

Strategi Pengembangan Kualitas UMKM Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Dusun IV Desa Wargaluyu Kabupaten Bandung

Nenden Liska Gipari¹, Dina Awaliah Deswita², Mohamad Rafli Fauzi³, Mohammad Akmal Baihakhi⁴

¹*Sosiologi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia, nendenliska@uinsgd.ac.id*

²*Sejarah Peradaban Islam, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia, dinaeffendi62@gmail.com*

³*Administrasi Publik, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia, mohamadrafli1717@gmail.com*

⁴*Administrasi Publik, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia, akmalbaba354@gmail.com*

Abstract

The people of Dusun IV Wargaluyu Village have a variety of business potential originating from agricultural and plantation products. However, the efforts carried out have not been optimal, so that Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) activities have not been able to develop well and expand their businesses. This has resulted in many business actors closing their businesses. The problems currently being faced by Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Hamlet IV Wargaluyu Village are lack of capital and limited product marketing. The community service method is carried out using steps based on community empowerment (Sisdamas). The aim of this program is that it is hoped that it can build the village economy through MSMEs, improve the quality of their processed products, and create jobs for the community. The strategy that can be implemented in an effort to develop the quality of MSMEs in Dusun IV Wargaluyu Village is to provide training to MSME actors related to Branding and Social Media Marketing.

Keywords: *MSME, MSME Actors, MSME Empowerment, Social Media Marketing*

Abstrak

Masyarakat Dusun IV Desa Wargaluyu memiliki beragam potensi usaha yang berasal dari hasil pertanian dan perkebunan. Namun, usaha yang dilakukan belum optimal, sehingga kegiatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) belum dapat berkembang dengan baik dan melebarkan usaha mereka. Hal ini mengakibatkan banyak pelaku usaha yang menutup bisnisnya. Permasalahan yang sedang dihadapi para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Dusun IV Desa Wargaluyu adalah kurangnya modal dan pemasaran produk yang terbatas. Metode pengabdian yang dilakukan kepada masyarakat dengan menggunakan langkah-langkah berbasis pemberdayaan masyarakat (Sisdamas). Adapun tujuan dari program ini, diharapkan dapat membangun perekonomian desa melalui para pelaku UMKM, meningkatkan kualitas produk hasil olahan mereka, dan dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Strategi yang dapat dilakukan dalam upaya pengembangan kualitas UMKM di Dusun IV Desa Wargaluyu adalah memberikan pelatihan kepada para pelaku UMKM terkait dengan *Branding* dan *Sosial Media Marketing*.

Kata Kunci : *UMKM, Pelaku UMKM, Pemberdayaan UMKM, Sosial Media Marketing.*

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dalam meningkatkan perekonomian nasional. Tidak hanya di sektor nasional, bisnis UMKM di wilayah pedesaan

dianggap memiliki potensi masa depan yang cerah. Menurut (Sugiyanto, 2019) UMKM memegang peranan krusial dalam upaya pembangunan ekonomi. Sektor UMKM merupakan kekuatan utama dan vital yang memiliki potensi untuk menggerakkan pertumbuhan ekonomi serta menciptakan lapangan kerja (Supardi, 2021).

UMKM memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian nasional, seperti menciptakan peluang kerja dan menjadi solusi efektif untuk mengatasi tantangan ekonomi yang dihadapi oleh masyarakat kelas menengah ke bawah. UMKM seharusnya dapat memberikan sumbangsih besar terhadap pengembangan perekonomian masyarakat. Hal ini menyebabkan pemerataan kesempatan kerja untuk mendukung ekspor nasional perlu digalakan, karena menjadi misi penting yang harus dilaksanakan demi terciptanya pengembangan UMKM di Indonesia (Goso & Samsul Bachri, 2016).

Keberadaan UMKM di pedesaan berdampak pada perekonomian daerah sehingga pemerintah terus mendorong perkembangan UMKM. Semakin banyak individu yang terlibat dalam kegiatan wirausaha, semakin meningkat dan kokohnya perekonomian suatu wilayah. Hal ini dikarenakan sumber daya, tenaga kerja, dan dukungan keuangan lokal dapat digunakan secara optimal dan memberikan manfaat yang signifikan (Listyaningsih & Alansori, 2020). Dengan demikian UMKM merupakan salah satu indikator utama yang dianggap mampu berkontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi.

