

Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia
 Volume 3, Nomor 4, Juli 2024, Halaman 187-190
 Licenced by CC BY-SA 4.0
 ISSN: [2986-7002](https://doi.org/10.5281/zenodo.13273649)
 DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13273649>

Sosialisasi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Melalui Digital Marketing Berbasis Kearifan Lokal

Melati^{1*}, Misnawati², Tasman S Haris³, Kusrawan⁴, Welis Raldianingrat⁵, Fitria⁶, Nabila Adha Putri P⁷, Bayu Darma⁸

¹²³⁴⁵⁶⁷⁸Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lakidende
 Email: melatiimel@gmail.com

Abstrak

Pendampingan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah melalui Digital Marketing Berbasis Kearifan Lokal bertujuan untuk Meningkatkan pemahaman dan kapasitas pelaku UMKM di Kabupaten Konawe Khususnya kecamatan Tongauna Utara dalam mengembangkan usaha berbasis kearifan lokal, Memberikan pendampingan dan pelatihan kepada UMKM di Kabupaten Konawe terkait inovasi produk, desain, manajemen usaha, dan pemasaran dengan memanfaatkan potensi kearifan lokal daerah, Mendorong tumbuhnya wirausaha-wirausaha baru yang mengembangkan usaha berbasis kearifan lokal di Kabupaten Konawe, Melestarikan nilai-nilai kearifan lokal daerah sebagai potensi ekonomi yang dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM. Kegiatan ini dilakukan di desa Nambaeboru, kecamatan Tongauna Utara, Kabupaten Konawe dengan jumlah peserta sebanyak 17 Orang yang terdiri dari masyarakat dan pelaku UMKM di daerah tersebut. Hasil dari PKM pendampingan pengembangan UMKM melalui digital marketing adalah (1) Pentingnya menjaga dan mengembangkan kearifan lokal untuk mendorong rasa kebanggaan akan budaya, melestrikan sumber daya alam dan mengembangkan sumber daya manusia yang ada di daerah, hal ini dapat menjadi point penting bagi masyarakat dalam mengembangkan diri untuk menciptakan sebuah produk dengan kreatifitas yang unik dan mampu bersaing dengan daerah lainnya. (2) Digital marketing merupakan cara untuk merancang, melaksanakan dan mengelola pemasaran online, dengan menggunakan digital marketing maka produk lokal yang diciptakan oleh UMKM yang berada di daerah terpencil akan lebih mudah untuk di pasarkan dan dikenalkan oleh masyarakat luas. (3) Melestarikan nilai-nilai kearifan lokal daerah berperan penting dalam meningkatkan ekonomi masyarakat desa, selain itu kearifan lokal sangat menentukan arah perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia.

Kata Kunci: *Pemberdayaan, UMKM, Digital Marketing*

Article Info

Received date: 15 July 2024

Revised date: 28 July 2024

Accepted date: 31 July 2024

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM menyumbang sekitar 60% dari total Produk Domestik Bruto (PDB) dan 97% dari total penyerapan tenaga kerja di Indonesia. Namun, sebagian besar UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal, akses pasar, manajemen usaha, dan inovasi produk. Di sisi lain, Indonesia memiliki kekayaan budaya dan kearifan lokal yang beragam di setiap daerah. Potensi ini belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya. Padahal, pemanfaatan kearifan lokal dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi UMKM dalam menghadapi persaingan global.

Universitas Lakidende, sebagai salah satu perguruan tinggi yang berada di kabupaten konawe, memiliki tanggung jawab untuk berkontribusi dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat, khususnya UMKM. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program studi Manaemen dapat berkolaborasi dengan pelaku UMKM di daerah untuk memberikan pendampingan dan pelatihan dalam mengembangkan usaha berbasis kearifan lokal.

Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM lokal, serta mendorong inovasi produk dan jasa yang memanfaatkan potensi kearifan budaya daerah. Dengan demikian, UMKM dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan, sehingga dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakat setempat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, tujuan utama dari kegiatan "Pendampingan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah melalui Digital Marketing Berbasis Kearifan Lokal" adalah:

1. Meningkatkan pemahaman dan kapasitas pelaku UMKM di Kabupaten Konawe Khususnya kecamatan Tongauna Utara dalam mengembangkan usaha berbasis kearifan lokal.
2. Memberikan pendampingan dan pelatihan kepada UMKM di Kabupaten Konawe terkait inovasi produk, desain, manajemen usaha, dan pemasaran dengan memanfaatkan potensi kearifan lokal daerah.
3. Mendorong tumbuhnya wirausaha-wirausaha baru yang mengembangkan usaha berbasis kearifan lokal di Kabupaten Konawe.
4. Melestarikan nilai-nilai kearifan lokal daerah sebagai potensi ekonomi yang dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM.

Berdasarkan kondisi tersebut, Universitas Lakidende khususnya melalui Program Studi Manajemen berencana untuk melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada pendampingan pengembangan UMKM melalui Digital Marketing berbasis kearifan lokal. Kegiatan ini akan dilaksanakan di Kabupaten Konawe, yang memiliki potensi kearifan lokal yang belum optimal dimanfaatkan oleh pelaku UMKM di daerah tersebut. Melalui kegiatan ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. Pelaku UMKM dapat Meningkatkan pemahaman dan kemampuan dalam mengembangkan usaha berbasis kearifan lokal. Memperoleh pendampingan dan pelatihan terkait inovasi produk, desain, manajemen usaha, dan pemasaran. Meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.
2. Masyarakat, dengan kegiatan pengabdian ini dapat meningkatkan kesadaran dan apresiasi terhadap potensi kearifan lokal daerah. Mendorong tumbuhnya wirausaha-wirausaha baru yang mengembangkan usaha berbasis kearifan lokal. Meningkatkan perekonomian masyarakat melalui pertumbuhan UMKM lokal.
3. Universitas dapat Memperkuat peran dan kontribusi perguruan tinggi dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat. Mengembangkan model pendampingan UMKM yang berbasis pada kearifan lokal. Meningkatkan sinergi antara akademisi dan praktisi bisnis di tingkat lokal.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi pengembangan UMKM di Kabupaten Konawe, sekaligus melestarikan nilai-nilai kearifan lokal daerah sebagai potensi ekonomi yang berkelanjutan.

METODE

Sasaran dari kegiatan PKM ini adalah Masyarakat Kec. Unaaha Kab Konawe khususnya masyarakat yang mempunyai Lapangan pekerjaan maupun yang sudah mempunyai Usaha . Dengan adanya kegiatan sosialisasi ini mampu membuka wawasan masyarakat dalam memulai usaha dan memberikan masukan terkait pemanfaatan Media sosial dalam pemasaran melalui Digital Marketing. Jadwal pelaksanaan Bulan Juni 2024 bersama Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Mahasiswa Program studi Manajemen .

Adapun metode yang digunakan adalah sebagai Berikut:

1. Melakukan Observasi kelokasi Pengabdian
2. Melakukan konsultasi kesediaan mengikuti pelatihan
3. Melaksanakan kegiatan sosialisasi, dengan menggunakan tempat atau pendopo masyarakat dan peralatan kegiatan lainnya dalam memaparkan materi
4. Menjelaskan jenis-jenis usaha yang dilakukan atau dipraktekan dengan berbagai contoh pemasaran digital

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian kepada Masyarakat telah dilaksanakan oleh tim pada hari Kamis, 13 Juni 2024 di Desa Nambaboru, Kecamatan Tongauna Utara, Kabupaten Konawe. Pada kegiatan tersebut di hadiri oleh 17 peserta dan Narasumber. Peserta antusias mengikuti kegiatan sosialisasi dari awal pertemuan hingga selesai. Dalam kegiatan tersebut dilakukan diskusi sehingga ada interaksi langsung kepada masyarakat, pemateri memberikan jawaban dan Solusi dari pertanyaan yang diajukan oleh Masyarakat. Adapun pemaparan hasil pertama mengenai.

