

PENGEMBANGAN UMKM MELALUI PENGOPTIMALAN PERAN DIGITAL MARKETING DI DESA BRANTA PESISIR, KECAMATAN TLANAKAN KABUPATEN PAMEKASAN DENGAN PENDEKATAN *ASSED BASED COMMUNITY DEVELOPMENT* (ABCD)

Zaifuddin¹, Dewi Purnama Wati², Lailatul Maghfirah Yusriya³, Fahril Anwar⁴, Marchel Putra Garfansa⁵, Sitti Mukamilah⁶

¹²³⁴⁵Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Madura

⁶Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Islam Madura

didien150korang4@gmail.com, dewipw047@gmail.com, ratihyusriya@gmail.com,
fahrilanwar1609@gmail.com, marchel.sp.mp@gmail.com, sitimukamilah@gmail.com

ABSTRAK

Desa Branta Pesisir terkenal akan kekayaan hasil lautnya, dengan mayoritas penduduknya bekerja sebagai nelayan, disamping itu banyak juga yang bekerja sebagai pengusaha rumahan atau sering dikenal dengan UMKM. Terdapat beberapa keluhan oleh pelaku usaha, salah satunya adalah tentang pemasaran produk, sebagai tindak-lanjut terhadap kondisi tersebut maka perlu dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan digital marketing. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kemampuan dan pengelolaan usaha melalui pemasaran digital yang meningkatkan pendapatan UMKM di Desa Branta Pesisir. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dalam prosesnya menggunakan metode ABCD (Asset Based Community Development).

Kata Kunci: Pengembangan UMKM, Metode ABCD, Digital Marketing.

1. PENDAHULUAN

Desa Branta pesisir merupakan desa yang berada di Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan, Jawa Timur. Desa Branta Pesisir terkenal dengan kekayaan hasil lautnya, dengan mayoritas penduduknya bekerja sebagai nelayan, disamping itu banyak juga yang bekerja sebagai pengusaha rumahan atau sering dikenal dengan UMKM. Ditinjau dari Undang-undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2008 yang tertuang pasal 3 yang menyatakan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah memiliki tujuan untuk mengembangkan dan menumbuhkan usaha masyarakat sehingga perekonomian masyarakat dapat meningkat sebagaimana yang diatur dalam UU tersebut.

Peran stakeholder untuk mewujudkan sekaligus meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM sangatlah penting. Salah satu indikator peningkatan kesejahteraan adalah naiknya omzet penjualan. Hal ini dapat terpenuhi dengan memaksimalkan strategi pemasaran digital, sebab telah terjadi transformasi teknologi yang membuat perubahan perilaku konsumen sehingga UMKM dituntut berinovasi bukan lagi

sekadar bertahan tetapi juga meraih benefit dari kemajuan teknologi (Hapsoro et al., 2019).

Teknologi informasi saat ini sangat berkembang pesat di berbagai kegiatan bisnis dalam menjalankan usahanya. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan suatu usaha yang bergerak dalam hal perdagangan di lingkup mikro, yang menyangkut aktivitas berwirausaha dan mampu dikelola oleh perorangan maupun badan usaha (Mauliza & Sulistyawati, 2021). Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat, mengakibatkan munculnya banyak kompetitor bagi setiap pelaku usaha, khususnya UMKM. Oleh karena itu, strategi pemasaran dan media yang tepat sangat diperlukan agar mampu menjangkau pasar yang lebih luas sehingga volume penjualan juga selalu meningkat.

Digital marketing sendiri adalah upaya yang dilakukan dalam hal pemasaran dengan menggunakan perangkat yang terhubung dengan internet dengan beragam strategi dan media digital dengan tujuan yaitu perusahaan bisa tetap berhubungan dengan konsumen melalui saluran komunikasi online (Chakti, 2019).

Selain itu pemasaran produk menggunakan digital marketing dan memanfaatkan media sosial untuk dapat menjangkau konsumennya secara langsung dan dapat menekan biaya promosi (Hardilawati, 2020).

Tujuan dari adanya pengembangan UMKM melalui pengoptimalan peran digital marketing agar peningkatan UMKM semakin berkembang tidak hanya dengan pemasaran di dalam pamekasan akan tetapi dapat menjangkau ke luar Madura, serta memberdayakan para pemuda dan memanfaatkan aset di desa secara optimal.

