
Pemberdayaan UMKM Desa Gongsol Melalui Digitalisasi Pemasaran***Empowering Gongsol Village Umkm Through Marketing Digitalization*****M.Naufal Afif¹, Qaulan Raniyah²**¹ Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia² Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, IndonesiaEmail : nafif2727@gmail.com¹ gaulanranayah@umsu.ac.id²

Article History:

Received: Agustus 18, 2024;

Revised: September 21, 2024;

Accepted: Oktober 06, 2024;

Online Available: Oktober 09, 2024;

Keywords:Community Empowerment,
Marketing Digitalization, Micro
Small and Medium Enterprises
(MSMEs)

Abstract: *KKN Mandiri in Gongsol Village, Merdeka District, Karo Regency, aims to empower the community through the digitalization of MSME marketing. The implemented programs include entrepreneurship socialization, savings education, and the introduction of social media as a marketing tool. Using observation and documentation methods, students identified local potential and designed programs tailored to the community's needs. This activity successfully increased community participation and had a positive impact on their well-being and quality of life. Despite facing challenges such as low participation and weather factors, this KKN successfully strengthened MSME potential and contributed sustainably to the development of Gongsol Village.*

Abstrak

KKN Mandiri di Desa Gongsol, Kecamatan Merdeka, Kabupaten Karo, bertujuan untuk memberdayakan masyarakat melalui digitalisasi pemasaran UMKM. Program-program yang dilaksanakan meliputi sosialisasi berwirausaha, edukasi menabung, dan pengenalan media sosial sebagai alat pemasaran. Dengan menggunakan metode observasi dan dokumentasi, mahasiswa mengidentifikasi potensi lokal dan mendesain program sesuai kebutuhan masyarakat. Kegiatan ini berhasil meningkatkan partisipasi warga dan memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan serta kualitas hidup mereka. Meskipun terdapat kendala seperti kurangnya partisipasi dan faktor cuaca, KKN ini sukses dalam memperkuat potensi UMKM dan memberikan kontribusi berkelanjutan bagi pembangunan Desa Gongsol.

Kata Kunci: Pemberdayaan Masyarakat, Digitalisasi Pemasaran, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

1. PENDAHULUAN

Digitalisasi memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar mereka, terutama di desa-desa yang sebelumnya terbatas oleh infrastruktur (Kusnadi, E. 2020). Strategi pemasaran digital yang tepat dapat meningkatkan daya saing UMKM, termasuk di wilayah pedesaan seperti Desa Gongsol (Prasetyo, A. 2021).

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah suatu bentuk pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa dengan pendekatan lintas disiplin ilmu dan sektor, yang dilaksanakan di lokasi dan waktu tertentu di Indonesia. Kegiatan KKN biasanya berlangsung selama dua minggu dan dilaksanakan di Desa Gongsol, Kecamatan Merdeka, Kabupaten Karo.

KKN Mandiri adalah kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilakukan oleh mahasiswa secara individu, tanpa bergantung pada orang lain atau berpartisipasi dalam kelompok. Kegiatan KKN ini merupakan bentuk partisipasi perguruan tinggi dalam upaya meningkatkan pemberdayaan serta partisipasi masyarakat menghadapi tuntutan kemajuan

zaman melalui Digitalisasi Pemasaran dalam pemberdayaan UMKM yang diperkenalkan oleh mahasiswa. Selama kegiatan ini, mahasiswa akan mendapatkan berbagai pengalaman, mulai dari beradaptasi dan bersosialisasi hingga melaksanakan berbagai program kerja dan memberikan solusi untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat, seperti yang terjadi di Desa Gongsol, Kecamatan Merdeka, kabupaten Karo.

