

## **PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN DIGITALISASI UMKM DAN PENGEMASAN PRODUK MASYARAKAT DESA AEK BAMBAN KECAMATAN AEK SONGSONGAN**

**Kris Swarta Siburian<sup>1</sup>, Siska S Galingging<sup>2</sup>, Dewi Anjani<sup>3</sup>**

Program Studi Ekonomi, Universitas Asahan  
Jl.Jend. Ahmad Yani Kisaran  
Email: krisswarta781@gmail.com<sup>1</sup>

### **ABSTRAK**

Pengabdian masyarakat melalui kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik Merdeka Belajar Kampus Merdeka (KKNT MBKM) yang dilaksanakan di desa Aek Bamban kecamatan Aek Songsongan Kabupaten Asahan yang berfokus pada usaha rumahan (UMKM) melalui pendampingan dalam pelaksanaan pelatihan pemasaran dan pengembangan ekonomi kreatif untuk masyarakat setempat. Permasalahan UMKM yang ada di desa Aekbamban adalah kurangnya pengetahuan mengenai penggunaan media sosial dan teknologi yang ada, serta kurangnya kesadaran masyarakat mengenai pentingnya branding dalam sebuah usaha. Metode yang digunakan dalam pengembangan UMKM di desa adalah menggunakan observasi, wawancara, diskusi kelompok (FGD) dan pengumpulan data sekunder. Program yang dilakukan diantaranya program digital branding, dan pendampingan pembuatan konten digital. Diharapkan setelah berjalannya program ini dapat membantu UMKM mitra dalam mengikutri perkembangan *digitalisasi yang dapat meningkatkan taraf ekonomi.*

Kata Kunci : Digitalisasi, pengemasan, usaha

### **ABSTRACT**

*Community services which is integrated with the Kuliah Kerja Nyata Tematik Merdekar Belajar Kampus Merdeka (KKNT MBKM) which was held in Aek Bamban, Aek Songsongan District, Asahan that focused on home based business (MSMEs) trough mentoring and creative economic training for the community. Theproblem for MSMEs in Banjaragung village is a lack of know ledge regarding the use of social media and existing technology, as well as a lack of public awareness regarding the importance of branding in a business. The method used in developing MSMEs in Aek Bamban village is using observation, interviews, group discussions (FGD) and secondary data collection. The programs carried out include digital branding programs, and digital content creation assistance. It is hoped that after the implementation of thisprogram it can help partner MSMEs in following the development of digitalization which can increase the economic level.*

**Keywords :** *digitalization, packaging, business*

### **PENDAHULUAN**

Desa Aek Bamban sendiri merupakan salah satu kelurahan di Kecamatan Aek Songsongan, Kabupaten Asahan Desa Aek Bamban memiliki jumlah penduduk sebanyak 1.426 jiwa per tahun 2023, dengan luas wilayah 4,63 KM/463 Ha. Yang terdiri dari 7 desa wilayah bagian -bagian pemerintahan yang disebut Dusun. Masyarakat desa Aek Bamban umumnya memiliki mata pencaharian dominan yaitu pertanian dengan macam komoditas

seperti tanaman sawit dan singkong, dan pencaharian tambahan yaitu peternak sapi dan lainnya. Umumnya UMKM yang diolah oleh masyarakat Aek Baman yaitu produksi rumahan yang dilakukan oleh beberapa keluarga, di desa Aek Baman juga melakukan kegiatan kerja bakti setiap bulannya, bahkan masyarakat dan perangkat desa Aek Baman sering melakukan kegiatan keagamaan seperti pengajian, karena 100% penduduk desa Aek Baman menganut agama Islam.

Desa Aek Baman memiliki UMKM Opak Apik yang terbuat dari bahan olahan ubi yang diolah menjadi krupuk/opak. Tetapi olahan tersebut belum terlalu dikenal oleh masyarakat luas dikarenakan kurangnya promosi.

Salah satu masalah yang sering dihadapi oleh usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah pemasaran online yang kurang dan kemasan dari produk tersebut. Karena pada zaman sekarang ini mendapat informasi dengan menggunakan digitalisasi lebih mudah dan cepat di dapat. Salah satu aktivitas yang muncul di dunia internet adalah aktivitas bisnis yang dapat membantu beberapa pengusaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk memperkenalkan atau mempromosikan produk mereka ke seluruh wilayah. Dari kemasan produk/desain produk juga dapat mempengaruhi apa yang ada dalam isi kemasan tersebut. Karena itu pengaruh bentuk, warna, bahan dapat mempengaruhi konsumen. Prilaku konsumen seiring berjalannya waktu semakin kritis terhadap kemasan produk terhadap kemasan produk, terlebih untuk kemasan produk makanan harus mendapat perhatian khusus. Menggunakan bahan yang ramah lingkungan, mudah dibawa serta aman dan tidak menimbulkan kontaminasi pada makanan, serta dilengkapi dengan informasi produk yang memadai yang akan menjadi pilihan konsumen. Faktor-faktor tersebut dalam melaksanakan UMKM di masa sekarang harus lebih diperhatikan untuk keberlangsungan dari usaha tersebut.

## **METODE**

Kegiatan ini menggunakan pendekatan partisipatif dengan pertimbangan bahwa pelibatan aktif subjek penelitian merupakan faktor yang penting untuk menentukan program yang tepat sasaran, berorientasi praktis, pemberdayaan dan berkelanjutan. Metode pendekatan partisipatif melibatkan peran masyarakat dalam peningkatan proses pelaksanaan pengabdian masyarakat (Pratikto, 2021).

