

DOI: <https://doi.org/10.38035/jpmpt.v2i3>

Received: 05 Juli 2024, Revised: 14 Juli 2024, Publish: 27 Juli 2024

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Meningkatkan Peluang UKM Kemuning Mandiri di Desa Cogreg Kecamatan Parung Melalui Program Wirausaha Digital

Ari Apriani¹, Siti Annisa Wahdiniawati²

¹Universitas Dian Nusantara, Jakarta, Indonesia, ari.apriani@undira.ac.id

²Universitas Dian Nusantara, Jakarta, Indonesia, siti.annisa.wahdiniawati@undira.ac.id

Corresponding Author: ari.apriani@undira.ac.id¹

Abstrak: UMKM telah menjadi tulang punggung ekonomi negara, terutama dalam masa ketidakpastian ekonomi. Di tengah gelombang kebangkrutan perusahaan, UMKM justru mengalami pertumbuhan hingga 350%. Namun, dampak pandemi COVID-19 telah memaksa sebagian pelaku UMKM untuk melakukan pemutusan hubungan kerja, menantang kelangsungan bisnis mereka. Di Desa Cogreg, banyak pelaku UKM yang belum memanfaatkan digitalisasi dalam menjalankan bisnisnya. Untuk mengatasi hal ini, kami menggandeng UKM Kemuning Mandiri Desa Cogreg menjalankan beberapa program untuk meningkatkan peluang dengan memanfaatkan digital. Keterbatasan pemahaman tentang wirausaha digital dan kurangnya literasi digital dalam pemasaran produk menjadi kendala utama. Saat ini, promosi produk masih bergantung pada metode tradisional atau media sosial seperti Facebook dan WhatsApp. Namun, untuk meningkatkan visibilitas produk dan daya jualnya, pemanfaatan teknologi dalam pemasaran diperlukan. Kami, sebagai tim pengabdian kepada masyarakat, berusaha mengatasi tantangan ini dengan dua langkah. Pertama, melibatkan UKM Kemuning Mandiri untuk memanfaatkan platform digital dalam pemasaran. Kedua, memberikan edukasi tentang pentingnya *branding* dan kemasan produk agar memiliki daya tarik yang tinggi di pasar. Dengan pendekatan ini, kami berharap dapat memberikan kontribusi nyata bagi peningkatan perekonomian UKM Kemuning Mandiri di Desa Cogreg, sambil memperkuat posisi UKM Kemuning Mandiri dalam pasar digital.

Kata Kunci: Desa Cogreg, Digital, Kemuning Mandiri, UKM

PENDAHULUAN

Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia, termasuk UKM Kemuning Mandiri, memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia dengan menyerap sebagian besar angkatan kerja dan investasi. Hal ini sesuai dengan data yang menunjukkan bahwa UMKM menyumbang sekitar 97% dari total angkatan kerja dan 60,4% dari total investasi. Sebagai bagian dari UMKM, UKM Kemuning Mandiri berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional (Kemenko_PMK, 2022).

Pandemi COVID-19 telah menghadirkan tantangan serius bagi UMKM, termasuk UKM Kemuning Mandiri. Dampaknya termasuk pemutusan hubungan kerja dan kesulitan menjaga kelangsungan bisnis. Meskipun UMKM di masa lalu telah bertahan dan bahkan tumbuh di tengah krisis ekonomi, adaptasi terhadap perubahan kebiasaan konsumen dan teknologi menjadi kunci untuk bertahan di masa pandemi saat ini (Carolin, 2021).

Adopsi teknologi digital menjadi krusial bagi kelangsungan UKM Kemuning Mandiri.

Saat ini, banyak pelaku UKM di Desa Cogreg masih bergantung pada metode pemasaran tradisional dan belum sepenuhnya memanfaatkan saluran digital. Langkah-langkah untuk memperluas penggunaan platform digital dalam pemasaran, seperti melalui media sosial dan *marketplace online*, menjadi strategi penting untuk meningkatkan visibilitas produk dan daya jualnya (Melati, 2022).

Sejalan dengan inisiatif pemerintah dan G20 untuk pemberdayaan perempuan dalam UMKM, UKM Kemuning Mandiri juga dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan partisipasi perempuan dalam kegiatan ekonomi. Kolaborasi dengan PKK setempat menjadi langkah penting untuk menggerakkan partisipasi perempuan dalam kewirausahaan digital, membentuk kelompok mandiri yang produktif digital (Kemenko_PMK, 2022). Kendala utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM, termasuk UKM Kemuning Mandiri, adalah kurangnya pemahaman tentang kewirausahaan digital dan literasi pemasaran digital. Edukasi tentang *branding* melalui kemasan produk dan ekspansi usaha pemasaran digital menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing produk dan memperluas pangsa pasar.

