

PERAN PEMERINTAH DESA TANAHBAYA DALAM UPAYA PENINGKATAN EKONOMI BERBASIS UMKM

¹Ahmad Arif, ² Vina Septiani, ³ Kurniawan Sujatmiko

¹ Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri
Purwokerto, Indonesia
Email: skbarif9@gmail.com

² Perbankan Syariah, Fakultas, Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri
Purwokerto, Indonesia
Email : vinaseptiani059@gmail.com

³ Hukum Keluarga Islam, Fakultas Syariah, UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto,
Indonesia
Email : Sujatmiko221099@gmail.com
UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Abstrak

Pemerintah berupaya mendorong pertumbuhan ekonomi berawal dari desa. desa berupa sumberdaya alam, budaya, pengetahuan, teknologi, maupun SDM yang kreatif dan inovatif terus dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Penelitian ini bertujuan memberikan deskripsi serta gambaran tentang fenomena dan kondisi yang tersedia di Desa tanahbaya yang diberdayakan melalui kegiatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Bentuk usaha UMKM mampu mendorong pertumbuhan ekonomi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif eksploratif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dengan pelaku UMKM dan dokumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa potensi sumberdaya dikembangkan dan diberdayakan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kegiatan perekonomian untuk mensejahterakan masyarakat.

Kata Kunci : Pengembangan; Potensi Lokal ; UMKM

Abstract

The government is trying to encourage economic growth starting from the village. villages in the form of natural resources, culture, knowledge, technology, and creative and innovative human resources are continuously developed to meet the needs of the community. This study aims to provide a description and description of the phenomena and conditions available in Tanahbaya Village which are empowered through Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) activities. The UMKM business form is able to encourage economic growth. This study uses an exploratory qualitative approach. Data collection was carried out through observation, interviews with UMKM actors and documents. The results

of this study indicate that potential resources are developed and empowered in order to meet needs and increase economic activity for the welfare of society.

Keywords: *Development; Local Potential; UMKM*

PENDAHULUAN

Pada tahun 2022 Kabupaten Pemalang merupakan salah satu daerah yang termasuk dalam kategori dengan kemiskinan ekstrim, sebab angka kemiskinannya mencapai 15,02%. Oleh karena itu berbagai upaya dilakukan oleh pemerintah daerah untuk menurunkan prosentase kemiskinan ekstrim tersebut. Selaras dengan harapan dari Gubernur Jawa Tengah sendiri yang menargetkan bahwa Jawa Tengah untuk tahun 2024 mendatang angka kemiskinan harus mencapai angka 0%.(Afanin, 2023)

Dalam konsep kemiskinan ekstrim ini terdapat beberapa masalah di dalamnya antara lain ketidakmampuan dalam memenuhi kebutuhan makanan, air minum bersih, sanitasi layak, kesehatan, tempat tinggal, pendidikan dan juga masalah lainnya. Di Desa Tanahbaya sendiri untuk permasalahan terkait rumah tinggal seperti tidak adanya septi tank atau tempat pembuangan limbah kotoran manusia. Itu juga menjadi salah satu faktor penyebab munculnya permasalahan lain seperti masalah kesehatan yaitu adanya penyakit prambusia. Dan masih banyak lagi permasalahan-permasalahan lainnya. Terkait dengan masalah kemiskinan ekstrim sebenarnya pemerintah desa juga mempunyai peran penting dalam upaya menurunkan angka kemiskinan ekstrim tersebut. Melalui peningkatan perekonomian masyarakat desa dengan berbagai kegiatan-kegiatan usaha yang bernilai ekonomi seperti menciptakan UMKM. Dengan aset atau potensi yang ada di desa berupa hasil alam maupun dengan aset berupa SDMnya yang kreatif menjadi faktor penggerak yang bisa dikembangkan serta diberdayakan oleh pemerintah desa dalam upaya peningkatan perekonomian masyarakat desa.

