

## MEMBANGUN JIWA KEWIRAUSAHAAN DI ERA DIGITAL DI DESA MARUYUNGSARI KECAMATAN PADAHERANG KABUPATEN PENGANDARAN

Ratna Puji Astuti<sup>1)</sup>, Endang Sri Wahyuningsih<sup>2)</sup>,

<sup>1,2)</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Wijayakusuma  
Jl. Raya Beji Karangsalam No 25, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53152

<sup>1)</sup> e-mail : [ratnapujiastuti23@yahoo.co.id](mailto:ratnapujiastuti23@yahoo.co.id)

<sup>2)</sup> e-mail: [endangwahyuningsih@gmail.com](mailto:endangwahyuningsih@gmail.com)

### Info Artikel

**Kata Kunci:**  
UMKM; Covid-19;  
Digital Marketing

**Keywords:**  
UMKM; Covid-19;  
Digital Marketing

Copyright © 2022 penulis

### Abstrak

Tujuan pengabdian untuk memberikan pemahaman tentang pentingnya penggunaan Digital *marketing* untuk memasarkan produk bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Memberikan motivasi berwirausaha pasca terjadinya pandemi. Akibat pandemi adanya penurunan penjualan, banyak dari mereka yang usahanya stagnan, bahkan hampir mati. Adanya permasalahan di tengah kesulitan tersebut perlu adanya suatu strategi pertahanan untuk tetap menjalankan usaha. Strategi untuk menjalankan usaha dimasa pandemi, salah satunya dengan menggunakan Digitalisasi.

Sasaran Pengabdian kepada masyarakat ini adalah pemilik Usaha dan UMKM di desa Maruyungsari, kecamatan Padaherang Kabupaten Pangandaran. Pengabdian dilakukan tanggal 3 September 2022. Metode yang digunakan dengan metode ceramah dari tim pengabdian dan diskusi tentang materi pengabdian. Pada pelaksanaan kegiatan dilakukan pre-test dan post-test secara lisan. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui pemahaman pemilik dan karyawan tentang Digitalisasi *marketing*. Hasil pengabdian adalah pemilik UMKM di Desa Maruyungsari lebih memahami digital *marketing* dan mulai belajar mempraktekannya untuk memasarkan produknya, meskipun masih dalam taraf sederhana.

### Abstract

*The purpose of the dedication is to provide an understanding of the importance of using Digital marketing to market products for Micro, Small and Medium Enterprises. Providing motivation for entrepreneurship after the pandemic. Due to the pandemic, there has been a decline in sales, many of them whose businesses have stagnated, even almost died. The existence of problems in the midst of these difficulties requires a defense strategy to continue running the business. Strategies for running a business during a pandemic, one of which is by using Digitalization.*

*The target of this community service is business owners and MSMEs in Maruyungsari village, Padaherang district, Pangandaran Regency. The service will be held on September 3, 2022. The method used with the method of lectures from the service team and discussions about service materials. In the implementation of activities, pre-tests and post-tests are carried out orally. This is done to find out the understanding of owners and employees about digitalization of marketing. The result of devotion is that MSME owners in Maruyungsari Village better understand digital marketing and begin to learn to practice it to market their products, although it is still in a simple level.*

## PENDAHULUAN

Pandemi covid-19 ini berakibat buruk bagi UMKM, diantaranya adanya penurunan penjualan, banyak dari mereka yang usahanya stagnan, bahkan hampir mati. Tak terkecuali UMKM di Desa Maruyungsari. Adanya permasalahan di tengah kesulitan tersebut perlu adanya suatu strategi pemasaran untuk tetap menjalankan usaha. Strategi untuk menjalankan usaha dimasa pandemi, salah satunya dengan menggunakan Digitalisasi.

Digitalisasi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) merupakan suatu upaya untuk mendigitalkan pemasaran produk-produk UMKM oleh pelaku UMKM. Secara mudahnya, di zaman teknologi yang semakin canggih ini telah memudahkan para pelaku usaha dalam memasarkan dan menjual produk produknya secara online. Digitalisasi UMKM adalah sebuah upaya agar para pelaku UMKM (Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah) mulai berpindah ke ranah digital dalam kegiatan bisnisnya. UMKM sendiri merupakan kepanjangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, namun jangan salah si kecil ini memiliki kontribusi yang sangat besar dan krusial bagi perekonomian kita secara makro.

Maruyungsari berada di kecamatan Padaherang kabupaten Ciamis, sebagian besar masyarakatnya berbahasa jawa dan bekerja sebagai petani, ada juga di bidang jasa seperti ojeg, supir angkot, tukang penyebrangan perahu, dll. Terdapat juga yang bekerja sebagai guru, yang berdagang di pasar, kios atau warung. Meskipun demikian pertanian masih tetap jadi andalan. UMKM di desa Maruyungsari diantaranya ; usaha sembako, pengrajin, sale pisang dan keripik pisang. Untuk dapat bertahan dan bangkit pasca pandemi sangat diperlukan pengetahuan tentang pemasaran digital dan dorongan atau motivasi berwirausaha Kembali pasca pandemi. Untuk itulah tim pengabdian Manajemen mengambil materi tentang Membangun kewirausahaan di Era Digital.

