

## Penguatan Digitalisasi Pemasaran dalam Meningkatkan Kinerja UMKM di Kota Cilegon dan Serang

### *Strengthening Marketing Digitalization in Improving MSME Performance in the Cities of Cilegon and Serang*

Saeful Fachri<sup>1</sup>, Muhammad Fauzi<sup>2</sup>, Willy Nurhayadi<sup>3</sup>, Urfanul Aulia<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup> Program Studi Manajemen Universitas Banten

Korespondensi Penulis: [saefulfachri@gmail.com](mailto:saefulfachri@gmail.com)

---

#### **Article History:**

Received: Desember 31 2023

Accepted: Januari 16, 2024;

Published: Januari 31, 2024

**Keywords:** Digitalization;  
Marketing; MSME performance;

**Abstract:** Marketing digitalization is something that cannot be avoided by MSMEs to improve their business performance. The obstacles faced by MSME players in the supporting cities of Banten Province, namely Serang and Cilegon, where they still have not utilized access to digital media in their business activities, namely because they still have business ideas that are carried out only to meet the needs of the local community or around them, they still do not master marketing methods with digital media. Such as Whatsapp, Instagram, Facebook, or other marketplaces. The aim of implementing PKM is that it is hoped that MSME actors can apply various training materials and continue and develop marketing through digital media, including digital market platforms, namely those developed by the government and the private sector.

---

#### **Abstrak**

Digitalisasi pemasaran merupakan hal yang tidak bisa dihindari oleh UMKM untuk meningkatkan kinerja usahanya. Kendala yang dihadapi pelaku UMKM di kota penyangga Provinsi Banten yaitu Serang dan Cilegon dimana masih belum memanfaatkan akses media digital dalam kegiatan usahanya yaitu karena masih memiliki pemikiran usaha yang dijalankan hanya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat lokal atau sekitar saja, masih belum menguasai metode pemasaran dengan media digital seperti Whatsapp, Instagram, Facebook, atau marketplace lainnya. Tujuan dari pelaksanaan PKM diharapkan para pelaku UMKM dapat mengaplikasikan berbagai materi pelatihan, meneruskan dan mengembangkan pemasaran melalui media digital termasuk platform pasar digital yaitu yang dikembangkan oleh pemerintah maupun swasta.

**Kata Kunci:** Digitalisasi; Pemasaran; Kinerja UMKM.

## **PENDAHULUAN**

Definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung. Dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut (UU No 20 tahun 2008, 2008).

---

\* Saeful Fachri [saefulfachri@gmail.com](mailto:saefulfachri@gmail.com)

Usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Secara umum, tujuan atau sasaran yang ingin dicapai adalah terwujudnya UMKM yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing yang tinggi dan berperan utama dalam produksi badan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas.

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi (Tambunan, 2012). Pada prinsipnya pembedaan antara usaha Mikro (UMI), usaha kecil (UK), usaha menengah (UM), dan usaha besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun atau jumlah pekerja tetap.

Usaha kecil dan menengah disingkat UKM adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan usaha yang berdiri sendiri.

Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) adalah kegiatan yang berorientasi pada pelayanan masyarakat dan penerapan ilmu pengetahuan teknologi dan seni terutama dalam menyelesaikan permasalahan masyarakat dan memajukan kesejahteraan bangsa (Kemenristekdikti, 2018). Selain itu, PKM adalah suatu pendidikan dengan cara mengidentifikasi program peningkatan tanggung jawab sebagai dosen dan mahasiswa dalam menjalankan perannya untuk melaksanakan tugas dalam membantu masalah yang dialami oleh UMKM pasca pandemi covid-19.

Di Pulau Jawa terdapat kurang lebih 4,3 juta pelaku UMKM yang terkena dampak Covid-19 (Lisna, 2022). Selain UMKM banyak karyawan, buruh, dan pekerja lainnya yang harus di PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) dikarenakan lemahnya permintaan karena adanya pembatasan sosial berskala besar (PSBB), keterbatasannya modal, dan banyak tempat usaha seperti mall, kantor-kantor, restoran yang harus tutup.

Kegiatan PKM berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya. Tujuan PKM tahun ini adalah untuk membantu menggerakkan kembali UMKM yang terkena dampak Covid-19. Dengan cara membantu dan menggerakkan beberapa UMKM untuk menjual produknya melalui media online atau *digital marketing*. Agar dapat memudahkan masyarakat mencari atau membeli kebutuhannya tanpa harus datang langsung ke UMKM.

Kegiatan PKM telah dilakukan di tiga UMKM yang berbeda, berjalan dengan lancar berkat kerjasama sama yang baik dengan pemilik UMKM. Secara umum program kerja yang telah disusun sebelum kegiatan pelaksanaan PKM dapat terlaksana dengan baik. Walaupun ada beberapa kendala yang mengakibatkan beberapa program kerja yang tidak sesuai perencanaan.