Menghadapi berbagai permasalahan kemiskinan upaya baik dilakukan di Desa Tanahbaya menuju masyarakat dengan ekonomi lebih maju. Dibentuklah Kelompok Usaha Bersama (KUB) yang melibatkan warga masyarakat serta perangkat desa. Kelompok ini diadakan sebagai upaya pemberdayaan SDM yang ada di Desa terutama dalam bidang bisnis yaitu UMKM. Proses pemberdayaan ini langsung menggunakan metode praktis untuk bisa diaplikasikan dalam kegiatan ekonomi yang di adakan. Mengutip dari jurnal penelitian (Alter Maykel Ruru dkk) yang berjudul Peran Pemerintah Desa Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Yang Ada Di Desa Ranolambot Kecamatan Kawangkoan Barat, tentang pengertian ekonomi desa.

Menurut Suhardjo, pengertian ekonomi desa adalah berbagai macam kegiatan mengandung unsur ekonomi yang dapat menjadi tumpuan bagi perputaran perekonomian di sebuah desa. Artinya kegiatan yang dimaksud tidak hanya sebatas pada profesi petani. pernyataan ini dianggap sesuai dengan gambaran kondisi pedesaan saat ini. Dengan demikian berkembangnya teknologi, masyarakat desa tidak hanya berkutat pada perofesi petani dan nelayan saja. Sebab berbagai macam sektor industri seperti pariwisata maupun industri kreatif, saat ini dapat menjadi tumpuan bagi peningkatan perekonomian di sebuah desa.

Berdasarkan kutipan diatas, bisa dipahami bahwa meskipun rata-rata profesi masyarakat desa adalah sebagai petani dan nelayan, tidak menutup kemungkinan dengan pesatnya perkembangan teknologi yang semakin maju banyak lahir industri-industri yang lain, seperti industri dibidang pengolahan makanan khas, industri konveksi dan lain sebagainya. Peningkatan dan pemerataan perokonomian masyarakat bukan hanya kewajiban dan tanggung jawab dari pemerintah pusat tetapi juga merupakan kewajiban dan tanggung jawab dari pemerintah desa. Karena jika hanya dibebankan kepada pemerintah pusat maka akan sangat sulit terjadi peningkatan dan pemerataan ekonomi pada tingkat daerah terutama desa, yang mengakibatkan terjadinya ketimpangan ekonomi antara orang kaya dan miskin. Maka dari itu peranan pemerintah desa sangat dibutuhkan untuk mendampingi dan memfasilitasi supaya perkembangan di sektor perekonomian desa bisa meningkat. Tentu dalam hal ini pemerintah desa juga membutuhkan masyarakat desa secara keseluruhan, dengan memanfaatkan potensi dan sumberdaya diberbagai bidang yang ada di desa.

Kenyataannya pengembangan sumber daya ekonomi masyarakat desa masih belum optimal, seperti yang telah diketahui bahwa ketersediaan dana dapat mendukung atau menghambat pembangunan. Kondisi keterbatasan dana yang ada mempunyai pengaruh terhadap pembangunan ekonomi yang dilakukan. Pemerintahan desa harus selalu memantau dan mendampingi masyarakat.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan ABCD (*Asset Based Community Development*) dimana pendekatan ini berbasis aset, kekuatan serta potensi yang ada yang mendasari tujuan penelitian dengan menganalisis permasalahan-permasalahan yang timbul melalui program pengabdian masyarakat dalam pelatihan pembuatan telur asin. Objek penelitian merupakan orang-orang yang mengetahui informasi dari penelitian sebagai pelaku yang memahami objek penelitian. (Bungi, 2016)

Metode ABCD (*Asset Base Community Development*) merupakan sebuah pendekatan, metode ABCD adalah jenis pendekatan kritis yang masuk dalam lingkup pengembangan masyarakat berbasis pada kekuatan dan aset yang dipunyai masyarakat. Pendekatan ini menekankan pada inventarisasi aset yang terdapat di dalam masyarakat yang dipandang mendukung pada kegiatan pemberdayaan masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. SECERCAH TERKAIT DESA TANAHBAYA DAN UMKMNYA



Gambar 1.1 Penampakan Desa Tanahbaya Bagian Depan

Membicarakan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) merupakan topik yang sangat menarik, terutama dengan adanya pandemi covid-19 yang melanda dunia mulai akhir 2019 lalu. Pandemi covid-19 menimbulkan dampak yang luar biasa yang mempengaruhi kondisi ekonomi dan kehidupan masyarakat. Terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2020 menyebabkan perekonomian mengalami kontraksi pertumbuhan sebesar 2,07 persen atau -2,07 dibandingkan tahun 2019. Salah satu sektor atau pihak yang sangat terdampak dari pandemi covid-19 adalah sektor UMKM (Hidayat, 2023).

