

Peran Digitalisasi Marketing dan Manajemen Produksi Bagi Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kemplang di Desa Muara Dua Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir Provinsi Sumatera Selatan

Caesar Alief Putra¹, Yanti Pasmawati², Ch Desi Kusmindari³, Irwansyah⁴

Universitas Bina Darma, Indonesia

caesaraliefputra@gmail.com, yantipasmawati@mail.binadarma.ac.id,

desi_christofora@binadarma.ac.id, irwansyah@binadarma.ac.id

Received:
21.12.2023

Revised:
12.01.2024

Accepted:
15.01.2024

Available online:
25.01.2024

Abstrak: Tujuan penelitian dari pendampingan ini dapat memberikan wawasan mendalam tentang hambatan yang dihadapi oleh UMKM dalam mengadopsi strategi digitalisasi marketing dan manajemen produksi yang lebih canggih. Selain itu, pendampingan ini juga diharapkan dapat menghasilkan rekomendasi praktis untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengimplementasikan dan memanfaatkan digitalisasi marketing serta manajemen produksi secara efektif untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Metode yang digunakan dalam pendampingan ini yaitu observasi, diskusi dan pendampingan. Hasil dari pendampingan ini yaitu pemanfaatan digitalisasi marketing pembuatan google maps, akun instagram. Hasil dari pendampingan manajemen produksi yaitu supplier cadangan, penggunaan sarung tangan dan pembuatan proses bisnis.

Kata Kunci: Digitalisasi Marketing, Manajemen Produksi dan Usaha Mikro Kecil Menengah

Abstract: The research objective of this mentoring is to provide in-depth insight into the barriers faced by MSMEs in adopting more sophisticated marketing and production management digitalization strategies. In addition, this mentoring is also expected to produce practical recommendations to improve the ability of MSMEs to implement and utilize marketing digitalization and production management effectively for sustainable business growth. The methods used in this mentoring are observation, discussion and mentoring. The results of this assistance are the utilization of digital marketing to create google maps, Instagram accounts. The results of production management assistance are backup suppliers, the use of gloves and the creation of business processes.

Keywords: Digitalization of Marketing, Production Management and Micro, Small and Medium Enterprises.

1. PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan suatu bentuk pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa. Suatu bentuk kegiatan pembelajaran lapangan yang dilaksanakan oleh mahasiswa. KKNT dapat meningkatkan empati mahasiswa dan dapat memberikan sumbangan penyelesaian persoalan yang ada di masyarakat. Sebagai kegiatan intra kulikuler, KKNT merupakan bagian integral dari kurikulum program studi yang diharapkan dapat meningkatkan kecerdasan intelektual, emosional dan sosial.

Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) merupakan salah satu kegiatan Kampus Merdeka yang wajib tempuh Universitas Bina Daram saat semester ganjil. Pada semester ganjil kali ini, KKNT dilaksanakan pada tanggal 02 Oktober 2023 hingga 04 Desember 2023 di Kecamatan Pemulutan. Rombongan KKNT Universitas Bina Darma dengan jumlah mahasiswa 182 mahasiswa dibagi menjadi 17 kelompok dengan masing-masing kelompok beranggotakan 10 hingga 11 mahasiswa. Masing-masing kelompok ini tersebar ke dalam 17 desa di Kecamatan Pemulutan.

Pada KKNT periode I ini penulis laporan ditempatkan di Desa Muara Dua, Kecamatan Pemulutan, Kabupaten Ogan Ilir sebagai wilayah kegiatan Studi Lapangan. Pada kesempatan ini penulis laporan ingin mengabdikan diri pada masyarakat untuk berbagi ilmu pengetahuan tentang apa yang telah diperoleh selama dibangku perkuliahan. Di sini penulis laporan mencoba memberikan solusi terhadap permasalahan yang ada di Desa Muara Dua, Kecamatan Pemulutan, Kabupaten Ogan Ilir, dalam bidang UMKM.

Menurut Tambunan (2013:2) UMKM adalah unit usaha produkif mandiri yang dijalankan oleh perorangan atau perusahaan disektor perekonomian disektor apapun.

Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran krusial dalam memperkuat ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Meskipun demikian, banyak UMKM yang masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal pemasaran dan manajemen produksi. Dalam menghadapi era digital, di mana teknologi informasi semakin merajalela, penting bagi UMKM khususnya pada UMKM Kemplang Padlimk di desa muara dua untuk memanfaatkan potensi digitalisasi marketing berupa promosi melalui media sosial dan manajemen produksi untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis mereka.

