



JKB

Jurnal Kewirausahaan & Bisnis
Volume 3 Issue 2, 2021 (177-180)

ISSN (online) : 3026-0167

Homepage : <https://jurnalunived.com/index.php/JKB>

Workshop Literasi Penggunaan Media Sosial Dalam Promosi UMKM Di Desa Karang Tengah Kabupaten Bengkulu Tengah

Novi Rahayu¹, Cici Yulyani², Mardi Tarnando³, Anggi Mustafa Bilal⁴, Andila⁵
^{1,2,3,4,5} Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial/Jurusan Administrai Publik, Universitas Dehasen Bengkulu, Indonesia
¹ e-mail: Novierahayu1980@gmail.com

Abstract. Digital literacy is used to find, analyze, create and transmit information using technology. Based on the experience of several countries, the use of information technology has become one of the drivers of economic development, especially in rural areas. ICT utilization is considered effective in reducing community migration from villages to cities and increasing Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the village. The existence of MSMEs itself can support the development of tourism in the village. This PKM is organized to help overcome problems related to increasing digital literacy competencies to improve MSME promotion in the aspect of digital marketing communication strategies.

Keywords: *Literacy, Promotion, Social Media, Msmes*

Abstrak. Literasi digital di manfaatkan untuk menemukan, menganalisis, membuat, dan mengirimkan informasi menggunakan teknologi. Berdasarkan pengalaman beberapa negara, pemanfaatan teknologi informasi telah menjadi salah satu penggerak pembangunan ekonomi khususnya di daerah pedesaan. Pemanfaatan TIK dianggap efektif dalam mengurangi migrasi masyarakat dari desa ke kota dan meningkatkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di Desa. Keberadaan UMKM sendiri bisa mendukung perkembangan pariwisata yang ada di Desa. PKM ini diselenggarakan untuk membantu mengatasi permasalahan terkait peningkatan kompetensi literasi digital untuk meningkatkan promosi UMKM pada aspek strategi komunikasi pemasaran digital.

Kata Kunci: *Literasi, Promosi, Media Sosial, UMKM*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi dengan kecanggihan yang di hadapi khususnya millennial ini sangat penting mendapatkan informasi selalui TIK karena suatu Dinamika digital inilah yang menjadi dasar Revolusi Industri 4.0 yang sangat luas untuk akses internet hingga menjangkau sampai pelosok desa dan pedesaan. Jika mengacu pada konstruksi tata kelola pemerintahan secara teritorial, di area pedesaan idealnya akan menjadi titik awal era digital dalam membangun keberlangsungan untuk pedesaan. Sehingga membutuhkan adanya perbaikan yang menjadi suatu inovasi yang terbaru untuk pedesaan tersebut di mana fakta bahwa menggerakkan kinerja melalui alat mesin tentu akan membuahkan ide yang cerdas dari buatan yang semakin efektif dengan adanya mobile internet. Menjadi utama yang diandalkan sesuai kekuatan digital, desa dapat menganalisis keberlanjutan wilayahnya dan memantau berbagai aspek ekonomi, sosial, dan budaya.

Pemahaman tentang modal alam seperti itu diperlukan untuk mendorong dinamika masyarakat yang berkelanjutan sehingga bisa memajukan desa dengan adanya alat bantu digital yang lebih cepat di ketahui oleh semua kalangan masyarakat yang lebih suka bepergian untuk melihat suatu tempat atau desa yang unik menjadi aktivitas yang dapat membantu semua masyarakat di Indonesia' Memiliki Banyak Teknis dalam memajukan pembangunan desa demi mengurangi adanya pengangguran, kemiskinan, dan ketimpangan masyarakat ketiga hal tersebut rendah olehnya itu pembangunan desa dapat di katakan berhasil jika memiliki suatu kesenjangan pembangunan antara kota dan desa yang harus diakui oleh pemerintah desa khusus untuk mewujudkan menjadi desa yang akan mandiri, yang perlu di persiapkan adalah penyediaan keuangan desa melalui berbagai program .

Program Desa untuk penguatan pemberdayaan sumber daya manusia dan penguatan ekonomi nasional, Dengan Inovasi menjadi terobosan baru sebagai paradigma dalam pembangunan pemerintahan desa harus di lakukan . untuk pembangunan khususnya di bidang infrastruktur dan tetap perlu adanya penguatan sumber daya manusia (SDM) dan program pemberdayaan masyarakat. Ada banyak program pemberdayaan dan pemberdayaan SDM, salah satunya pemberdayaan UMKM. Salah satu desa yang terus berjuang dan berpihak pada peningkatan dan pengembangan perekonomian warganya melalui usaha kecil dan menengah adalah Desa Mattunggaleng di Kecamatan Bulukumpa , Kabupaten Bulukumpa .