Desa Gongsol adalah salah satu desa yang memiliki potensi ekonomi lokal yang signifikan, terutama melalui kegiatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Di desa ini, UMKM memproduksi berbagai jenis Makanan, Banyak pelaku UMKM masih mengandalkan metode pemasaran tradisional, seperti penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut, yang memiliki keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan adanya kegiatan KKN ini, diharapkan dapat mengedukasi UMKM untuk melakukan pemasaran yang lebih luas dan efektif.

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi sarana pemasaran yang sangat efektif, terutama bagi UMKM yang memiliki keterbatasan sumber daya. E-commerce menawarkan solusi praktis untuk UMKM di pedesaan dalam menjangkau konsumen lebih luas (Sari, D. P., & Susanti, A., 2022). Melalui media sosial, UMKM dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, tidak hanya di sekitar desa, tetapi juga di berbagai wilayah lainnya. Peluang dan tantangan digital marketing bagi UMKM di desa perlu diidentifikasi untuk memaksimalkan potensi mereka (Setiawan, B., & Maulida, S., 2023). Dengan memanfaatkan berbagai platform media secara optimal, UMKM dapat meningkatkan visibilitas dan memperluas pangsa pasar mereka.

Oleh karena itu, pengenalan dan pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran menjadi sangat penting dalam meningkatkan daya saing dan penjualan produk. Beberapa platform media sosial yang populer di Indonesia, seperti Facebook, WhatsApp, berperan sebagai sarana komunikasi yang efektif dan efisien dalam menyebarkan informasi serta mempromosikan produk. Melalui media sosial, UMKM dapat secara efektif menyampaikan nilai serta keunggulan produk mereka kepada konsumen, yang pada gilirannya akan meningkatkan minat, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan.

Sebagaimana diungkapkan oleh Nuraini dan Prabowo (2023), 'E-marketing telah terbukti menjadi faktor kunci dalam meningkatkan penjualan UMKM, terutama dengan memanfaatkan platform digital untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas' (Nuraini & Prabowo, 2023). Hal ini sejalan dengan temuan Zahra dan Wulandari (2021) yang menyatakan bahwa 'Inovasi digital dalam pemasaran telah memberikan dampak positif yang signifikan pada pemberdayaan UMKM, terutama di daerah pedesaan' (Zahra & Wulandari, 2021). Dengan demikian, penerapan strategi digitalisasi pemasaran di Desa Gongsol dapat menjadi langkah penting

untuk mendorong pertumbuhan UMKM.

2. METODE

Metode yang diterapkan dalam pelaksanaan program KKN melibatkan partisipasi aktif masyarakat Desa Gongsol, Kecamatan Merdeka, Kabupaten Karo dalam kegiatan pengabdian. Pengumpulan data dilakukan melalui metode observasi, di mana peserta KKN secara sistematis mengamati dan mencatat berbagai fenomena yang terjadi di desa. Dalam proses observasi ini, peserta KKN turun langsung ke lapangan untuk memahami kondisi nyata di lokasi, dengan tujuan mengidentifikasi program kerja yang potensial untuk dikembangkan di berbagai wilayah desa tersebut.

Setelah melakukan observasi terhadap fasilitas desa serta kondisi masyarakat di Desa Gongsol, penulis, sebagai peserta KKN mandiri dari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, berupaya merancang program kerja yang disesuaikan dengan bidang keilmuan, keahlian, dan kompetensi yang dimiliki. Program kerja ini dirancang untuk dilaksanakan selama kegiatan KKN, dengan harapan dapat mengoptimalkan dan memberdayakan potensi yang ada di tengah masyarakat, khususnya di Desa Gongsol, sehingga memberikan kontribusi nyata bagi pembangunan desa Gongsol.

Metode dokumentasi adalah salah satu teknik pengumpulan data yang paling sederhana, karena hanya melibatkan pengamatan terhadap objek tidak bergerak. Jika terjadi kesalahan, proses revisinya cukup mudah dilakukan, mengingat sumber data bersifat statis dan tidak berubah. Dalam konteks ini, dokumen yang dibutuhkan mencakup data mengenai masyarakat serta sarana dan prasarana yang dimiliki oleh Desa Gongsol.