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, diskusi kelompok (FGD) dan pengumpulan data sekunder. Tahapan kegiatan pengambilan keputusan dalam Analisis Multi Kriteria (AMK), secara singkat dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Melakukan wawancara tahap pertama dengan sejumlah pelaku UMKM untuk memperoleh indikasi program yang akan di usulkan
- b. Melakukan wawancara tahap kedua untuk menetapkan variabel/kriteria
- c. Melakukan wawancara tahap akhir dan dilakukan dengan para pelaku UMKM untuk melakukan apa saja kendala yang di hadapi, dan potensi apa saja yang meningkatkan untuk di masa depan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Industri rumahan milik bu Ayu berupa usaha yang bergerak di bidang makanan ringan. Pembuatan opak apik ini menggunakan Ubi yang berkualitas yang dipanen langsung oleh beberapa petani. Industri rumahan Opak Apik di produksi setiap hari dan proses pembuatan dilakukan secara konvensional dan individual. Pemasaran yang dilakukan masih menggunakan sistem word to mouth (dari mulut ke mulut) dan belum memanfaatkan media sosial karena kurangnya pemahaman mengenai penggunaan teknologi. Untuk

pengerjaan Opak Apik singkong masih menggunakan alat manual yang membuat jumlah produksi yang sedikit. Untuk kendala lainnya terdapat pada logo dan kemasan. Perlu dilakukan rebranding usaha agar produk ini dapat bersaing dengan produk serupa. Apabila dikembangkan lagi melalui media sosial, UMKM yang dilakukan bu Ayu memperluas jangkauan pemasaran dan lebih efisien dalam melakukan promosi.

Kegiatan pendampingan dilaksanakan 15 maret 2023 di Aula kantor desa Aek Bamba. Dengan adanya program kerja pendampingan digitalisasi dan pengemasan produk diharapkan dapat membantupelaku usaha UMKM Desa Aek Bamba yang sebagian besar Ibu Rumah Tangga (IRT) agar dapat meningkatkan sumber daya manusia dan bersaing di dunia bisnis.

Materi pendampingan yang pertama yaitu pengertian digitalisas. Yang dimna dalam materi ini bertujuan untuk memeperkenalkan apa itu digitalisasi, manfaat dan kegunaan digitalisasi serta dampak digitalisasi.



Gambar 1. Penyampaian Materi oleh Narasumber

Materi pendampingan yang kedua yaitu pembuatan akun facebook, yang dimana dalam materi ini bertujuan untuk memperkenalkan pelaku usaha UMKM dalam penggunaan facebook yang menjadi sarana komunikasi dan informasi mengenai usaha dan layanan produk yang di milikiserta sarana pengemangan Customer Relationship Management (CRM).

Langkah-langkah pembuatan akun facebook sebagai berikut :

1. Unduh aplikasi Facebook dari App Store (iPhone) atau Google Play Store (Android).
2. Setelah aplikasi terinstal, ketuk Facebook untuk membukanya.
3. Ketuk Daftar dengan Email atau Nomor Telepon (Android) atau Buat Akun Baru, lalu masukkan alamat email atau nomor telepon (yang akan memerlukan kode konfirmasi), lalu masukkan kode yang dikirim ke email atau nomor telepon. Berikutnya buat nama pengguna dan kata sandi, lengkapi info profil Anda, setelah itu oke dan pembuatan akun selesai.



Gambar 2. Pembuatan akun aplikasi digital

Hasil dari kegiatan pelaksanaan pendampingan digitalisasi dan pengemasan produk pada pelaku usaha UMKM di Desa Aek Bambi, Peserta UMKM mampu mempraktekkan apa yang di sampaikan oleh pemateri dalam menggunakan aplikasi digital seperti facebook.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan data di Atas kegiatan pendampingan digitalisasi UMKM dan pengemasan produk berjalan dengan baik dan lancar sehingga memperoleh tanggapan yang positif dari peserta pendampingan digitalisasi karena peserta merasakan manfaat secara langsung melalui kegiatan pembuatan desain label produk UMKM dan branding UMKM dan membuat olahan video atau foto yang menarik dan meningkatkan penjualan pada UMKM Desa Aek Bambi. Tujuan diadakan kegiatan ini untuk memulihkan dan meningkatkan pendapatan serta perputaran ekonomi UMKM desa Aek Bambi menjadi stabil dan mengembangkan pemasaran serta penyebaran luasan produk UMKM melalui social media atau teknologi digitalisasi guna meningkatkan pendapatan khususnya keluarga Desa Aek Bambi.

Selain itu dapat meningkatkan kemampuan masyarakat khususnya UMKM desa Aek Bambi dalam memasarkan produknya secara online atau lewat media social serta membuat kemasan produk yang baik dan menarik agar pemasarannya dapat meningkat daya tarik sendiri dan mampu memperluas jangkauan manajemen pemasaran sehingga dapat memanfaatkan dan meningkatkan motivasi pengetahuan pelaku UMKM dalam penggunaan media social dengan bijak dan benar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., & Racmadi, K.R (2022). Digitalisasi Pemasaran Melalui Media Sosial Marketing pada Pelaku UMKM Guna peningkatan Pendapatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3, 4442-4448
- Herdiman, L., Azizah, N.N., Adyanata, I., & Dkk. (2022). Sosialisai Pelatihan dan Digitalisasi Dalam Usaha Peningkatan UMKM Di Desa Trayu. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5, 4823-4829
- Nasution, E. Y., & Indria, T. (2021). Digitalisasi UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2, 83-88
- Wijoyo, H., & Dkk. (2020). *Digitalisasi UMKM*. Insan Cendekia Mandiri
- Zakka, N., & Sofyantoro, S. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif dan UMKM Melalui Digitalisasi. *Jurnal Pemerintahan, Pembangunan dan Inovasi Daerah*, 2.