Menurut Chaffey dan Chadwick (2016:11) *Digitalisasi Marketing* adalah pemasaran dengan cakupan yang lebih luas karena berkaitan dengan media digital seperti internet, email, media nikrabel tetapi juga pengelolaan data pelanggan digital.

Digitalisasi marketing, sebagai alat pemasaran berbasis teknologi digital, memberikan peluang besar bagi UMKM Kemplang Padlimk di desa muara dua untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas merek, dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Melalui penerapan strategi digitalisasi marketing yang efektif, UMKM dapat memanfaatkan platform online untuk mempromosikan produk mereka, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan bahkan meraih pasar global.

Permasalahan *digitalisasi marketing* pada UMKM Kemplang Padlimk di desa muara dua yang belum sepenuhnya memahami potensi dan manfaat dari digitalisasi marketing ini. UMKM Kemplang Padlimk memiliki keterbatasan dalam jangkauan pasar yang lebih luas, seperti media sosial instagram UMKM tidak dapat memperkenalkan merek mereka kepada target pasar dengan efektif. Ini dapat menyebabkan rendahnya tingkat kesadaran merek dan kemungkinan kehilangan pesaing dan UMKM mengalami kesulitan dalam meningkatkan penjualan dan ekspansi bisnis dikarenakan belum adanya google lokasi atau google maps agar mempermudah untuk mencari UMKM.

Menurut Heizher dan Rendher (2011:4) Manajemen produksi adalah serangkaian kegiatan yang menciptakan nilai barang dan jasa yang mengubah input menjadi output. Aspek manajemen produksi juga menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM. Proses produksi yang efisien dan terkelola dengan baik dapat membantu UMKM menghadapi persaingan pasar dengan lebih baik. Dalam menghadapi tantangan global dan perubahan pola konsumen, manajemen produksi yang adaptif dan responsif menjadi kunci keberhasilan UMKM dalam memenuhi permintaan pasar dengan cepat dan efisien.

UMKM Kemplang Padlimk di desa muara dua belum memahami mengenai manajemen produksi yang baik yaitu Manajemen produksi mengenai supplier cadangan yang kurang baik dapat kesulitan dalam mengelola persediaan sehingga menyebabkan kekurangan persediaan dan belum memiliki proses bisnis atau standar operasional sehingga dapat mengarah pada kesulitan dalam mengelola persediaan sehingga mempengaruhi keuangan UMKM.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk menggali lebih dalam tentang peran *digitalisasi marketing* dan manajemen produksi bagi perkembangan UMKM di Desa Muara Dua. Dengan berfokus pada kerjasama dengan UMKM setempat,

Tujuan dari pendampingan ini dapat memberikan wawasan mendalam tentang hambatan yang dihadapi oleh UMKM dalam mengadopsi strategi *digitalisasi marketing* dan manajemen produksi yang lebih canggih. Selain itu, pendampingan ini juga diharapkan dapat menghasilkan rekomendasi praktis untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengimplementasikan dan memanfaatkan digitalisasi marketing serta manajemen produksi secara efektif untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

2. METODE PELAKSANAAN

Tempat pelaksanaan kegiatan di Desa Muara Dua, Kecamatan Pemulutan, Provinsi Sumatera Selatan, dan untuk Alamat pendampingan UMKM Kemplang Padlimk beralamat di Jl.Mayor Iskandar, Dusun 05, Desa Muara Dua, Kecamatan Pemulutan.

Pendampingan dilakukan pada tanggal 20 November 2023 sampai 24 November 2023 (4hari). Pada tanggal 20 november 2023 Sebelum melakukan kegiatan pendampingan penulis melakukan observasi lapangan terlebih dahulu untuk mengumpulkan data-data yang menunjang kegiatan. Pada

tanggal 21 november 2023 sebelum melakukan program kerja dan membantu UMKM penulis mengadakan sesi diskusi membahas dan mengembangkan rencana aksi bersama

Metode Pengabdian

Tahap 1. Metode Observasi

Pada tanggal 20 november 2023 Sebelum melakukan kegiatan pendampingan penulis melakukan observasi lapangan terlebih dahulu untuk mengumpulkan data-data yang menunjang kegiatan. Penulis juga melakukan pengamatan terhadap UMKM Kemplang Padlimk serta mencatat secara sistematik gejala-gejala yang ada di UMKM Kemplang Padlimk. Metode observasi kunjungan langsung ke tempat usaha UMKM Kemplang Padlimk untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang proses produksi dan tantangan yang dihadapi.

Target dari rencana kegiatan dari tahap 1 (metode observasi) yaitu memperoleh data outset lapangan yang berguna untuk melihat kondisi UMKM dan mencari data untuk digunakan sebagai bahan program kerja.

