

Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan E-Content Development Dan Strategic Marketing Communication Dalam Upaya Digitalisasi Ekonomi Bagi UMKM Batik Tamanan Kabupaten Bondowoso

UMKM Empowerment Through E-Content Development and Strategic Marketing Communication Training in Economic Digitalization Efforts for UMKM Batik Tamanan Bondowoso Regency

Nugroho Setyo Wibowo^{1*}, Endro Sugiartono², Moh. Munih Dian Widianta³, dan Ery Setiyawan Jullev Atmadji⁴

¹ Department of Information Technology, Politeknik Negeri Jember
nugroho@polije.ac.id

² Department of Business, Politeknik Negeri Jember
endro0870@gmail.com

³ Department of Information Technology, Politeknik Negeri Jember
munihdian@gmail.com

³ Department of Information Technology, Politeknik Negeri Jember
ery@polije.ac.id

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bondowoso memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi dan pengembangan usaha daerah. Untuk memberdayakan dan meningkatkan kualitas UMKM di Kabupaten Bondowoso, maka dilakukan program pemberdayaan UMKM melalui pelatihan keterampilan E-Content Development dan Strategic Marketing Communication yang dapat membantu UMKM Batik Ijen Tamanan di Kabupaten Bondowoso dalam mengatasi tantangan digitalisasi serta meningkatkan dan memperluas pemasaran. Digitalisasi ekonomi memegang peranan penting dalam mengakselerasi pertumbuhan UMKM Batik. Melalui penerapan teknologi digital, UMKM dapat meningkatkan visibilitas produk mereka secara online, menjangkau pasar yang lebih luas, dan memperkuat interaksi dengan pelanggan melalui platform digital dan media sosial. Digitalisasi juga membuka peluang baru untuk meningkatkan efisiensi operasional dan manajemen bisnis UMKM. UMKM juga dapat memahami bagaimana mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan tepat sasaran untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

Kata kunci — digitalisasi, pengembangan konten elektronik, komunikasi pemasaran strategis

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) in Bondowoso Regency have an important role in economic growth and regional business development. To empower and improve the quality of UMKM in Bondowoso Regency, an UMKM empowerment program is carried out through E-Content Development and Strategic Marketing Communication skills training which can help Ijen Batik Tamanan UMKM in Bondowoso Regency in overcoming the challenges of digitalization and improving and expanding marketing. Economic digitalization plays an important role in accelerating the growth of Batik UMKM. Through the application of digital technology, UMKM can increase the visibility of their products online, reach a wider market, and strengthen interactions with customers through digital platforms and social media. Digitalization also opens up new opportunities to improve operational efficiency and management of UMKM businesses. UMKM can also understand how to develop effective and targeted marketing strategies to reach a wider range of consumers.

Keywords — digitalization, e-content development, strategic marketing communication



© 2021. Nugroho Setyo Wibowo, Endro Sugiartono, Moh. Munih Dian Widianta, Ery Setiyawan Jullev Atmadji



Creative Commons
Attribution 4.0 International License

1. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat di Indonesia. UMKM ini merupakan salah satu usaha yang berperan besar dalam menganekaragamkan produk-produk ekspor Indonesia dan menjadi andalan dalam perolehan devisa. UMKM memiliki kontribusi yang sangat besar dan krusial bagi perekonomian secara makro. UMKM sangat penting keberadaannya di Indonesia karena selain dapat menambah pendapatan UMKM juga dapat mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia.

Salah satu UMKM yang mengalami perkembangan pesat tersebut adalah UMKM pada bidang usaha kerajinan batik. Minat masyarakat akan kain batik semakin bertambah dan beberapa anggota masyarakat mulai mendirikan usaha batik. Perkembangan usaha pengrajin batik ini terutama di wilayah Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso. Tercatat dari enam belas pengrajin batik Kabupaten Bondowoso, enam diantaranya berada di wilayah Kecamatan Tamanan. Banyaknya peminat dari batik tulis yang diproduksi oleh pengrajin ini berawal dari keikutsertaannya dalam UMKM Kabupaten Bondowoso. Minat yang semakin meningkat dari konsumen juga harus sejalan dengan kegiatan pengrajin yang harus berusaha untuk meningkatkan produk batiknya. Dengan adanya UMKM akan memberikan kontribusi bagi perekonomian di wilayah Kabupaten Bondowoso khususnya di Kecamatan Tamanan. UMKM ini dapat membuka peluang untuk menciptakan lapangan pekerjaan baru. Indikasi ini sangat positif dalam mendukung pembangunan di Bondowoso sebagai penggerak perekonomian. Kontribusi tersebut akan terus membaik apabila berbagai permasalahan yang masih dihadapi UMKM tersebut dapat diatasi. Berdasarkan hasil kajian yang dilakukan oleh tim peneliti Keris Dimas LEGS FISIP Universitas Jember ternyata UMKM di Kabupaten Bondowoso menghadapi tiga persolan. Pertama kurang optimalnya fungsi pendampingan, kurang optimalnya penggunaan teknologi informasi, serta keterbatasan ruang kolaborasi antar stakeholders dan pemerintah.

