

MEMBANGUN MINDSET PELAKU UMKM TERHADAP DIGITAL MARKETING

Riza Rachman^{1*}, Dian Widiarti²⁾, Nur Faiza³⁾, Novita Retnowati⁴⁾ Mariatur R⁵⁾, Lusi Purwanti⁶⁾

^{1,2,3,4,5,6}, Prodi Bisnis Digital, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

*Email Korespondensi : dian.widiarti@unars.ac.id

Abstrak

Digital mindset adalah cara berpikir atau mentalitas yang memungkinkan seseorang untuk menghadapi dan memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Hal ini melibatkan sikap terbuka terhadap perubahan, kemauan untuk terus belajar, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang selalu berubah. Pentingnya *digital mindset* yaitu dapat menjadi penentu keberhasilan dalam pemanfaatan teknologi. *Digital mindset* mendorong untuk terus berinovasi dan mengembangkan kreativitas. Orang dengan mentalitas ini cenderung mencari cara baru untuk menyelesaikan masalah dan meningkatkan proses kerja. Dimana dengan menguasai teknologi bisa membuka pintu untuk peluang karier yang lebih luas dan kemampuan untuk beradaptasi dengan teknologi baru serta berkontribusi pada pertumbuhan usaha. Adanya pemahaman mengenai pentingnya *digital marketing* diharapkan para pelaku UMKM dapat lebih cepat beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang sangat dinamis. *Digital marketing* memiliki peran penting bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam membangun bisnis mereka. Tujuannya adalah dengan *digital marketing* memungkinkan UMKM untuk meningkatkan eksposur *online* yaitu menggunakan *platform digital* sehingga bisnis UMKM dapat ditemukan lebih mudah oleh calon pelanggan, UMKM juga dapat menasar *audiens target* secara lebih akurat. Ini memungkinkan UMKM untuk fokus pada orang-orang yang berpotensi tertarik dengan produk atau layanan yang mereka tawarkan. Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilakukan dalam tiga tahap, yaitu tahapan persiapan dengan berkoordinasi dengan Rumah BUMN Situbondo untuk dapat mengundang para pemilik UMKM dalam kegiatan pengabdian, tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian dengan teknik *forum group discussion*, dan tahapan evaluasi yaitu mengukur pencapaian tujuan dan dampak positif dari kegiatan pengabdian terkait wawasan baru yang telah diperoleh melalui penyebaran kuisisioner. Luaran yang diharapkan dari kegiatan ini adalah artikel pengabdian yang dimuat dalam prosiding.

Kata kunci : digital mindset, UMKM, marketing

Abstract

A digital mindset is a way of thinking or mentality that allows one to face and use digital technology optimally. It involves an open attitude to change, a willingness to continue learning, and the ability to adapt to an ever-changing environment. The importance of digital mindset is that it can be the determinant of success in the use of technology. Digital mindset encourages to continue to innovate and develop creativity. People with this mentality tend to find new ways to solve problems and improve work processes. Where mastering technology can open the door to broader career opportunities and the ability to adapt to new technologies as well as contribute to business growth. There is an understanding of the importance of digital marketing and it is expected that MSME's actors will be able to adapt more quickly to the changing dynamic business environment. Digital marketing has an important role for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSME's) in

building their business. The goal is to enable MSME's to increase online exposure using digital platforms so that MSME's business can be found more easily by potential customers, MSME's can also target audiences more accurately. This allows MSME's to focus on people who are potentially interested in the products or services they offer. The implementation of the community service is carried out in three stages, namely the preparatory stage by inviting the owners of the MSME's in the activities of devotion, the stage of execution of the devotion activities with the technique of forum group discussion, and the evaluation stage of measuring the achievement of the objectives and the positive impact of the dedication activities related to new insights that have been acquired through the dissemination of questionnaires. The expected output of this activity is a dedication article loaded in the proceedings.

