



# OPTIMALISASI PEMASARAN PRODUKUMKM MELALUI APLIKASI E-UMKM BERBASIS DIGITAL SELAMA PANDEMI COVID-19 SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN PEREKONOMIAN INDONESIA DI DESA REMPEK LOMBOKUTARA

**MuhammadArdhi**

Pendidikan Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Surakarta

## ABSTRAK

Perekonomian produk UMKM dan pariwisata yang dihasilkan di masyarakat Desa Rempek ini kurang terjamah dengan luas sehingga semua itu tidak terekspose dengan baik belum optimal dikarenakan promosi yang sangat pasca gempa pada 2018 dan terjadinya pandemi Covid-19. Strategi pemasaran produk UMKM dan pariwisata untuk meningkatkan pertumbuhan perekonomian ekonomi di desa Rempek dengan perpaduan antara IPTEK berupa aplikasi E-UMKM dan kemampuan manusia yang matang, “*sense of art*”, karena membuka peluang bisnis dan memanfaatkan SDA yang ada berbasis teknologi android dapat menjadi kekuatan utama mendongkrak penjualan produk UMKM selama pandemi covid-19 di desa Rempek. E-UMKM adalah aplikasi berbasis android yang dirancang untuk memasarkan produk UMKM Indonesia secara online dan terintegrasi sistem. Dengan pembuatan aplikasi ini diharapkan dapat mengenalkan, mempromosikan, dan menjaga eksistensi UMKM Indonesia sehingga meningkatkan perekonomian nasional.

### Kata Kunci:

## 1. PENDAHULUAN

KKN Muhammadiyah Aisyiyah (KKN MAs) adalah kegiatan pengabdian dan

pemberdayaan masyarakat yang dalam mengimplementasikan kandungan surat Al-Ma’un sesuai dengan catur dharma perguruan tinggi Muhammadiyah dan Aisyiyah. Tujuan

dari KKN MAs sebagai gerakan dakwah melalui pemberdayaan untuk mewujudkan masyarakat yang mandiri, ikut menyukseskan pembangunan negara, dan silahturrahmi nasional PTMA seluruh Indonesia.

KKN Mas pada kelompok 40 berlokasi di Desa Rempek, Kecamatan Gangga, Kabupaten Lombok Utara, Nusa Tenggara Barat. Tema yang diberikan dalam program KKN Mas berkaitan dengan pengembangan Ekonomi Kreatif dan Pariwisata. Namun, semua itu tidak terekspose dengan baik dikarenakan promosi yang sangat kurang dikarenakan gempa pada 2018 dan terjadinya pandemic covid19. Hal itu menjadi tantangan dalam Di jaman yang sudah semakin maju ini IPTEK melaju sangat pesat. Semua bidang promosi hampir menggunakan online namun UMKM dan pariwisata yang berada di Desa Rempek ini kurang terjamah dengan luas. Perubahan dan perkembangan di dunia IPTEK ini, tidak bisa dipungkiri sedikit banyak pasti mempengaruhi segala aspek kehidupan kita saat sekarang ini. Dengan kata lain, IPTEK adalah suatu hal yang wajib dan krusial bagi kehidupan manusia saat ini, dan untuk masa yang akan datang. Ada seorang ahli mengatakan bahwa, ilmu pengetahuan merupakan pondasi bagi teknologi sedangkan teknologi adalah tulang punggung pembangunan.