Partisipasi Mitra UMKM dalam pelaksanaan PKM dapat dilihat dalam proses sebagai berikut:

- 1) Mengizinkan untuk membantu dan mempromosikan barang yang diproduksi oleh masing-masing UMKM.
- 2) Didukung dan diizinkan melakukan PKM oleh lurah, RT/RW di daerah pengabdian.
- 3) Menyediakan segala kebutuhan baik data dan keperluan lainnya.

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi dalam pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan adalah pendidikan masyarakat dalam bentuk penyuluhan yang bertujuan meningkatkan pemahaman serta kesadaran dalam penguatan digitalisasi pemasaran dalam meningkatkan kinerja UMKM.

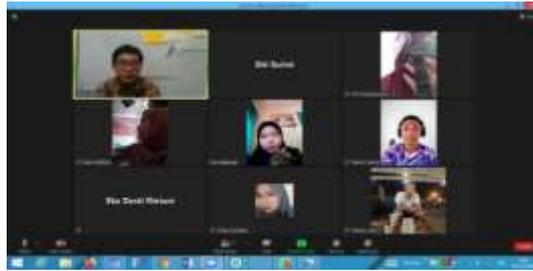
Pelaksanaan kegiatan penguatan digitalisasi pemasaran yang dilakukan berada di tiga tempat UMKM yang berada di kelurahan Cipare Kota Serang (Kaos Oblong), Kelurahan Pejaten Kabupaten Serang (Kandang dan Pakan Hewan) dan Kelurahan Kedaleman Kota Cilegon (Kripik Beras) yang dilaksanakan mulai tanggal 24 Mei sampai dengan 03 Juni 2023.

## **HASIL**

Pelaksanaan kegiatan PKM yang telah dilakukan melalui tahapan sebagai berikut:

### **1) Diskusi *online* dan *offline***

Sebelum melaksanakan Pesat kita melakukan diskusi untuk pelaksanaan pesat yang dilakukan secara online melalui grup whatsapp dan zoom live. Kita berdiskusi untuk pelaksanaan pesat dari mulai pembentukan struktur organisasi untuk kelompok 18, pembentukan itu dilakukan pada pertemuan pertama. Untuk diskusi selanjutnya kita membahas soal UMKM mana yang akan dibantu dalam pelaksanaan pesat kita, setelah UMKM ditentukan kita selanjutnya mendiskusikan soal kunjungan. Setelah pembahasan kita selanjutnya Mengunjungi Kelurahan dengan membawa surat izin untuk di setiap Wilayah Kelurahan UMKM dan lanjut mengunjungi UMKM untuk pembinaan.



**Gambar 1: Diskusi Tim**

## 2) Observasi dan Survei

Mengunjungi masing-masing UMKM pada tanggal 15 sampai dengan 16 Mei 2023 untuk melakukan pengamatan yang dilakukan dan meminta izin untuk mempromosikan produk yang dijual oleh setiap UMKM.



**Gambar 2: Kegiatan observasi ke UMKM Kaos Oblong Fun Plan**



**Gambar 3: Kegiatan observasi ke UMKM Grosir Kandang dan Pangan Wijaya**



**Gambar 4: Kegiatan observasi ke UMKM Kribas**

### 3) **Kunjungan ke Kelurahan masing-masing UMKM**

Kegiatan ini dilakukan untuk meminta izin kepada pihak kelurahan agar dapat diketahui bahwa akan dilaksanakan PKM di salah satu UMKM yang ada di kelurahan.



**Gambar 5: Kunjungan ke Kelurahan Cipare**



**Gambar 6: Kunjungan ke Desa Pejaten**



**Gambar 7: Kunjungan ke Kelurahan Kedaleman**

### 4) **Pelaksanaan**

Pelaksanaan Pesat dimulai dari tanggal 24 Mei sampai dengan 03 Juni 2023. Dimulai dengan jadwal yang sudah disusun saat diskusi online dan offline. Pelaksanaan PKM dengan melakukan kunjungan ke tempat UMKM.

a. UMKM Kaos Oblong Fun Plain yang berada di Kelurahan Cipare. Kegiatan kunjungan yang dilaksanakan dengan Dosen Pembimbing, adapun beberapa kegiatan di UMKM Kaos Oblong Fun Plain meliputi pembuatan baju Tie Dye. Proses pertama dengan pemilihan Kaos warna dasar hitam/putih, selanjtnya pemilihan warna, pembuatan pola kaos yang akan diaplikasikan pada kaos. Setelah baju sudah siap, baju dijemur dan siap dipasarkan. Tim PKM melakukan wawancara dan memberikan arahan menggunakan website [padiumkm.id](http://padiumkm.id) dan membantu mempromosikan produk yang dijual.



Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan selama pelaksanaan PKM pada UMKM Kaos Oblong Fun Plain yaitu:

1. Kerajinan tiedye ini berkembang cukup pesat, maka perlu ditingkatkan jenis-jenis produk yang dihasilkan. Seperti penyediaan produk busana, aksesoris, dan pelengkap interior serta mengembangkan motif-motif agar lebih bervariasi. Perlu menambah wawasan dan pengetahuan tentang perkembangan proses, motif, warna, serta produk-produk kerajinan ikat celup melalui pembinaan dan dukungan dari pemerintah maupun pihak luar.

2. Untuk menarik konsumen perlu meningkatkan lagi strategi pemasaran dengan cara meningkatkan promosi melalui pameran yang lingkupnya lebih luas serta melauai media sosial.

3. Untuk kemajuan di masa mendatang, diharapkan lebih memperhatikan ruang produksi dan ruang display. Karena dua hal tersebut sangat berpengaruh dalam kenyamanan pekerja dan pengunjung.

b. Pada UMKM Kripik Beras yang ditemui selama pelaksanaan pendampingan yaitu keterbatasan waktu dalam menjalankan kegiatan PKM, dan kurangnya pemahaman pengelola UMKM dalam menggunakan teknologi (website). Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan selama pelaksanaan PKM pada UMKM Kripik Beras yaitu:

1. Meningkatkan kualitas *packaging*.
2. Melakukan lebih banyak promosi secara online, sehingga bisa disebar secara meluas di masyarakat.
- c. Pada UMKM untuk toko Grosir Pakan Dan Kandang Wijaya ada beberapa hal yang perlu dilakukan yaitu:
  1. Alangkah baiknya bila usaha ini setiap harinya memproduksi lebih banyak lagi sangkar dan pakan.
  2. Daerah pemasaran pelaku UMKM seharusnya lebih luas. Supaya daerah yang belum mengetahui pakan dan kandang Wijaya bisa mengetahui.
  3. Meningkatkan pemasaran melalui media sosial (Whatsapp, Instagram, Facebook, dll).
  4. Meneruskan dan mengembangkan pemasaran melalui situs web [padiumkm.id](http://padiumkm.id).



**Gambar 7: Penyampaian materi Digital Marketing**

## **DISKUSI**

Berisi deskripsi tentang diskusi hasil pengabdian masyarakat, diskusi teoritik yang relevan dengan temuan hasil pengabdian masyarakat. Juga mendiskusikan tentang temuan teoritis dari proses pengabdian mulai awal sampai terjadinya perubahan sosial. Pembahasan

hasil pengabdian masyarakat ini dikuatkan dengan referensi dan perspektif teoretik yang didukung dengan *literature review* yang relevan. Referensi menggunakan *Turabian Style*.

## **KESIMPULAN**

Pendampingan terhadap UMKM difokuskan untuk melihat perkembangan UMKM Fun Plain atau kaos oblong/tiedye lewat digital marketing diharapkan bisa membantu mengembangkan potensi yang ada di Kampung Sempu dan dapat melaksanakan program kerjanya dengan baik sesuai dengan harapan. Adapun tempat yang kedua berada di Jl.Raya Cilegon Km.8 Pejaten, Desa Pejaten. Untuk Desa Pejaten PKM difokuskan dalam UMKM untuk mengembangkan toko “Grosir Pakan Dan Kandang Wijaya” toko ini telah memiliki konsumen setia dari wilayah sekitar. Tempat yang ketiga yang berada di Kelurahan Kedaleman mempunyai sasaran UMKM yaitu “keribas atau keripik beras” difokuskan untuk membantu *packaging*, pembuatan logo dan pemasaran melalui media digital.

## **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada semua pihak yang sudah mendukung terlaksananya kegiatan PKM dan diterbitkannya artikel PKM kolaborasi dosen dan mahasiswa FEB Universitas Banten. Kepada Rektor Universitas Banten Prof. E. Rahmat Taufik, Ph.D yang telah mendukung pengembangan program pengabdian kepada masyarakat. Selanjutnya, ucapan terimakasih kepada bapak/ibu pelaku UMKM di Kelurahan Kedaleman, Desa Pejaten dan Kelurahan Cipare yang telah berpartisipasi dalam kegiatan yang telah FEB Universitas Banten selenggarakan.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Kemenristekdikti. (2018). Panduan Penilaian Kinerja Pengabdian Kepada Masyarakat Di Perguruan Tinggi (Vol. 1). Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset dan Pendidikan Tinggi. [http://www.ristekdikti.go.id/kinerja\\_abdimas](http://www.ristekdikti.go.id/kinerja_abdimas)
- Lisna, Y. (2022). Tantangan UMKM Indonesia di Masa Pandemi Covid-19. Bi.Go.Id. <https://www.bi.go.id/id/bi-institute/BI-Epsilon/Pages/Tantangan-UMKM-Indonesia-di-Masa-Pandemi-Covid-19.aspx>
- Tambunan, T. (2012). Teori Ekonomi Makro. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- UU No 20 tahun 2008. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. 1.