Dengan demikian, meningkatkan keterampilan kewirausahaan digital dan literasi pemasaran digital di kalangan pelaku UKM Kemuning Mandiri di Desa Cogreg menjadi esensial untuk meningkatkan daya saing mereka di era digital dan memberikan kontribusi yang signifikan bagi pertumbuhan ekonomi lokal.

Pada program pengabdian kepada masyarakat ini, fokusnya adalah Desa Cogreg. Terletak di Kecamatan Parung, Kabupaten Bogor, dengan luas wilayah 511,856 hektar (*Desa Cogreg*, 2023). Mereka menjadi sasaran pembekalan tentang kewirausahaan digital melalui kemitraan dengan para pelaku UKM di desa tersebut. Desa Cogreg, salah satu desa di Kecamatan Parung, memiliki potensi sumber daya yang dapat ditingkatkan. Salah satu inisiatif yang telah dilakukan oleh kelompok UKM Kemuning Mandiri di Desa Cogreg adalah mengembangkan usaha hasil olahan ikan lele (Jamain & Anggraini, 2019) dan aneka cemilan. Produk potensial dari Desa Cogreg adalah ikan lele. Setiap harinya, desa ini mampu menghasilkan antara 40 hingga 60 ton ikan lele untuk didistribusikan ke wilayah Jabodetabek. Desa Cogreg berharap agar produk olahan ikan lele ini dapat diterima oleh masyarakat luas, sehingga dapat memberikan manfaat berupa penyerapan tenaga kerja dan penciptaan lapangan pekerjaan bagi warga sekitar.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh pengusaha lokal adalah keterbatasan pemahaman tentang wirausaha digital dan kurangnya literasi digital dalam pemasaran produk. Meskipun beberapa telah mencoba promosi melalui metode tradisional dan media sosial seperti Facebook dan WhatsApp, namun upaya ini masih belum cukup untuk mencapai visibilitas dan daya jual yang optimal di era digital saat ini. Ketidakhahaman dalam memanfaatkan platform digital secara efektif menghambat kemampuan pengusaha lokal untuk bersaing di pasar yang semakin terdigitalisasi. Mereka mungkin memiliki produk atau layanan yang berkualitas, tetapi kurangnya pengetahuan tentang bagaimana memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk mereka membuat mereka ketinggalan dalam persaingan bisnis. Selain itu, kurangnya literasi digital juga mempengaruhi kemampuan mereka dalam menggunakan alat-alat digital dengan maksimal. Pengusaha lokal sering kali tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang strategi pemasaran digital, analisis data, atau penggunaan platform e-commerce. Hal ini menyebabkan mereka kehilangan peluang untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan melalui platform online.

Untuk menghadapi tantangan tersebut, pengusaha lokal perlu mengikuti pelatihan dan pendidikan terkait wirausaha digital dan literasi digital. Mereka harus mempelajari strategi pemasaran digital yang beragam, cara efektif menggunakan media sosial, dan optimalisasi platform e-commerce untuk meningkatkan eksposur produk dan daya tariknya di pasaran digital. Dengan meningkatkan pemahaman dan keahlian digital mereka, pengusaha lokal dapat lebih siap menghadapi kompleksitas bisnis di era digital ini serta memperkuat posisi bisnis mereka di pasar.

Penting juga untuk memperhatikan kemasan produk karena dapat mencerminkan citra

produk dan memengaruhi keputusan pembelian konsumen (Subadmin, 2021). Kemasan yang menarik dapat meningkatkan persepsi nilai produk dan memposisikannya sebagai produk premium di antara produk sejenisnya (Subadmin, 2021). Penelitian oleh (Suprpto & Azizi, 2020) menunjukkan bahwa kemasan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, sehingga desain kemasan yang menarik dan unik dapat meningkatkan nilai jual produk.

