

Digitalisasi Ukm dalam Inovasi Pemasaran Produk dan Pembayaran Digital pada Pelaku Industri Rumahan di Desa Kronjo Kabupaten Tangerang Provinsi Banten

Dedy Khaerudin^{1*}, Irma Nurmala Dewi², Ganjar Sidik Gandara³, Tito Juan⁴, Aulia Putri⁵

^{1,3}Program Studi Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Bina Bangsa

²Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

^{4,5}Program Studi Ilmu Komputer, Universitas Bina Bangsa

Email: ¹dedy.khaerudin@binabangsa.ac.id, ²irma.nurmala.dewi@binabangsa.ac.id,

³ganjar.sidik.gandara@binabangsa.ac.id, ⁴juandatito17@gmail.com, ⁵auliaputri018@gmail.com

Abstract

The home industry business actors in Kronjo Village boast a diverse range of high quality products, including processed fishery products and processed products derived from mangrove forests. Despite the abundance of these products, a significant number of individuals, both local and domestic, remain unaware of them. The market has not yet fully embraced these products, and occasionally, there are challenges when it comes to providing refunds to consumers during manual transactions. This community service initiative aims to impart comprehensive information to MSME industry participants on marketing innovations and digital payments within their respective enterprises. The provision of training is expected to enhance the ability of home industry players to promote their products and effectively use digital payment systems for transaction facilitation. Consequently, this activity enables participants in the home industry to enhance their revenue and understand that payments can be conducted digitally, specifically through QRIS or unique payment codes, rather than just in cash or transfers between banks.

Keywords: Digitalization, Marketing Innovation, Digital Payments, Home Industry.

Abstrak

Ragam produk unggulan yang dihasilkan oleh para pelaku usaha industri rumahan di Desa Kronjo mulai dari olahan hasil perikanan dan olahan hasil dari hutan mangrove. Produk-produk tersebut sangatlah melimpah akan tetapi masih banyak warga baik local maupun domestic yang belum mengetahui, belum maksimalnya pasar menyerap hasil produk tersebut dan terkadang kesulitan saat ada sisa pengembalian uang untuk konsumen ketika transaksi manual dilakukan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memiliki tujuan yaitu untuk memberikan pengetahuan kepada pelaku industri UMKM mengenai inovasi pemasaran dan pembayaran digital pada usaha yang mereka kelola. Dengan pelatihan yang diberikan diharapkan pelaku industri rumahan akan lebih mudah dalam melakukan pemasaran produk serta dapat mengoperasikan pembayaran digital untuk memudahkan transaksi. Hasil dari kegiatan ini adalah pelaku industri rumahan mampu meningkatkan penghasilan mereka dan memperoleh pengetahuan pembayaran tidak hanya dilakukan secara tunai ataupun transfer antar bank atau sesama bank tetapi dapat dilakukan secara digital yaitu dengan menggunakan pembayaran digital berupa QRIS atau Kode unik pembayaran.

Kata kunci: Digitalisasi, Inovasi Pemasaran, Pembayaran Digital, Industri Rumahan.

A. PENDAHULUAN

Beberapa pelaku UMKM pada saat ini masih belum memiliki pengetahuan tentang pembayaran secara digital. Hal ini dikarenakan kurangnya informasi serta tidak faham nya mengenai kemajuan teknologi yang telah serba digitalisasi. Menurut Sukmana dalam Erwin (2020), digitalisasi adalah proses media dari bentuk tercetak, audio, maupun video menjadi bentuk digital. Digitalisasi dilakukan untuk membuat arsip dokumen dengan bentuk digital. Digitalisasi memerlukan peralatan seperti komputer, scanner, operator media sumber dan software pendukung. Menurut Lasa (2005), digitalisasi adalah proses pengelolaan dokumen tercetak/printed document menjadi dokumen elektronik. Dalam perkembangan dunia industry, kita dituntut untuk mengikuti era modern yang serba elektronik dengan menggunakan peralatan canggih.