Desa Tanahbaya merupakan desa yang masyarakatnya sadar tentang kewirausahaan, sudah sejak lama masyarakat desa Tanahbaya bergelut dibidang wirausaha, mulai dari usaha jual beli minyak sampai usaha produksi makanan ringan dan masih banyak lainnya. Potensi yang terdapat di Desa Tanahbaya meliputi pertanian dan perkebunan, peternakan dan perikanan, kuliner dan pangan olahan, kerajinan, dan pariwisata. Dalam mengoptimalkan peran UMKM telah dikembangkan inovasi, kreativitas dan teknologi. Pengembangan UMKM tersebut dilakukan oleh Pemerintah Desa melalui BUM Desa, forum UMKM bekerjasama dengan akademisi, inovator dan Dinas terkait di Kabupaten Pematang Jaya. Bentuk pembinaan dan pendampingan diantaranya pemasaran produk dan pengolahan hasil pertanian. Artikel ini mencoba memaparkan pemberdayaan masyarakat supaya perekonomian desa semakin maju dan terus berkembang. Hasilnya, berbagai kegiatan UMKM yang diadakan sesuai dengan forum UMKM Desa memberikan pengaruh yang positif bagi warga, termasuk para pelaku UMKM desa.

Pertumbuhan ekonomi nasional sangat ditentukan oleh dinamika perekonomian daerah, sedangkan perekonomian daerah pada umumnya ditopang oleh kegiatan ekonomi berskala kecil dan menengah. Unit usaha yang masuk dalam kategori Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan urat nadi perekonomian daerah dan nasional. Jumlah UMKM di desa Tanahbaya sekitar 9 UMKM, tetapi dari 9 itu yang sekarang masih aktif ada 3 UMKM yang terdiri dari, dua UMKM yang berpotensi untuk dikembangkan di Desa Tanahbaya wilayah prajan yaitu UMKM "Aroma Jaya Snack" dan UMKM produksi sabun cuci piring "Ben Resik". Dan juga ada satu UMKM yang dikembangkan di wilayah Tegal Panjang yaitu jasa konveksi. Perkembangan UMKM di Desa Tanahbaya masih terhambat

sejumlah persoalan antara lain UMKM lemah dalam segi permodalan dan segi manajerial (kemampuan manajemen, produksi, pemasaran dan sumber daya manusia), serta masalah yang muncul dari pihak pengembang dan pembina UMKM. Misalnya solusi yang diberikan tidak tepat sasaran, tidak adanya monitoring dari pihak pemerinyah desa makanya dari ke Sembilan UMKM di desa hanya ada beberapa yang masih aktif karena banyak yang terhambat karena tidak ada modal untuk melanjutkan usaha. Ada beberapa permasalahan umkm desa Tanahbaya seperti modal terbatas pemasaran produk UMKM.

Untuk menjawab permasalahan yang dihadapi Pelaku umkm dan merealisasikan solusinya, maka dilakukan beberapa kegiatan sebagai berikut :

a. Pengenalan internet sebagai sarana meluaskan jangkauan pemasaran para pelaku UMKM Desa Boja diharapkan mampu mengoperasikan komputer dan dapat mengenal internet lebih mendalam. Pemberian materi mengenai internet ini diarahkan untuk menjadi pendukung pemasaran lewat media sosial. Pemasaran lewat media sosial dengan memanfaatkan internet pada zaman ini juga akan dijelaskan pada sesi ini. Sesi yang pertama dan kedua ini akan dilakukan pada hari yang bersamaan.