Selain itu, para pelaku UMKM perlu meningkatkan pemahaman mereka dalam pemasaran produk. Meskipun beberapa sudah memanfaatkan media online seperti WhatsApp dan Facebook, terdapat banyak saluran pemasaran digital lain yang belum dimanfaatkan sepenuhnya, seperti *marketplace*. Oleh karena itu, penting bagi mereka untuk memperluas jangkauan pemasaran mereka di platform digital agar dapat bersaing secara lebih efektif dengan kompetitor dan meningkatkan penetrasi pasar produk mereka.

Berdasarkan pada analisis situasi yang diuraikan diatas, maka permasalahan mitra dinyatakan pada Tabel 1:

Tabel 1. Permasalahan Yang Dihadapi Mitra

No.	Permasalahan	Uraian
1.	Keterbatasan pemahaman tentang signifikansi kemasan bagi produk UMKM.	Kemasan produk UMKM saat ini masih simpel, seperti menggunakan plastik mika dengan label sticker untuk produk makanan. Tidak jarang, kemasan yang simpel ini kurang tahan lama dan memiliki desain yang kurang menarik.
2.	Keterbatasan pengetahuan tentang cara menjual produk di platform marketplace.	Pelaku UKM Kemuning Mandiri di Desa Cogreg masih kurang akrab dengan penjualan produk di platform <i>marketplace</i> . Sehingga, mereka belum mendaftarkan toko mereka untuk menjual produk di berbagai platform seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan lainnya.

Berdasarkan uraian masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, solusi yang diusulkan adalah memberikan dukungan kepada pelaku UKM Kemuning Mandiri agar dapat memanfaatkan platform digital dalam strategi pemasaran. Selain itu, memberikan pelatihan tentang pentingnya branding dan peningkatan kemasan produk untuk menarik minat konsumen di pasar. Sejumlah permasalahan yang telah diidentifikasi dalam program ini akan diselesaikan melalui konsep solusi alternatif yang dijelaskan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Solusi dan Target Luaran

No.	Solusi	Target Luaran
1.	Mengadakan sosialisasi mengenai kebermaknaan kemasan yang menarik dalam dunia wirausaha.	Mampu untuk menghasilkan desain kemasan yang berkualitas Peningkatan pemahaman serta keterampilan dalam mengemas produk dengan nilai jual yang tinggi
2.	Memberikan pelatihan tentang penjualan produk di platform pasar digital.	Meningkatkan penjualan produk melalui beberapa platform <i>marketplace</i> di Indonesia Meningkatkan kemampuan serta keterampilan dalam memasarkan produk tersebut secara efektif di platform-platform tersebut

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan

keterampilan pengusaha lokal dari UKM Kemuning Mandiri di Desa Cogreg dalam memanfaatkan potensi digital untuk mengembangkan bisnis mereka. Melalui program pelatihan dan sosialisasi, fokusnya adalah untuk memperluas pengetahuan mereka tentang aspek-aspek wirausaha digital, termasuk teknik pemasaran online dan pemanfaatan platform e-commerce. Selain itu, mereka akan diberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang literasi digital dalam pemasaran produk, serta pentingnya desain kemasan yang menarik untuk menarik perhatian konsumen. Langkah- langkah ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing bisnis mereka di ranah digital. Dengan pengetahuan yang ditingkatkan tentang penjualan di berbagai marketplace dan implementasi keterampilan yang ditingkatkan, diharapkan pelaku UKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan visibilitas produk secara signifikan. Pada akhirnya, upaya ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat Desa Cogreg.

METODE

Dalam program pengabdian kepada masyarakat ini, tim merencanakan serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk memberikan manfaat kepada pelaku UKM Kemuning Mandiri di Desa Cogreg, Kabupaten Bogor. Tujuannya adalah untuk meningkatkan penjualan produk mereka melalui platform digital dengan melakukan perubahan pada desain kemasan produk agar lebih atraktif sambil tetap menjaga kualitasnya. Rencana penyelesaian masalah yang akan diimplementasikan mencakup hal-hal berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemecahan Masalah

1. Melakukan pemantauan di lapangan serta melakukan wawancara dengan mitra terkait Tim pengabdian masyarakat melakukan observasi di Desa Cogreg dan menjalankan sesi wawancara dengan mitra untuk memahami peran UKM Kemuning Mandiri di wilayah tersebut.
2. Persiapan Pelaksanaan
Tim pengabdian masyarakat melakukan persiapan dengan berkoordinasi bersama mitra serta menyelaraskan pemahaman terkait tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini.
3. Implementasi kegiatan
Mengadakan program sosialisasi tentang konsep wirausaha digital, memberikan edukasi mengenai dampak pemasaran digital dalam meningkatkan pendapatan usaha, dan menggarisbawahi pentingnya promosi produk di berbagai platform pasar digital dengan menciptakan desain kemasan produk yang menarik.