2. METODE PENGABDIAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan menggunakan metode pendekatan ABCD (Asset Base Community Development) dimana metode tersebut untuk pendekatan mahasiswa kepada masyarakat serta potensi yang ada di Desa Branta pesisir. Pendekatan ABCD merupakan salah satu dari beberapa pendekatan pemberdayaan masyarakat dengan bertolak pada kekuatan aset dan potensi masyarakat untuk mendorong terwujudnya perubahan sosial. Metode ini mendorong masyarakat itu sendiri yang menjadi motor penggerak utamanya dari segala macam bentuk pembangunan. Setidaknya ada 4 tahapan dalam pendekatan atau metode ABCD diantaranya discovery, dream, design, dan destiny. Discovery adalah proses pencarian yang mendalam tentang hal-hal positif, hal-hal terbaik yang pernah dicapai, dan pengalaman-pengalaman keberhasilan di masa lalu. Dream adalah mengeksplorasi harapan dan impian individual maupun organisasi. Design merumuskan strategi, proses dan sistem, membuat keputusan dan mengembangkan kolaborasi yang mendukung terwujudnya perubahan yang diharapkan. Destiny mengimplementasikan berbagai hal yang sudah dirumuskan pada tahap design.

Tahap pengabdian sebagai berikut :

No	Kegiatan	Pelaksana
1	Analisis objek pengabdian	Mahasiswa KPM
2	Pencarian Aset	Mahasiswa KPM

3	FGD dengan perangkat desa, tokoh pemuda, dan masyarakat	Mahasiswa dengan pihak terkait
4	Menentukan program kerja	Mahasiswa dengan pihak terkait
5	Pelaksanaan program kerja	Mahasiswa dengan perangkat desa, tokoh pemuda dan masyarakat pelaku UMKM

2.1. Waktu dan Tempat Pengabdian

Adapun waktu dan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada tanggal 09 Juli sampai 13 Agustus 2023 di Desa Branta Pesisir Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan.

2.2. Metode dan Rancangan Pengabdian

❖ Tahapan Awal

Langkah awal yang perlu di lakukan ialah pendekatan Desa Branta Pesisir dengan beberapa hal yang perlu di persiapkan diantaranya menyusun beberapa pertanyaan mendasar bertemakan potensi desa Branta Pesisir dari sudut pandang sosial, alam, ekonomi, infrastruktur, dan budaya. Setelah pedoman wawancara tersusun. Obsever melakukan pengamatan ke segala dusun kemudian melakukan wawancara dengan masyarakat, tokoh pemuda maupun tokoh masyarakat untuk mendengarkan setiap aspirasi dan potensi (aset yang dimiliki). Setelah aset-aset ditemukan selanjutnya dilakukan Focus Group Discusstion (FGD) Berdasarkan hasil FGD kemudian melanjutkan pada tahap perencanaan program hingga tahap akhir yakni pelaksanaan program dan monitoring serta evaluasi.

❖ Tahapan Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan kegiatan di Desa Branta Pesisir Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan adalah sebagai berikut :

1) Analisis Objek Pengabdian (Inkulturas)

Tahap awal dalam analisis objek pengabdian (inkulturas) dimana mahasiswa mulai beradaptasi dan menyesuaikan diri. Tahapan ini dimulai sebelum adanya penggalian data hingga

berkolaborasi dengan masyarakat, strategi awal yakni mulai dengan pengenalan. Mulai dengan berkunjung kerumah masyarakat setempat dan lokasi yang biasanya sebagai tempat berkumpulnya warga. Pendekatan ini juga di upayakan dalam bentuk usaha dari mahasiswa untuk dapat bersatu dengan masyarakat. Pusat Pemerintah Desa Branta Pesisir terletak di Dusun Lunas tepatnya di jalan Pelabuhan Branta Pesisir No.1. Desa Branta Pesisir memiliki 7 Dusun yaitu Dusun Bandaran, Lunas, Mayang, Tengah 1, Tengah 2, Tinjang, dan Gilin. Dusun terluas yakni Dusun Tinjang, kemudian Dusun Gilin, Dusun Mayang, Dusun Bandaran, Dusun Tengah 1, Dusun Tengah 2, dan Dusun Lunas. Sedangkan jumlah penduduk terpadat yaitu berada pada Dusun Gilin. Jumlah penduduk keseluruhan di Desa Branta Pesisir berjumlah 6041 orang dari total penduduk laki-laki sebanyak 3017 orang dan penduduk perempuan sebanyak 2946 orang. Sosial ekonomi masyarakat ditentukan oleh jenis ekonomi, pendidikan dan juga pendapatan dari masyarakat. Desa Branta Pesisir merupakan salah satu desa yang mana penduduknya sangat padat dan juga desa dengan berbagai jenis UMKM nya yang beragam. Berbagai jenis usaha dan pekerjaan yang ada di Desa Branta Pesisir ini, salah satu pekerjaan yang dominan sebagai nelayan dan hampir setiap rumah di Desa Branta Pesisir memiliki potensi atau keterampilan berupa pengelolaan ikan kering, pembuatan kerupuk, dan lain-lain.