Seiring waktu, perekonomian sendiri akan menuju pada ekonomi digital yang didefinisikan oleh Amir Hartman sebagai arena virtual di mana bisnis sebenarnya dilakukan, nilai diciptakan dan dipertukarkan, transaksi terjadi dan hubungan satu lawan satu dengan menggunakan inisiatif internet sebagai media pertukaran (Hartman, 2000). Pemahaman akan inovasi pemasaran secara digital pada saat ini belum dapat dilakukan secara menyeluruh oleh pelaku industry rumahan. Hal ini dikarenakan kurangnya sosialisasi dan juga pengetahuan mengenai pentingnya digitalisasi UMKM untuk meningkatkan perekonomian pelaku UMKM. Pada sector industri yang lebih luas lagi, inovasi pembayaran secara digital sudah dilakukan dan sebagian pelaku usaha telah menerapkan pembayaran secara digital untuk mengurangi kecurangan pada pegawai ataupun karyawan tempat mereka bekerja.

Menurut Fernanda (2021), manfaat dari teknologi digitalisasi Sektor perdagangan dinilai sangatlah penting untuk meminimalkan biaya operasional dan untuk menjangkau konsumen lebih banyak. Hal ini dikarenakan digitalisasi pada sector perdagangan memiliki peranan yang sangat penting, dimana pelaku UMKM ataupun UKM serta pelaku bisnis skala menengah ke atas dapat memanfaatkan kecanggihan teknologi dalam melakukan pemasaran ataupun penjualan produk mereka dengan mudah dan dapat dilakukan dimana saja secara *mobile*. Sedangkan, Febrianto et al.,(2018) manfaat digitalisasi informasi yaitu menciptakan masyarakat informasi artinya dengan adanya informasi digital, masyarakat semakin mudah dalam mendapatkan informasi yang diinginkan sehingga masyarakat informasi semakin tumbuh. Pertumbuhan informasi pada masyarakat dipengaruhi dengan teknologi yang ada.

Dimana kehidupan serta kebutuhan sehari-hari dapat dikelola dan dilakukan dengan menggunakan kecanggihan teknologi. Telah banyak pelaku industry rumahan yang berskala kecil atau pun besar mendapatkan informasi mengenai kemajuan teknologi dan digitalisasi dalam inovasi pemasaran serta pembayaran dalam pemberdayaan home industry mereka, namun kurangnya pelatihan serta informasi yang di dapat pada akhirnya pelaku UMKM industry rumahan lebih menyukai metode manual, yaitu metode yang dilakukan dengan cara transaksi secara langsung dengan tatap muka untuk melakukan transaksi penjualan atau pun dalam pemasaran produk industry rumahan mereka. Berbeda dengan pelaku bisnis yang sudah besar, mereka memiliki tim pemasaran atau *marketing* yang kegiatannya tidak lepas dari teknologi digitalisasi. Selain itu pentingnya memerhatikan kemajuan teknologi dalam berinovasi baik dalam pemasaran produk ataupun pembayaran para pelaku UKM dan UMKM harus senantiasa mengikuti berbagai kegiatan sosialisasi dan juga mau menerima kemajuan akan perkembangan digitalisasi.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini lebih terfokus pada pemberian sosialisasi serta pelatihan secara langsung mengenai penggunaan teknologi untuk melakukan inovasi pemasaran produk dan juga penerimaan pembayaran secara digital. Saat ini pelaku UMKM di Desa Kronjo Kabupaten Tangerang Provinsi Banten masih melakukan pemasaran produk industry rumahan mereka dengan manual serta pembayaran yang dilakukan pun masih secara tunai, belum adanya sosialisasi mengenai pembayaran digital ini membuat pelaku UMKM kurang mendapatkan informasi yang tepat dalam penggunaan pembayaran digital. Dalam era milineal ini kebutuhan akan teknologi serta jaringan internet sangat dibutuhkan untuk semua kalangan masyarakat, baik yang berada di perkotaan maupun di pedesaan. Dalam kehidupan sehari-hari kebutuhan akan internet dapat membantu meringankan kegiatan dalam berbagai aspek kehidupan baik untuk berkomunikasi, menjalin hubungan silaturahmi, berbisnis dan juga untuk kegiatan Belajar di semua Jenjang Pendidikan.