b. Pembuatan Media Sosial bagi Pelaku UMKM dan Konten Marketing dalam Media Sosial Dalam pembuatan media sosial ini akan dipandu bagaimana cara membuat akun media sosial bagi pelaku UMKM Desa Boja karena akun bisnis berbeda dengan akun pribadi dalam media sosial. Pengisian kontennya juga perlu didampingi agar dapat memanfaatkan berbagai fitur dalam konten media sosial.

c. Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Strategi dibutuhkan dalam pemasaran. Strategi dalam media social ini berperan agar barang dagangan maupun jasa yang ditawarkan para pelaku UMKM Desa Boja mendapat jangkauan yang luas kepada masyarakat. Selain itu, strategi ini dibutuhkan dalam pemenangan pangsa pasar di media sosial.

d. Pendampingan UMKM Desa Boja. Strategi dalam media social pun belum cukup karena diperlukan pendampingan agar bisnis dapat dikembangkan secara berkelanjutan. Dalam pendampingan ini akan dijelaskan mengenai maintenance strategi dalam bagi pelaku UMKM Desa Boja. Perawatan dan Pengembangan strategi sangat dibutuhkan agar para pelaku UMKM Desa Boja dapat berlangsung lama dalam berbisnis. (Budimas, 2021)

Berdasarkan paparan diatas, peran pemerintah desa bagi kemajuan dan keberlangsungan UMKM di lingkungan masyarakat Tanahabaya sangatlah penting, terlebih lagi Pengembangan UMKM sendiri merupakan produk program besar pemerintah. Dengan saling bekerja sama antara masyarakat dan pihak terkait terutama pemerintah desa, yang mana pemerintah desa sebagai pendamping dan menjembatani para pelaku UMKM, agar bisa membantu masyarakat dalam mengembangkan UMKM desa dan mesnsejahterakan masyakat di Desa.

B. PERAN UMKM DALAM PEMBERDAYAAN

Istilah UMKM sudah sangat populer dan sering digunakan dalam setiap kegiatan-kegiatan. Lantas apa sebenarnya definisi UMKM (usaha mikro kecil dan menengah) tersebut. Sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 UMKM didefinisikan sebagai berikut:

- Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang atau perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam peraturan pemerintah ini.
- Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang 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 menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil.
- Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan. (Hidayat, 2023)

Menurut Pasal 6 UU No.20 Tahun 2008 tentang kriteria UMKM dalam bentuk permodalan adalah sebagai berikut:

- 1) Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut: i. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau ii. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- 2) Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut: i. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau ii. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,0 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- 3) Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut: i. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau ii. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Tujuan memberdayakan UMKM desa yang pertama yaitu :

Pertama adalah menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan pelaku UMKM menjadi usaha yang Tangguh dan mandiri, kedua adalah meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan pekerjaan, pemerataan, pendapatan, pertumbuhan ekonomi dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

Widiyanto (2010) yang berjudul “strategi pengembangan UMKM di Jawa tengah” bertujuan untuk mengkaji mengenai adaptasi teknologi, modal kerja, pemasaran, inovasi, wirausaha, dan akses modal kerja dalam rangka membangun strategi pengembangan UMKM di Jawa Tengah. Dari hasil penelitian dengan menggunakan alat analisis deskriptif kuantitatif, maka diperoleh hasil sebagai berikut: potensi UMKM di provinsi Jawa Tengah terletak pada sektor industri pengolahan, pertanian, kehutanan, perikanan dan peternakan. Keterbatasan inovasi dan tingkat adaptasi cukup tinggi. Sektor unggulan adalah industri

pengolahan kreatif karena tingkat replikasi pesaing sangat rendah dan mampu menjadi icon product atau branding. Keterbatasan UMKM dalam menghadapi keunggulan kompetitif adalah ekspansi pasar, aksesibilitas keuangan ke perbankan, kemampuan SDM rendah.