2) Pencarian Aset

Pada tahap ini mulai melakukan wawancara kepada masyarakat tentang asset yang ada di desa branta pesisir. Mahasiswa menggali informasi dengan melakukan sharing season dengan masyarakat. Ada berbagai macam asset yang dapat ditemukan melalui beberapa percakapan maupun forum-forum non formal Dimana lokasi percakapan hingga waktu yang memang tidak direncanakan sebelumnya. Tahapan ini merupakan tahapan paling penting, dimana tahapan ini berupaya untuk menemukan potensi yang ada dimasyarakat. Sehingga masyarakat dapat mengetahui masih

banyak potensi yang belum maksimal di Desa Branta Pesisir. Sehingga diperlukan adanya kesadaran serta pemaksimalan potensi tersebut perlu dilakukan.

Berdasarkan observasi dan pendalaman informasi yang kami lakukan yang kemudian pengelompokan serta kalkulasi terhadap data yang di peroleh, dapat di simpulkan untuk pengelompokan beberapa aset tersebut diantaranya:

Tabel 2. Pengelompokan Beberapa Aset

No	Aset	Potensi
1	Produksi Kerupuk	Labelisasi kemasan (<i>packaging</i>), pemasaran (<i>marketing</i>), legalitas NIB
2	Paguyuban Nelayan	Efektivitas komunikasi antar nelayan, mempermudah perekonomian disektor nelayan
3	Nasi Kucing	Branding produk dengan tujuan untuk memperluas segmentasi pasar.
4	Pendampingan Pemuda terhadap UMKM	Banyak pemuda desa yang memiliki integritas dan keinginan untuk membangun desa sehingga perlu Pemberdayaan pemuda agar lebih meningkatkan inovasi dan kreasi dalam pengembangan produk umkm terutama di di bidang digitalisasi marketing.

Dari tabel di atas aset yang ditemukan berdasarkan hasil riset dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Produksi kerupuk, rata-rata jenis olahan ikan yang ada di desa Branta Pesisir itu adalah segala jenis ikan hasil tangkapan nelayan yang masih layak dikonsumsi. Hanya saja karena minimnya pengetahuan tentang pemasaran dan pengemasan membuat produk ini kurang diminati konsumen diluar desa. Minimnya legalitas produk akibat banyaknya usaha yang tidak memiliki NIB juga membuat usaha ini masih perlu pengembangan lebih lanjut agar dapat memperluas jaringan pasar.

2. Paguyuban nelayan, dengan populasi penduduk hampir 4 juta jiwa dan letak geografis desa yang berada di wilayah pesisir tentu nelayan menjadi profesi utama bagi sebagian besar masyarakat desa Branta Pesisir. Namun disamping itu masih banyak profesi lain yang digeluti masyarakat.
 3. Nasi kucing merupakan makanan yang sering kita jumpai ketika berada di desa Branta Pesisir. Ada banyak penjual nasi kucing yang berjualan setiap harinya baik itu di jalan raya maupun didalam gang 12 permukiman penduduk.
 4. Pemuda adalah sumber daya manusia yang akan melanjutkan tongkat estafet selanjutnya, termasuk dalam kegiatan ekonomi. Keberadaan pemuda dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) juga harus diperhatikan, sehingga pendampingan kepemudaan perlu dilaksanakan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam mengembangkan UMKM di Branta Pesisir. Namun tidak hanya terpaku pada pemuda saja hal ini sangat perlu di implementasikan pula pada pelaku UMKM secara umum guna menjaga dan mengembangkan entitas UMKM yang di Kelola,
- 3) FGD dengan Perangkat Desa, Tokoh Pemuda, dan Masyarakat

Adapun kegiatan pelaksanaan Forum Group Discussion (FGD) pertama yang dihadiri oleh beberapa aparat desa diantaranya bapak Kepala Desa serta Sekretaris dan Anggota Karang Taruna. Kami mendengarkan informasi terkait aset-aset apa saja yang ada di desa branta pesisir ini yang sekiranya dapat dikembangkan oleh kami sebagai mahasiswa yang mengikut kuliah pengabdian masyarakat. Dari pihak pemerintah desa memberikan masukan atau saran kepada mahasiswa kuliah pengabdian masyarakat apa saja aset-aset yang perlu dikembangkan, salah satunya yaitu dengan membranding nasi kucing yang sebagaimana yang telah dilakukan pada rujak kelang sebelumnya di desa branta branta pesisir.