Kegiatan bisnis di Indonesia sebagian besar didominasi oleh masyarakat melalui Ekonomi Kreatif atau disebut dengan *E-Craft* dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau disebut juga dengan UMKM. Walaupun industry UMKN dan *E-Craft* itu sendiri dapat dilakukan secara manual seiring dengan waktu tidak ada salahnya jika pelaku usaha mengikuti perkembangan teknologi dengan penyesuaian adanya digitalisasi yang menggunakan media internet dan dunia maya atau sering disebut dengan Media Sosial. Pemberdayaan masyarakat melalui iptek digitalisasi UMKM Desa menjadi sangat penting dilakukan dalam era informasi sekarang ini(As'ad Sonief et al., 2019). Pelaku bisnis mulai menggunakan teknologi informasi dan telekomunikasi untuk menjalankan maupun menunjang kegiatan bisnis mereka. Pergerakan dan perubahan cara berbisnis yang kian cepat ke arah digitalisasi ini memaksa pelaku bisnis untuk beradaptasi mengikuti perubahan tersebut. Bagi perusahaan besar, perubahan pola bisnis yang mengarah pada proses digitalisasi ini tidak terlalu mengalami kendala dikarenakan dengan karakteristik perusahaan besar yang memiliki sumber daya yang cukup baik. Namun, bagi UMKM proses digitalisasi ini akan membutuhkan banyak persiapan (Idah & Pinilih, 2020).

Di desa Kronjo terdapat 7 pelaku UMKM yang seluruhnya belum menggunakan internet untuk kebutuhan inovasi pemasaran ataupun untuk melakukan pembayaran. Sosialisasi digitalisasi ini dilaksanakan untuk

tujuan memberikan pengetahuan kepada semua warga masyarakat di Desa Kronjo itu sendiri untuk kesadaran kemajuan teknologi yang berbasis digital.



Gambar 1. Tim KKM Kelompok 74 Universitas Bina Bangsa besera Dosen Pendamping Lapangan dan Para Pelaku home industry Desa Kronjo

B. PELAKSAAN DAN METODE

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan oleh tim KKM kelompok 74 Universitas Bina Bangsa di Desa Kronjo, Kabupaten Tangerang Provinsi Banten. Kegiatan sosialisasi seminar digitalisasi inovasi pemasaran dan pembayaran digital pada produk UMKM serta pengenalan tentang pembayaran digital melalui aplikasi dilaksanakan pada tanggal 12 Agustus 2024. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan seminar ini dalam rangka pengabdian kepada masyarakat menggunakan metode pengumpulan data berupa dokumen, penyampaian materi, pengenalan aplikasi pembayaran digital serta pelatihan singkat bagaimana membuat inovasi pemasaran secara digitalisasi.

Bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah seminar sosialisasi akan kemajuan teknologi dan juga internet yang dapat meringankan kegiatan pelaku usaha industri rumahan dan juga UMKM lainnya dengan pengenalan produk pembayaran digital dan melakukan pemasaran secara online. Adapun persiapan dari kegiatan seminar ini adalah sebagai berikut :

1. Tahap Persiapan

Tahapan awal dalam kegiatan ini adalah persiapan kegiatan seminar sosialisasi digitalisasi dalam inovasi pemasaran produk umkm dan pembayaran digital dimana pemateri akan menyampaikan materinya dalam kegiatan sosialisasi digitalisasi ini.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahapan sosialisasi pada pelaksanaan adalah penyampaian materi sosisalisasi digitalisasi dalam inovasi produk UMKM serta pembayaran digital yang disampaikan oleh pemateri kepada mitra dan pelaku UMKM industri rumahan, hal ini ditujukan untuk memberikan pengetahuan kepada pelaku UMKM setempat.

3. Tahap Evaluasi

Tahapan terakhir adalah evaluasi kegiatan dimana diadakan pelatihan secara langsung cara menggunakan aplikasi digital dalam melakukan pembayaran ataupun aplikasi pendukung untuk kegiatan pemasaran yang dilakukan secara digitalisasi.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dalam pengabdian ini disampaikan oleh pemateri dan juga diadakannya praktik secara langsung menggunakan media atau perangkat yang berjaringan internet dalam melakukan inovasi pemasaran produk oleh pelaku usaha industri rumahan dan juga UMKM lainnya. Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan di kantor Kelurahan di Desa Kronjo, Kabupaten Tangerang Provinsi Banten. Dan adapun

pelaksanaan kegiatan sosialisasi digitalisasi kepada masyarakat yang dilaksanakan dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Tahapan Persiapan

Tahapan persiapan dilakukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan materi yang disampaikan oleh narasumber mengenai inovasi pemasaran produk secara digitalisasi. Dalam sosialisasi inovasi pemasaran secara digital ini disampaikan dengan cara memberikan pengetahuan bagaimana menggunakan media atau perangkat berupa mobile phone ataupun laptop atau computer yang telah terhubung dengan jaringan internet dan membuat rancangan promosi serta cara melakukan pembayaran dan bagaimana mendaftarkan tempat usaha agar mendapatkan QRis atau Code pembayaran digital dari aplikasi yang di daftarkan secara mandiri ataupun mengajukan dari pihak Bank.