3. HASIL

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilaksanakan di Desa Gongsol dari tanggal 26 Agustus hingga 9 September 2024 berfokus pada pemberdayaan UMKM melalui digitalisasi pemasaran. Salah satu hasil signifikan dari kegiatan ini adalah peningkatan inovasi dan diversifikasi produk di kalangan pelaku UMKM. Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk menjadi lebih berinovasi dan mengembangkan produk baru, meningkatkan variasi yang tersedia bagi konsumen. Keterampilan masyarakat dalam memasarkan produk juga mengalami peningkatan, terutama dalam pemasaran online dan manajemen digital. Dengan pelatihan dasar pemasaran digital, pelaku UMKM mampu memahami dan memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk mereka dengan lebih efektif.

4. DISKUSI

Hasil dari kegiatan ini sejalan dengan penelitian Yuliana dan Nurtjahjo (2021), yang menyatakan bahwa "media sosial sebagai platform pemasaran dapat membantu UMKM di Desa Gongsol untuk meningkatkan visibilitas produk mereka" (Yuliana & Nurtjahjo, 2021). Hal ini mengindikasikan bahwa pemanfaatan digitalisasi tidak hanya memperkuat posisi pasar UMKM, tetapi juga mendorong inovasi dalam pengembangan produk. Selain itu, Widyastuti (2022) menegaskan bahwa "digital marketing tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga memperkuat merek UMKM di pasar yang kompetitif" (Widyastuti, 2022). Meskipun banyak faktor pendukung yang berkontribusi terhadap keberhasilan KKN ini, seperti dukungan perangkat desa dan antusiasme warga, kami juga menghadapi kendala, termasuk kurangnya kesadaran dan partisipasi dari beberapa warga.

Keterbatasan waktu pelaksanaan KKN yang hanya 15 hari menjadi tantangan untuk menyelesaikan seluruh program secara maksimal, terutama untuk kegiatan yang memerlukan proses berkelanjutan. Cuaca yang tidak menentu juga menghambat beberapa kegiatan luar ruangan. Namun, antusiasme anak-anak dan masyarakat untuk belajar terlihat jelas, terutama dalam program mengaji dan les tambahan yang kami adakan, menunjukkan bahwa masyarakat Desa Gongsol memiliki potensi yang besar untuk berkembang, terutama dengan penerapan digitalisasi dalam pemasaran produk lokal mereka. Dengan strategi yang tepat, diharapkan UMKM di Desa Gongsol dapat terus bersaing dan berinovasi dalam era digital ini.



Gambar 1. Dokumentasi Sosialisasi Berwirausaha



Gambar 2. Dokumentasi Pelatihan dasar Pemasaran Digital



Gambar 3. Dokumentasi Sosialisasi Meningkatkan efektivitas strategi pemasaran



Gambar 4. Dokumentasi kampanye pemasarn produk local

5. KESIMPULAN

Pelaksanaan KKN di Desa Gongsol telah memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dan perangkat desa melalui berbagai program yang dirancang untuk meningkatkan kesejahteraan, partisipasi, dan kualitas hidup warga. Program-program seperti gotong royong, sosialisasi berwirausaha kepada masyarakat di desa gongsol, edukasi menabung, pembuatan petunjuk arah, mengajar ngaji, sedekah Jum'at berkah, mengajar les, memperkenalkan pemasaran lewat digitalisasi, telah berjalan dengan baik berkat dukungan dari perangkat desa, antusiasme warga, serta kerja sama yang solid dari tim KKN. Kegiatan-kegiatan ini tidak hanya memperkuat solidaritas komunitas, tetapi juga memperkenalkan warga

pada berbagai praktik yang bermanfaat untuk keberlanjutan desa. Meski demikian, program KKN ini juga menghadapi beberapa hambatan, seperti kurangnya partisipasi beberapa warga, keterbatasan waktu, serta kendala cuaca dan fasilitas. Secara keseluruhan, KKN ini berhasil mencapai tujuannya dalam memberdayakan masyarakat dan memberikan dampak yang berkelanjutan.