Gambar 1. Focus Group Discussion ke-1

Selain itu Pada kegiatan FGD ini masyarakat juga di berikan kesempatan untuk menyampaikan keinginan para pelaku UMKM guna mengembangkan usahanya. Adapun beberapa keinginan yang diutarakan oleh pelaku UMKM Desa Branta antara lain:

1. Sebagian besar pelaku UMKM di Desa Branta Pesisir masih belum memperhatikan terkait legitas produk yang dimiliki, baik (NIB) Nomor Induk Berusaha yang merupakan legalitas produk paling dasar yang harus dimiliki oleh pelaku UMKM. Selain itu sebagian besar pelaku UMKM ini juga masih belum mengurus sertifikasi halal yang dapat menunjang dan menjamin keberhasilan serta keberadaan produknya.
2. Kurangnya pemahaman terkait pemanfaatan digital dalam proses pemasaran. Sebagian besar masyarakat Desa Branta Pesisir belum memahami mekanisme yang perlu dilakukan dalam pemasaran yang berbasis digital sehingga di pelukan adanya pelatihan khusus yang dapat menunjang pemahaman digital marketing.
3. Dari segi packaging produk yang dimiliki pelaku UMKM di Desa Branta Pesisir masih belum terakomodir dengan baik.



Gambar 2. Focus Group Discussion ke-2

4) Menentukan Program Kerja

Setelah melakukan pendekatan, observasi, dokumentasi dan wawancara dengan masyarakat branta pesisir, tahap selanjutnya ialah menentukan program kerja dari hasil temuan yang sudah di peroleh. Dimana mayoritas masyarakat branta pesisir hampir setiap rumah memiliki usaha UMKM, pelaku UMKM di branta pesisir menerapkan cara yang manual tanpa diimbangi dengan perkembangan zaman, jika hal yang sedemikian tetap di terapkan maka tidak menutup kemungkinan UMKM di desa branta pesisir nantinya akan tertinggal dari segi marketingnya. 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 e-commerce-nya, biasanya akan menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing. Kegiatan workshop ini, secara teknis diinisiasi dari hasil proses FGD. Workshop Digital Marketing dalam bentuk pemanfaatan media digital sangatlah penting, karena menambah pengetahuan kepada pelaku usaha mengenai cara maupun tahapan dalam memperluas jaringan konsumen.

5) Pelaksanaan Program Kerja

Tahap inti dari pelaksanaan pengabdian model ABCD adalah define, yaitu melaksanakan program yang sudah disusun di tahap design. Pada kesempatan ini, kegiatan yang dipilih adalah workshop. Para pelaku UMK di undang ke balai desa untuk mendengarkan paparan, diikuti tanya jawab yang berlangsung.

Dalam workshop adapun beberapa hal yang di paparkan mulai dari memperoleh pembekalan dibidang digital marketing baik dari cara memulai usaha bagi pemula, operasional, tips dan trik dalam melakukan usaha hingga laku terjual. Disamping itu

juga, terbentuknya kelas bimbingan bersama pemateri dan para pelaku UMKM terkait digital marketig sangat membantu. Sehingga para,

pelaku UMKM baik pemula ataupun yang sudah lama membangun usaha dapat memasarkan produknya dengan memanfaatkan marketplace yang ada

❖ Tahapan Monitoring dan Evaluasi

Tahap evaluasi ini mencakup keseluruhan hasil pelaksanaan kegiatan dari awal melakukan pencarian masalah pada pelaku UMKM hingga akhir kegiatan dengan praktik langsung pemasaran dengan media sosial, keberhasilan peran acara workshop untuk mendongkrak potensi pengembangan aset, serta evaluasi masyarakat terhadap kemampuan digital marketingnya melalui media sosial yaitu market place apakah bisa terlaksana dengan baik atau ada kendala. Evaluasi ini dilakukan guna untuk mengetahui seberapa jauh ketercapaian masyarakat mampu memahami dan mengaplikasikan pelatihan digital marketing yang telah diberikan.