Metode Pelaksanaan

Untuk memastikan kelancaran pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, pertama-tama dilakukan sosialisasi kepada pihak terkait, termasuk perangkat desa dan pelaku UKM Kemuning Mandiri di Desa Cogreg yang menjadi fokus kegiatan ini. Diharapkan dengan

adanya sosialisasi ini, semua pihak terlibat akan memberikan dukungan penuh baik secara institusional, materiil, maupun moril.

Selanjutnya, pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui serangkaian tahapan sebagai berikut:

1. Tahap persiapan, yang mencakup observasi dan wawancara untuk mengumpulkan data awal mengenai permasalahan mitra. Ini dilakukan melalui survei lapangan di Desa Cogreg dan sesi wawancara dengan mitra terkait.
2. Tahap sosialisasi kepada mitra mengenai peran perempuan dalam kewirausahaan digital. Mitra diundang untuk mengikuti sesi sosialisasi yang dipimpin oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat, yang menjelaskan pentingnya peran UKM Kemuning Mandiri dalam memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan penjualan.
3. Tahap edukasi kepada mitra mengenai platform digital dan desain kemasan produk. Para peserta diberi pemahaman tentang berbagai platform digital yang dapat membantu dalam pemasaran dan promosi produk untuk meningkatkan pendapatan. Pentingnya desain kemasan juga ditekankan, karena hal ini dapat memengaruhi penerimaan produk di pasar dan meningkatkan nilai jualnya jika dikemas dengan menarik.
4. Tim melakukan pemantauan pasca-pelaksanaan kegiatan secara berkala dan acak kepada Pelaku UKM Kemuning Mandiri, terkait peningkatan daya tarik kemasan produk UMKM di Desa Cogreg dan pemahaman mengenai marketplace.
5. Hasil dari pelaksanaan kegiatan dievaluasi dan disimpulkan oleh tim.
6. Tim menyusun laporan mengenai pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Partisipasi Mitra

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, mitra berpartisipasi dalam bentuk:

1. Mengundang anggota UKM Kemuning Mandiri di Desa Cogreg untuk mengikuti kegiatan ini
2. Sosialisasi awal pra pelaksanaan kepada para anggota UKM Kemuning Mandiri di Desa Cogreg tentang pelaksanaan kegiatan
3. Menyiapkan tempat untuk kegiatan sosialisasi kegiatan

Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan

Setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas serta dampak dari kegiatan tersebut. Evaluasi melibatkan beberapa aspek kunci, mulai dari partisipasi dan keterlibatan pelaku UKM Kemuning Mandiri di Desa Cogreg dalam setiap tahapan kegiatan, hingga pemahaman dan keterampilan yang diperoleh dari pelatihan. Selain itu, perubahan perilaku dalam memanfaatkan platform digital dan meningkatkan desain kemasan produk juga menjadi fokus evaluasi. Aspek penting lainnya adalah peningkatan penjualan produk para pelaku UKM setelah menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dari kegiatan pengabdian. Evaluasi juga memperhitungkan dampak ekonomi dan sosial dari peningkatan penjualan, seperti peningkatan pendapatan dan penciptaan lapangan kerja lokal. Dengan evaluasi yang komprehensif, dapat dievaluasi secara menyeluruh efektivitas dan dampak positif yang telah dicapai, serta area-area yang perlu perbaikan untuk kegiatan mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Cogreg, Kabupaten Bogor, berbagai hasil positif telah tercapai. Pertama-tama, terjadi peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan pelaku UKM Kemuning Mandiri dalam memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan penjualan produk mereka. Melalui pelatihan dan sosialisasi yang diselenggarakan, para pelaku UKM telah dapat memahami berbagai strategi pemasaran online, penggunaan media sosial secara efektif, serta pentingnya memanfaatkan platform e-commerce seperti marketplace. Mereka juga telah diberikan

pemahaman yang mendalam tentang literasi digital dalam pemasaran produk, serta pentingnya desain kemasan yang menarik untuk menarik minat konsumen di pasar digital.