Dusun IV di Desa Wargaluyu memiliki potensi besar untuk meningkatkan taraf ekonomi masyarakat karena dikelilingi oleh pegunungan yang kaya akan sumber daya alamnya. Sehingga tidak heran apabila Desa Wargaluyu khususnya di Dusun IV memiliki banyak pelaku UMKM yang memproduksi produk dari perkebunan, pertanian, dan kerajinan, seperti berbagai macam kerupuk, keripik singkong, keripik ubi, *opak*, *peuyeum*, dan berbagai kerajinan dari bambu.

Sumber daya alam yang melimpah tidak menjamin terciptanya peningkatan taraf ekonomi masyarakat jika tidak diiringi dengan strategi pemanfaatan teknologi (Ginting et al., 2018). Hal ini sejalan dengan hasil observasi, survei, dan wawancara yang dilakukan terhadap beberapa pelaku usaha di Dusun IV, Desa Wargaluyu. Pengelolaan sumber daya alam yang dilakukan pelaku usaha di desa tidak membuat taraf ekonomi meningkat drastis. Pada kenyataannya hingga saat ini mayoritas UMKM belum dapat berkembang dengan baik dan melebarkan usaha mereka. Hal ini mengakibatkan banyak pelaku usaha yang menutup bisnisnya. Permasalahan utama yang dihadapi para pelaku usaha di Dusun IV, Desa Wargaluyu adalah kurangnya modal dan pemasaran produk yang terbatas.

Penelitian terkait dengan pengembangan UMKM pernah dilakukan oleh (Suyadi et al., 2018) yang menganalisis pengembangan UMKM di Bengkalis, Riau. Temuan dari penelitian menunjukkan para responden mengalami perkembangan usaha yang cenderung stagnan, dengan sedikit usaha yang mengalami peningkatan. Hambatan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah kurangnya keterampilan dalam manajemen atau pengelolaan usaha dan ketakutan untuk mengambil risiko. Terdapat perbedaan dari segi metode yang digunakan.

Melalui strategi pengembangan kualitas UMKM di Dusun IV, Desa Wargaluyu ini, diharapkan dapat membangun perekonomian desa melalui para pelaku UMKM. Hal ini sejalan dengan upaya pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui implementasi konsep pembangunan nasional, yang salah satu kebijakannya adalah pembangunan Indonesia dimulai dari tingkat desa (Fahrrial et al., 2019) Ekonomi desa mencakup beragam kegiatan yang melibatkan unsur-unsur ekonomi, dan dapat menjadi pondasi bagi dinamika ekonomi di suatu wilayah desa (Suhardjo, 2008).

Selain itu, dengan adanya strategi pengembangan kualitas UMKM, para pelaku usaha memiliki kesempatan untuk meningkatkan mutu produk hasil olahan mereka dan berkontribusi dalam menciptakan peluang kerja bagi masyarakat. Hal ini diharapkan dapat menjadi solusi yang efektif untuk mengatasi permasalahan ekonomi yang sedang dihadapi oleh masyarakat kelas kecil dan menengah di Dusun IV Desa Wargaluyu, Kecamatan Arjasari, Kabupaten Bandung.

Metode

Metode pengabdian yang digunakan dalam pengabdian menggunakan langkah- langkah berbasis pemberdayaan masyarakat (Sisdamas), Sisdamas merupakan kemampuan komunitas untuk mengidentifikasi masalah, mengembangkan solusi, dan memfasilitasi proses perubahan lebih lanjut (Husnul Qodim et al., 2023).

Pengabdian ini menggunakan teknik observasi atau terjun langsung kepada masyarakat sekitar, untuk menyelesaikan program-program, menggali potensi, pengembangan, dan lain sebagainya yang akan menjadi acuan untuk pengabdian kepada masyarakat setempat.