2.3. Pengambilan Sampel

Berdasarkan penjelasan yang ada diatas yang kami kelompokkan ada 4 aset yang akan kami jelaskan secara rinci, diantaranya :

1. Produksi Kerupuk

Produksi kerupuk merupakan kegiatan rutin yang biasa dilakukan di Desa Branta Pesisir dalam kesehariannya. Hal ini juga penghasilan bagi Desa Branta Pesisir. Untuk masyarakat yang memproduksi kerupuk juga kegiatannya sangat padat dimana proses pembuatan kerupuk sebelum bahan baku menjadi sebuah adonan dan itu membutuhkan jam yang begitu lama. Berikut bahan-bahan untuk pembuatan kerupuk, yaitu tepung kanji, tepung tapioca, penyedap rasa, bleng, kunyit bubuk. Dimana semua bahan tersebut dicampur dijadikan satu dan sampai membentuk sebuah adonan. Dan adonan tersebut di kukus sampai 3 jam setelah adonan masak tunggu hingga dingin untuk dipotong-potong sesuai dengan keinginan. Setelah pemotongan selesai kerupuk tersebut dijemur sampai kerupuk tersebut mengeras. Siklus inilah yang berlangsung secara konsisten setiap harinya

2. Paguyupan Nelayan

Paguyupan nelayan merupakan salah satu kesatuan para nelayan untuk memenuhi kebutuhan mereka atau bisa saja bekerja sama untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Letak geografis Desa Branta Pesisir tentu kebanyakan profesi utamanya sebagian nelayan namun sebagian besarnya ada yang profesi lain.

3. Nasi Kucing

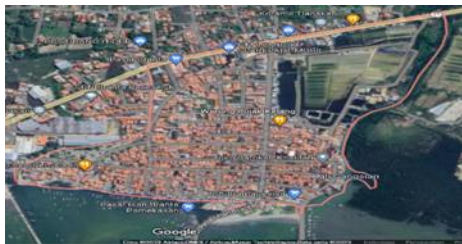
Makanan yang dikenal dengan nama “nasi kucing” yang berasal dari Surakarta, Semarang, dan Yogyakarta. Karena porsi yang sedikit. Istilah “nasi kucing” sebenarnya adalah “nasi untuk kucing” dimana yang isinya hanya nasi dan ikan pindang merupakan satu-satunya makanan yang paling disukai kucing juga ada tambahan seperti sambal, tempe, dan di ikuti dengan penambahan yang lainnya, oleh karena itu hidangan ini dikenal sebutan “nasi kucing”. Meskipun makanan ini bukan khas dari Desa Branta Pesisir sendiri, makanan ini menjadi salah satu pusat kuliner di desa ini.

4. Pendampingan Pemuda terhadap UMKM

Pemuda termasuk aspek pengembangan sumber daya manusia (SDM) yang memiliki banyak multitalenta. Maka dari itu pemuda dituntut untuk bisa melanjutkan UMKM yang ada di Desa Branta Pesisir. UMKM yang ada di Desa Branta Pesisir sudah memadai, akan tetapi sebagian besar kurang dimintai oleh pemuda dikarenakan oleh kendala biaya.

Peran generasi muda dalam pengembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) sangat penting di era digital saat ini. Mendorong minat generasi muda untuk berwirausaha menjadi hal yang harus dilakukan salah satunya dengan menggelar kompetisi yang mampu memacu ketertarikan generasi muda.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN



A. Monografi Desa Branta Pesisir

Gambar 3. Peta Desa Branta Pesisir

Branta pesisir merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan, Madura Jawa Timur. Memiliki luas wilayah 2.1416 Hektar dengan ketinggian 2 Meter diatas permukaan laut dan berada pada titik koordinat 113°43'78” BT 7°21'72” LS. Secara geografis desa ini terletak sekitar 7 km dari pusat kota pamekasan dan 1 km dari kantor kecamatan Tlanakan. Di sebelah utara dan barat berbatasan dengan Desa Tlanakan, sebelah timur berbatasan dengan Desa Branta Tinggi dan sebelah selatan berbatasan langsung dengan Selat Madura. Pusat pemerintahan Desa branta pesisir terletak di Dusun Lunas tepatnya di jalan Pelabuhan Branta Pesisir No.1. Desa Branta Pesisir memiliki 7 dusun yaitu dusun Bandaran, Lunas, Mayang, Tengah 1, Tengah 2, Tinjang, dan Gilin. Dusun terluas yakni Dusun Tinjang, kemudian Dusun Gilin, Dusun Mayang, Dusun Bandaran, Dusun Tengah 1, Dusun Tengah 2 dan Dusun Lunas. Sedangkan jumlah penduduk terpadat yaitu berada pada dusun Gilin.