UMKM keberadaannya sangat erat dengan UMKM disuatu daerah. untuk berusaha melayani masyarakat pengunjung wisata, dengan berbagai barang dagangannya. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam memberikan dampak langsung kepada masyarakat terutama pada masyarakat pedesaan dan memperkuat ketahanan pada ekonomi makro. Data Badan Pusat Statistik pada 2022 lalu menunjukkan, UMKM berkontribusi sebesar 60,3 persendari total produk domestik bruto (PDB) Indonesia. Selain itu, UMKM berperan dalam menyerap 97 persen dari total tenaga kerja dan 99% dari total lapangan kerja. UMKM makin diberi porsi perhatian yang besar oleh Pemerintah, salah satunya dengan dibentuk Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. Kementerian yang memang fokus mengurus Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Banyak kebijakan dan upaya yang dilakukan oleh pemerintah untuk memperkuat UMKM agar makin banyak individu yang menekuni dunia ini. Hal ini dilakukan salah satunya untuk mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan.

Karenanya UMKM memiliki peran strategis sehingga penguatannya tidak hanya dilakukan di kota tetapi hingga pelosok desa. Terlebih setelah disahkannya Undang Undang nomor 6 tahun 2014 tentang Desa yang mereposisi desa sebagai entitas yang makin otonom dengan dana desa. Di Era Millenial ini seiring waktu bergeser adalah mengikuti perkembangan globalisasi penggunaan IT yaitu digital, desa dan komunitasnya dihadapkan pada kemajuan teknologi yang pesat dan gelombang digitalisasi. Menurut Fahmi & Sari (2020) dalam studi Rural Transformation, Digitalisation and Subjective Wellbeing mengidentifikasi bahwa transformasi dan digitalisasi pedesaan telah menyebabkan peningkatan kepuasan dan kebahagiaan hidup, terutama bagi mereka yang terlibat langsung dalam produksi, yang memiliki kesempatan untuk memanfaatkan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, dan menggunakan keterampilan mereka untuk strategi penghidupan di desa, Selama pandemi juga, terjadi perubahan pola perilaku pembelian konsumen dari offline ke online.

Survey dari Deloitte di tahun 2022 menunjukkan bahwa 78% pengguna internet di Indonesia membeli produk secara online melalui perangkat seluler (Deloitte, 2022). Perubahan perilaku konsumen tersebut membuat hampir seluruh sektor bisnis harus beradaptasi melalui transformasi digital dalam menjalankan bisnisnya⁴. Setiap desa memiliki potensi untuk dijadikan komoditas UMKM unggulan.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian dilakukan dengan:

1. Teknik observasi yaitu pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung obyek penelitian dengan cara mencatat segala gejala yang di temukan dilapangan untuk mempelajari data-data yang diperlukan sebagai acuan yang berkenaan dengan topik penelitian. sebelum turun kelapangan peneliti menyusun pedoman obsevasi.
2. Teknik Ceramah dan tanya jawab, yaitu memberikan edukasi dan pengetahuan terkait penggunaan edia social dalam promosi UMKM.
3. Teknik dokumentasi, yaitu Teknik pengumpulan data dengan menggunakan catatan-catatan atau dokumtasi-dokumentasi yang ada dilokasi penelitian atau sumber lain yang terkait dengan obyek penelitian.sebelum turun ke lapangan terlebih dahulu Menyusun pedoman dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aktivitas pengabdian kepada masyarakat termasuk : workshop literasi digital untuk pengembangan umkm dalam yaitu desa karang Kegiatan ini dihadiri perwakilan dari karang taruna dan Kelompok Usaha Tani, perangkat desa dan pengurus RT/RW setempat serta para pelaku UMKM. Adapun beberapa materi penting yang disampaikan dalam kegiatan ini adalah urgensi pemasaran digital, teknis produksi video pemasaran digital di media sosial dan pendampingan produksi video digital untuk pemasaran produk UMKM maupun desa wisata.

