

## EKSPANSI PASAR MELALUI DIGITALISASI BISNIS PADA USAHA PRODUKTIF PEREMPUAN DESA PAKIS REJO

Dwi Budi Santoso<sup>1\*</sup>, Farah Wulandari Pangestuty<sup>2</sup>, Fina Nidaul Mahalli<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Brawijaya Malang, Indonesia

\*dbudi@ub.ac.id

### Info Artikel

**Diajukan:** 3/10/2023  
**Diterima:** 31/10/2023  
**Diterbitkan:** 31/10/2023

**Keywords:**  
Accompaniment;  
Digitalization; and  
Economy

**Kata Kunci:**  
Pendampingan;  
Digitalisasi; dan  
Perekonomian

DOI:  
<http://dx.doi.org/10.33474/penadimas.v2i1.22943>



Lisensi: cc-by-sa

Copyright © 2023 Dwi Budi Santoso,  
Farah Wulandari Pangestuty, Fina Nidaul  
Mahalli

### Abstract

*The exponential growth of technology compellingly compels MSMEs to adapt and seize opportunities particularly for potential MSMEs Pakisrejo Village, located in the Blitar Regency, is a developed village with MSMEs potential. Processed products such as Lompong chips, taro stalks utilized as animal feed, orange candy, and coconut sugar are among the most prominent categories of MSME enterprises. Nonetheless, lack of understanding regarding digitalization and restricted market access impede the growth of MSMEs in these villages. The objective of this service community program is to foster the growth MSMEs, with a particular focus on enhancing their market penetration through the strategic utilization of digital marketing. This initiative recognizes the potential of productive businesses to achieve this goal. The community service program step including Pre-implementation socialization, service preparation, service implementation, mentoring, and result evaluation. The result finding stated that this service community program was a success because 60% MSMEs that attended the workshop demonstrated the ability to apply the information that had been explained during the post-test. This is also accompanied by a surge in sales, as the utilization of a marketplace expands market penetration, enabling the product to reach a significantly broader spectrum of consumers.*

### Abstrak

*Masifnya perkembangan teknologi memaksa UMKM harus beradaptasi dan memanfaatkan peluang terlebih bagi UMKM yang potensial. Desa Pakisrejo di Kabupaten Blitar, merupakan desa maju yang memiliki UMKM yang potensial. Jenis usaha UMKM unggulan meliputi produk olahan seperti halnya kripik lompong, batang talas menjadi pakan ternak, permen jeruk, dan gula kelapa. Namun terbatasnya akses pasar dan minimnya pengetahuan akan digitalisasi menjadi penghambat perkembangan UMKM didesa tersebut. Program pengabdian ini bertujuan mendorong pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), terutama pada perluasan akses pasar dengan memanfaatkan digital marketing sebagai peluang bagi usaha produktif. Adapun tahap pengabdian ini meliputi sosialisasi pra pelaksanaan, persiapan pengabdian, pelaksanaan pengabdian, pelaksanaan pendampingan dan evaluasi hasil. Hasil program pengabdian ini dikatakan berhasil karena hasil post test 60 % pelaku UMKM yang menjadi peserta workshop telah mampu mengimplementasikan materi yang telah dijelaskan. Hal ini juga ditandai dengan adanya peningkatan penjualan karena dengan menggunakan market place jangkauan pasar semakin luas sehingga mampu menjangkau konsumen yang jauh lebih luas.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah mengubah dunia pemasaran dalam beberapa tahun terakhir karena kemajuan teknologi informasi. Strategi komunikasi pemasaran telah berubah dari tradisional dan konvensional telah diintegrasikan ke dalam dunia digital yaitu digital marketing (Ascharisa, 2018). Digital marketing terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen. (Purwana et al, 2017). Penelitian Pradiani (2018) sudah menunjukkan bahwa pemasaran online dapat meningkatkan penjualan produk karena orang saat ini lebih suka mencari referensi secara online daripada membeli barang secara langsung. Masifnya perkembangan teknologi ini tentunya dapat dimanfaatkan oleh UMKM dalam mengembangkan bisnisnya.