Ada beberapa tahapan yang dilakukan untuk menunjang keberhasilan pengabdian. Tahapan pertama adanya sosialisasi awal kepada masyarakat, RT dan RW setempat untuk mengetahui permasalahan, potensi, dan juga kebutuhan yang dimiliki. Kedua, adanya pemetaan sosial ditujukan sebagai dasar dalam penyusunan perencanaan kegiatan program yang akan dilakukan sesuai dengan potensi serta permasalahan yang ada pada wilayah Dusun IV. Ketiga, merupakan pelaksanaan program yang berfokus pada UMKM yang berada di wilayah Dusun IV.

Observasi dilakukan pada masyarakat lingkungan Dusun IV, Desa Wargaluyu yang masih minim pengetahuan mengenai Strategi dalam pengembangan kualitas usaha UMKM. Maka dari itu, pengabdian ini menyajikan program kerja berupa strategi pengembangan kualitas UMKM yang bertujuan untuk mengembangkan dan memicu rasa ingin tahu pelaku usaha mengenai strategi pemanfaatan teknologi. Keempat, melakukan evaluasi untuk mengetahui keberhasilan program kerja yang telah dijalankan, dengan mengikuti indikator yang sudah ditentukan.

Hasil dan Pembahasan

Pelatihan UMKM adalah program pendidikan atau pelatihan yang dirancang khusus untuk membantu pemilik UMKM memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan wawasan yang diperlukan untuk mengelola dan mengembangkan bisnis mereka dengan lebih baik (Astrina et al., 2021). Tujuan dari pelatihan UMKM adalah untuk meningkatkan kemampuan para wirausaha dalam menghadapi tantangan bisnis, meningkatkan hasil penjualan produk dengan strategi pemasaran yang efektif.

Pengabdian yang dilakukan di Dusun IV, Desa Wargaluyu merupakan jenis kegiatan dalam aspek Ekonomi. Berdasarkan hasil dari refleksi dan pemetaan sosial dalam pelaksanaan kegiatannya, pengabdian ini fokus dalam membantu pelatihan pemberdayaan UMKM di Dusun IV Desa Wargaluyu terkait dengan *branding* dan sosial media marketing.

Sarana yang digunakan untuk mendukung kegiatan tersebut adalah pembuatan stiker logo dan plastik kemasan (*packaging*) untuk menambah nilai jual produk hasil UMKM. Kegiatan ini diselenggarakan dari tanggal 11 Juli 2023 - 12 Agustus 2023. Pengabdian dilakukan pada hari Jumat dan Sabtu pada pukul 10.00-12.00 WIB. Dalam pelaksanaannya pengabdian ini memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM dengan memberikan materi mengenai *branding* dan sosial media marketing untuk meningkatkan hasil penjualan produk.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan dalam beberapa tahapan sebagai berikut: (1) Kegiatan diawali dengan sosialisasi dengan masyarakat (2) Pendekatan dengan Masyarakat yang

berperan sebagai pelaku usaha (3) Memberikan pelatihan mengenai *branding* dan sosial media marketing kepada para pelaku usaha (4) Membantu pembuatan dan pengemasan produk untuk meningkatkan nilai tambah pada produk (Deni Rachman Maulana & Nari Suryani Aghnyanawati, 2021).

Dalam pelaksanaan kegiatan, terdapat tiga UMKM yang menjadi objek dalam kegiatan ini, diantaranya:

1) UMKM Kerupuk

UMKM ini bergerak dalam bidang pembuatan kerupuk. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan memberikan pelatihan mengenai *branding* dan sosial media marketing kepada pelaku usaha. Materi diberikan dalam bentuk modul pelatihan untuk dipelajari oleh pelaku usaha. Setelah itu, dilanjutkan dengan *branding* berupa pembuatan kemasan produk dan stiker logo.

2) UMKM Kecimpring,

UMKM ini bergerak dalam pembuatan kecimpring. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan memberikan pelatihan mengenai *branding* dan sosial media marketing kepada pelaku usaha. Materi diberikan dalam bentuk modul pelatihan untuk dipelajari oleh pelaku usaha. Setelah itu, dilanjutkan dengan *branding* berupa pembuatan kemasan produk dan stiker logo.