Desa wisata merupakan bentuk integrasi atraksi, akomodasi, dan layanan pendukung yang disajikan dalam tatanan kehidupan masyarakat yang terintegrasi dengan praktik dan tradisi yang berlaku (nilai-nilai kearifan lokal). Hakikat desa wisata yang mengutamakan keaslian desa memerlukan pemahaman tentang karakter dan unsur desa, termasuk pengetahuan dan keterampilan lokal, serta kearifan lokal masyarakat. Idealnya, desa wisata dikelola secara swadaya berbasis komunitas, dengan modal dan pengelolaan dari komunitas dan warga desa. Desa wisata ini merupakan bentuk implementasi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. Masyarakat lokal memegang peranan penting dalam pengembangan desa wisata karena sumber daya dan keunikan tradisi dan budaya masyarakat tersebut merupakan unsur utama operasional desa wisata. Keberhasilan pembangunan desa liburan bergantung pada penerimaan dan dukungan masyarakat setempat. Strategi komunikasi pemasaran yang paling efektif untuk menarik target pasar dan menaikkan penjualan adalah melalui media digital dengan beberapa platform yang sesuai dengan konsep pemasaran produk dari destinasi Desa Wisata. Penyampaian pesan dalam upaya pemasaran Desa Wisata melalui media digital juga harus sesuai dengan trend yang berlangsung pada saat itu. Pengelolaan komunikasi pemasaran Desa Wisata dengan menggunakan media digital bukanlah hal sederhana, di sana membutuhkan sumber daya manusia yang mampu dan mempunyai pengetahuan juga keterampilan untuk mengelola media digital tersebut baik dari produksi konten hingga pada pemantauan.

Melalui pemasaran digital maka jangkauan pemasaran produk ke pasar akan semakin luas. Hal ini sangat dimungkinkan mengingat saluran utama pemasaran digital adalah dengan menggunakan teknologi digital yang terkoneksi dengan internet. Teknologi modern ini memiliki kelebihan bersifat praktis, cepat, luas dan tanpa batas. Teknologi internet bersifat praktis karena mudah digunakan dengan seperangkat menu tertentu yang tinggal klik maka proses digitalisasi yang canggih akan langsung berjalan sesuai tujuan dan keinginan. Kemudian teknologi internet bersifat cepat yakni karena langsung bekerja tatkala teknologi terkoneksi terkait diaktifkan yang tentunya diikuti dengan jaringan seluler yang mendukung pula. Sementara teknologi internet bersifat luas yakni karena jangkauan pesan dari teknologi internet yang luas melintasi ruang dan waktu. Tidak hanya di wilayah lokal, namun jangkauannya sudah mendunia.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan melihat potensi yang ada di desa Karang Tengah untuk dijadikan komoditas unggulan.. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengatasi kendala - kendala terkait pemasaran dengan memberikan pemahaman kepada para pelaku UMKM dan Di Desa Karang Tengah mengenai pentingnya literasi digital dalam proses pemasaran. Selain itu, pengabdian ini juga menjadi sarana bagi para pelaku UMKM untuk mempraktikkan secara langsung langkah - langkah atau strategi yang harus ditempuh dalam pemasaran produk UMKM melalui ecommerce. Dengan meningkatnya kesadaran dan produksi UMKM yang ada di desa Karang. Kegiatan pengabdian ini juga diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman literasi digital serta menumbuhkan motivasi bagi UMKM untuk dapat bertransformasi ke arah digital sehingga para pelaku UMKM di desa Karang Tengah dapat menciptakan dan mengembangkan strategi bisnis yang lebih inovatif serta berdaya saing global yang dapat membantu penciptaan lapangan kerja dan peningkatan perekonomian desa sehingga bisa memberikan manfaat bagi kemajuan desa Karang Tengah.

DAFTAR PUSTAKA

- Shome, Kumar. 2019. Microbial L-asparaginase from mangroves of andaman islands. *Indian J. of Marine Science* 30: 183-184.
- Luhung Achmad Perguna dkk. (2020). Optimalisasi Desa Wisata Berbasis UMKM Melalui Destination Branding. *Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, 3 (2), 2020, 204-214
- Luhung Achmad Perguna dkk. (2020). Optimalisasi Desa Wisata Berbasis UMKM Melalui Destination Branding. *Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, 3 (2), 2020, 204-214
- Mavilinda, H.F., Nazaruddin, A., Nofiaty., Siregar, L.D. (2021). Menjadi “UMKM Unggul Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital Dalam Menghadapi Tantangan Bisnis Di Era New Normal. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(1): 17-28. DOI: <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i1.29>
- Sri Herwindya Baskara Wijaya. (2021). Workshop Literasi Pemasaran Digital Desa Wisata Di Desa Tanjung, Klaten, Jawa Tengah. *Prosiding PKMCSR*, Vol. 4 (2021) e-ISSN: 2655-3570