



MENUMBUHKAN JIWA KEWIRAUSAHAAN SISWA DAN DIGITALISASI MARKETING BAGI UMKM DI DESA SUDI

Deden Komar Priatna¹, Fitria Meiriska Umaroh², Elis Rahmawati³

¹Prodi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Winaya Mukti

²Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Winaya Mukti

³Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Winaya Mukti

dedenkomar@unwim.ac.id¹, meyriska852@gmail.com², erahmawati458@gmail.com³

Article history

Received : 1 Oktober 2024

Revised : 5 Oktober 2024

Accepted : 11 Oktober 2024

Kata Kunci: Kewirausahaan; Digital Marketing; UMKM; Desa Sudi; Pendidikan.

Keywords: Entrepreneurship; Digital Marketing; MSMEs; Sudi Village; Education

Abstrak

Mengingat pentingnya kewirausahaan dan pemasaran digital di era globalisasi, tim Kuliah Kerja Nyata Pengabdian Masyarakat (KKN-PM) yang bertugas di Desa Sudi membuat salah satu program kerja yang bertujuan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan siswa serta mengimplementasikan digitalisasi marketing bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Sudi, Kecamatan Ibum, Kabupaten Bandung. Kegiatan ini dirancang guna mempersiapkan generasi muda dalam menghadapi tantangan ekonomi lokal dan meningkatkan daya saing UMKM. Program ini dilaksanakan melalui serangkaian pelatihan dan motivasi yang menasar siswa SMPN 1 Ibum dan pelaku UMKM berupa penyampaian materi terkait kewirausahaan dan digital marketing serta praktik langsung dalam penggunaan platform digital untuk pemasarannya. Dilaksanakannya kegiatan ini mendapatkan antusiasme yang tinggi dari siswa serta mulai diterapkannya pengetahuan yang didapatkan dalam usaha yang dimilikinya. UMKM yang terlibat juga mampu meningkatkan pemahaman mengenai pentingnya branding dan pengemasan produk serta pemanfaatan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar. Oleh karena itu, diperlukan adanya pelatihan berkelanjutan, pembangunan jaringan kolaborasi, serta dukungan dari pemerintah dan komunitas guna memperkuat inisiatif kewirausahaan dan digitalisasi yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi lokal di Desa Sudi.

Abstract

Considering the importance of entrepreneurship and digital marketing in the era of globalization, the Community Service Work Study Team (KKN-PM) assigned to Sudi Village has developed a work program aimed at fostering an entrepreneurial spirit among students and implementing digital marketing for micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Sudi Village, Ibum District, Bandung Regency. This activity is designed to prepare the younger generation to face local economic challenges and enhance the competitiveness of MSMEs. The program's carried out through a series of training sessions and motivational activities targeting students of SMPN 1 Ibum and MSME practitioners, involving the delivery of material related to entrepreneurship and digital marketing, as well as hands-on practice in using digital platforms for marketing. The implementation of this activity received high enthusiasm from the students, and they began to apply the knowledge gained in their own businesses. The involved MSMEs were also able to enhance their understanding of the importance of branding and product packaging, as well as the use of social media to expand their market reach. Therefore, there's a need for ongoing training, the development of collaborative networks and support from the government and community to strengthen entrepreneurial initiatives and digitalization that can support local economic growth in Sudi Village.

© 2024 Some rights reserved



PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, kewirausahaan menjadi salah satu pilar yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi terutama ditingkat lokal. Kewirausahaan bukan hanya memberikan peluang kerja, tetapi juga membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kewirausahaan merupakan proses menciptakan nilai melalui inovasi, pengambilan risiko, dan pengelolaan sumber daya untuk menghasilkan produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan masyarakat (Tanjung, 2020). Berdasarkan beberapa literatur, menumbuhkan jiwa kewirausahaan sejak dini merupakan kunci guna mempersiapkan individu dalam menghadapi tantangan dan peluang di dunia bisnis dan juga dunia kerja yang terus berubah yang tidak hanya mengajarkan keterampilan praktis, namun juga membangun pola pikir yang proaktif dan inovatif serta mengembangkan kemampuan dalam menyelesaikan masalah dengan berbagai solusi kreatif. Selain itu, dengan mengembangkan jiwa kewirausahaan di usia dini juga memberikan kesempatan kepada siswa untuk berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal serta penciptaan lapangan kerja. Dengan memanfaatkan teknologi digital, siswa juga dapat belajar dan menerapkan konsep kewirausahaan yang relevan, sekaligus membantu UMKM di desa untuk meningkatkan pemasaran produk yang dimiliki.