Keywords : digital mindset, UMKM, marketing

PENDAHULUAN

Membangun mindset digital bagi pelaku UMKM adalah langkah penting untuk mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital, meskipun pada prakteknya perubahan mindset itu memerlukan waktu dan kesabaran serta dukungan yang tepat untuk dapat memanfaatkan teknologi digital. Literasi digital menjadi salah satu tantangan dalam merubah mindset pelaku UMKM untuk dapat bersaing dalam bisnis digital. Berdasarkan sumber dari laman kompas.com, masih terdapat 21 persen pelaku UMKM yang menggunakan teknologi digital, meskipun sebanyak 74,2 persen UMKM mengetahui adanya e-commerce. Merubah mindset pelaku UMKM agar dapat memaksimalkan pemanfaatan digital memerlukan pendekatan yang holistic, salah satunya dengan cara pendidikan dan pelatihan dengan mengedukasi teknologi digital yaitu tentang manfaat dan cara menggunakannya. Berbagi cerita sukses UMKM yang telah beralih ke bisnis digital juga dapat membantu menginspirasi dan membuka pikiran pelaku UMKM. Memulai dengan langkah kecil dan bertahap menggunakan platform digital yang mudah dari media sosial dan situs web sederhana sampai dapat memperluas ke platform lain. Mengukur keputusan adopsi platform digital oleh UMKM perlu diketahui faktor yang mempengaruhinya seperti digital aptitude, literasi digital dan digital entrepreneurship mindset.

Bersamaan dengan transformasi digital dimasyarakat saat ini, kebutuhan untuk memahami kompleksitas mendorong niat kemauan dan kemampuan individu untuk mempelajari keahlian baru secara digital sesuai dengan inovasi teknologi karena pengaruh lingkungan bisnis dan masyarakat digital. Keterampilan digital memiliki peran mengubah mindset yang mendorong tindakan kewirausahaan memiliki pola pikir digital entrepreneurship. Pemahaman pola pikir tersebut memberikan dasar konkrit bagi upaya literasi kewirausahaan serta metode menilai kompetensi mindset dalam konteks digital. [2] Pola pikir digital entrepreneurship dipengaruhi secara signifikan oleh pendidikan, dampak pelatihan, dampak kreativitas, pengambilan risiko, serta motivasi. [3] Pelaku usaha yang memiliki kemampuan literasi digital yang sangat baik serta digital aptitude dalam mengasah kompetensi pada konteks digital akan menumbuhkan pola pikir wirausaha digital dan meningkatkan kepercayaan diri berinteraksi dengan berbagai teknologi baru serta mengambil peluang melakukan inovasi bisnis.[1]

Rumah BUMN Situbondo merupakan inisiatif yang dikelola oleh Pertamina untuk memajukan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Melalui tahapan Go Modern, Go Digital, Go Online, dan Go Global. Rumah BUMN Situbondo memberikan

pelatihan, pameran, dan sertifikasi untuk mendampingi dan mendorong para pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan utama dalam dunia digital. Kegiatan pengabdian ini adalah bentuk kolaborasi dalam mendukung program pemerintah serta membantu pelaku UMKM khususnya secara terus-menerus sehingga diharapkan dapat memberikan pengetahuan secara berkesinambungan dalam merubah mindset terutama pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produknya.

METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam dua tahap, yaitu tahap persiapan dan pelaksanaan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini.

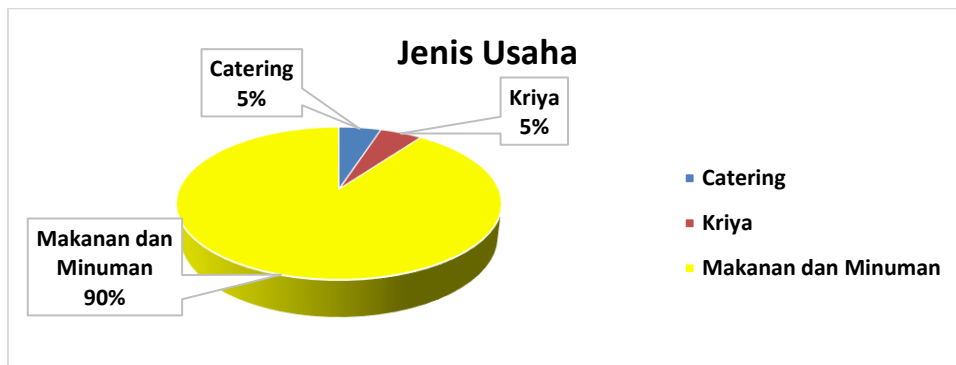
Tabel 1. Tahapan Kegiatan Program Pengabdian