Adanya peningkatan dalam desain kemasan produk yang dilakukan oleh para pelaku UKM. Sebelumnya, banyak produk UMKM dikemas secara sederhana dengan plastik mika dan label sticker. Namun, setelah mengikuti pelatihan dan sosialisasi, mereka mampu meningkatkan desain kemasan produk mereka agar lebih menarik dan mempertahankan kualitas produknya. Perubahan ini memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan daya tarik produk di pasar, sehingga mampu bersaing dengan produk sejenis.

Selain itu, terjadi peningkatan dalam pengetahuan dan keterampilan dalam menjual produk di platform pasar digital. Sebelumnya, para pelaku UKM di Desa Cogreg belum terlalu familiar dengan penjualan produk di marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak. Namun, setelah mengikuti edukasi yang disediakan, mereka mampu memahami berbagai platform digital yang dapat membantu proses pemasaran dan promosi produk mereka. Hal ini memungkinkan mereka untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk secara signifikan.

Dengan adanya perubahan perilaku dalam memanfaatkan platform digital untuk pemasaran produk. Sebagian besar pelaku UKM sebelumnya hanya menggunakan media sosial seperti WhatsApp dan Facebook untuk mempromosikan produk mereka. Namun, setelah pelatihan dan sosialisasi, mereka mulai aktif menggunakan berbagai platform digital lainnya, termasuk marketplace. Hal ini memungkinkan mereka untuk menjangkau lebih banyak konsumen potensial dan meningkatkan penjualan produk mereka.

Terjadi peningkatan dalam penjualan produk UKM Kemuning Mandiri setelah menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dari kegiatan pengabdian. Dengan meningkatnya visibilitas produk dan daya tarik kemasan, para pelaku UKM mampu menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan penjualan mereka. Hal ini tidak hanya memberikan dampak positif secara ekonomi bagi para pelaku UKM, tetapi juga berpotensi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Cogreg.

Meningkatnya pendapatan para pelaku UKM sebagai dampak dari peningkatan penjualan produk. Dengan meningkatnya penjualan, pendapatan mereka juga meningkat secara signifikan, yang kemudian dapat digunakan untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan keluarga mereka. Hal ini juga berpotensi untuk mengurangi tingkat kemiskinan dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal.

Secara keseluruhan, hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Cogreg menunjukkan dampak yang positif dan signifikan bagi para pelaku UKM dan masyarakat Desa Cogreg secara keseluruhan. Melalui pelatihan, sosialisasi, dan edukasi yang diberikan, mereka mampu memanfaatkan potensi digital untuk meningkatkan penjualan produk, meningkatkan pendapatan, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya membantu para pelaku UKM untuk berkembang, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat Desa Cogreg.



Gambar 2. Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat kepada UMKM di Desa Cogreg



Gambar 3. Pembuatan Produk oleh Para Pelaku UMKM di Desa Cogreg



Gambar 4. Desain Kemasan Produk Stick Bawang Putri Kembar (UKM Kemuning Mandiri Desa Cogreg)



Gambar 5. Pembuatan Akun Shopee @kemuningmandirisnack

IPTEKS yang diberikan kepada UKM Kemuning Mandiri mencakup berbagai aspek yang relevan dengan solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Berikut ini adalah gambaran IPTEKS yang diberikan:

Pelatihan Wirausaha Digital

Mencakup pemahaman tentang strategi pemasaran digital, penggunaan media sosial secara efektif, dan pemanfaatan platform e-commerce. Pelatihan ini memberikan pengetahuan yang komprehensif tentang bagaimana memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk.

Edukasi tentang Branding dan Kemasan Produk

UKM Kemuning Mandiri diberikan pemahaman yang mendalam tentang pentingnya branding dan desain kemasan produk. Mereka diajarkan bagaimana menciptakan kemasan yang menarik dan berkualitas untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar.

Penggunaan Platform Marketplace

Edukasi tentang cara menjual produk di platform marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak. Para pelaku UKM diberikan pemahaman tentang proses pendaftaran, pengelolaan toko online, dan strategi pemasaran yang efektif di platform tersebut.

Teknik Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi pasca-pelatihan untuk mengukur dampak dari implementasi strategi yang dipelajari. Para pelaku UKM diajarkan cara mengukur peningkatan visibilitas produk, peningkatan penjualan, dan kinerja bisnis secara keseluruhan.