Salah satu upaya untuk meningkatkan dan memperluas pemasaran adalah melalui digitalisasi ekonomi. Digitalisasi ekonomi memainkan peran penting dalam mempercepat pertumbuhan UMKM Batik. Melalui penerapan teknologi digital, UMKM dapat meningkatkan visibilitas produk mereka secara online, mencapai pasar yang lebih luas, dan memperkuat interaksi dengan pelanggan melalui platform digital dan media sosial. Digitalisasi juga membuka kesempatan baru untuk meningkatkan efisiensi operasional dan pengelolaan bisnis UMKM.

Beberapa tantangan yang dihadapi UMKM Batik dalam menghadapi digitalisasi meliputi kurangnya pengetahuan tentang teknologi digital dan pemasaran online, keterbatasan sumber daya untuk berinvestasi dalam teknologi, kurangnya akses ke pelatihan keterampilan digital, serta kesulitan dalam memahami perilaku konsumen online dan merumuskan strategi pemasaran yang tepat.

Pelatihan keterampilan E-Content Development dan Strategic Marketing Communication akan membantu UMKM Ijen Batik Tamanan Kabupaten Bondowoso untuk mengatasi tantangan digitalisasi. Melalui pelatihan ini, UMKM Ijen Batik dapat belajar cara menciptakan konten yang menarik dan relevan untuk platform digital. Selain itu, mereka juga dapat memahami bagaimana menyusun strategi pemasaran yang efektif dan tepat sasaran untuk mencapai konsumen yang lebih luas.

2. Metodologi

Metode pelaksanaan kegiatan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dijabarkan dalam beberapa langkah sebagai berikut:

Tahap pertama adalah Pra Pelaksanaan Kegiatan, yaitu sebelum kegiatan dilaksanakan perlu dilakukan identifikasi permasalahan di lokasi UMKM Ijen Batik Tamanan Kabupaten Bondowoso. Hal ini dimaksudkan untuk melihat secara langsung kondisi dan situasi usaha terkini serta mencari bahan masukan dalam melakukan identifikasi masalah.





Gambar 1. Alur Kegiatan

Tahap kedua adalah Pelaksanaan Kegiatan yang dilakukan dalam dua macam kegiatan yaitu: Kegiatan Laboratorium yang dilaksanakan di Laboratorium Rekayasa Sistem Informasi Jurusan Teknologi Informasi Politeknik Negeri Jember. Kegiatan ini meliputi: Penyusunan materi E-Content Development dan Penyusunan materi Strategic Marketing Communication. Kemudian kegiatan di lapangan yaitu di lokasi UMKM Ijen Batik di Tamanan Kabupaten Bondowoso yang meliputi pelatihan dan pendampingan mitra dengan materi kegiatan pelatihan yang akan diberikan meliputi E-Content Development dan Strategic Marketing Communication.

Tahap terakhir adalah Pasca Pelaksanaan Kegiatan, yaitu kegiatan transfer teknologi serta monitoring dan evaluasi. Mitra akan melakukan transfer teknologi tentang pembuatan E-Content Development dan menerapkan Strategic Marketing Communication. Evaluasi dan pelaporan secara tertulis dari kegiatan dilaksanakan 2 (dua) kali yakni laporan kemajuan yang dibuat pada saat pertengahan dan laporan akhir yang dibuat pada saat akhir kegiatan. Monitoring dan evaluasi akan dilakukan oleh P3M Politeknik Negeri Jember. Sedangkan pelaporan dan publikasi kegiatan dilakukan setelah tahap evaluasi.