Selain itu, digitalisasi pun telah menjadi kebutuhan mendasar bagi berbagai sektor, termasuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat ini. Sebagian besar penduduk Desa Sudi bermata pencaharian sebagai petani dan buruh pabrik. Tetapi terdapat banyak pula warga Desa Sudi yang memiliki usaha dengan menjual beragam produk, seperti Kerupuk Udang, Tengtung, Kicimpring, Keset, dan Kerudung. Di Desa Sudi, UMKM berperan penting dalam perekonomian lokal, namun banyak dari mereka yang masih belum memahami cara menggunakan alat digital yang optimal. Usaha-usaha yang ada di Desa Sudi memiliki potensi yang cukup besar, tetapi kurangnya pengetahuan mengenai digital marketing, membuat pemasaran produk menjadi tidak luas dan kurang berkembang. Sari (2018) mendefinisikan pemasaran digital sebagai upaya untuk mempromosikan produk atau layanan menggunakan teknologi digital dan internet yang mencakup berbagai saluran seperti media sosial, email dan website yang dapat membangun

loyalitas. Adapun dalam pemasarannya, digital marketing memberikan kesempatan kepada pelaku UMKM untuk mempromosikan produknya dengan lebih efisien dikarenakan metode digital lebih hemat biaya dibandingkan dengan pemasaran tradisional. Tak hanya itu, digitalisasi marketing dapat meningkatkan penjualan dan brand awareness yang kemudian dapat turut meningkatkan daya saing UMKM di pasar yang semakin kompetitif serta memungkinkan UMKM untuk beradaptasi dengan cepatnya perubahan pasar melalui strategi digital. Oleh karena itu, kami selaku mahasiswa KKN-PM yang bertugas di Desa Sudi ingin membantu siswa dan UMKM untuk mengetahui dan memanfaatkan platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan pemasaran, dan mengoptimalkan sumber daya. memungkinkan perusahaan untuk berinteraksi secara langsung dengan konsumen. Dalam beberapa literatur, disebutkan bahwasanya transformasi digital dapat membantu UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar juga membantu memudahkan UMKM dalam berinteraksi dengan pelanggan melalui jejaring sosial sehingga.

Sehingga, hal inilah yang mendasari kelompok KKN Desa Sudi melakukan kegiatan sosialisasi dengan tema "Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Siswa dan Digitalisasi Marketing Bagi UMKM". Tujuan dari program tersebut yakni untuk mengeksplorasi caracara untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan siswa serta penerapan digitalisasi marketing dalam pengembangan UMKM di Desa Sudi.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan ini dilaksanakan melalui sosialisasi berupa workshop interaktif yang melibatkan warga Desa Sudi, khususnya siswa SMP, pelaku UMKM, dan Kader PKK. Materi sosialisasi yang diberikan berbeda antara siswa SMP dan UMKM, siswa SMP diberikan materi mengenai cara berwirausaha, sharing pengalaman dalam menjual produk, memotivasi siswa dengan memberikan contoh wirausahawan lokal yang terbilang sukses di wilayah Desa Sudi dan sedikit mengenai digital marketing.

Sedangkan untuk UMKM, sosialisasi yang dilakukan meliputi presentasi, diskusi, dan studi kasus. Pada sesi presentasi materi yang dibawakan yaitu mengenai pembuatan Bussines Model Canvas (BMC), pengenalan berbagai platform digital untuk pemasaran dan penjualan produk, seperti Instagram, Tiktok, dan berbagai marketplace lainnya. Selain itu, peserta yang hadir juga diajak untuk berdiskusi secara aktif mengenai cara

menetapkan sasaran penjualan dan hal-hal apa saja yang dapat menghambat pemasaran produk dalam bisnis yang dimilikinya