Gambar 1. Penyampaian Materi Sosialisasi Digitalisasi Inovasi Pemasaran dan Pembayaran Digital

2. Tahap Pelaksanaan

Kegiatan sosialisasi yang berupa seminar digitalisasi inovasi pemasaran dan pembayaran digital ini dilaksanakan pada tanggal 12 Agustus 2024 di Kantor Kelurahan Desa Kronjo, Kabupaten Tangerang Provinsi Banten. Kegiatan pengabdian ini dilakukan oleh tim KKM kelompok 74 Universitas Bina Bangsa yang bekerja sama dengan pelaku UMKM dan juga Kepala Desa Kronjo. Tahap selanjutnya menggunakan metode tanya jawab yang dilakukan oleh pemateri dengan para pelaku usaha industri dan UMKM setempat yang mengikuti kegiatan acara sosialisasi digitalisasi ini. Penyampaian materi tentang bagaimana menggunakan media social untuk meningkatkan pemasaran produk dan juga mengenalkan aplikasi toko online yang dapat digunakan untuk memasarkan dan menjual produk UMKM serta produk olahan industri rumahan agar lebih luas bahkan mencapai antar kota dan provinsi. Penyampaian materi dilakukan dengan media *power point* yang menjelaskan langkah-langkah pendaftaran toko online ataupun bagaimana cara memposting produk di media sosial sehingga dapat dilihat oleh banyak konsumen.



Gambar 2. Pengisian Daftar Hadir Peserta Sosialisasi Digitalisasi

Peserta yang menghadiri kegiatan seminar sosialisasi ini melakukan pengisian daftar hadir dimana hal ini ditujukan untuk mengetahui pelaku usaha industri rumahan dan UMKM yang bergerak dalam bidang apa saja dan apakah mereka sudah memiliki pengetahuan mengenai pemasaran digital sebelumnya ataukah belum.



Gambar 3. Sesi Tanya Jawab oleh Pemateri dengan Peserta Kegiatan

Para pelaku usaha industri rumahan juga para pelaku UMKM menunjukkan antusiasme yang sangat tinggi dalam kegiatan acara ini. Bagi mereka yang belum memiliki pengetahuan mengenai pemasaran digital serta pembayaran yang dapat melalui QRIS memberikan timbal balik yang positif.

3. Tahap Evaluasi

Tahap berikutnya adalah tahap evaluasi kegiatan dimana pada sesi ini dilakukan kegiatan praktik langsung yang dibantu oleh tim KKM kelompok 74 Universitas Bina Bangsa dengan memberikan pelatihan bagaimana cara memposting produk di halaman media sosial ataupun bagaimana cara membuat video dengan durasi yang pendek untuk memasarkan produk UMKM para pelaku usaha industri rumahan. Selain itu juga, evaluasi akhir yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah tim KKM 74 Universitas Bina Bangsa membantu para pelaku usaha UMKM dan industri rumahan untuk mendapatkan kode pembayaran digital dari pihak bank ataupun dengan cara mendaftar sendiri di website GPN yang dibantu oleh tim KKM kelompok 74 Universitas Bina Bangsa.



DESA KRONJO Mewujudkan masyarakat yang Religius, Cerdas, Sehat dan Sejahtera

Produk Unggulan
Produk unggulan Desa Kronjo dari lehan perikanan dan pertanian terbaik.
Seger, berkualitas, dan mendukung ekonomi lokal.

PRODUK UNGGULAN

MAPUCA (Mangrove Pulau Cangkir) 	JAMBAL ROTI 	GOGOKAN (Kerupuk Kult Ikan) 
Kp.Kronjo Pekapur RT. 08 RW. 04 No. 03 Desa Kronjo Kecamatan Kronjo Kabupaten Tangerang-Banten	Kp.Kronjo Pontang RT. 04 RW. 02 No. 57 Desa Kronjo Kecamatan Kronjo Kabupaten Tangerang-Banten	Kp.Pagedangan Ilir RT. 05 RW. 01 Desa Pagedangan Ilir Kecamatan Kronjo Kabupaten Tangerang-Banten

PRODUK LAINNYA



DESA KRONJO Mewujudkan masyarakat yang Religius, Cerdas, Sehat dan Sejahtera

Produk Lainnya



DESA KRONJO MENAWARKAN BERBAGAI PRODUK BERKUALITAS TINGGI YANG SANGAT DIREKOMENDASIKAN BAGI PARA PENGUNJUNG.