3) UMKM Kerupuk Kulit Singkong

UMKM ini bergerak dalam pembuatan kerupuk kulit singkong. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan memberikan pelatihan mengenai *branding* dan sosial media marketing kepada pelaku usaha. Materi diberikan dalam bentuk modul pelatihan untuk dipelajari oleh pelaku usaha. Setelah itu, dilanjutkan dengan *branding* berupa pembuatan kemasan produk dan stiker logo.

Siklus I : Sosialisasi Kepada Masyarakat

Siklus I dilaksanakan pada tanggal 11-20 Juli 2023. Kegiatan yang dilakukan berupa sosialisasi dan silaturahmi kepada penduduk, karang taruna, dan pengurus Dusun IV, Desa Wargaluyu, Kecamatan Arjasari, Kabupaten Bandung dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana keadaan secara umum di daerah RW 08 (Cicalirang) dan RW 09 (Condong). Tujuan dilaksanakannya siklus I yaitu untuk menggali informasi mendalam dari kepala desa, kepala dusun, ketua RW, ketua RT, dan karang taruna tentang kondisi sosial warga setempat.

Siklus II : Rempug Warga, Pemetaan Sosial dan Perencanaan Program

Setelah berhasil melaksanakan siklus I, kegiatan rempug warga, pemetaan sosial, dan perencanaan program. Kegiatan diawali dengan persiapan rempug warga yang dihadiri oleh kepala desa, kepala dusun, ketua RW 08 dan RW 09, para ketua RT dari RW 08 dan RW 09, perwakilan karang taruna, dan tokoh masyarakat.

Menindak lanjuti siklus I, pemetaan sosial bertujuan untuk mendapatkan informasi terkait permasalahan, kebutuhan, dan potensi yang ada di daerah Cicalirang dan Condong.

Tabel 1
Pemetaan Sosial

No.	Masalah	Kebutuhan	Potensi
1.	Kekurangan air bersih	Air bersih	Perbaikan WC umum dan saluran air
2.	Penanggulangan dan edukasi sampah	Lahan tempat pembuangan akhir	Seminar membangun kesadaran dan edukasi sampah
3.	Bank Keliling	Lapangan pekerjaan	Mencabut perizinan bank keliling
4.	UMKM tidak berkembang	Pengembangan <i>soft skill</i> untuk pelaku usaha	Pelatihan <i>branding</i> dan sosial media marketing untuk meningkatkan nilai jual produk
5.	Pendidikan Agama (kental nya animisme dan dinamisme)	Edukasi tentang pendidikan agama kepada masyarakat	Kegiatan pengajian rutin
6.	Pendidikan formal (kurangnya sarana dan prasarana jenjang SMP dan SMA), dan kurangnya kesadaran orang tua akan pentingnya pendidikan	Ruang kelas / sekolah yang dekat	Anggaran untuk sarana dan prasarana pendidikan yang sebenarnya sudah ada dari desa
7.	Akses jalan rusak	Perbaikan jalan	Anggaran untuk sarana dan prasarana perbaikan jalan yang sebenarnya sudah ada dari desa

Sumber: Observasi Penulis (2023)

Berdasarkan pemetaan sosial dari kegiatan rempug warga di atas, dapat disimpulkan bahwa di daerah Dusun IV, RW 08 (Cicalirang) dan RW 09 (Condong), Desa Wargaluyu, Kecamatan Arjasari, Kabupaten Bandung memiliki tujuh permasalahan sosial yang harus mendapatkan penanganan. Ketujuh permasalahan tersebut dapat diselesaikan dengan adanya dukungan dan kerjasama antara warga dengan perangkat desa setempat.

Salah satu permasalahan yang menjadi sorotan utama dan dapat diselesaikan dengan program pengabdian ini adalah pengembangan UMKM. Potensi penyelesaian masalah terlihat dari banyaknya produk olahan makanan yang dihasilkan oleh UMKM setempat untuk meningkatkan taraf perekonomian warga. Namun, kurangnya *branding* dan pemasaran yang terbatas membuat produk UMKM tidak mendapatkan omset penjualan yang besar. Oleh karena itu, pengabdian ini difokuskan untuk mengembangkan UMKM dari segi *branding* dan sosial media marketing untuk

mendongkrak pemasaran dan nilai jual produk. Dengan demikian, diharapkan kondisi ekonomi masyarakat bisa meningkat dan menciptakan lapangan kerja baru untuk penduduk setempat.