Tahap 2. Metode Diskusi

Pada tanggal 21 november 2023 sebelum melakukan program kerja dan membantu UMKM penulis mengadakan sesi diskusi membahas dan mengembangkan rencana aksi bersama untuk menerapkan digitalisasi dan perbaikan dalam manajemen produksi. Metode diskusi juga berguna untuk menyampaikan informasi atau pengetahuan terkait dengan masalah yang sedang dihadapi oleh UMKM, Sejarah berdirinya UMKM dan cara mengatasinya masalah yang ada pada UMKM.

Target dari rencana kegiatan dari tahap 1 (metode diskusi) yaitu melakukan kegiatan diskusi dengan pemilik UMKM mengenai permasalahan yang sedang terjadi di UMKM dari seperti penggunaan media sosial dalam penjualan, supplier cadangan, pembeli kesusahan mencari alamat UMKM dan belum adanya tatanan proses bisnis yang baik.

Tahap 3. Metode Pendampingan

Pada tanggal 22 november 2023 sampai 24 november 2023 penulis melakukan pendampingan langsung dan praktis dalam penggunaan perangkat lunak atau aplikasi yang mendukung digitalisasi. Penulis mengajarkan langkah-langkah praktis dalam mengintegrasikan teknologi digital ke dalam operasi sehari-hari UMKM dan sistem manajemen produksinya. Pendampingan digitalisasi teknologi dan manajemen produksi diharapkan dapat membantu dalam merancang dan mengimplementasikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan spesifik UMKM Kemplang Padlimk di desa muara dua milik bapak azzaam.

Target dari proses pendampingan digitalisasi marketing dan manajemen produksi yang dilaksanakan selama 2 hari yaitu menemukan supplier cadangan bahan baku utama yaitu ikan, pembuatan google lokasi atau google maps, pembuatan proses bisnis, pembuatan akun media sosial untuk promosi yaitu instagram, dan penggunaan sarung tangan dalam proses produksi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan temuan yang ditemukan terkait kendala UMKM kemplang Padlimk belum memiliki posisi titik lokasi penjualan kemplang di *google maps*, belum memiliki akun media sosial untuk promosi produk, UMKM tidak memiliki *supplier* bahan baku cadangan sehingga menghambat proses produksi, UMKM juga belum memiliki standar urutan proses bisnis pemesanan, dan UMKM kurang memahami mengenai pentingnya standar kebersihan dalam produksi seperti penggunaan sarung tangan.

Realisasi program kerja merupakan secara nyata untuk mengatasi problematika UMKM dan cara penyelesaian berupa solusi maupun saran untuk dilaksanakan secara *continue* dan bertahap, agar seiring dengan selesainya program pendampingan UMKM tetap berjalan dengan pengembangan usaha yang telah diberikan.



Gambar 1. Proses Pendampingan

Menurut Sanjaya dan Tarigan (2009:47) *Digital Marketing* adalah kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media. Ada beberapa realisasi pendampingan UMKM kemplang untuk *digitalisasi marketing* implementasikan sebagai pemecahan masalan pada UMKM. Dari kondisi awal sebelum pendampingan UMKM kemplang Padlimk belum memiliki lokasi di *google maps* sehingga sulit untuk ditemukan pelanggan maka dari itu dibuat titik lokasi pada *maps*. Penulis membuatkan *google mas* untuk UMKM Kemplang Padlimk bapak azzam melalui *google my business*, bapak azzam dan penulis membuat titik di *google maps* dengan nama kemplang lembut legend. Di *google maps* dikelola profil bisnis termasuk informasi kontak, alamat, dan deskripsi bisnis.

Google maps menyediakan fungsi navigasi untuk membantu pelanggan menuju lokasi bisnis. Ini dapat meningkatkan kemudahan akses dan mendorong lebih banyak pelanggan untuk mengunjungi UMKM Kemplang Padlimk. *google maps* juga dapat membantu UMKM Kemplang Padlimk terhubung dengan bisnis atau mitra potensial di sekitar wilayah mereka. Berikut ini adalah hasil dari pembuatan *google* lokasi di *google maps*.