Hasil dan Pembahasan

Universitas Winaya Mukti menurunkan sebanyak kurang lebih 60 tim dengan total kurang lebih sejumlah 600 mahasiswa yang disebar ke 60 desa di wilayah Kabupaten Bandung untuk melaksanakan program Kuliah Kerja Nyata Pengabdian Masyarakat (KKNPM). Kuliah Kerja Nyata Pengabdian Masyarakat (KKN-PM) merupakan suatu bentuk kegiatan akademik yang melibatkan mahasiswa dalam pengaplikasian ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah sosial yang terjadi di masyarakat. Kegiatan tersebut ditujukan untuk memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam berinteraksi dengan masyarakat, sekaligus meningkatkan kesadaran sosial dan keterampilan praktis mahasiswa. Selain itu, kegiatan ini juga berfungsi sebagai media bagi mahasiswa untuk turut berkontribusi dalam pembangunan masyarakat melalui berbagai program yang relevan dengan kebutuhan lokal.

Diantara kurang lebih 60 tim yang disebar, salah satunya merupakan tim kami yang ditempatkan di Desa Sudi, Kecamatan Ibum, Kabupaten Bandung untuk melaksanakan program KKN-PM. Desa Sudi memiliki potensi sumber daya yang besar, hanya saja masih menghadapi tantangan dalam pengembangan sumber dayanya, terlebih dalam hal sumber daya manusia, salah satunya dalam pengembangan kewirausahaan dan digitalisasi marketing. Peninjauan lokasi Desa Sudi ini telah dilaksanakan pada saat survei pertama kali di tanggal 27 Juli 2024 dan kembali dilaksanakan secara menyeluruh pada tanggal 05 sampai dengan tanggal 07 Agustus 2024 yang mencakup observasi mengenai kondisi fisik, sosial dan ekonomi desa.

Sebelum dilaksanakannya kegiatan, tim Kuliah Kerja Nyata Pengabdian Masyarakat (KKNPM) melaksanakan komunikasi intensif dengan pemerintah desa divisi kesejahteraan rakyat, sekretaris desa, juga Pak Zam Zam Lukman Hakim selaku Kepala Desa Sudi. Proses perizinan berjalan lancar dengan adanya bantuan serta dukungan dari aparat setempat yang sangat membantu lancarnya pelaksanaan kegiatan. Pertemuan tersebut dilaksanakan tepat pada tanggal 02 Agustus 2024 guna membahas perencanaan program juga mendapatkan masukan maupun informasi mengenai kebutuhan masyarakat. Selain itu, tim turut melakukan kunjungan langsung ke rumah-rumah warga, khususnya kader PKK dan Pelaku

UMKM di masing-masing RW guna mengumpulkan data terkait berbagai permasalahan yang dihadapi dalam usaha yang dimilikinya. Selama observasi di lapangan, tim mengumpulkan data mengenai tingkat pemahaman pelaku UMKM terkait digital marketing dan kebutuhan pelatihan serta dukungan yang diperlukan guna meningkatkan keterampilan masyarakat.

Setelah dilaksanakannya observasi di lapangan dan menemukan beberapa permasalahan yang terjadi di Desa Sudi, tim merancang beberapa program kerja untuk kemudian diadakan sosialisasi yang dilaksanakan secara tatap muka melalui kegiatan "Lokakarya" pada tanggal 10 Agustus 2024 yang dilaksanakan di Gor Desa Sudi dengan mengundang masyarakat desa, khususnya Kepala Desa beserta aparat Desa, Ketua TP PKK dan Kader, Kepala Dusun serta Ketua RW di Desa Sudi. Dalam pertemuan ini, dibahas mengenai perencanaan program kerja beserta tujuan dan manfaat atas program-program tersebut yang akan dilaksanakan selama KKN berlangsung. Informasi mengenai kegiatan "Lokakarya" dan kegiatan "Pelatihan Digitalisasi Marketing" ini disebar melalui platform media sosial komunitas desa guna menjangkau lebih banyak peserta sedangkan perizinan untuk pelaksanaan sosialisasi terkait kewirausahaan yang dilaksanakan di SMPN 1 Ibum disampaikan secara langsung di SMPN 1 Ibum dan kemudian ditindaklanjuti melalui platform media sosial untuk menginformasikan lebih lanjut mengenai teknis dan fixasi terkait waktu pelaksanaannya.