Berdasarkan data terbaru yakni tahun 2023 Desa Branta Pesisir memiliki jumlah penduduk 6041 jiwa yang terdiri dari 3017 laki-laki dan 2946 perempuan. Jumlah keseluruhan penduduk Desa Branta Pesisir terbagi dalam setiap dusun yakni pada Dusun Gilin terdapat 1250 jiwa yang terdiri dari 619 penduduk laki-laki dan 631 penduduk perempuan. Dusun Bandaran memiliki 1068 jiwa yang terdiri dari 511 penduduk laki-laki dan 557 penduduk perempuan. Dusun Lunas terdapat 807 jiwa yang terdiri dari 416 penduduk laki-laki dan 319 penduduk perempuan. Dusun Tengah 1 memiliki 497 jiwa yang terdiri dari 236 penduduk laki-laki dan 261 penduduk perempuan. Dusun Tengah 2 memiliki 560 jiwa yang terdiri dari 278 penduduk laki-laki dan 282 penduduk perempuan. Dusun Mayang memiliki 1140 jiwa yang terdiri dari 594 penduduk laki-laki dan 546 penduduk perempuan. Dan Dusun Tinjang memiliki 719 jiwa yang terdiri dari 363 penduduk laki-laki dan 350 penduduk perempuan.

Branta pesisir merupakan salah satu desa yang mana penduduknya sangat padat dan juga berbagai jenis UMKM yang ada di desa branta.

Jika dilihat dari perekonomian desa branta pesisir salah satu desa yang dijadikan sebagai jalur sutra sehingga memberikan pengaruh besar

terhadap keadaan ekonomi. Seperti halnya penentu harga beras dan ikan segar yang ada di kabupaten pamekasan itu terletak didesa Branta. Berbagai jenis usaha dan pekerjaan yang ada di desa branta ini, salah satu pekerjaan yang dominan ialah sebagai nelayan dan jenis usaha yang dominan juga ada pengelolaan ikan kering dan juga pembuatan kerupuk. Setiap rumah di branta pesisir selalu memiliki potensi atau keterampilan, bahkan untuk mencari akses toko kelontong pun jaraknya tidak terlalu jauh bahkan letaknya sailing berhadap-hadapan.

Dengan banyaknya potensi dan keterampilan disetiap rumah juga dapat mengurangi angka pengangguran seperti halnya dapat membuka lapangan pekerjaan baru. Masyarakat di desa branta pesisir ini jika berbicara tentang perekonomian pastinya mereka langsung menghubungkan dengan rezeki tidak akan pernah tertukar. Jadi anggapan tersebut yang membuat disetiap rumah pasti memiliki keterampilan tersendiri meskipun hal itu sama.

Desa Branta Pesisir adalah Nelayan dengan jumlah 875 jiwa dan mayoritas masyarakat Desa Branta Pesisir memiliki Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang beragam dan mayoritas UMKM nya adalah pengolahan ikan yang merupakan kekayaan terbesar yang ada di Desa Branta Pesisir. Tak sedikit pelaku UMKM di Desa ini masih menerapkan pemasaran yang manual yakni pembeli atau konsumen mengambil barangnya secara langsung ke tempat produsen atau pihak produsen yang mengantarkan ke agen-agen yang sudah menjadi mitranya. Dalam cangkupan pasar hanya mencapai tingkat kota dan itupun hanya beberapa konsumen saja yang jauh, mayoritas hanya penduduk setempat atau wilayah terdekat denga Desa Branta.

Salah satu faktor yang mendasari hal ini yaitu kurang meleknnya terhadap peran digital dengan alasan tidak mau ribet atau tidak paham dengan gadget, padahal jika produsen mampu mengoptimalkan peran digital dalam pemasarannya tidak menutup kemungkinan tingkat usahanya dapat meningkat. Namun tiak semua, di Desa ini sudah terdapat beberapa pelaku UMKM yang menggunakan media digital dalam memasarkan produknya namun sejauh ini belum berhasil meluaskan pangsa pasarnya hal ini di karenakan masih kurangnya pemahan terkait metode pengoptimalan Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat (SENIAS) 2023 – Universitas Islam Madura

penjualan dengan digital salah satunya yaitu e-comers. Maka dari itu inisiatif yang akan di lakukan yakni mengoptimalkan peran digitalisasi guna meningkatkan kualitas dan volume penjualan produk dengan memberikan edukasi dan pemahan terkait digital marketing yang dalam hal ini melakukan kerja sama dengan pihak BumDes dan para pemuda dalam perealisasiannya. Tujuannya yaitu sebagai langkah ikhtiar dalam meningkatkan dan memajukan UMKM di Desa Branta Pesisir.