C. PENDAMPINGAN UMKM

Desa Tanahbaya memiliki beberapa program pemberdayaan masyarakat berbasis UMKM sebagai solusi permasalahan ekonomi melalui beberapa kegiatan antara lain :

1. Pengenalan Internet Sebagai Sarana Meluaskan Jaringan Pemasaran



Gambar 1.2 Proses Pendampingan website dan internet

Seiring perkembangan teknologi yang cukup pesat, persaingan usaha baik usaha kecil maupun usaha menengah pun cukup ketat. Oleh karena itu, saat ini baik usaha kecil maupun menengah berlomba-lomba melakukan digitalisasi usaha. Hal itu bertujuan mengikuti perkembangan teknologi yang semakin hari semakin canggih. Banyak sekali UMKM yang mengembangkan usahanya menggunakan teknologi berbasis internet, seperti: membuat website untuk melakukan digital marketing sampai dengan memiliki E – Commerce. Nyatanya, digitalisasi UMKM dinilai memiliki banyak manfaat. Nah, lalu, apa saja manfaat digitalisasi UMKM? Berikut adalah 4 manfaat digitalisasi UMKM bagi yang perlu kamu ketahui versi Kemen Kominfo yaitu :

a) Memperluas jangkauan

Digitalisasi UMKM memungkinkan pelaku usaha memiliki jangkauan pemasaran yang lebih luas bahkan bisa sampai ke pelosok negeri. Selain itu, UMKM juga dapat menjangkau pengguna smartphone yang semakin marak. Seperti yang kita ketahui, perubahan gaya hidup masyarakat yang lebih menyukai belanja online dibandingkan konvensional membawa keuntungan tersendiri bagi UMKM. Artinya UMKM dapat menggunakan website dan aplikasi mobile sebagai sarana untuk memasarkan produknya.

b) Meningkatkan pendapatan

Pastinya, semakin luas jangkauan pemasaran suatu bisnis maka penghasilan pun akan meningkat. Hal tersebut karena semakin luas jangkauan pemasaran akan diiringi dengan peningkatan penjualan. Apalagi jika pelaku bisnis UMKM menggunakan media sosial untuk memasarkan produknya.

c) Mempermudah transaksi

Pembayaran digital akan memudahkan UMKM dan konsumen.

d) Mengikuti trend

Digitalisasi membuat UMKM beradaptasi dengan kebiasaan masyarakat sehingga lebih kekinian. (Diskominfo, 2022)

Pengenalan internet adalah salah satu upaya untuk mengenalkan kepada masyarakat terkait penggunaan internet dengan bijak, terutama kepada pelaku UMKM guna meluaskan jaringan pemasaran. Pengenalan internet ini dimulai dari pelatihan pengelolaan website terlebih dahulu. Yang menjadi sasaran kegiatan ini terlebih dahulu yaitu kepada keseluruhan perangkat desa, kemudian diharapkan ilmunya dapat disalurkan kepada masyarakat, pada khususnya pelaku UMKM. Dengan pengenalan internet ini, UMKM dapat memperluas pemasaran produknya. Karena dengan internet, pemilik UMKM tidak hanya melakukan pemasarannya secara offline saja tapi juga dengan hanya bermodalkan handphone produk yang dibuat tetap akan laku terjual.

2. *Upgrading Soft Skill* UMKM



Gambar 1.3 kegiatan pendampingan UMKM dan *upgrading softskill*

Di era sekarang ini, para pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. UMKM yang memiliki akses online, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan *ecommer*, biasanya akan menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing akan tetapi, masih banyak UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan media digital dan belum mengerti seberapa besar manfaat dan peranan penggunaan media digital tersebut. (Wardhana, 2018)

Strategi pemasaran memiliki peran penting bagi pemilik usaha, karena dengan adanya strategi pemasaran pemilik UMKM bisa mengenali tips dan trik yang cocok dalam pemasaran untuk produknya. Upaya pengenalan strategi pemasaran yang dilakukan salah satunya dengan riset pasar. Riset pasar dilakukan ke beberapa supermarket dan tempat pusat oleh-oleh daerah. Riset ini dilakukan untuk mengetahui kemasan produk yang sudah masuk jalur pemasaran yang lebih luas. Dari riset tersebut dapat diketahui apa saja yang menjadi syarat kemasan produk untuk pemasaran yang lebih luas. Seperti salah

satunya adalah legalitas atau izin usaha dari produk. Dengan adanya legalitas dari produk dan dicantumkan di dalam kemasan, pemilik usaha akan lebih tenang untuk memasarkan produknya pada sasaran pasar yang lebih luas. Selain legalitas, kemasan juga harus dibuat seaman dan semenarik mungkin sehingga menarik pelanggan-pelanggan dari luar daerah.