3. Pembahasan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bondowoso memiliki

peran penting dalam pertumbuhan ekonomi daerah. Jumlah usaha/perusahaan menurut lapangan usaha di Kabupaten Bondowoso didominasi oleh 3 kategori lapangan usaha, yaitu pertama adalah jenis usaha perdagangan besar dan eceran sebanyak 42.946 usaha/perusahaan (39,90 %), kedua adalah industri pengolahan sebanyak 37.065 usaha/perusahaan (34.44 %) dan ketiga adalah jenis usaha penyediaan akomodasi dan penyediaan makan minum 7.552 usaha/perusahaan (7.02 %).

Kenaikan jumlah UMKM di Kabupaten Bondowoso dapat dikatakan cukup pesat setiap tahunnya sehingga terus mengalami kenaikan. Menurut Diskoperindag Kab. Bondowoso jumlah UMKM meningkat sekitar 8% setiap tahunnya. Tercatat pada tahun 2019 jumlah UMKM di Kab. Bondowoso mencapai 46.348 usaha berdasarkan 4 sektor ekonomi yakni pertanian, perdagangan, industri pengolahan dan jasa. Data jumlah UMKM di Kabupaten Bondowoso dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Data Jumlah UMKM Kabupaten Bondowoso

No	Kriteria UMKM	Jumlah UMKM
1	Usaha Mikro	41.713
2	Usaha Kecil	3.244
3	Usaha Menengah	1.391
Total		46.348

Sumber : Diskoperindag Kab. Bondowoso

Kendala yang dialami oleh UMKM Ijen Batik Tamanan adalah kurangnya kompetensi dan pengetahuan dalam menghadapi era digitalisasi. Permasalahan ini disampaikan oleh Andriyanto, pemilik UMKM Ijen Batik Tamanan Bondowoso pada saat Ketua Tim Pengabdian Masyarakat Politeknik Negeri Jember berkunjung ke UMKM Ijen Batik Tamanan bahwa saat ini para pelaku UMKM khususnya pengrajin batik di Tamanan masih mengalami hambatan pada akses permodalan dan penguasaan teknologi sehingga mereka masih sulit untuk berkembang. Penggunaan teknologi digital dan pemasaran kreatif di UMKM Batik masih terbatas, sehingga menyebabkan keterbatasan akses pasar dan

kurangnya daya saing. Selama ini pemasaran batik masih terbatas di sekitar Karesidenan Besuki, Jakarta, dan Kabupaten Berau saja. Perlu upaya untuk meningkatkan pemasaran batik khususnya di Tamanan Bondowoso.



Gambar 2. Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan manfaat yang signifikan bagi UMKM dan masyarakat di Tamanan Kabupaten Bondowoso. UMKM akan mendapatkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi digital dan strategi pemasaran kreatif, yang akan membantu mereka untuk tumbuh dan bersaing dalam era ekonomi digital. Sementara itu, masyarakat akan mendapatkan manfaat dari akses ke berbagai produk batik berkualitas dan lebih mudah dalam berinteraksi dengan UMKM melalui platform digital.

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Ijen Batik di Tamanan Kabupaten Bondowoso, Tim Pengabdian Masyarakat Politeknik Negeri Jember melakukan beberapa kegiatan sebagai berikut:

- 1). Pelatihan dan Penyuluhan Teknologi Digital: Melakukan pelatihan dan pendampingan tentang teknologi digital bagi pelaku UMKM Batik. Pelatihan ini mencakup pengenalan penggunaan media sosial, manajemen website, platform pemesanan produk secara daring, dan alat-alat pemasaran digital lainnya. Dengan pemahaman teknologi yang lebih baik, UMKM akan lebih siap untuk menghadapi tantangan digitalisasi;
- 2). Pembuatan Konten Kreatif: Mengadakan pelatihan E-Content Development yang fokus pada pembuatan konten kreatif untuk media sosial, website, dan platform online lainnya. UMKM perlu memahami cara mengambil foto dan video yang menarik, menyusun tulisan promosi yang efektif, serta menciptakan cerita di balik produk mereka untuk meningkatkan daya tarik dan menggaet perhatian pelanggan;

