan yang dilakukan bukan hanya memberikan tambahan pengetahuan tetapi yang terpenting adalah memberikan pendampingan usaha. Hal ini terbukti efektif, yang dapat dilihat dari keunggulan luaran, yaitu UMKM berhasil memperbaiki sistem penjualan dengan cara: 1) Mengembangkan sistem pemasaran *online*. Sistem pemasaran *online* saat ini sudah umum dilakukan oleh para pengusaha baik skala besar maupun kecil (umkm) dan diyakini mampu meningkatkan penjualan. Sistem pemasaran *online* dapat dilakukan dengan media whatsapp, facebook dan instagram dengan tampilan yang menarik.; 2) Memotivasi pemilik usaha untuk mengembangkan kreatifitas dan inovasi dalam pengemasan dan promosi produk. Dimana sistem ini memungkinkan promosi produk UMKM yang menarik akan mampu mendorong penjualan produk UMKM, 3) Memotivasi pemilik usaha untuk mengikuti pameran

yang diselenggarakan oleh pemerintah atau instansi lain, agar produk dapat lebih dikenal oleh masyarakat.

Kegiatan pengabdian berjalan dengan baik dan lancar. Masyarakat dan pemilik usaha sangat terbuka dan antusias untuk belajar dan mengembangkan diri. Pemilik usaha dengan cepat dapat mempraktekan foto produk dan pembuatan video promosi, serta berkreasi dalam menampilkan promosi di media sosial. Dengan antusiasme yang tinggi, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kesulitan yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini tergolong rendah.

KESIMPULAN

Setelah Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat yang telah dilakukan oleh Tim Pengabdian dari Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma ini dilaksanakan di Desa Padaherang, Kecamatan Padaherang, Kabupaten Pangandaran, maka dapat disimpulkan bahwa perlunya pengetahuan dan pemahaman tentang manajemen usaha yang kreatif dan inovatif, pemasaran digital bagi UMKM Desa Padaherang, Kecamatan Padaherang, Kabupaten Pangandaran. Selain itu diperlukan juga motivasi dan pendampingan untuk mempercepat perkembangan usaha masyarakat. Secara umum UMKM di Desa Padaherang, Kecamatan Padaherang, Kabupaten Pangandaran masih harus berbenah dan memiliki banyak peluang untuk pengembangan, yaitu: 1) Dari sisi produksi dapat dikembangkan dengan dukungan kreativitas dan inovasi sehingga dapat memunculkan varian produk baru yang menjadi produk khas unggulan desa. 2) Dari sisi pemasaran masih dapat ditingkatkan dengan berperan aktif dalam mengikuti berbagai pameran UMKM yang nantinya akan diadakan pemerintah maupun pihak lain, agar produk dapat semakin dikenal masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Bismala, L. (2016). Model manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan efektivitas usaha kecil menengah. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 5(1), 19-26.
- Jati, D., Zumaeroh, Z., Setiawan, H., Suzana, A. J., & Nurjanah, M. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Stroberi Di Kabupaten Purbalingga. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(03), 784-795.
- Murwanti, Asri, 2022, Cara Mendorong kreativitas Dalam Berbisnis, artikel dalam ukmindonesia.id, posting 02 Juli 2022 <https://ukmindonesia.id/>
- Nirmala, N., & Wijayanto, W. (2021). Minat Berwirausaha Kaum Wanita di Kota Purwokerto. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 282-290.
- Virdianasari, N. M. A. (2021). Analisis Pengaruh Kreatif Dan Inovatif Di Dunia Bisnis Kewirausahaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 1(1), 37-47.