No	Tahap Persiapan	Keterangan
1.	Pra-Survei	Identifikasi permasalahan & kebutuhan mitra (permasalahan spesifik yang dialami mitra) Pada tahap ini kelompok pengabdian melakukan survey pendahuluan dengan pihak Rumah BUMN Situbondo untuk dapat mempersiapkan atau mengundang para pelaku UMKM yang akan mengikuti kegiatan pelatihan, mempersiapkan tempat pelatihan, serta mempersiapkan kelengkapan kegiatan pelatihan
	Pembentukan Tim Pengabdian	Pembentukan tim disesuaikan dengan jenis kepakaran untuk menyelesaikan permasalahan mitra
	Pembuatan Proposal	Pembuatan proposal untuk menawarkan solusi permasalahan & penyediaan dana dalam pelaksanaan solusi bagi mitra
	Koordinasi Tim & Mitra	Perencanaan pelaksanaan program secara konseptual, operasional dan <i>job description</i> dari tim & mitra
	Persiapan Alat & Bahan Pelatihan	Pembelian dan penyewaan alat serta pembuatan materi kegiatan
No	Tahap Pelaksanaan	Keterangan
2	Sosialisasi & Pelatihan	Kegiatan dilaksanakan melalui penjelasan, pelatihan dan diskusi (2 x 45 menit) Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan teknik <i>forum group discussion</i> yaitu pemberian materi, tanya jawab dengan teknis pelaksanaannya adalah: <ol style="list-style-type: none"> Melakukan pelatihan sesuai dengan materi dan metode yang telah dirancang sebelumnya. Mendorong partisipasi aktif dari peserta melalui diskusi. Memberikan bimbingan dan umpan balik kepada peserta untuk membantu mereka dalam mengembangkan keterampilan memanfaatkan platform digital.
3	Evaluasi Program	<ol style="list-style-type: none"> Menganalisis data untuk mengukur pencapaian tujuan dan dampak positif dari kegiatan pengabdian. Mengevaluasi keberhasilan dalam mencapai luaran yang telah ditetapkan, seperti peningkatan keterampilan peserta dalam pemanfaatan platform digital dan pemahaman tentang manfaat penggunaannya.

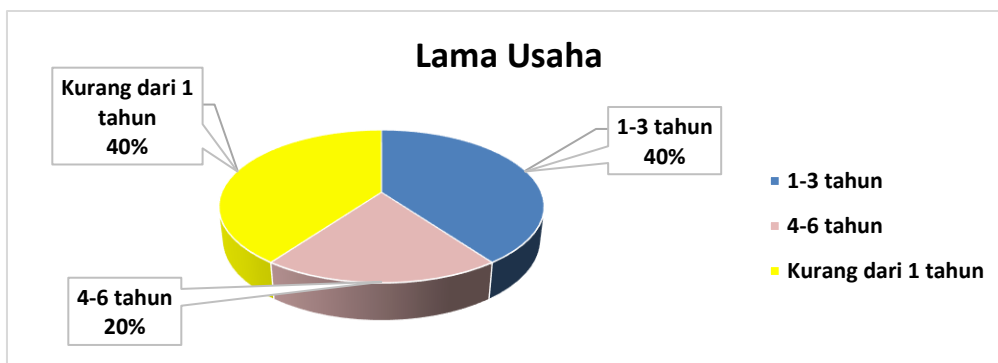
4 Pelaporan	Membuat laporan evaluasi yang berisi temuan, saran perbaikan, dan rekomendasi untuk kegiatan pengabdian selanjutnya.
-------------	--