Dalam pelaksanaannya, kegiatan sosialisasi mengenai motivasi kewirausahaan dan pelatihan digital marketing dilaksanakan dalam waktu yang berbeda. Untuk kegiatan sosialisasi terkait motivasi kewirausahaan yang dilaksanakan di SMPN 1 Ibum dilaksanakan pada tanggal 17 Agustus 2024 selepas dilaksanakannya upacara hari kemerdekaan Indonesia di lapangan SMPN 1 Ibum. Kegiatan tersebut melibatkan siswa SMPN 1 Ibum yang ditujukan untuk menumbuhkan semangat kewirausahaan siswa yang dilaksanakan menggunakan cara diskusi interaktif dan pemaparan materi mengenai strategi pemasaran serta tokoh pengusaha sukses di wilayah lingkup Kecamatan Ibum keseluruhan, khususnya di lingkup wilayah Desa Sudi. Adapun untuk pelatihan digital marketing dilaksanakan pada tanggal 27 Agustus 2024 yang berlokasi di Bukit Galura dengan menasar pelaku UMKM setempat dan kader PKK Desa Sudi. Pelatihan ini mencakup materi mengenai branding, pemanfaatan media social dan strategi pemasaran online

Tak hanya itu, pada tanggal 28 Agustus 2024, tim mendapatkan permintaan untuk

mengunjungi salah satu UMKM yang berada di wilayah RW 02 Dusun Pakacangan. UMKM tersebut merupakan UMKM yang memproduksi kerudung. Pemilik UMKM tersebut meminta bantuan kami untuk menjelaskan secara lebih detail mengenai bagaimana cara untuk memasarkan produnya secara online. Sehingga kami memberikan pelatihan lebih mendalam mengenai digital marketing, dimulai dari penentuan segmentasi pasar, target, positioning, channel pemasaran, pembuatan konten, serta langkah lanjutan untuk mengiklankan produk dengan paid ads instagram yang terhubung dengan link marketplace UMKM tersebut. Selanjutnya, pemilik UMKM mulai mengoptimasi iklan dan social mediana sesuai dengan arahan yang telah disampaikan oleh tim.

Dalam pelaksanaan program ini, terdapat 3 (tiga) bentuk pelaksanaan, yakni diskusi interaktif, workshop dan sesi tanya jawab. Untuk diskusi interaktif, kegiatan dilakukan dengan memberikan materi serta sosialisasi secara no formal mengenai kewirausahaan dan motivasi untuk berwirausaha kepada siswa. Selanjutnya untuk workshop, kegiatan tersebut dilaksanakan dengan memberikan pelatihan praktis mengenai digital marketing dengan menggunakan proyektor dan memberikan studi kasus berupa contoh nyata dari produk lokal, salah satunya yaitu kicimpring. Selain 2 (dua) bentuk yang telah disebutkan, terdapat 1 (satu) bentuk lagi yakni sesi tanya-jawab. Dengan adanya sesi tanya jawab, audiens mendapatkan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan ataupun berdiskusi mengenai masalah yang dihadapinya berkenaan dengan kewirausahaan ataupun digital marketing



Gambar 1. Photo Bersama Peserta Program Motivasi Wirausaha



Gambar 2. Dokumentasi Pemaparan Materi Pelatihan Digital Marketing



Gambar 3. Photo Bersama Peserta Pelatihan Digital Marketing



Gambar 4. Dokumentasi Pendampingan Pelatihan Digital Marketing Lebih Lanjut dengan Salah Satu UMKM di RW. 02

Kesimpulan

Dalam rangka menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan siswa dan menerapkan digitalisasi marketing bagi UMKM di Desa Sudi, program Kuliah Kerja Nyata pengabdian Masyarakat (KKN-PM) telah dilaksanakan dengan sukses. Kegiatan ini melibatkan serangkaian pelatihan dan motivasi yang ditujuka kepada siswa SMPN 1 Ibum dan pelaku UMKM di Desa Sudi. Melalui sosialisasi yang interaktif dan workshop, audiens memperoleh pemahaman mengenai

kewirausahaan dan juga pentingnya digital marketing, termasuk dalam penggunaan platform media sosial untuk keperluan promosi yang dapat memperluas jangkauan pasar untuk memasarkan produk yang dimiliki.

Tingginya antusiasme dari siswa dan pelaku UMKM, menunjukkan bahwasanya pengetahuan yang diberikan mulai diterapkan dalam praktik bisnis yang dimiliki. Selain itu, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan pemasaran, namun juga memperkuat branding dan juga pengemasan produk untuk produk yang akan atau sudah dimilikinya.