Siklus III : Pelaksanaan Program

Siklus III adalah pelaksanaan program untuk menindaklanjuti siklus II (pemetaan sosial dan pemetaan program). Pada siklus ini difokuskan untuk pelaksanaan program pengembangan UMKM. Kegiatan dimulai dengan mengamati proses pembuatan kerupuk, pembuatan kecimpring, dan pembuatan kerupuk kulit singkong. Proses pembuatan tersebut dilakukan di rumah warga sekitar dari mulai membuat adonan, mencetak adonan, menjemur, dan mengemas produk untuk menarik pembeli.

Setelah mengamati proses pembuatan produk UMKM, kegiatan selanjutnya adalah melakukan pelatihan mengenai strategi pemasaran di era digital. Pelaku UMKM diberikan modul mengenai pengenalan *branding* produk agar diminati konsumen, manfaat *branding*, tips *branding* produk olahan makanan, dan tata cara pemasaran produk di media sosial untuk mendongkrak hasil penjualan.

1) UMKM Kerupuk

Sasaran pengabdian pertama adalah UMKM kerupuk. Pengabdian dilakukan dengan memberikan arahan atau bimbingan mengenai teknik *branding* dan pemasaran kerupuk yang efektif di media sosial. UMKM kerupuk ini berdiri sejak tahun 2019 dan dikelola oleh salah seorang warga Dusun IV Desa Wargaluyu bernama Bapak Asep.

Gambar 1
Pengolahan Kerupuk di kediaman Bapak Asep



Sumber: Dokumen Penulis (2023)

UMKM kerupuk yang telah berdiri selama empat tahun ini memiliki potensi untuk berkembang karena memiliki pasar yang cukup luas hingga ke daerah Banjarn. Namun, akibat dari sistem pemasaran yang masih tradisional seperti penjualan kerupuk dari rumah ke rumah dan menitipkan ke pasar membuat omset yang didapat relatif sedikit dan menyebabkan pelaku usaha kesulitan untuk memutar modal. Maka dari itu, perlu adanya upaya untuk meningkatkan nilai produk dan langkah pemasaran yang efektif melalui media sosial untuk mendongkrak omset.

Proses branding dilakukan dengan memberikan nama “Kerupuk Mandiri” untuk produk hasil olahan UMKM ini, selain itu dilakukan pembuatan logo dan tagline yang menarik untuk dicetak dalam produk kemasan sehingga produk ini akan lebih dikenal masyarakat. Pelaku usaha dibekali modul dan diajarkan cara untuk membuat akun dan memasarkan produk pada akun khusus di media sosial.

2) UMKM Kecimpring

UMKM Kecimpring dikelola oleh Ibu Eneng dari tahun 2007 menggunakan pemasaran secara tradisional, yaitu dengan menitipkan produk pada para penjual sembako di pasar setempat hingga ke pasar-pasar di Kota Bandung. Ibu Eneng berharap produk kecimpring hasil produksinya bisa dinikmati konsumen di seluruh Indonesia untuk meningkatkan omset yang selama ini cenderung stagnan.

Untuk menjawab permasalahan tersebut, pengabdian ini dilakukan dengan memberikan bimbingan mengenai teknik *branding* dan pemasaran kecimpring yang efektif di media sosial.

Gambar 2
Pengolahan Kicimpring di Kediaman Bu Eneng



Sumber: Dokumen Penulis (2023)

Proses *branding* dilakukan dengan memberikan nama “Kecimpring Ibu Eneng” untuk produk hasil olahan UMKM ini, selain itu dilakukan pembuatan logo dan *tagline* yang menarik untuk dicetak dalam produk kemasan sehingga produk ini akan lebih dikenal masyarakat. Pelaku usaha dibekali modul dan diajarkan cara untuk memasarkan produk pada akun khusus di media sosial agar produk kecimpring ini dapat dinikmati oleh masyarakat di seluruh Indonesia.