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada hari Rabu tanggal 19 Juni 2024 di Rumah BUMN Kabupaten Situbondo, Jl. Sucipto No.2B, RW.02, Dawuhan Parse, Kecamatan Situbondo, Kabupaten Situbondo, Jawa Timur 68311. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan cara forum group discussion, dimana setelah pemaparan materi mengenai membangun mindset pelaku UMKM oleh pemateri, dilakukan diskusi dan tanya jawab. Sebelum kegiatan dimulai juga diberikan kuisisioner mengenai pengalaman pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform digital dengan menggunakan form <https://forms.gle/SPWGcrRsvrQaBgrG7> . Kegiatan diikuti oleh 25 pemilik UMKM yang memiliki usaha di Situbondo, dengan jenis usaha yang memdominasi yaitu makanan dan minuman. Berdasarkan data yang diperoleh rata-rata lama usaha yang mereka tekuni adalah 1 sampai 3 tahun.



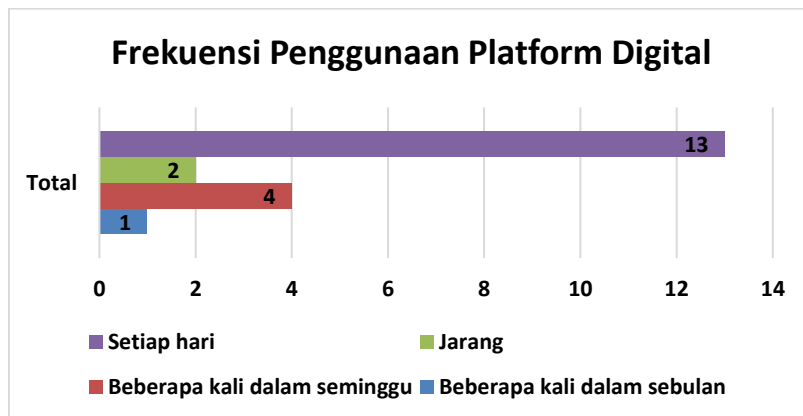
Grafik 1. Jenis Usaha Pemilik UMKM



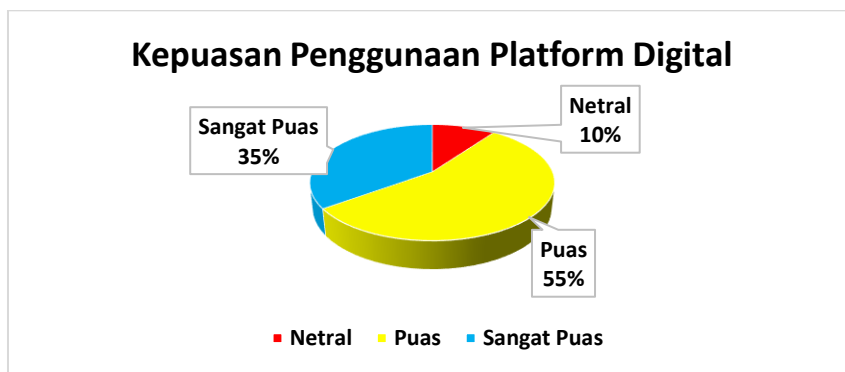
Grafik 2. Lama Usaha Pemilik UMKM

Frekuensi penggunaan platform digital oleh pelaku UMKM yaitu sebanyak 65 % telah melakukan setiap hari promosi produk dengan platform digital, sekitar 20 % melakukannya hanya beberapa kali seminggu bahkan ada yang masih beberapa kali saja dalam satu bulan. Hasil wawancara dan sesi tanya jawab dengan peserta yaitu masih ada beberapa pemilik UMKM yang kesulitan menggunakan platform digital karena tidak tahu bagaimana cara memiliki rating agar produknya bisa dengan mudah dikenal, sedangkan belum ada review produk oleh pembeli, meskipun dari sisi kepuasan dalam pemanfaatan platform digital peserta menyatakan puas. Beberapa masukan dari pemateri mengenai kondisi ini selain