Konsultasi dan Dukungan Berkelanjutan

Penyediaan konsultasi dan dukungan berkelanjutan setelah pelatihan selesai. Para pelaku UKM diberikan akses ke sumber daya tambahan seperti panduan praktis, webinar, dan sesi konsultasi reguler untuk membantu mereka mengatasi tantangan yang mungkin timbul dalam mengimplementasikan strategi yang dipelajari.

Peran Kemasan Produk dalam Peningkatan Pemasaran dan Penjualan

Penelitian yang dilakukan oleh Widiati (2020) menunjukkan bahwa memperbaiki

kemasan produk UMKM dapat meningkatkan pemasaran, menambah segmen pasar, dan meningkatkan omset penjualan, sehingga membantu UMKM dalam meningkatkan kelasnya. Hal ini juga didukung oleh penelitian Suprpto dan Azizi (2020), yang menegaskan bahwa kemasan produk sangat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Atribut-atribut seperti bentuk, ukuran, warna, motif, dan logo kemasan mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Apriyanti (2018) juga menyampaikan pandangan serupa, di mana tampilan kemasan yang menarik dapat meningkatkan penjualan produk. Sementara itu, Alhamdi (2020) dalam penelitiannya juga mengonfirmasi peran penting kemasan dalam menarik minat konsumen. Penelitian-penelitian ini secara konsisten menunjukkan bahwa aspek visual dan fungsional dari kemasan memainkan peran signifikan dalam menarik perhatian konsumen dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian.

Pengaruh Marketplace dalam Peningkatan Penjualan UMKM

Penelitian oleh Irawati dan Prasetyo (2022) menunjukkan bahwa bergabung dengan marketplace dapat meningkatkan penjualan produk hingga lebih dari 50 persen. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Cahya et al. (2021), yang menunjukkan bahwa pada masa pandemi, media promosi komunikasi yang paling efektif adalah melalui marketplace.

Selain itu, Fatimah dan Saidah (2021) menambahkan bahwa promosi marketplace berbasis artificial intelligence melalui model deep learning juga dapat secara signifikan meningkatkan pembelian produk. Terakhir, penelitian Zahroh (2022) menegaskan bahwa penjualan secara digital dapat membantu meningkatkan pendapatan dan penjualan produk UMKM secara keseluruhan, menunjukkan dampak positif dari digital marketing dalam meningkatkan kinerja bisnis UMKM.

Dari tinjauan pustaka ini, dapat disimpulkan bahwa baik perbaikan kemasan produk maupun pemanfaatan platform marketplace secara digital memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan pemasaran dan penjualan produk UMKM. Perbaikan kemasan tidak hanya meningkatkan daya tarik visual tetapi juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Di sisi lain, bergabung dengan marketplace dan menggunakan promosi berbasis teknologi digital seperti artificial intelligence dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk secara substansial. Kombinasi dari kedua strategi ini dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi peningkatan kinerja bisnis UMKM.

KESIMPULAN

Hasil dari pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di Desa Cogreg, Kabupaten Bogor, menunjukkan prestasi yang penting dalam meningkatkan kapasitas dan keterampilan para pelaku UKM Kemuning Mandiri dalam memanfaatkan potensi digital guna pengembangan bisnis mereka. Melalui berbagai kegiatan pelatihan, sosialisasi, dan edukasi, mereka berhasil memperluas pemahaman mereka tentang wirausaha digital, strategi pemasaran online, literasi digital dalam pemasaran produk, serta pentingnya desain kemasan yang menarik. Peningkatan pemahaman dan keterampilan ini membantu mereka memanfaatkan platform e-commerce dan marketplace untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk.

Perubahan yang paling mencolok terjadi pada desain kemasan produk para pelaku UKM. Sebelumnya, produk dikemas secara sederhana dengan plastik mika dan label sticker, namun setelah mengikuti pelatihan, mereka berhasil meningkatkan desain kemasan produk mereka agar lebih menarik dan mempertahankan kualitasnya. Hasilnya, terjadi peningkatan daya tarik produk di pasar digital yang mengakibatkan peningkatan penjualan dan daya saing bisnis mereka.

Selanjutnya, terjadi peningkatan dalam pengetahuan dan keterampilan dalam menjual produk di platform pasar digital. Sebelumnya, sebagian besar pelaku UKM belum terlalu mengenal penjualan produk di marketplace, namun setelah mengikuti edukasi, mereka berhasil

memanfaatkan berbagai platform digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk. Ini memberikan mereka akses ke lebih banyak konsumen potensial dan peluang untuk meningkatkan pendapatan.