Salah satu media digital marketing yang sering digunakan adalah *Google* Bisnis. *Google* Bisnis merupakan aplikasi gratis yang dapat digunakan untuk membantu agar bisnis para pelaku UMKM dapat ditemukan di berbagai produk *Google*, seperti di *Maps* dan penelusuran. Jika pelaku UMKM menjalankan bisnis yang melayani pelanggan di lokasi tertentu, atau melayani pelanggan di area layanan yang ditentukan, *Google* Bisnis dapat membantu orang lain menemukan bisnis UMKM tersebut. (Ridwan, 2019)

Media lain yang juga seringkali digunakan dalam digital marketing adalah media sosial, salah satunya *Instagram*. *Instagram* memiliki fitur Akun Bisnis yang memudahkan pelaku bisnis untuk membuat profil bisnis di *Instagram* dan mengoptimalkan kegiatan bisnis dengan memanfaatkan media sosial tersebut. Dengan fitur ini, perusahaan dengan berbagai ukuran dapat memperkenalkan profil bisnisnya, memperoleh *database Customer* dan relasi jasa ekspedisi agar mempermudah pengiriman barang dan jasa sesuai tujuan, serta memperluas *Branding* untuk mengembangkan bisnis. (Rachmwati, 2018)

KESIMPULAN

Peran pemerintah desa menjadi penting untuk mengatasi berbagai permasalahan ekonomi masyarakat. Pemberdayaan masyarakat melalui UMKM yang ada menjadi salah satu solusi untuk mengatasinya. Pemberdayaan tersebut dilakukan dalam berbagai kegiatan pengenalan strategi digital marketing.

Melalui kegiatan pelatihan pengelolaan website guna memperluas jaringan pemasaran, pengenalan strategi pemasaran khususnya terkait kemasan produk. Diharapkan setelah pendampingan ini masyarakat dapat mengimplementasikan pengetahuan tentang pemasaran, kewirausahaan dan perkoperasian kedalam praktek sehari hari. Pendampingan pemasaran, kewirausahaan dan perkoperasian bagi pelaku usaha mikro (UMKM) ini sebaiknya ada tindak lanjutnya, untuk mengetahui sejauh mana perkembangan kinerja UMKM apakah masyarakat menerapkan ilmu pemasaran, kewirausahaan yang diperoleh selama pendampingan dan pelatihan. Koperasi berbadan hukum dan UMKM yang ingin mendapatkan legalitas terus diselesaikan perizinanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afanin, F. (2023). *brebes dan pemalang masuk daftar tingkat kemiskinan tertinggi, ini penyebabnya*. Okezone. <https://economy.okezone.com>
- Budimas. (2021). Pemanfaatan Media Sosial dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Desa Boja. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 03(01), 03–104.
- Bungi, B. (2016). *Penelitian kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publ, dan Ilmu Soial lainnya*. Kencana.
- Diskominfo. (2022). *Apa Manfaat Digitalisasi UMKM*. Diskominfo Kabupate Bandung. diskominfo.bandungkab.go.id
- Hidayat, N. (2023). *Mengenal Program Peminaan UMKM Kemenkeu Satu Tahun 2023*. Kementerian Keuangan Republik Indoesia.
- Rachmwati, F. (2018). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*. UIN Sunan Ampel Surabaya Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
- Ridwan, M. (2019). Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemsaran pada UKM Warung Angkringan “WAGE” Bandung. *Jurnal AbdiMas BSI*, 2(1), 137–142.
- Wardhana, A. (2018). *Strategi Digital Marketing dan Impliksinya pada Keuangan Bersaing UKM di Indonesia*. Forum Keuangan dan Bisnis IV.