3) UMKM Kerupuk Kulit Singkong

Produk UMKM kerupuk kulit singkong memiliki keunikan tersendiri karena merupakan produk khas daerah Wargaluyu yang dapat dinikmati pada acara-acara tertentu saja. Bahan baku dan proses pembuatannya pun sangat unik, karena terbuat dari kulit singkong yang biasanya menjadi limbah. Di tangan Bapak Deka, kulit singkong yang semula tidak memiliki nilai ekonomis diubah menjadi produk kerupuk yang banyak diminati masyarakat.

Kerupuk dengan nama “Kerupuk Bawang Gurih” ini dibuat oleh sekelompok ibu-ibu di Singaluyu yang masih berada di Dusun IV, Desa Wargaluyu. Bapak Deka berharap dapat mengenalkan produk uniknya ke masyarakat di seluruh Indonesia dan dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak, sehingga semakin banyak ibu-ibu di daerah sekitar yang bisa memiliki pekerjaan tambahan.

Untuk mewujudkan hal tersebut, pengabdian ini dilakukan dengan membimbing pelaku usaha untuk membuat *branding* produk, logo, *tagline*, dan membuat desain pengemasan

yang menarik dan menonjolkan keunikan produknya. Selain itu, pemasaran dilakukan melalui media sosial untuk merambah pasar yang lebih luas.

Gambar 3
Pembuatan Kerupuk Kulit Singkong di Kediaman Bapak Deka



Sumber: Dokumen Penulis (2023)

Siklus IV : Evaluasi Program

Menurut Suchman (1961) dalam (Arikunto, 2010) Evaluasi adalah langkah untuk menentukan hasil dari berbagai kegiatan yang telah direncanakan dan dilaksanakan guna mendukung tercapainya suatu tujuan. Selain itu, evaluasi merupakan aktivitas atau proses yang terarah dan terencana secara sistematis berdasarkan pada tujuan yang jelas. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa evaluasi adalah tahapan atau proses menilai sesuatu berdasarkan pada acuan tertentu untuk menentukan tujuan tertentu.

Siklus IV dilakukan dengan cara mengevaluasi kegiatan yang dilaksanakan dari siklus I, II, dan III. Program kerja berupa pelatihan dan pengembangan kualitas UMKM di Dusun IV, Desa Wargaluyu ini relatif berjalan dengan lancar. Namun, ada kendala yang ditemukan pada tahapan pemasaran menggunakan teknik digital di media sosial. Pelaku usaha mengalami kesulitan dalam mempelajari teknik ini karena harus beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Mereka tidak terbiasa menggunakan media sosial karena sebelumnya hanya menggunakan ponsel untuk keperluan pesan singkat dan telepon saja. Sehingga pelaksanaan program ini terhenti pada tahap *Branding*.

Maka dari itu, perlu diadakan sosialisasi digital marketing kepada para pelaku UMKM di Dusun IV Desa Wargaluyu. Sosialisasi perlu dilakukan secara langsung melalui pertemuan tatap muka dengan para pelaku usaha untuk memastikan penyebaran informasi yang merata. Selain itu, para pelaku usaha diberikan modul berupa materi cetak yang berisi alasan pentingnya pemasaran digital, sasaran pasar dalam implementasi pemasaran digital, contoh foto produk, dan cara membuat deskripsi produk yang tepat dan menarik di media sosial.

Sosialisasi dilakukan dengan tujuan agar pelaku UMKM di Dusun IV Desa Wargaluyu dapat termotivasi dalam menerapkan pemasaran digital dan mengubah pandangan bahwa pemasaran digital itu sulit dilakukan. Selain itu, pelaku usaha bisa memiliki omset yang maksimal, menyerap tenaga kerja dari masyarakat sekitar, dan membuat produk mereka dikenal di seluruh Indonesia.

Seiring berjalannya waktu dan dengan latihan yang tekun, tidak menutup kemungkinan para pelaku UMKM akan meningkatkan kualitas dirinya terlebih pada bidang teknologi sebagai usaha untuk mengembangkan produknya. Karena dengan adanya teknologi bagi UMKM dapat

memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan kualitas produk dan layanan.