Program yang kami canangkan tentunya menggunakan skema design (merancang), define (menentukan) dan distiny (melakukan). Hal itu dilakukan agar segala program kerja yang di rancang dapat tersusun dengan rapi. Pertama Discovery atau penemuan yang mana pada tahap ini mulai melakukan wawancara kepada masyarakat tentang asset yang ada di desa branta pesisir, menggali informasi dengan melakukan sharing season bersama masyarakat. Ada berbagai macam asset yang dapat ditemukan melalui beberapa percakapan maupun forum-forum non formal Dimana lokasi percakapan hingga waktu yang memang tidak direncanakan sebelumnya. Tahapan ini merupakan tahapan paling penting, dimana tahapan ini berupaya untuk menemukan potensi yang ada dimasyarakat. Sehingga masyarakat dapat mengetahui masih banyak potensi yang belum maksimal di Desa Branta Pesisir. Sehingga diperlukan adanya kesadaran.

Setelah mengetahui aset-aset apa saja yang terdapat di Desa Branta pesisir dapat di fokuskan terhadap sektor yang sekiranya bisa di kembangkan dalam hal ini fokusnya terhadap sektor sosial ekonomi. Kedua Dream atau impian, yakni hal atau rencana yang di rancang setelah mengetahui aset-aset beserta hambatan atau permasalahan yang ada di masyarakat. Berdasarkan hasil prosesi discovery yang telah dilakuka terdapat beberapa impian yang di rencanakan yakni :

1. Sebagian besar pelaku UMKM di Desa Branta Pesisir masih belum memperhatikan terkait leglitas produk yang dimiliki, baik (NIB) Nomor Induk Berusaha yang merupakan legalitas produk paling dasar yang harus dimiliki oleh pelaku UMKM. Selain itu sebagian besar pelaku UMKM ini juga masih belum mengurus sertifikasi halal yang dapat menunjang dan menjamin keberhasilan serta keberadaan produknya.

2. Kurangnya pemahaman terkait pemanfaatan digital dalam proses pemasaran. Sebagian besar masyarakat Desa Branta Pesisir belum memahami mekanisme yang perlu dilakukan dalam pemasaran yang berbasis digital sehingga di pelukan adanya pelatihan khusus yang dapat menunjang pemahaman digital marketing.
3. Dari segi packaging produk yang dimiliki pelaku UMKM di Desa Branta Pesisir masih belum terakomodir dengan baik.

Tahap Design

Berdasarkan hasil perolehan data dari rangkaian kegiatan yang telah dilakukan yang kemudian di klasifikasikan berdasarkan jenis aset yang dimiliki baik dari aspek alam, infrastruktur, sosial, ekonomi dan budaya kami melanjutkan proses berikutnya yaitu pembentukan core group sebagai salah satu upaya pembentukan media komunikasi antara mahasiswa KPM dengan aparat desa atau pihak terkait. dalam hal ini yang dilakukan adalah merancang hasil dream yang telah disusun sebelumnya. Adapun model design yang akan dilakukan yaitu: 1. Melakukan kerja sama dengan pihak terkait guna menjembatani para pelaku UMKM dalam mengurus identitas produk. 2. Melakukan pelatihan dan bantuan design produk 3. Mengadakan pelatihan digital marketing.

Tahap Define

Setelah melakukan pendekatan, observasi, dokumentasi dan wawancara dengan masyarakat branta pesisir, tahap selanjutnya ialah menentukan program kerja dari hasil temuan yang sudah diperoleh. Dimana mayoritas masyarakat branta pesisir hampir setiap rumah memiliki usaha UMKM, pelaku UMKM di branta pesisir menerapkan cara yang manual tanpa diimbangi dengan perkembangan zaman, jika hal yang sedemikian tetap diterapkan maka tidak menutup kemungkinan UMKM di desa branta pesisir nantinya akan tertinggal dari segi marketingnya. 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 e-commercenya, 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. Data yang diperoleh dari hasil wawancara sekitar 80% pelaku usaha branta pesisir memasarkan produknya secara konvensional. Untuk itu Mahasiswa merancang kegiatan berupa workshop yang anggotanya pemuda serta pelaku UMKM yang ada di Desa Branta Pesisir Desa sendiri. Kegiatan workshop ini, secara teknis diinisiasi dari hasil proses FGD. Workshop Digital Marketing dalam bentuk pemanfaatan media digital sangatlah penting, karena menambah pengetahuan kepada pelaku usaha mengenai cara maupun tahapan dalam memperluas jaringan konsumen.