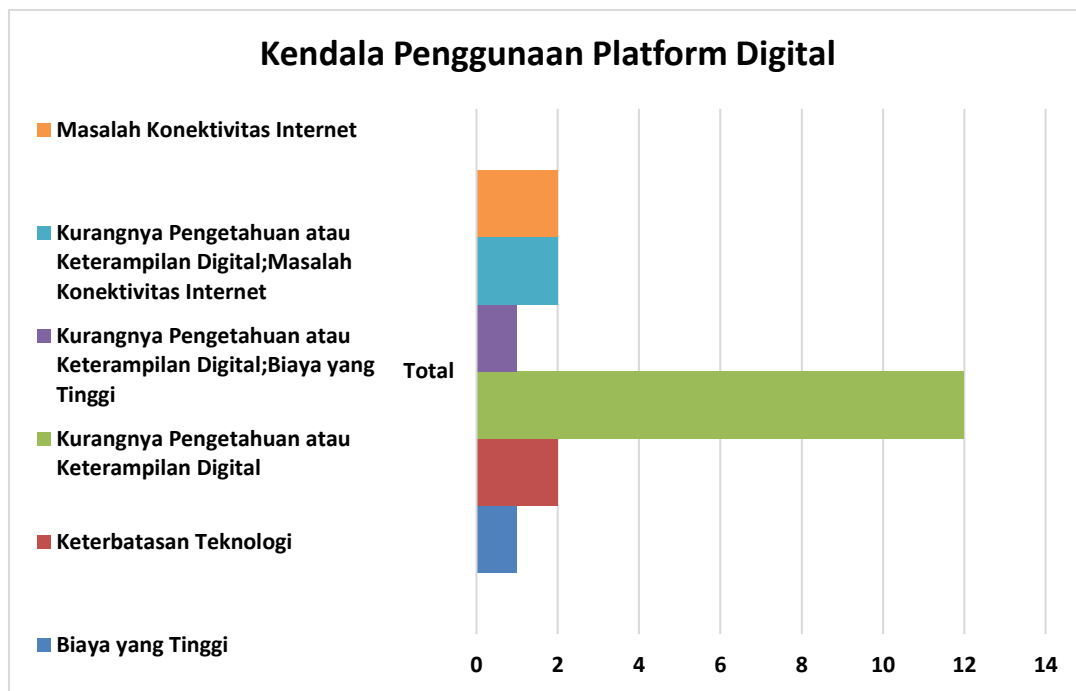
berdasarkan teori dan materi juga didasarkan pada pengalaman pemateri yang juga memiliki usaha yang sukses dengan memaksimalkan pemanfaatan platform digital. Strategi agar produk dapat menjadi teratas dengan menggunakan platform digital yaitu dengan meningkatkan promosi produk melalui kesadaran brand, membuat konten yang menarik, konsisten dalam memposting, memanfaatkan influencer dan menggunakan iklan berbayar. Kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah konsisten dalam melakukan promosi dan juga membuat konten untuk mempromosikan produknya. Factor terbesar adalah karena kurangnya pengetahuan atau ketrampilan digital yaitu penguasaan alat/aplikasi yang mudah yang dapat digunakan untuk membuat konten. Keterbatasan teknologi seperti perangkat yang kurang mendukung dalam membuat konten juga menjadi salah satu kendala dalam membuat konten.