Namun pada kenyataannya UMKM di Indonesia masih banyak yang belum menggunakan teknologi informasi, khususnya media digital (Wardhana, 2018). Mereka belum mengerti seberapa besar manfaat dan peran media digital untuk mengembangkan bisnis, seperti dapat meningkatkan penjualan, memperkuat branding, inovasi dan daya

saing. Terdapat fenomena bahwa sebesar 80% UMKM belum menggunakan media sosial dalam pemasaran produk UMKM lokal. Hal ini sangat disayangkan mengingat pemasaran produk UMKM masih minim (Mardiyaturrahma et al., 2022). Fenomena tentang minimnya pengetahuan akan digital marketing juga dirasakan oleh UMKM yang ada di Desa Pakisrejo Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar.

Desa Pakisrejo yang terletak di Kecamatan Srengat, Kabupaten Blitar, saat ini memiliki status Indeks Desa Membangun (IDM) yang terklasifikasi dalam Desa Maju. Suatu desa dapat diklasifikasikan sebagai Desa Maju karena memiliki potensi sumber daya sosial, ekonomi, dan ekologi, serta kemampuan mengelola potensi (Mardiyaturrahma et al., 2022). Mengelola potensi tersebut dalam rangka upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat desa, kualitas hidup masyarakat, serta dalam mengurangi kemiskinan. Desa yang dikategorikan sebagai Desa Maju yaitu ketika desa tersebut memiliki Indeks Desa Membangun kurang dari atau sama dengan 0,8155 dan lebih besar 0,7072 (Artanto et al., 2022). Selain, karena dari beberapa indikator yang telah terpenuhi, Desa Pakisrejo memiliki berbagai potensi sumber daya.

Desa Pakisrejo memiliki berbagai potensi sumber daya alam yang melimpah meliputi hasil pertanian, tambang, dan obyek wisata. Berdasarkan data, mayoritas pekerjaan masyarakat Desa Pakisrejo bekerja sebagai petani. Di samping itu, masyarakat desa Pakisrejo telah melakukan diversifikasi ekonomi dengan memanfaatkan Sumber Daya Alam (SDA) untuk menjadi produk olahan seperti halnya kripik lompong, batang talas menjadi pakan ternak, permen jeruk, dan gula kelapa (Sriyono & Nugraheni, 2012). Sehingga, hal ini diharapkan dapat dikembangkan lebih lanjut untuk mendapatkan nilai ekonomi yang lebih tinggi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Putri et al., 2023). Selain itu, Desa Pakisrejo, Kecamatan Srengat menjadi salah satu desa dengan Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) yang variatif. Terdapat UMKM berupa aneka kerajinan tangan, aneka kue kering dan kue basah, serta olahan minuman. Kecamatan Srengat memiliki kontribusi yang cukup tinggi dalam jumlah UMKM.

Hingga saat ini masih terdapat beragam permasalahan ekonomi lain yang Tengah dihadapi oleh para pelaku usaha produktif Perempuan di Desa Pakisrejo, Kecamatan Srengat, Kabupaten Blitar. Permasalahan tersebut mencakup keterbatasan akses pasar. Hal ini menjadi isu strategis bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di desa Pakisrejo. Dampak dari tidak tersedianya pasar menjadikan masyarakat mengalami kesulitan untuk menjual dan memasarkan produk lokal, yang berimplikasi pada tinggi rendahnya pendapatan para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Pusat perdagangan di Desa Pakisrejo masih tergolong minim. Belum terdapat pasar desa yang menjadi wadah masyarakat untuk melakukan transaksi.