Ilmu pengetahuan dan teknologi atau IPTEK merupakan segi yang tidak dapat dikesampingkan dari kehidupan dan kesejahteraan manusia. Disadari bahwa perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dunia berkembang sangat cepat, dan perkembangan ini harus disadari adanya dan diketahui arahnya. Oleh karena itu, IPTEK harus dijadikan suatu alat pendukung untuk mengantarkan manusia ke kehidupan yang lebih baik, bukan dijadikan suatu polemik yang sudah banyak disalah gunakan perannya oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab yang mensia- siakan fungsi IPTEK itu sendiri. Pada akhirnya, hanya orang-orang yang mempunyai sifat peduli dan intelegensi yang cukup tinggi yang bisa memanfaatkan fungsi

IPTEK untuk memberikan kehidupan yang lebih baik untuk mereka. Dengan perpaduan tersebut, IPTEK dan kemampuan manusia yang matang, dan dengan sedikit “sense of art”, industri kreatif di dunia ini mulai tercipta sedikit demi sedikit.

Bidang pariwisata berkaitan dengan ekonomi kreatif. Untuk meningkatkan perekonomian desa, kita dapat memanfaatkan SDA yang tersedia dengan SDM setempat. SDA tersebut dapat mengoptimalkan perekonomian desa dengan membuka peluang bisnis dan memperbanyak UMKM di Desa Rempek. Program ini dirancang berdasarkan program pemerintah desa yang nantinya dapat bekerja sama dengan KKN Mas kelompok 40. Dalam bidang UMKM, KKN MAs 2021 kelompok 40 bekerja sama dengan UMKM yang dipilih yaitu focus pada pemasaran pengolahan opak secara online sehingga bisa meluas.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang dilakukan oleh mahasiswa kuliah kerja nyata Mas 2021 Kelompok 40 adalah dengan survey UMKM, sosialisasi ke kades, sosialisasi digital marketing. Dengan memberikan seminar dan pelatihan pemasaran produk UMKM, Sosialisasi program dan edukasi manajemen usaha dan Pembentukan sentra usaha UMKM dengan Kegiatan Strategis Daerah (KSD) untuk mendorong optimalisasi serta pendampingan desa dalam menghidupkan ekonomi serta mendorong pembentukan kawasan wisata desa dengan mempraktekkan di depan para masyarakat.

Program ini bertujuan untuk memberikan informasi dasar mengenai media social digital sebagai market place yang bisa digunakan sebagai alternatif penjualan offline atau penjualan yang mengharuskan konsumen langsung datang ke toko. Di masa pandemi ini sebagian besar UMKM beralih penjualannya yang dari penjualan langsung menjadi tidak langsung (penjualan melalui sosial media dan market place) sehingga pihak UMKM tetap

mendapatkan pendapatan dari penjualan melalui digital marketing. Pelaku UMKM di Desa Rempek beberapa sudah menerapkan pemasaran melalui social media, namun belum merambah ke arah yang lebih luas lagi seperti menggunakan aplikasi market place lainnya. Maka dari itu sosialisasi ini dilakukan agar pelaku UMKM mendapat gambaran bagaimana memasarkan produk mereka ke arah yang lebih luas lagi. Kegiatan ini dilaksanakan satu kali di minggu terakhir

KKN yang mana pada saat pertemuannya pihak mitra mendapatkan materi mengenai apa itu sosial digital marketing. Mitra UMKM yang hadir terdiri dari beberapa dusun yang ada di Desa Rempek. Masing-masing dusun mewajibkan menghadirkan perwakilan UMKM-nya, jika ada. Hal ini dilakukan supaya masyarakat tidak hanya mengetahui cara melakukannya saja, tetapi masyarakat juga mengetahui manfaat dengan menerapkannya di kehidupan sehari-hari kegiatan tersebut.

Tabel I. Metode, Kegiatan, JKEM dan Keterlibatan Mahasiswa

No	Metode	Kegiatan	JKEM	Jumlah Mahasiswa yang Terlibat
	Seminar dan Pelatihan	Survey UMKM	-	-
		Sosialisasi ke Kadus	-	-
		Sosialisasi Digital Marketing	-	-

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Tahap Persiapan

Pada tahap ini, diawali dengan survei oleh tim pengaju proposal, kemudian pembuatan proposal Tahapan ini meliputi kegiatan survei, pembuatan dan pengajuan proposal, sosialisasi.