Materi pertama dalam kegiatan pemberdayaan usaha mikro dan menengah melalui digital marketing berbasis kearifan lokal dibawa oleh Dr. Melati, SE., M.Si dengan tahapan sebagai berikut:

1. Pada tahap awal pemateri menjelaskan mengenai Metode pemberdayaan, materi ini membahas apa saja upaya pemerintah dalam menumbuhkan dan memperkuat UMKM dalam Masyarakat.
2. Setelah materi disampaikan, peserta di berikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan yang dijawab oleh pemateri
3. Pertanyaan yang diajukan oleh peserta kebanyakan mengenai bagaimana mereka yang memiliki modal terbatas dan ingin mengembangkan usaha, apa yang harus dilakukan?

Pemaparan materi kedua mengenai Perdagangan dan Keagenan di sampaikan oleh Misnawati, SE., M.Si dan Kusrawan, SE., M.M dalam materi ini dijelaskan :

1. Pada tahap awal pemateri menyampaikan materi, pembahasannya mencakup bagaimana hubungan kemitraan UMKM, memasarkan produk dan memasok kebutuhan yang diperlukan,
2. Setelah materi disampaikan seperti diawal antusias Masyarakat sangat besar dalam memberikan pertanyaan dan pemateri menjawab menjawab semua pertanyaan yang diajukan peserta.

Materi ketiga sekaligus materi terakhir dalam kegiatan ini yaitu potensi kearifan lokal dan digital marketing yang dibawa oleh Welis Raldianingrat, SE., M.M dan Fitria, SE., M.M, dalam kegiatan ini menjelaskan:

1. Tahap awal pemateri memaparkan mengenai kerifan lokal yang bisa menjadi karya dan pemanfaatan digital marketing dalam memasarkan produk.
2. Setelah peaparan materi, diskusi dilanjutkan dengan tanya jawab yang kebanyakan peserta menanyakan bagaimana agar bisa mengembangkan potensi diri kita ditengah keterbatasan ekonomi saat ini? dan ada juga yang menanyakan apa saja yang harus dilakukan dalam mengenalkan produk melalui digital marketing.

Berikut ini dokumentasi pelaksanaan kegiatan Sosialisasi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Melalui Digital Marketing Berbasis Kearifan Lokal :



Gambar 1. Tim PKM dan Peserta



Gambar 2. Peserta PKM

SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan oleh tim pengabdian pada masyarakat dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pentingnya menjaga dan mengembangkan kearifan lokal untuk mendorong rasa kebanggaan akan budaya, melestrikan sumber daya alam dan mengembangkan sumber daya manusia yang ada di daerah, hal ini dapat menjadi point penting bagi masyarakat dalam mengembangkan diri untuk menciptakan sebuah produk dengan kreatifitas yang unik dan mampu bersaing dengan daerah lainnya.
2. Digital marketing merupakan cara untuk merancang, melaksanakan dan mengelola pemasaran online, dengan menggunakan digital marketing maka produk lokal yang diciptakan oleh UMKM yang berada di daerah terpencil akan lebih mudah untuk di pasarkan dan dikenalkan oleh masyarakat luas,
3. Melestarikan nilai-nilai kearifan lokal daerah berperan penting dalam meningkatkan ekonomi masyarakat desa, selain itu kearifan lokal sangat menentukan arah perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia.

REFERENSI

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- American Marketing Association (AMA). (2013). Definition of Marketing. <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing/>
- Ridwan, N. A. (2007). Landasan Keilmuan Kearifan Lokal. *Jurnal Studi Islam dan Budaya*, 5(1), 27-38.
- Keraf, A. S. (2002). *Etika Lingkungan*. Penerbit Buku Kompas.
- Kementrian Koperasi UMKM RI, 2005 , *Peran UKM dalam Pembangunan Ekonomi*.
- Suryana, 2003 , *kewirausahaan, pedoman Praktis Kiat dan Proses Menuju sukses* , Edisi Revisi, Jakarta: Salemba Empat