- 3). Strategi Pemasaran yang Tepat Sasaran: Memberikan pelatihan tentang strategi pemasaran yang tepat sasaran, termasuk identifikasi target pasar, penggunaan kanal pemasaran yang sesuai, dan pelaksanaan kampanye promosi yang efektif. Dengan strategi yang matang, UMKM dapat mencapai calon pelanggan yang relevan dan meningkatkan konversi menjadi pembeli;
- 4). Penggunaan Platform Digital: Mendorong UMKM untuk aktif menggunakan platform digital seperti media sosial, marketplace, dan situs web untuk mempromosikan produk mereka. Pemerintah daerah dan lembaga terkait dapat memberikan bimbingan dan dukungan teknis dalam memanfaatkan platform digital ini secara optimal;
- 5). Pengembangan Jaringan dan Interaksi dengan Pelanggan: Mendorong UMKM untuk aktif berinteraksi dengan pelanggan melalui media sosial, chat, atau email. Feedback dari pelanggan dapat menjadi masukan berharga untuk meningkatkan produk dan layanan. Pengembangan jaringan dengan komunitas lokal dan pihak terkait juga dapat membuka peluang kerjasama dan kolaborasi yang saling menguntungkan.



Gambar 3. Kegiatan Pendampingan UMKM Batik

Melalui implementasi solusi-solusi di atas, diharapkan UMKM Ijen Batik di Tamanan Kabupaten Bondowoso dapat mengatasi tantangan digitalisasi dan meningkatkan daya saing mereka dalam era ekonomi digital. Digitalisasi ekonomi melalui pelatihan E-Content Development dan Strategic Marketing Communication akan memberikan kesempatan yang lebih besar bagi UMKM untuk tumbuh, berkembang, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal.

4. Kesimpulan

Kegiatan pemberdayaan UMKM melalui pelatihan E-Content Development dan Strategic Marketing Communication dalam upaya digitalisasi ekonomi bagi UMKM Batik Tamanan Kabupaten Bondowoso ini dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Batik Tamanan Bondowoso dalam menghadapi era digitalisasi. Pelatihan keterampilan digital dan strategi pemasaran kreatif ini mencakup pengenalan teknologi digital seperti media sosial, platform pemesanan daring, dan manajemen website serta pelatihan E-Content Development untuk menciptakan konten yang menarik dan relevan. Serta pelatihan strategi pemasaran yang tepat sasaran juga diajarkan untuk mencapai calon pelanggan yang relevan.

Kegiatan ini dapat meningkatkan keberdayaan UMKM Batik Desa Tamanan Kabupaten Bondowoso sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, meliputi: keberhasilan dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas produktivitas batik, dan keberhasilan dalam meningkatkan pendapatan usaha.

Melalui pelatihan E-Content Development dan Strategic Marketing Communication, UMKM Batik di Tamanan Kabupaten Bondowoso diharapkan dapat mengatasi permasalahan-permasalahan yang dihadapinya. Dengan meningkatkan pengetahuan tentang teknologi digital dan keterampilan pemasaran kreatif, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, dan menciptakan konten yang menarik untuk menarik perhatian pelanggan. Diharapkan juga, dengan adopsi digitalisasi ekonomi, UMKM dapat meningkatkan daya saing dan berkontribusi lebih besar pada pertumbuhan ekonomi lokal.

5. Ucapan Terima Kasih

Tim Pengabdian Masyarakat Politeknik Negeri Jember menyampaikan ucapan terima kasih kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M) Politeknik Negeri Jember yang telah memberi dukungan dan mendanai kegiatan ini melalui Sumber Dana PNBPN Politeknik Negeri Jember Tahun 2024 serta

semua pihak yang telah membantu pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

6. Daftar Pustaka

- [1] Kementerian Perindustrian. (2019). *Jumlah Unit Usaha dan Tenaga Kerja IKM Ditargetkan Naik Setiap Tahun*.
- [2] Kementerian Perindustrian. (2019). *Menperin Fokus Tingkatkan Daya Saing, Populasi dan Tenaga Kerja IKM*.
- [3] Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. (2022) *Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>
- [4] Humas Unej. (2022) *Wakil Bupati Bondowoso Berterimakasih Peneliti UNEJ Bantu Kembangkan UMKM Bondowoso*. <https://unej.ac.id/blog/2022/11/18/wakil-bupati-bondowoso-berterimakasih-peneliti-unej-bantu-kembangkan-umkm-bondowoso/>
- [5] Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice (7th ed.)*.
- [6] Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017) *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*.
- [7] Ryan, D. (2016). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*.
- [8] Turban, E., Outland, J., & Liang, T. P. (2021). *Electronic Commerce (12th ed.)*. Springer. World Bank. Internet Users (per 100 People). <https://data.worldbank.org/indicator/IT.NE.T.USER.ZS>