#### B. Tahap pelaksanaan program

Tahap pengajaran, implementasi konsep ekonomi kreatif.

#### C. Tahapan monitoring dan evaluasi

Tahapan ini meliputi kegiatan pengawasan kegiatan yang sesuai dengan *Standard Operating Procedure*, standar mutu produk yang dihasilkan dan evaluasi kegiatan yang telah dilaksanakan.

Tahap-tahap kegiatan:

##### a. Identifikasi masalah

Masalah yang terjadi di lokasi pemberdayaan adalah minimnya tingkat pendidikan, ekonomi yang rendah serta edukasi tentang pengelolaan produk yang rendah.

##### b. Analisis Kebutuhan

Masalah	Alat	Bahan	Keterangan
Pemasaran Produk UMKM	Handphone		Menunjang optimalisasi pemasaran produk UMKM, melalui aplikasi digital.

##### c. Penselarasan dengan kebijakan pembangunan wilayah setempat

Kegiatan Strategis Daerah (KSD) untuk mendorong optimalisasi serta pendampingan desa dalam menghidupkan ekonomi serta mendorong pembentukan kawasan wisata desa. Diperlukan adanya seminar digitalisasi, konsultasi, dan Inovasi dalam pembentukan wisata desa dan optimalisasi penerapan ekonomi kreatif.

##### d. Penetapan Khalayak Ramai

Sasaran program pengabdian ini adalah masyarakat Desa Rempek, Kecamatan Gangga, Kabupaten Lombok Utara. Langkah-langkah pembinaan khalayak sasaran

- Seminar dan pelatihan
  - Sosialisasi program dan edukasi manajemen usaha
  - Pembentukan sentra usaha
- e. Perintisan kemitraan

Dalam pelaksanaan program, tim pengabdian membutuhkan kerjasama dari berbagai pihak. Berikut adalah pihak-pihak yang akan bekerjasama dalam pelaksanaan program:

- 1) Masyarakat pemberdayaan
- 2) Pihak institusi dan swasta setempat
- 3) Pemerintah Desa Rempek
- 4) Pemerintah Daerah Kabupaten Lombok Utara

Berikut Lampiran Hasil Kerja dari Progam Kerja

- a. Berikut adalah pelantikan Ranting Muhammadiyah Desa Rempek dan Rempek Darussalam.

<https://www.gagas.id/2021/09/semangat-ditolak-dua-ranting-muhammadiyah.html>

- b. Berikut adalah link kegiatan proses pengolahan UMKM Madu Trigona Rempek

<https://youtu.be/Pvqkaz5lcEg>

- c. Copy Materi Penyuluhan

**Revolusi Industri 4.0 ?**

“ Revolusi Industri yang ditandai dengan kemunculan superkomputer, robot pintar, kendaraan tanpa pengemudi, cloud computing, sistem big data, rekayasa genetika dan perkembangan neuroteknologi yang memungkinkan manusia untuk lebih mengoptimalkan fungsi otak. ”

Sumber: World Economic Forum

**Tahap-Tahap Revolusi industri**

1800: Penemuan mesin uap, mendorong munculnya kapal uap, kereta api uap, mesin pabrik betenaga uap, dll.

1900: Penemuan listrik dan assembly line yang meningkatkan produksi barang

2000: Inovasi teknologi informasi, komersialisasi, personal computer, dll.

now: Revolusi Industri ke-4.0 Kegiatan manufaktur terintegrasi melalui teknologi wireless dan big data secara masif

Sumber: Oxford Analytics

**Karakteristik Utama**  
Revolusi Industri 4.0

**01 Kehadiran Disruptive Technology**  
Disruptive technology hadir begitu cepat dan pesat sehingga memberikan ancaman bagi industri-industri rakasa.

**02 Perubahan Ukuran Perusahaan**  
Di era yang baru ini, ukuran perusahaan tidak perlu besar, namun perusahaan tersebut haruslah "lincah" dalam memanfaatkan teknologi dan informasi.