Kesimpulan

Berdasarkan program pengembangan kualitas UMKM di Dusun IV, Desa Wargaluyu yang dilakukan pada siklus I, II, III, dan IV, dapat disimpulkan bahwa permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku usaha adalah pemasaran yang terbatas dan kurangnya modal akibat dari omset penjualan yang tidak memadai.

Untuk menjawab permasalahan tersebut, pengabdian dilakukan dengan fokus pada pembuatan *branding* produk, logo, *tagline*, dan membuat desain pengemasan yang menarik dan menonjolkan keunikan produk sehingga konsumen tertarik untuk membeli. Selain itu, terdapat pelatihan pada pelaku usaha untuk menggunakan teknik pemasaran digital dengan mengoptimalkan penggunaan media sosial.

Pelaksanaan program *Branding* dan Sosial Media Marketing kepada para pelaku UMKM belum optimal, karena dalam pelaksanaannya dijumpai kendala pada pelaku usaha yang belum terbiasa menggunakan media sosial dan kesulitan dalam mempelajari hal yang baru. Sehingga para pelaku UMKM belum bisa memaksimalkan media sosial sebagai sarana pemasaran produk yang dijual.

Maka dari itu, perlu diadakan sosialisasi digital marketing kepada para pelaku UMKM di Dusun IV Desa Wargaluyu, dengan harapan agar para pelaku UMKM memiliki motivasi untuk belajar meningkatkan kapasitas diri khususnya dalam mempelajari teknik pemasaran digital yang bisa membuat omset penjualan produk meningkat dan produknya lebih dikenal luas.

Referensi

- Arikunto, S. dan C. S. A. J. (2010). *Evaluasi Program Pendidikan : Pedoman Teoretis Praktis bagi Mahasiswa dan Praktisi Pendidikan*. Bumi Aksara.
- Astrina, F., Afrida, A., Welly, Ningsih, N. H., Yanti, D., Yuliachtri, S., & Miroso, P. (2021). Pelatihan Kewirausahaan, Bagi Pelaku UMKM Di Kelurahan Sentosa Kecamatan Seberang Ulu II. *Suluh Abdi : Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Deni Rachman Maulana, & Nari Suryani Aghnyanawati. (2021). Memulihkan Semangat Belajar Siswa-Siswi SD Negeri 1 Karangkamulyan Pasca Online Learning. *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1(1), 1-8.
- Fahrial, F., Utama, A. S., & Dewi, S. (2019). Pemanfaatan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Pembangunan Perekonomian Desa. *Jurnal Wawasan Yuridika*, 3(2), 251-264.
- Ginting, M. A., Rivani, E., Saragih, J. P., Wuryandani, D., & Rasbin. (2018). *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Goso, & Samsul Bachri. (2016). Implementasi Pemberdayaan Usaha Ekonomi Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palolpo*, 2(1), 1-10.
- Husnul Qodim, Aep Kusnawan, Sarbini, Deni Miharja, & Akmaliyah. (2023). *PETUNJUK TEKNIS KULIAH KERJA NYATA (KKN SISDAMAS) MODERASI BERAGAMA*. Pusat Pengabdian kepada Masyarakat Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Listyaningsih, E., & Alansori, A. (2020). *Kontribusi UMKM terhadap Kesejahteraan Masyarakat*. CV Andi Offset.
- Sugiyanto, S., P. A., & K. R. (2019). Potensi Kekayaan Intelektual Pada Pemberdayaan Umkm Dan Koperasi. *Proceedings Universitas Pamulang*, 1(1), 502-520.
- Suhardjo, A. J. (2008). *Geografi Pedesaan Sebuah Antologi*. Ideas Media.

- Supardi, S. , N. N. M. , S. N. , S. M. B. A. , & M. T. I. (2021). Peluang dan Perubahan Cara Berpikir Saat Pandemi (Pengabdian Kepada UMKM Binaan Kadin Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 3(2), 162–168.
- Suyadi, Syahdanur, & Suryani, S. (2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Ekonomi KIAT*, 29(1). <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>