Masyarakat Desa Pakisrejo yang ingin menjual, memasarkan, dan mempromosikan produknya terkendala oleh faktor minimnya pengetahuan terkait digitalisasi, seperti minimnya kemampuan untuk mendaftarkan produk mereka pada *marketplace*, membuat akun toko *online*, dan pemasaran secara efektif dan efisien. Sehingga, dibutuhkan pengetahuan digitalisasi untuk dapat mengakses pasar *online*. Pengetahuan terkait digitalisasi dapat diberikan melalui kegiatan pelatihan digital marketing kepada para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Oleh karena itu, pengabdian ini bertujuan ingin mendorong pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), terutama pada perluasan akses pasar dengan memanfaatkan digital marketing sebagai peluang bagi usaha produktif perempuan di Desa Pakisrejo, Kecamatan Srengat, Blitar.

## METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan program pengabdian membutuhkan beberapa metode. Terdapat beberapa tahapan atau langkah-langkah dan metode yang dilakukan. Dalam pengabdian ini, setidaknya terdapat lima tahapan inti yang dilakukan yaitu sosialisasi pra pelaksanaan, persiapan pengabdian, pelaksanaan pengabdian, pelaksanaan pendampingan, dan evaluasi kegiatan bagi para pekerja di usaha produktif perempuan (Muhammad Rezha, 2021).

Sosialisasi pra pelaksanaan meliputi aktivitas pemberitahuan kepada pelaku UMKM bahwa akan dilaksanakan pendampingan dan sosialisasi tentang digital marketing untuk mencari pasar yang lebih luas. Persiapan pengabdian dilakukan untuk mengumpulkan informasi mengenai kondisi aktual seperti potensi desa pada sektor UMKM seperti jenis usaha, peluang dan tantangan dan maupun akses pasar. Dari identifikasi tersebut kemudian mempersiapkan materi-materi lapang yang digunakan dalam tahap selanjutnya. Pelaksanaan pelatihan dimaksudkan untuk memberikan pemahaman kepada usaha produktif perempuan dalam pemanfaatan digital marketing guna meningkatkan perekonomian desa (Erdkhadifa, 2022). Tahap selanjutnya adalah pendampingan, setelah dilaksanakan sosialisasi tentang digital marketing kemudian dilakukan pendampingan pada UMKM sampai sejauh mana implementasi digital marketing yang telah disosialisasikan. Sedangkan evaluasi kegiatan dimaksudkan untuk mengetahui keberlanjutan program pengabdian yang telah dilakukan (Prayitno, 2017). Langkah-langkah dalam tahapan pengabdian ini sebagaimana tercantum dalam tabel berikut:

**Tabel 1. Tahapan dan Metode Pengabdian**

No	Tahapan	Langkah	Metode
1.	Sosialisasi Pra Pelaksanaan	Sosialisasi kepada masyarakat desa Pakisrejo	Sosialisasi
2.	Persiapan Pengabdian	Identifikasi potensi basis Desa Pakisrejo	Observasi Lapang
		Identifikasi tenaga kerja Desa Pakisrejo	Observasi Lapang
		Menyiapkan materi lapang terkait digitalisasi	<i>Forum Group Discussion</i>
3.	Pelaksanaan Pengabdian	Pelatihan digitalisasi pada usaha produktif perempuan	<i>Workshop</i>
4.	Pelaksanaan Pendampingan	Pendampingan bagi masyarakat desa yang memiliki kendala	Diskusi Insidental
		<i>Monitoring</i> secara berkala	<i>Forum Group Discussion</i>
5.	Evaluasi Kegiatan	Identifikasi keberhasilan program pengabdian	<i>Post – Test</i>
		Identifikasi faktor penghambat serta solusinya	<i>Forum Group Discussion</i>