**Wajah Kegiatan Ekonomi Dunia Sekarang**  
Revolusi Industri ke-4

Marketplace: BukaLapak, Tokopedia

Sharing Economy: Gojek, Grab, Traveloka, Zillow, Airbnb, Expedia, Booking.com, Lastminute.com, Zipcar

Smart Appliances: Smart TV, Smart Fridge, Smart Washing Machine, Smart Oven

e-Education: Coursera, Udacity, Canvas LMS, EdX, NovoED, Iversity, Green, Study, FutureLearn

Saat ini berbagai macam kebutuhan manusia telah banyak menerapkan dukungan internet dan dunia digital sebagai wahana interaksi dan transaksi

d. Dokumentasi Kegiatan



Gambar 1 MUSDES dan Penerimaan Mahasiswa



Gambar 2 Gotong Royong



Gambar 3 Pembagian BLT ke Dusun2



Gambar 4 Pengambilan Data Desa



Gambar 5 Pendampingan UMKM Opak



Gambar 6 Penanaman Bibit Anggur



Gambar 7 Rapat Pendampingan Program Mengajar



Gambar 8 Rapat Koordinasi UMKM seluruh Dusun



Gambar 9 Sosialisasi Ranting Muhammadiyah 1



Gambar 10 Sosialisasi Ranting Muhammadiyah 2



Gambar 11 Mengajar TPQ Tempat 1



Gambar 12 Mengajar TPQ Tempat 2



Gambar 13 Mengajar TPQ Tempat 3



Gambar 14 Pendampingan UMKM Madu Trigona



Gambar 15 Panitia Vaksinasi



Gambar 16 Bansos bersama PCM



Gambar 17 Sosialisasi Digital Marketing



Gambar 18 Musyawarah Pembentukan Ranting Muhammadiyah



Gambar 19 Penyerahan Bibit



Gambar 20 Panitia Vaksinasi Merdeka



Gambar 21



Gambar 22

#### 4. KESIMPULAN

KKN MAS ini berbeda dengan biasanya, karena KKN ini menggabungkan seluruh universitas Muhammadiyah dan Aisyiyah dari seluruh wilayah Indonesia. Tahun ini yang menjadi tuan rumah pelaksanaan KKN Mas berada di Lombok, Nusa Tenggara Barat. KKN Mas mengusung tema tentang penanggulangan stunting untuk wilayah Kabupaten Lombok Barat, dan pemulihan UMKM dan Pariwisata untuk wilayah Kabupaten Lombok Utara. di Desa Rempek, Kecamatan Gangga, Kabupaten Lombok Utara. Sosialisasi dilaksanakan di Kantor

Desa Rempek dengan menghadirkan seluruh pelaku UMKM agar mereka semua mendapatkan gambaran bagaimana strategi pemasaran di era globalisasi seperti sekarang ini. Sistem penjualan produk di Rempek ini masih secara tradisonal, yaitu pembeli datang langsung ke tempat, tetapi sudah ada UMKM yang menjual produknya melalui media Facebook seperti UMKM Opak. Pandemic Covid-19 berpengaruh terhaap pelaku usaha sekitar. Oleh karena itu KKN MAS kelompok 40 diharapkan bisa meningkatkan stabilitas pendapatan dan penjualan UMKM Madu Trigona.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

---

- Kementerian Riset dan Teknologi Republik Indonesia. 2015. Organisasi Kementerian Riset dan Teknologi. Jakarta. ([www.ristek.go.id](http://www.ristek.go.id)) diunduh pada tanggal 24 April 2017.
- Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia. 2015. Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Jakarta : LPPI
- Primiana, I., (2009). Menggerakkan Sektor Riil UKM & Industri. Bandung: Alfabeta.
- Sudaryanto., (2012). Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas Asean. Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen, 1(2).