

**Peningkatan Omset Usaha Pelaku UMKM Melalui Digital Marketing  
Di Wisata Ciung Wanara Kabupaten Ciamis, Jawa Barat**

***Increasing Business Turnover of MSMEs Through Digital Marketing  
In Ciung Wanara Tour, Ciamis Regency, West Java***

<sup>1</sup>Mohammad Ruvi, <sup>2</sup>Aep Saefullah

<sup>1</sup>[ruvi@stieganeshha.ac.id](mailto:ruvi@stieganeshha.ac.id), <sup>2</sup>[aep@stieganeshha.ac.id](mailto:aep@stieganeshha.ac.id), STIE Ganesha

Email Correspondent : [ruvi@stieganeshha.ac.id](mailto:ruvi@stieganeshha.ac.id)

---

**Article History:**

Received: 25 Oktober 2022

Revised: 28 Oktober 2022

Accepted: 31 Oktober 2022

**Keywords:** MSME Actors,  
Increasing Turnover, Digital  
Marketing

---

**Abstract**

*This community service aims to assist 25 Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the Ciung Wanara tourist location, Ciamis district, boost their sales turnover in 2022. The method is carried out by providing socialization, offline discussions, and training, as well as digital materials. Make-up. Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are an important part of the Indonesian economy. This type of business is very stable, not affected by inflation, flexible, and not overly reliant on the macro-financial system. The role of digital marketing facilitates MSME actors' ability to provide information and interact directly with consumers, expand market share, raise awareness, and increase sales turnover. MSME actors in Ciung Wanara gain insight as well as depth of understanding into digital marketing as a result of this community service. They already have business Google accounts, Instagram accounts, and other accounts on social media to reach out to a larger viewer.*

---

**Abstrak**

Pengabdian masyarakat ini memiliki tujuan untuk membantu meningkatkan omset hasil penjualan 25 pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di lokasi wisata Ciung Wanara kabupaten Ciamis tahun 2022. Metode yang dilakukan dengan memberikan sosialisasi, diskusi tatap muka (luring) dan pelatihan, dengan memberikan materi Digital Marketing. Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) bagian dari pondasi ekonomi Indonesia yang sangat urgent. Kategori tipe usaha ini sangat stabil dan tidak terlalu terpengaruh oleh inflasi, fleksibel serta tidak banyak bergantung dari sistem keuangan makro. Peran Digital marketing memudahkan pelaku UMKM dalam memberikan informasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen, perluasan pangsa pasar, peningkatan kesadaran dan peningkatan omset penjualan pelaku UKM. Seiring perkembangan teknologi digital, kemampuan pelaku usaha dalam menggunakan perangkat media sosial sangat diperlukan. Dengan digital marketing, pelaku

UMKM dapat menjangkau pasar atau market secara luas dengan memakai media sosial seperti tiktok, whatsapp, facebook, instagram dll.

**Kata Kunci:** Pelaku UMKM, Peningkatan Omset, Digital Marketing

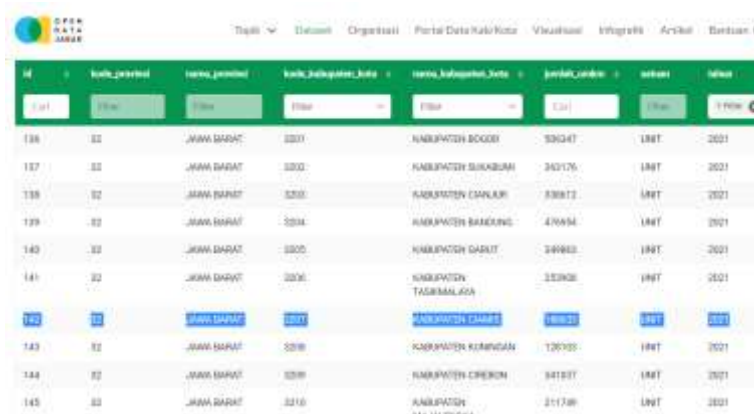
## PENDAHULUAN

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor yang paling terpuak di masa pandemi Covid-19 meskipun menjadi pilar penting bagi perekonomian Indonesia. Sektor ini memberikan kontribusi 61,07% atau Rp8.573,89 triliun terhadap total PDB dan menyerap 97% dari total tenaga kerja, mengumpulkan hingga 60,42% dari total investasi untuk Indonesia. . (Www.Bkpm.Go.Id, n.d.)