## HASIL DAN PEMBAHASAN

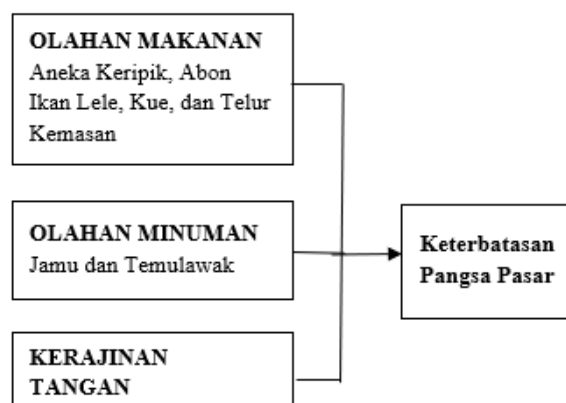
Untuk menjawab persoalan dalam meningkatkan perekonomian Desa Pakisrejo dalam meningkatkan perekonomian melalui pemberian pelatihan dan pendampingan usaha produktif masyarakat terkhusus perempuan dalam peningkatan perekonomian berdasarkan potensi desa, pada dasarnya pengabdian ini melalui lima tahapan inti dan langkah – langkah antara lain sosialisasi pra pelaksanaan, persiapan pengabdian, pelaksanaan pengabdian, pelaksanaan pendampingan dan evaluasi hasil.

### a. Sosialisasi Pra Pelaksanaan

Pada tahap ini tim pengabdian melakukan sosialisasi pada UMKM yang menjadi sasaran pengabdian bahwasanya akan diadakan pelatihan dan pendampingan tentang digital marketing untuk memperluas jangkauan pasar. Tentunya aktivitas ini juga dibantu oleh perangkat desa setempat untuk mengidentifikasi UMKM yang akan menjadi peserta pengabdian.

### b. Persiapan Pengabdian

Tim pengabdian melakukan serangkaian persiapan meliputi identifikasi kondisi perekonomian Desa Pakisrejo yang masih memiliki beragam persoalan salah satunya adalah masalah kesejahteraan, sulitnya akses masyarakat terhadap pusat perdagangan, belum terdapat pasar desa yang menjadi wadah masyarakat untuk memperjual belikan barangnya. Mengidentifikasi berbagai sektor UMKM yang potensial dan diproyeksikan mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Setelah mengidentifikasi, kemudian mempersiapkan materi yang sesuai dengan tingkat pengetahuan para pelaku UMKM agar sosialisasi dan implementasi dapat memenuhi harapan tim pengabdian. Tim Pengabdian menyiapkan seluruh keperluan dan kebutuhan petugas pelatihan, yang berkaitan dengan seluruh peralatan dan perlengkapan dasar, serta mempersiapkan mekanisme dan prosedur yang akan dilaksanakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian. Kelima, Tim Pengabdian menulis buku pedoman, sebagai acuan dan media dalam mempermudah memahami digitalisasi bagi pelaku usaha



**Gambar 1. Identifikasi Permasalahan Pengembangan Usaha Rumah Tangga di Desa Pakisrejo**

### c. Pelaksanaan Pengabdian

Pada tahap ini dilakukan sosialisasi tentang digital marketing kepada pelaku UMKM. Pelaksanaan pelatihan dimaksudkan untuk memberikan pemahaman bagi para pelaku usaha rumah tangga perempuan mengenai penggunaan media sosial dalam

perluasan pangsa pasar dan pengenalan penggunaan e-commerce dalam perluasan pangsa pasar (Kamal et al., 2021). Dalam hal ini, Tim Pengabdian memberikan pelatihan melalui kegiatan workshop yang dilakukan di Desa Pakisrejo mengenai cara memperluas pangsa pasar dengan memanfaatkan media sosial dan e-commerce. Dalam hal ini, Tim Pengabdian juga menjelaskan mengenai cara mendaftar sebagai anggota di aplikasi e-commerce, tata cara mengunggah produk yang dipasarkan, dan cara mengelola akun bisnis dengan tepat



**Gambar 2.** Pelaksanaan Pelatihan Pendampingan Penggunaan Media Sosial dan *E-Commerce*

#### d. Pelaksanaan Pendampingan

Setelah melaksanakan pelatihan, selanjutnya tim pengabdian melakukan pendampingan kepada para pelaku usaha rumah tangga perempuan di Desa Pakisrejo, Kecamatan Srengat, Kabupaten Blitar, yang dibuka dengan pemaparan materi pemanfaatan teknologi, kendala yang akan dihadapi, alternatif solusi, serta melakukan monitoring secara berkala untuk memastikan kelancaran proses implementasi hasil pelatihan yang telah dilaksanakan sebelumnya.