Grafik 3. Frekuensi Penggunaan Platform Digital

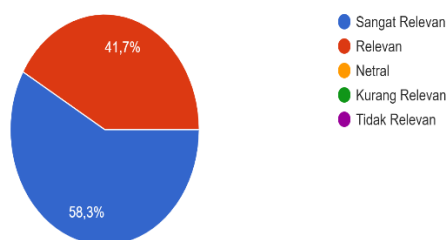


Grafik 4. Kepuasan Penggunaan Platform Digital

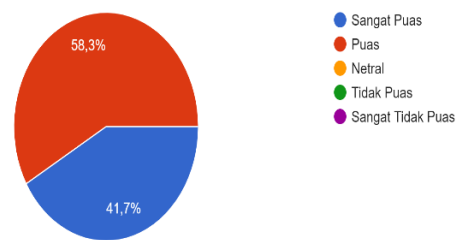


Grafik 5. Kendala Penggunaan Platform Digital

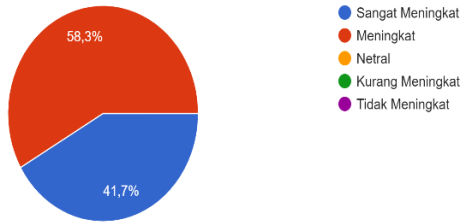
Diskusi berlangsung sangat interaktif antara peserta, pemateri dan teman-teman yang terlibat dalam kegiatan pengabdian. Secara umum diskusi membahas tentang kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam memaksimalkan penjualan baik melalui media sosial maupun *marketplace*. Target pasar yang masih berorientasi dalam jangkauan wilayah yaitu Kabupaten Situbondo masih dilakukan oleh pelaku UMKM. Penjualan berbasis *words of mouth* dengan tidak memaksimalkan platform digital jelas akan mempengaruhi banyaknya omset yang mereka peroleh. Beberapa masukan terkait optimalisasi promosi produk menggunakan platform digital dijelaskan secara gamblang oleh pemateri dan membuat peserta sangat antusias. Fokus utama dari merubah mindset pelaku UMKM adalah kesadaran terhadap pentingnya penggunaan platform digital sebagai media promosi, dimana salah satu hal utama yang menjadi kendala dalam setiap kegiatan dalam berwirausaha adalah kemauan diri sendiri untuk mau berubah dan bertindak. Dengan adanya pegalaman-pengalaman yang diceritakan oleh pemateri mengenai perkembangan usahanya yang memiliki target pasar yang lebih luas dan omset penjualan yang lebih baik dengan memaksimalkan penggunaan platform digital sangat mempengaruhi pemilik UMKM untuk memaksimalkan penggunaan platform digital dan keinginan membuat konten yang menarik.