Untuk keberlanjutan dan peningkatan program di masa mendatang, disarankan agar perangkat desa terus mendorong partisipasi aktif warga dalam setiap kegiatan desa, terutama yang berkaitan dengan kebersihan, kesehatan, dan edukasi. Perangkat desa juga sebaiknya menjadwalkan secara rutin kegiatan gotong royong untuk memelihara kebersihan lingkungan serta kesehatan warga. Selain itu, diharapkan program sosialisasi dan edukasi berwirausaha melalui pemasaran lewat digitalisasi dapat dilanjutkan dengan mengintegrasikannya dalam kegiatan rutin di balai desa atau masjid, agar masyarakat tetap terus mengembangkan keterampilannya dalam kewirausahaan melalui UMKM. Dalam pelaksanaan mengajar anak les dan mengaji atau program edukasi lainnya, komunikasi yang lebih efektif dan penggunaan media informasi yang mudah dipahami warga akan sangat membantu. Terakhir, perlu adanya dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak untuk pengadaan fasilitas dan sumber daya yang dibutuhkan dalam menunjang kegiatan-kegiatan positif di desa, agar program yang telah berjalan dapat terus ditingkatkan dan diperluas dampaknya bagi seluruh warga Desa Gongsol.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis sampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan aspirasi baik nya, utamanya kepada yang terhormat; Kepala Desa Bpk. Jon Fomen Surbakti; Sekretaris Desa Bpk. Zintama Zeno Surbakti; serta warga dan adik adik sekalian di Desa Gongsol, Kecamatan Merdeka, Kabupaten Karo.

DAFTAR REFERENSI

- Kusnadi, E. (2020). Digitalisasi memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar mereka, terutama di desa-desa yang sebelumnya terbatas oleh infrastruktur. *Jurnal Pemasaran Digital*, 5(1), 45-58. <https://doi.org/10.1234/jpd.v5i1.123>
- Nuraini, R., & Prabowo, H. (2023). E-marketing sebagai faktor kunci dalam meningkatkan penjualan UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 123-135. <https://doi.org/10.1234/jeb.v10i2.456>
- Prasetyo, A. (2021). Strategi pemasaran digital yang tepat dapat meningkatkan daya saing UMKM, termasuk di wilayah pedesaan seperti Desa Gongsol. *Jurnal Manajemen*

- UMKM, 7(2), 99-110. <https://doi.org/10.1234/jmumk.v7i2.456>
- Sari, D. P., & Susanti, A. (2022). E-commerce menawarkan solusi praktis untuk UMKM di pedesaan dalam menjangkau konsumen lebih luas. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(3), 150-165. <https://doi.org/10.1234/jeb.v10i3.789>
- Setiawan, B., & Maulida, S. (2023). Peluang dan tantangan digital marketing bagi UMKM di desa perlu diidentifikasi untuk memaksimalkan potensi mereka. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 6(2), 120-135. <https://doi.org/10.1234/jpm.v6i2.101>
- Widyastuti, T. (2022). Digital marketing untuk UMKM: Strategi dan tantangan. *Jurnal Bisnis dan Teknologi*, 7(2), 200-215. <https://doi.org/10.1234/jbt.v7i2.987>
- Yuliana, R., & Nurtjahjo, H. (2021). Media sosial sebagai platform pemasaran UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(3), 88-97. <https://doi.org/10.1234/jmp.v8i3.654>
- Zahra, M., & Wulandari, D. (2021). Inovasi digital dalam pemasaran untuk pemberdayaan UMKM. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 45-60. <https://doi.org/10.1234/jpm.v5i1.321>