Selama tahap pelaksanaan pendampingan, terdapat dua persoalan utama yang dihadapi oleh para pelaku usaha rumah tangga perempuan di Desa Pakisrejo mencakup : Pertama, para pelaku usaha rumah tangga perempuan agar lebih mengetahui dan memahami cara menggunakan media sosial dalam memperluas pangsa pasar, seperti cara pembuatan akun, cara mendaftar sebagai anggota, mengunggah produk yang akan dipasarkan agar dapat meningkatkan nilai ekonomis yang lebih tinggi, serta mengelola akun bisnis, misalnya pada Shopee, Tiktok Affiliate, Instagram Business, dan beberapa platform e-commerce lainnya. Oleh karena itu, Tim Pengabdian memberikan pendampingan mengenai pendaftaran anggota dan pengelolaan akun bisnis, terutama pada platform yang sering diakses masyarakat.

Kedua, para pelaku usaha rumah tangga perempuan masih mengalami kesulitan dalam menggunakan e-commerce dalam memperluas pasar. Hal ini dikarenakan, selama ini mayoritas masyarakat termasuk para pelaku usaha rumah tangga perempuan cenderung lebih sering menggunakan e-commerce untuk membeli barang dan kebutuhan lain. Dalam mengelola akun e-commerce agar dapat stabil diperlukan perencanaan yang tepat dan dilakukan secara berkelanjutan, agar hasil yang didapatkan dapat maksimal. Oleh karena itu, Tim Pengabdian memberikan pendampingan dalam memasarkan produk olahan makanan, olahan minuman, kerajinan tangan untuk dapat memasuki pasar digital.



**Gambar 3.** Kolaborasi Pelaku Usaha Rumah Tangga Perempuan dengan Tim FEB UB

#### e. Evaluasi

Berdasarkan hasil review dari pelaksanaan pelatihan tersebut, peserta memiliki keterampilan dan kemampuan dalam menggunakan sosial media yang dapat meningkatkan peluang dan memperluas jangkauan pangsa pasar, yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Evaluasi kegiatan pendampingan pengabdian digital marketing pada usaha produktif melalui metode pra pelaksanaan persiapan pengabdian, pelaksanaan pelatihan, pelaksanaan pendampingan, dan evaluasi kegiatan. Tingkat keberhasilan ditandai dengan semakin banyaknya para pelaku usaha rumah tangga perempuan yang mengetahui dan memahami cara menggunakan media sosial dalam memperluas pangsa pasar serta para pelaku usaha rumah tangga perempuan menjadi lebih mudah dalam menggunakan *e-commerce* setelah mengikuti kegiatan pengabdian.

Dari hasil post test menunjukkan bahwa sekitar 60% pelaku UMKM sudah membuka toko di marketpalce. Peserta pengabdian juga sudah paham bagaimana cara membut foto yang bagus untuk produk serta menguplod produk di marketpalce. Ada peningkatan penjualan yang cukup baik ketika pelaku UMKM membuka di marketplace. Dari hasil pengabdian ini dapat dikatakan bahwa program pengabdian ini dapat dikatakan berhasil dan sesuai dengan tujuan diadakanya program pengabdian dan tentunya sesuai dengan harapan tim pengabdian.

## KESIMPULAN

Pelaksanaan program pendampingan pengabdian berhasil dilaksanakan. Hal ini ditandai dengan antusias masyarakat dalam mengikuti pelatihan digital marketing, memahami sistem digital dan *e-commerce*. Kegiatan ini dikatakan berhasil karena 60 % pelaku UMKM yang menjadi peserta workshop telah mampu mengimplementasikan materi yang telah dijelaskan. Hal ini juga ditandai dengan adanya peningkatan penjualan karena dengan menggunakan market place jangkauan pasar semakin luas sehingga mampu menjangkau konsumen yang jauh lebih luas.