Gambar 2. Lokasi UMKM Kemplang Padlimk

Menurut Lupioadi (2016) promosi merupakan salah satu variable dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Dari kondisi awal sebelum pendampingan UMKM kemplang Padlimk belum memiliki belum memiliki akun media sosial sehingga sulit untuk ditemukan pelanggan baru maka dari itu dibuatkan akun media sosial yaitu Instagram. Pembuatan media sosial untuk promosi diharapkan membantu meningkatkan visibilitas UMKM Kemplang Padlimk secara *online*. Pembuatan media sosial untuk promosi diharapkan membantu meningkatkan visibilitas UMKM Kemplang Padlimk secara online. Dengan memiliki

kehadiran di platform media sosial yang populer yaitu Instagram, bisnis dapat dikenal oleh lebih banyak orang. Instagram memungkinkan UMKM Kemplang Padlimk untuk membagikan gambar dan video produk, serta memberikan informasi terkait promosi atau penawaran khusus.

Berikut ini adalah hasil dari realiasi pembuatan akun instagram untuk media promosi UMKM:



Gambar 3. Akun Instagram UMKM Kemplang Padlimk

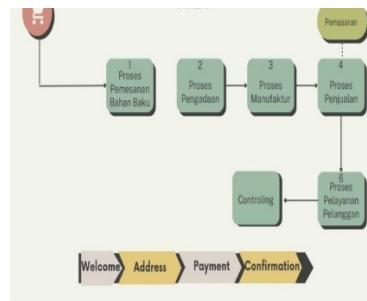
Menurut Heizer dan Render (2011:4) adalah Serangkaian aktivitas yang menghasilkan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah input menjadi output. Manajemen produksi memiliki hubungan erat dengan proses produksi yang memiliki tujuan untuk menambah nilai guna yang dihasilkan. Untuk menghasilkan produk yang memiliki kualitas yang baik yang sesuai dengan standar yang ditentukan, maka UMKM dituntut untuk lebih meningkatkan proses produksinya. Ada beberapa realisasi program kerja untuk manajemen produksi yang telah diimplementasikan. *Supplier* barang adalah supplier bahan baku yang bertugas menyediakan bahan baku untuk perusahaan yang memproduksi produk berupa barang seperti perusahaan manufaktur. Dari kondisi awal sebelum pendampingan UMKM kemplang Padlimk belum memiliki *supplier* bahan baku cadanga, hanya mengandalkan satu supplier tunggal saja, sehingga penulis mencari supplier cadangan agar pada saat supplier utama terhambat maka dapat dibantu supplier cadangan. UMKM Kemplang Padlimk menjalin kerjasama dengan pusat perikanan atau penangkapan ikan di daerah sekitar untuk mencari supplier tambahan, menciptakan hubungan yang stabil dengan pusat perikanan atau penangkapan ikan untuk memastikan pasokan bahan baku (ikan) yang *continuu* dan terjamin.



Gambar 4. Penemuan *Supplier* Cadangan

Pemesanan dapat juga dikatakan sebagai memesan, pesanan, maupun permintaan dengan pembelian jasa ataupun barang kepada penjual. Berdasarkan kondisi extensing UMKM Kemplang

Padlimk belum memiliki alur proses pemesanan yang jelas. UMKM. Proses bisnis yang baik merupakan bagian yang sangat penting dalam usaha khususnya UMKM yang bertujuan agar usaha dapat terarah dan berperinsip. Proses bisnis bagian UMKM belum terarah dengan baik. Diskusi yang dilakukan maka solusi yang penulis tawarkan yaitu membuat proses bisnis yang sudah disetujui oleh pemilik UMKM.



Gambar 5. Urutan proses bisnis

Kebersihan pangan, juga dikenal sebagai keamanan pangan, adalah pengolahan, penyiapan, dan penyimpanan makanan dan minuman sedemikian rupa sehingga mengurangi risiko konsumen tertular penyakit bawaan makanan. Berdasarkan kondisi existing UMKM belum meningkatkan standar kebersihan agar produk terjamin yaitu penulis memberikan pengarahan akan pentingnya sarung tangan dalam proses produksi kemplang seperti: Penggunaan sarung tangan sesuai dengan standar kebersihan dan keselamatan kerja yang biasanya berlaku di sektor makanan dan industri pengolahan, Sarung tangan melindungi produk dari kontaminasi oleh kuman atau bakteri yang mungkin ada pada tangan manusia. ini sangat penting untuk menjaga kebersihan dan hygiene produk kemplang.

4. KESIMPULAN

Tujuan dari pendampingan ini dapat memberikan wawasan mendalam tentang hambatan yang dihadapi oleh UMKM dalam mengadopsi strategi digitalisasi marketing dan manajemen produksi yang lebih canggih. Selain itu, pendampingan ini juga diharapkan dapat menghasilkan rekomendasi praktis untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengimplementasikan dan memanfaatkan digitalisasi marketing serta manajemen produksi secara efektif untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Proses pendampingan yang dilakukan berupa *digitalisasi marketing* seperti membuat lokasi UMKM pada *Google maps* dan membuat akun instagram untuk sarana promosi. proses pendampingan untuk manajemen produksi UMKM seperti mencari *supplier* bahan baku cadangan, membuat urutan proses bisnis dan memberikan pengarahan akan standar kebersihan dalam proses produksi yaitu penggunaan sarung tangan.