Dengan adanya dukungan dari pemerintah dan komunitas, diharapkan inisiasi ini dapat berlanjut guna memperkuat pertumbuhan ekonomi lokal di Desa Sudi serta mempersiapkan generasi muda untuk menghadapi tantangan ekonomi yang semakin kompleks. Program ini berdampak pada adanya peningkatan pemahaman dan penerapan digitalisasi marketing oleh UMKM yang berkontribusi pada daya saing mereka di pasar'

Ucapan Terima Kasih

Kami selaku tim KKN-PM yang bertugas di Desa Sudi, Kecamatan Ibum, Kabupaten Bandung mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusinya dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata Pengabdian Masyarakat (KKN-PM) di Desa Sudi.

Tak lupa juga kami sampaikan terima kasih kepada Universitas Winaya Mukti yang telah memberikan dukungan sumber daya dan bimbingan dalam setiap tahap kegiatan ini. Kami juga menghargai kerjasama yang luar biasa dari pemerintah desa, khususnya Kepala Desa Sudi dan aparatnya juga kesiswaan SMPN 1 Ibum, yang telah memfasilitasi proses perizinan dan turut berpartisipasi dalam perencanaan program.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada siswa SMPN 1 Ibum, Kader PKK dan pelaku UMKM yang telah mengikuti pelatihan dan sosialisasi dengan begitu antusias. Serta seluruh warga desa yang telah bersedia menerima kami dengan tangan terbuka juga bersedia untuk berbagi pengalaman.

Kontribusi semua pihak ini sangat berarti dalam suksesnya pelaksanaan program dan diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi pengembangan kewirausahaan dan digitalisasi di Desa Sudi.

Daftar Pustaka

Ahada, R., Solong, N. P., & Nelza, N. (2024). THE ERA OF CONNECTIVITY: THE ROLE

OF EDUCATION IN SHAPING ADAPTIVE DIGITAL INTELLIGENCE.

INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL AND EDUCATION, 1(1), 243-252.

Hidayat, A., dkk. (2023). Meumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Sejak Dini dengan Memotivasi dan Melatih Keterampilan untuk Siswa MTs Negeri 1 Yogyakarta. *Journal of Community Service*, 3(1), 20-28.

Hidayat, A., & Rakhmawati, D. (2021). The Impact of Digital Marketing on Consumer Behavior in Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1), 45-58.

Kartikasari, M. A. (2023). Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Sejak Dini Membangun Mental yang Tangguh. *TPeT: Community Service Journal*, 2(2).

Lesmanah, U., dkk. (2023). Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM Ikan Asin. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(4), 1719-1725.

Nugroho, R., & Lestari, S. (2023). KKN dan Dampaknya terhadap Pembangunan Komunitas. *Jurnal Pengabdian dan Inovasi Sosial*, 4(1), 101-110.

Omposunggu, D. P., & Febrian, D. (2023). Strategi Pemasaran Digital Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Desa Batu Makap Kabupaten Murung Raya. *Journal of Economics and Business Management*, 3(2), 34-41.

Priatna, D. K. (2022). Manajemen sumber daya manusia era 5.0. Deepublis

Putri, D. (2022). KKN: Sinergi Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 8(2), 89-98.

Rahmawati, D. (2022). Pemasaran Berbasis Digital: Konsep dan Aplikasi. Jakarta: Salemba Empat.

Roswinna, W., Anggraeni, A. F., Priatna, D. K., Monalisa, N., & Ahada, R. (2023).

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI EFEKTIVITAS PENYERAPAN ANGGARAN DI BALAI BESAR KONSERVASI SDA JAWA BARAT. *Value: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 18 (1), 167-181.

Sari, D. (2018). Strategi Pemasaran Digital Efektif untuk UMKM. Bandung: DEF.

Simanihুরু, P., Prahendratno, A., Tamba, D., Sagala, R., Ahada, R., Purba, M. L. B., ... & Rachman, S. H. (2023). MEMAHAMI PERILAKU KONSUMEN: Strategi

Pemasaran yang Efektif pada Era Digital. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Tanjung, H. (2020). Kewirausahaan Sosial: Konsep dan Praktik. Bandung: Alfabeta.

Wibowo, A. (2020). Inovasi dan Kewirausahaan: Membangun Jiwa Wirausaha Sejak Dini. Surabaya: Unesa University Press