Kegiatan pendampingan pengabdian digitalisasi pada usaha produktif perempuan dalam peningkatan perekonomian desa Pakisrejo, kecamatan Srengat ternyata sangat dibutuhkan oleh masyarakat di desa Pakisrejo, karena dapat menjadi wadah yang mendukung para pelaku usaha perempuan dalam mengelola dan memasarkan produk mereka menggunakan digital marketing. Saat ini, transaksi pangsa pasar tidak hanya terbatas secara fisik, akan tetapi meluas hingga tidak terbatas ruang dan waktu. Dengan demikian, upah dan penghasilan masyarakat dapat meningkat. Hal tersebut juga dapat meningkatkan kesejahteraan dari para pelaku usaha perempuan dan keluarganya.

Kedepannya, diharapkan masyarakat dapat mengembangkan produk UMKM dan memperluas akses pasar dengan menggunakan platform digital. Saran terkait pengembangan program pengabdian yaitu kegiatan ini dapat berkelanjutan dalam jangka panjang.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Universitas Brawijaya yang telah memberi hibah pengabdian masyarakat. Selain itu, terima kasih juga diucapkan kepada mitra kolaborasi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, khususnya usaha produktif yang dipimpin oleh perempuan yang berkontribusi pada pengembangan ekonomi Desa Pakisrejo di Kecamatan Srengat, yang dengan sukarela terlibat dalam kolaborasi dan sinergi dalam kegiatan pelayanan masyarakat. Selain itu, terima kasih juga kami sampaikan kepada semua yang telah memberikan bantuan signifikan, yang memungkinkan proyek pelayanan masyarakat ini berjalan lancar.

## DAFTAR RUJUKAN

- Artanto, A. T., Haryono, N., & Sholihatin, E. (2022). Digitalization of micro , small and medium enterprises in building business resilience in the new normal era. *Journal of Governance and Administrative Reform*, 3(2), 163–180.
- Ascharisa Mettasatya Afrilia. 2018. Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi. *Jurkom, Riset Komunikasi*1 (1). Hal 147–157.
- Erdkhadifa, R. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi Di Jawa Timur Dengan Pendekatan Spatial Regression. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(2), 122–140. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i2.729>.
- Mardiyaturrahma, A., Wasiqoh, A., & Sutanto, Y. P. (2022). Digitalisasi Pemasaran Produk UMKM dengan Pemanfaatan Whatsapp Business di Desa Karanggayam Srengat Kabupaten Blitar. *Pengabdian Dan Pemberdayaan Nusantara*, 4(2), 175–181.
- Muhammad Rezha. (2021). Pengaruh Upah Minimum terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Kota Makassar. 4(1), 1–23.
- Kamal, K., Makmur, J., Makmur, M. A., & Ibrahim, M. R. (2021). Aksesibilitas media online pada Masyarakat Pedesaan di Kecamatan Bua Kabupaten Luwu. *Jurnal Pekommas*, 6(2), 33–40. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2021.2060205>.
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil IndustriRumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Prayitno, U. S. (2017). REVOLUSI MENTAL DALAM PERSPEKTIF BUDAYA JAWA : ANALISIS MELALUI PEMIKIRAN PIERRE BOURDIEU Mental Revolution in Javanese Cultural Perspective : The Pierre Bourdieu ' s Thinking Analysis Ujianto Singgih Prayitno. *Aspirasi*, 8(2), 223–234. <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/aspirasi/article/view/1267>.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.
- Putri, Y. M., Rahmawati, S., & Permai, V. N. (2023). Peran Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata dalam Pemulihan Ekonomi di Desa Ngaglik: Study tentang Pemulihan Ekonomi pada UMKM Jamur Krispi Mak Rin. *Jurnal Nusantara Mengabdi*, 2(2), 87–97. <https://doi.org/10.35912/jnm.v2i2.1720>.

Sriyono, & Nugraheni. (2012). Pembuatan Keripik Umbi Talas (*Colocasia giganteum*) Dengan Variabel Lama Waktu Penggorengan Menggunakan Alat Vacuum Fryer. Teknik Kimia, Diploma II, 1–14.