Secara keseluruhan pendampingan dalam *digitalisasi marketing* dan manajemen produksi memberikan manfaat penting bagi UMKM Kemplang dengan pemahaman yang lebih baik dalam *digitalisasi marketing* dan manajemen produksi yang tepat UMKM dapat meningkatkan kinerja, meningkatkan kontribusi yang berkelanjutan dan peningkatan pendapatan. Meskipun proses pendampingan sudah dilaksanakan dengan baik masih beberapa yang harus diperbaiki seperti pembuatan media sosial untuk media promosi ditingkatkan, sehingga disarankan untuk pendampingan berikutnya berfokus pada hal ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Pasmawati. Yanti. (2022). Keselamatan dan Kebersihan Kerja. CV Media Sains Indonesia. Researchgate.
Ariana. Sunda., Pasmawati Yanti, dkk. (2023). pemanfaatan teknologi berbasis internet of things (IOT) Pada budaya ikan. *Jurnal Altifani Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*. 3(4). 524-530.

- Andriani. Margareta., Pasmawati. Yanti. (2012). Identifikasi Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan dan Kesuksesan Dunia Bisnis Online. *Prosiding seminar nasional kewirausahaan dan inovasi bisnis II*.
- Hanifawati. Listuyaningrum. (2021). Peningkatan Kinerja UMKM Selama Pandemi Covid-19 melalui Penerapan Inovasi Produk dan Pemasaran Online. *Jurnal Hasil Media Informasi dan Komunikasi Hasil Pengabdian Masyarakat*. 24(3)
- Rima. Lustina. dkk (2021). Pengembangan UMKM Sari Karak Melalui Digitalisasi dan Teknologi Manajemen Usaha. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 2(1). 2721-6608.
- Ridwan Sanjaya.(2009). *Creative Digitalisasi marketing*. Jakarta: PT Elex Media
- Hakim. Rahman,dkk. (2023). Digitalisasi Untuk Meningkatkan Daya Saing Pelaku Umkm Di Desa Sabajaya. *jurnal universitas buana karawang*. 2798-2580
- Maimunah. Ghifari, dkk. Pendampingan Manajemen Produksi Kerajinan Kayu Pada UMKM Lancar Jaya Magelang. *Jurnal Abdi Mas UBJ Pengabdian Masyarakat*. 4(1)
- Ananti. Dwi. (2023). The Influence of Leadership and Competence on Employee Performance at the Workshop Departement Of PT Pupuk Sriwidjaja. *Connacted Papers*.
- Hidrotomo. Ruyanto, Tajudi. (2023) Penerapan Teknologi Tepat Guna dan Perbaikan Manajemen Produksi UMKM Krupuk Puli Sidoarjo. *Konfrensi Nasional Pengabdian Masyarakat*. 6(1)
- Yulia. Setianingsih. (2020). Studi Manajemen Marketing Berbasis Online (Penelitian Pada Umkm Produksi Mebel Di Babakan Muncang Tamansari Kota Tasikmalaya). *Jurnal manajemen ekonomi dan akuntasni*. 9 (1)
- Rudiawan. Hendri. (2021). Peranan Manajemen Produksi dalam Menyelaraskan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen FE UB*. 9(2)
- Media neliti.com. Idayu, Riyandi. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. Diakses pada 09 desember 2023.
<https://media.neliti.com/media/publications/75851-ID-pengembangan-usaha-mikro-kecil-danmenen.pdf>
- Reza Rahman, Mochamad, dkk. (2021). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia. Diakses pada 09 desember 2023, dari <https://pascasarjanafe.untan.ac.id/wpcontent/uploads/2021/01/35.pdf>
- Sumandi. (2020). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Berbasis Manajemen Organisasi Di Karang Anom Klaten. Diakses pada 09 desember 2023. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/JAIM/article/view/1441/795>
- Pusporini. Masnuna (2022) Digitalisasi pada manajemen usaha pada UMKM di depok jawa barat. *Jurnal IKRAITH-ABDIMAS*. Vol 01 (172-183). Diakses 09 desember 2023. [file:///C:/Users/user/Downloads/1614-Article%20Text-2845-1-10-20211105%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/1614-Article%20Text-2845-1-10-20211105%20(3).pdf)