Tahap Distiny

Tahap inti dari pelaksanaan pengabdian model ABCD adalah destiny, yaitu melaksanakan program yang sudah disusun di tahap fine. Pada kesempatan ini, kegiatan yang dipilih adalah workshop. Para pelaku UMK di undang ke balai desa untuk mendengarkan paparan, diikuti tanya jawab yang berlangsung. Dalam workshop terdapat beberapa hal yang dipaparkan mulai dari memperoleh pembekalan dibidang digital marketing baik dari cara memulai usaha bagi pemula, operasional, tips dan trik dalam melakukan usaha hingga laku terjual dan meningkatkan volume penjualan melalui market Place. Bagi para pemuda yang belum memiliki usaha pun juga diberikan pembekalan bagaimana memulai usaha meskipun tidak memiliki produk melalui market place. Disamping itu terdapat tindak lanjut dari program yang terlaksana yakni melakukan pembelajaran secara mendalam terkait pemasaran dengan digital dan membantu paguyuban pelaku UMKM guna mempermudah penyampaian informasi terkait. Dalam hal ini mahasiswa melakukan kerja sama dengan pihak BumDes guna menindak lanjuti program yang telah dilaksanakan.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Desa Branta Pesisir terletak di kecamatan tlanakan kabupaten pamekasan dengan potensi aset yang cukup melimpah terutama hasil tangkapan ikan. Secara geografis desa ini berada

di wilayah pesisir sehingga sebagian besar masyarakat berprofesi sebagai nelayan.

Pemanfaatan ikan untuk dijadikan olahan membantu masyarakat untuk memperoleh penghasilan guna memenuhi kebutuhan hidup walaupun secara legalitas dan labelitas masih kurang memadai. Terbukti masih banyak nya usaha UMKM yang tidak memiliki NIB serta pengemasan produk yang masih kurang sehingga produk UMKM yang ada di desa branta pesisir masih kurang meluas. Hal ini di sebabkan karena pemasaran produk masih menerapkan metode offline dan bersifat domestik yakni hanya di pasarkan di wilayah branta pesisir dan sekitarnya. Kurang nya peran pemuda terhadap pengembangan UMKM berpengaruh terhadap keberlangsungan kehidupan ekonomi masyarakat. Rata rata produksi UMKM yang ada di branta pesisir di kelola oleh masyarakat yang sudah tua sehingga kurang melek terhadap teknologi digital.

Hasil dari program pemberdayaan yang di lakukan oleh Mahasiswa KPM Kolaborasi yaitu sebagian pelaku UMKM dan pemuda memperoleh pembekalan dibidang digital marketing baik dari cara memulai usaha bagi pemula, operasional, tips dan trik dalam melakukan usaha hingga laku terjual. Disamping itu juga, terbentuknya kelas bimbingan bersama pemateri dan para pelaku UMKM terkait digital marketig sangat membantu. Sehingga para pelaku UMKM baik pemula ataupun yang sudah lama membangun usaha dapat memasarkan produknya dengan memanfaatkan *marketplace* yang ada.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak kepala Desa Branta Pesisir dan Perangkat Desa Branta Pesisir serta seluruh warga Desa Branta Pesisir Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan masyarakat ini.

6. DAFTAR PUSTAKA

Chakti, G. (2019). The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital (Vol. 1). Celebes Media Perkasa. Author, A.A.
Hardilawati, W. L. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika, 10(1), 89-98.

Hapsoro, B. B., Palupiningdyah, P., & Slamet, A. (2019). Peran Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi Klaster UMKM di Kota Semarang. Jurnal Abdimas, 23(2), 117-12.

Mauliza, B. N., & Sulistyawati, E. (2021). Strategi Pengembangan Umkm Melalui Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Dimasa Pandemi Covid-19. Opinia de Journal, 1, 108-127. <https://doi.org/10.35888/opinia.v1i2.12>

Sudati Nur Sarfiah. (2019) UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan, 04 (2), 137-146. 10.31002/rep.v4i2.1952