## METODE

Metode pengabdian secara *offline*, dilaksanakan tanggal 3 September 2022 di Desa Maruyungsari dengan dihadiri Pelaku usaha atau pemilik UMKM berjumlah sekitar 47 orang Adapun tujuan yang hendak dicapai Memberikan edukasi pada masyarakat khususnya UMKM untuk termotivasi agar lebih aktif lagi dalam hal memasarkan produknya secara online serta bertransaksi keuangan dari bisnisnya baik untuk kas keluar ataupun kas masuk. Salah satu faktor yang menyebabkan pendistribusian barang UMKM kurang meluas karena pengusaha belum melakukan pemasaran *online*. Di Desa Maruyungsari sendiri, beberapa pelaku UMKM sudah memasarkan produknya secara *online* melalui media sosial, situs *marketplace*, dan lainnya. Akan tetapi, dalam praktiknya masih kurang maksimal. Sehingga, hasil yang didapat pun kurang maksimal. Kurangnya pengetahuan sampai dengan adaptasi terhadap internet dan perkembangan teknologi yang dialami pelaku UMKM ini menjadi tantangan dan masalah yang harus dihadapi (Susanti et al., 2020).

Pemberian materi penyuluhan diberikan pada peserta yang hadir, materi pertama tentang Pengenalan Digital marketing dan materi kedua tentang Motivasi berwirausaha Pasca pandemi. Banyaknya pertanyaan dari peserta menunjukkan antusias mereka pada materi dan disampaikan.



Sumber: Dokumentasi Kegiatan  
Gambar 1. Penyuluhan materi Digital Marketing

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyuluhan dihadiri oleh pemilik UMKM, karyawan bagian produksi, dan masyarakat lainnya. Peserta penyuluhan sangat antusias mendengarkan penjelasan tentang Digital marketing. Para peserta merasa mendapatkan pemahaman baru tentang apa dan bagaimana cara memasarkan produk dengan menggunakan digital marketing. Para peserta selama ini memasarkan produknya dengan tradisional, atau dipasarkan dipasar. Sehingga produk kurang bisa menjangkau ke semua kalangan

Respon baik pelaku dan pemilik UMKM di Desa Maruyungsari menjadikan kegiatan pengabdian ini bermanfaat dan menambah wawasan pengelolaan manajemen bisnis, khususnya untuk strategi pemasaran. Strategi menjual dengan menggunakan Digital. Strategi pemasaran Digital ini memiliki dampak positif yaitu ditinjau dari efisiensi biaya, waktu, dan tingkat keamanannya.

Penelitian (Adel & Hammad, 2020) menemukan secara unik penelitian interdisipliner yang menyelidiki integrasi antara kewirausahaan dan pemasaran sebagai strategi fungsional yang sukses di UMKM dan pengaruhnya terhadap peningkatan kinerja bisnis dalam hal pangsa pasarnya. Perilaku kewirausahaan pelaku UMKM juga menjadi faktor penting dalam menjalankan bisnis. Adanya pengaruh yang signifikan antara pengetahuan berwirausaha, motif berprestasi, kemandirian berusaha terhadap perilaku berwirausaha (Elistia, 2020) Lebih lanjut dari hasil penelitian Amarakoon & Teicher (2019), perilaku wirausaha diyakini sebagai salah satu penentu keberhasilan sebuah bisnis. Perilaku wirausaha inovatif, diantaranya dengan memasarkan produk secara digital.

## KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa, melalui pengabdian ini mampu meningkatkan pengetahuan dan pemahaman pemasaran secara online dan memberikan semangat baru untuk mempertahankan usaha dan bersaing dalam bisnis, sehingga menumbuhkan kondisi perbaikan usaha dan keberlanjutan usahanya. Melalui pengabdian ini diharapkan mampu mempertahankan dan meningkatkan kapasitas pengusaha kecil atau UMKM di desa Maruyungsari agar kondisi perekonomiannya mampu bertahan, dan mengembangkan usaha

---

secara berkelanjutan didukung oleh kreatifitas dan inovasi untuk terus bergerak maju sehingga mampu menghadapi tantangan dan perubahan, serta berkontribusi bagi kesejahteraan masyarakat.

Kesimpulan dari hasil kegiatan penyuluhan di Desa Maruyungsari : Masyarakat merasakan manfaat dalam rangka pemulihan kepercayaan diri untuk termotivasi bangkit untuk berusaha Kembali pasca terjadinya pandemi covid-19. Bertambah pengetahuan tentang Digital Marketing, serta memperoleh pengetahuan tentang bagaimana memasarkan produk secara online, dan terakhir peserta menghendaki diadakan kegiatan seperti ini lagi dengan topik ataupun tema yang berbeda

### DAFTAR PUSTAKA

- Adel H. M., & Hammad, R. (2020). Entrepreneurial marketing strategy , institutional environment , and business performance of SMEs in Egypt. <https://doi.org/10.1108/JEEE-11-2019-0171>
- Amarakoon, U., & Teicher, J. (2019). Entrepreneurial behaviour: a new perspective on the role of the HR professional. 48(7), 1809–1829. <https://doi.org/10.1108/PR-03-2018-0087>
- Elistia. (2020). Analysis of Entrepreneurial Knowledge, Achievement Motives And Business Independence towards Entrepreneurial Behavior In Joint Business Groups. *Journal of Reseach in Business, Economics, and Education*, 2(4), 766–774.
- Susanti, A., Istiyanto, B., & Jalari, M. (2020). Strategi UKM pada Masa Pandemi Covid-19. *KANGMAS: Karya Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 67–74.