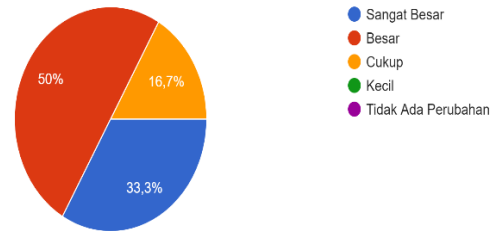
Grafik 6. Relevansi Materi



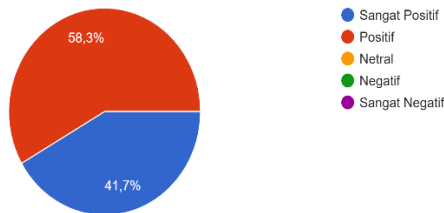
Grafik 7. Kepuasan Penyampaian Materi



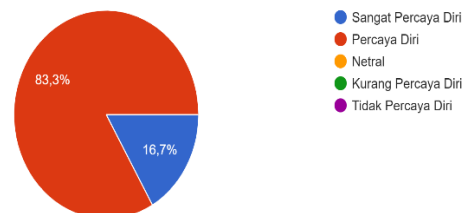
Grafik 8. Peningkatan Pemahaman



Grafik 9. Perubahan Mindset



Grafik 10. Perubahan Sikap Terhadap Platform Digital



Grafik 11. Tingkat Kepercayaan Diri

Setelah kegiatan pemaparan materi dan diskusi selesai, peserta diberikan kuisioner untuk dapat mengukur tingkat pemahaman dan kepuasan terhadap kegiatan yang telah diikuti dengan mengisi link <https://forms.gle/844R2NvQhqAkhbfPA> . Hasil jawaban peserta kegiatan menunjukkan bahwa materi sangat relevan dengan kebutuhan pengetahuan oleh peserta sebagai pemilik UMKM. Peserta juga merasa sangat puas dengan materi yang disampaikan oleh pemateri. Reaksi timbal balik yang sangat positif diberikan oleh peserta pada forum diskusi dan mengharapkan ada tindak lanjut dari kegiatan yang dilaksanakan oleh tim pengabdian dengan memberikan materi-materi lainnya, khususnya tentang ketrampilan membuat konten yang baik dan menarik. Peningkatan pemahaman juga dirasakan oleh peserta, hal ini didukung oleh pengetahuan baru tentang bagaimana strategi meningkatkan penjualan, bagaimana mengolah konten, bagaimana menanamkan citra produk dengan konsistensi promosi melalui platform digital sehingga dapat memperluas jangkauan pemasaran. Adanya pengetahuan baru tersebut tentu akan mempengaruhi mindset peserta dalam optimalisasi pemanfaatan platform digital, hal ini didukung oleh jawaban peserta yaitu sekitar 80% menyatakan bahwa kegiatan ini mempengaruhi perubahan cara pandang terhadap platform digital. Adanya kegiatan ini juga mempengaruhi kepercayaan diri peserta UMKM untuk lebih optimis dalam mengembangkan produknya dengan memaksimalkan pemanfaatan platform digital. Berikut beberapa dokumentasi kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di Rumah BUMN.



Gambar 1. Peserta Kegiatan



Gambar 2. Penyampaian Materi



Gambar 3. Penyampaian Materi

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat memberikan dampak yang lebih baik kepada pelaku UMKM terhadap adaptasi penggunaan platform digital sehingga usaha UMKM dapat mengalami peningkatan omzet serta akses pasar yang lebih luas dengan daya saing yang baik dan juga memperluas jaringan bisnis. Dengan perubahan mindset pelaku UMKM diharapkan dapat lebih terbuka terhadap teknologi dan memiliki kemampuan dalam memahami strategi digital marketing. Kegiatan pengabdian ini juga diharapkan dapat membantu mengatasi hambatan pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya. Umpan balik yang diterima oleh tim pengabdian adalah adanya kepuasan peserta dalam mengikuti kegiatan mengharapkan untuk dapat diagendakan kembali kegiatan serupa dengan tema yang berbeda untuk dapat memperdalam pengetahuan digital pelaku UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tiada kata yang pantas terucap selain syukur kehadirat Allah S.W.T., karena atas limpahan rahmat-Nya kegiatan pengabdian ini bisa berjalan dengan baik serta jurnal pengabdian ini bisa terselesaikan. Tentunya pada kesempatan ini kami sebagai tim mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang berkontribusi terhadap terselenggaranya kegiatan pengabdian ini, terutama kepada :

1. Ibu Diar Dari Rumah BUMN Situbondo beserta seluruh jajarannya.
2. Bapak Dr. Muhammad Yusuf Ibrahim, M.H selaku Rektor Universitas Abdurachman Saleh ,Situbondo.
3. Ibu Lita Permata Sari, S.E., M.S.A. Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh ,Situbondo.
4. Ibu Dr. Reky Lidyawati, M.Pd.I, selaku Kepala LP2M Universitas Abdurachman Saleh Situbondo
5. Staff dan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo.

REFERENSI

- [1] D. Widyaningsih, E. Zusrony, and H. Utomo, "Peran Digital Entrepreneurship Mindset: Keputusan Adopsi Platform Digital Bagi Pelaku Bisnis," *J. Sist. Inf. Bisnis*, vol. 13, no. 2, pp. 162–171, 2023, doi: 10.21456/vol13iss2pp162-171.
- [2] R. Young, L. Wahlberg, E. Davis, and K. Abhari, "Towards a theory of digital entrepreneurship mindset: The role of digital learning aptitude and digital literacy," *26th Am. Conf. Inf. Syst. AMCIS 2020*, no. August, 2020.
- [3] Ngek Brownhilder Neneh, "An exploratory study on entrepreneurial mindset in the small and medium enterprise (SME) sector: A South African perspective on fostering small and medium enterprise (SME) success," *African J. Bus. Manag.*, vol. 6, no. 9, 2012, doi: 10.5897/ajbm10.1631.
- [4] Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. 2019. *Digital Marketing (7th Edition)*. Pearson