Perubahan perilaku dalam memanfaatkan platform digital untuk pemasaran produk juga terlihat jelas. Sebelumnya, para pelaku UKM hanya mengandalkan media sosial seperti WhatsApp dan Facebook untuk mempromosikan produk mereka, namun setelah pelatihan, mereka mulai aktif menggunakan berbagai platform digital lainnya, termasuk marketplace. Hal ini memungkinkan mereka menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan penjualan produk mereka secara signifikan.

Dampak positif dari peningkatan penjualan produk juga terasa pada pendapatan para pelaku UKM. Dengan meningkatnya penjualan, pendapatan mereka juga meningkat secara signifikan, yang kemudian dapat digunakan untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan keluarga mereka. Hal ini juga berpotensi untuk mengurangi tingkat kemiskinan di Desa Cogreg dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal.

Selain itu, hasil pelaksanaan kegiatan juga menunjukkan peningkatan jumlah lapangan kerja lokal sebagai hasil dari pertumbuhan bisnis UMKM. Dengan meningkatnya skala bisnis dan penjualan produk, para pelaku UKM membutuhkan lebih banyak tenaga kerja untuk membantu dalam proses produksi, pemasaran, dan distribusi. Ini memberikan peluang bagi penduduk lokal untuk mendapatkan pekerjaan yang layak dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal.

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, beberapa saran dapat diusulkan untuk perbaikan pelaksanaan kegiatan selanjutnya serta untuk Universitas Dian Nusantara. Pertama, penting untuk meningkatkan kualitas materi pelatihan dengan menyesuaikannya dengan kebutuhan aktual dan tingkat pemahaman mitra. Studi kasus dan praktik langsung juga dapat meningkatkan pemahaman mitra. Kedua, Universitas Dian Nusantara perlu memastikan kontinuitas dukungan setelah pelatihan selesai, seperti sesi konsultasi reguler atau webinar untuk membahas tantangan dan solusi. Ketiga, penyediaan sumber daya tambahan seperti panduan praktis dan video tutorial akan membantu pelaku UKM Kemuning Mandiri untuk terus belajar secara mandiri. Keempat, penguatan kerjasama dengan lembaga pendidikan, perusahaan, dan komunitas bisnis dapat memberikan akses tambahan terhadap sumber daya dan pengalaman praktis. Kelima, evaluasi berkala terhadap hasil dan dampak program perlu dilakukan untuk memahami tingkat keberhasilan dan area perbaikan. Keenam, Universitas Dian Nusantara perlu terus mengembangkan jaringan dan kemitraan dengan pemerintah daerah, organisasi non-profit, dan sektor swasta untuk meningkatkan dukungan yang tersedia. Terakhir, penting untuk selalu mengadaptasi program dengan inovasi baru dan mempertimbangkan kebutuhan pasar yang terus berubah. Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan pelaksanaan kegiatan selanjutnya dapat lebih efektif dan memberikan dampak positif yang lebih besar bagi pengembangan bisnis para pelaku UKM Kemuning Mandiri serta pertumbuhan ekonomi lokal di Desa Cogreg khususnya.

REFERENSI

- Ariyani, N. (2024). *Membangun Ekonomi Perdesaan Melalui Pengembangan Desa Wisata Yang Inklusif Dan Berkelanjutan Menggunakan Strategi Flight Of Flamingo*. Widina Media Utama.
- Ayu, J. P. (2021). Pengaruh Pemasaran Digital dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Bahari di Kepulauan Seribu. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(3), 223–232. <https://doi.org/https://doi.org/10.30647/jip.v26i3.1478>
- Mahrofi, Z. (2022). *BUMDes-desanya wisata ujung tombak pemulihan ekonomi nasional*. ANTARA. <https://www.antarane.ws.com/berita/2991965/bumdes-desanya-wisata-ujung-tombak-pemulihan-ekonomi-nasional>
- Massie, P. C., Massie, J. D. D., & Roring, F. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan

- Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Rumah Alam Manado Adventure Park. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.43646>
- Retnasary, M., Setiawati, S. D., Fitriawati, D., & Anggara, R. (2019). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), 76–83. <https://doi.org/https://doi.org/10.51977/jiip.v1i1.130>
- Salambue, R., Fatayat, F., Mahdiyah, E., & Andriyani, Y. (2020). Pengembangan Daya Tarik Objek Wisata Teluk Jering Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 3(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.36341/jpm.v3i2.1071>