KEGIATAN



Gambar 4. Evaluasi Produk UMKM yang telah memiliki kemasan kekinian serta produk lainnya dari Desa Kronjo

D. PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil dari evaluasi kegiatan sosialisasi digitalisasi inovasi pemasaran dan pembayaran digital pada pengabdian kepada masyarakat ini yang diadakan dalam acara seminar di Desa Kronjo, Kabupaten Tangerang Provinsi Banten ini berjalan dengan lancar dengan hasil yang sangat positif. Diharapkan bahwa para pelaku usaha industri rumahan dan juga para pelaku UMKM dapat melakukan inovasi pemasaran secara *online* dan dapat mengoperasikan alat pembayaran digital dengan baik tanpa menemui hambatan apapun. Dari para peserta pelaku usaha UMKM dan industri rumahan yang dihadiri oleh 7 pemilik usaha UMKM yaitu; UMKM (ikan asin, Limbah tikar, Jambal roti, Mangrove, Kerupuk kulit ikan, Otak-otak dan Sate Bandeng) didapatkan hasil yang sangat positif dan timbal balik dari para pelaku usaha UMKM yang positif.

Saran

Tim KKM kelompok 74 Universitas Bina Bangsa berharap akan adanya pelatihan lanjutan berupa workshop ataupun pelatihan secara berkala untuk membantu para pelaku usaha industri rumahan dan pelaku UMKM sehingga pelaku usaha dapat lebih meningkatkan perekonomian dan juga perluasan pangsa pasar yang bisa menembus nasional.

Ucapan Terima Kasih

Kami tim KKM kelompok 74 Universitas Bina Bangsa, mengucapkan terimakasih kepada semua masyarakat pemilik UMKM dan industri rumahan di Desa Kronjo, serta Bapak Kepala Desa Kronjo dan seluruh pihak yang memberikan dukungan dan juga partisipasi dalam kegiatan sosialisasi dalam pengabdian kepada masyarakat ini.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik, 2018. *Data Jumlah UMKM di Indonesia serat perkembangan UMKM di Indonesia Tahun 2018*.
- Abdullah, Maskur. 2015. Lilitan Masalah Usaha Mikro kecil, Menengah (UMKM) dan Kontroversi Kebijakan. Medan: Bitra Indonesia
- www.apji.or.id. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019-2020. Asosiasi PEnyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020, 1-146
- Bekraf, (Badan Ekonomi KReatif.(2018). Mapping & Database Startup Indonesia 2018
- Tugiman, pelatihan penggunaan aplikasi sistem elektronik tok (e-toko) kelontong berbasis website PROFICIO: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat., Vol.5 No2, juli 2024.
- Suntoyo, D. Strategi PEmasaran. Jakarta: PT.Buku Seru. 2015
- Dimas Bastara Zahrosa, pemanfaatan Digital marketing untuk meningkatkan pemasaran produk makanan dan Brand Awarness desa Kraton. ABDIKAN., Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains dan Teknologi., Vol. 3 No. 2 (Mei 2024) 78-84 DOI: 10.55123/abdiikan.v3i2.3209
- Tutik Yuliatun., Pelatihan Microlearning Berbasis Gamification dengan Wordwall bagi guru SMP IT Ibnu Sina., ABDIKAN., Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains dan Teknologi., Vol. 3 No. 2 (Mei 2024) 112-119 DOI: 10.55123/abdiikan.v3i2.3533
- Pinem, D., Puspiorim, & Masnuna. (2022). Digitalisasi Manajemen Pada Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) di Depok Jawa Barat. Jurnal IKRAITH-ABDIMAS, 5.
- Putra, A. D., Setiawan, B., Pubiyanti, I., Hibatulloh, M. H., Saputri, N. A. A., Sepsiana, W. S., & Widayastuti, R. D. (2021). Pelatihan Digitalisasi UMKM dan Pembuatan Akun E-Commerce. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1, 1-16.
- Wijoyo, H., & Dkk. (2020). Digitalisasi UMKM. Insan Cendekia Mandiri.