Pandemi Covid-19 berdampak signifikan terhadap penurunan perekonomian nasional maupun global. Berbagai upaya telah dilakukan pemerintah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi agar Indonesia terhindar dari resesi ekonomi. (Www.Bkpm.Go.Id, n.d.)

Penerapan Digital Marketing di bagian terkecil (UMKM) dari unsur perekonomian Indonesia merupakan usaha yang perlu dilakukan untuk peningkatan omset. *'If your business is not on the internet, then your business will be out of business.'* Bill Gates, Microsoft founder. *The easiest way to describe digital marketing, is the promotion of a business, product, service, or a brand.* (Dawn McGruer, 2020)

Dari sejumlah data yang diperoleh menunjukkan bahwa jumlah UMKM di kabupaten Ciamis cukup banyak mengalami peningkatan yaitu 177.642 pada tahun 2021 meningkat menjadi 188633 (Htpps://opendata.jabarprov.go.id, n.d.). Peningkatan ini cukup signifikan mengingant semangat untuk melakukan usaha cukup besar pada masyarakat Ciamis sehingga peningkatan Omset usaha melalui digital marketing sangat diperlukan sekali.



| ID  | Kode | Nama       | Kode Kabupaten/Kota | Nama Kabupaten/Kota   | Jumlah | Tahun |
|-----|------|------------|---------------------|-----------------------|--------|-------|
| 136 | 02   | JAWA BARAT | 3201                | KABUPATEN BOGOR       | 50347  | 2021  |
| 137 | 02   | JAWA BARAT | 3202                | KABUPATEN SUKABUMI    | 343176 | 2021  |
| 138 | 02   | JAWA BARAT | 3203                | KABUPATEN CILIKUR     | 83912  | 2021  |
| 139 | 02   | JAWA BARAT | 3204                | KABUPATEN BANDUNG     | 47654  | 2021  |
| 140 | 02   | JAWA BARAT | 3205                | KABUPATEN GARUT       | 34983  | 2021  |
| 141 | 02   | JAWA BARAT | 3206                | KABUPATEN TASIKMALAJA | 33308  | 2021  |
| 142 | 02   | JAWA BARAT | 3207                | KABUPATEN CIAMIS      | 188633 | 2021  |
| 143 | 02   | JAWA BARAT | 3208                | KABUPATEN KAMPUNG     | 12670  | 2021  |
| 144 | 02   | JAWA BARAT | 3209                | KABUPATEN CIREBON     | 94137  | 2021  |
| 145 | 02   | JAWA BARAT | 3210                | KABUPATEN SUKSES      | 21178  | 2021  |

**Gambar 1. Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat Tahun 2021 (Sumber: <https://opendata.jabarprov.go.id>)**

Objek wisata Ciung Wanara terletak di Desa Karang Kamulyan, Kecamatan Cijeungjing, Kabupaten Ciamis, dan menjadi tempat usaha bagi 25 UMKM. Kompleks situs kerajaan Galuh seluas 25,5 hektar terletak di sini, dan berfungsi sebagai tujuan utama wisatawan. (<https://maps.google.com>, n.d.)

Pemilik warung makan di kawasan ini berasal dari Kecamatan Cijeungjing, di luar desa Karang Kamulyan. Dengan membangun gerbang masuk utama di barat dan tempat parkir pengunjung yang cukup besar, pemerintah setempat telah menunjukkan kepeduliannya terhadap fasilitas ini. Di sebelah kanan dan kiri kawasan wisata, di atas sebidang tanah berukuran 3 x 9 m<sup>2</sup>, adalah tempat pemilik toko dan kios makanan melakukan usaha mereka (Saefullah & Ruvi, 2022).

Pada tanggal 21–23 Oktober 2022, para dosen STIE Ganesha Jakarta melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk menginformasikan kepada pelaku UMKM tentang digital marketing, usaha pemasaran digital yang jika diterapkan dengan baik dapat meningkatkan omset. (*STIE Ganesha Gelar PKM Di Lokasi Wisata Ciung Wanara Kabupaten Ciamis - Jarrak Pos*, n.d.).

## **METODE PELAKSANAAN**

Destinasi wisata Ciung Wanara, Desa Karang Kamulyan, Kecamatan Cijeungjing, Kabupaten Ciamis akan menjadi tuan rumah Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang ditujukan kepada 25 pelaku UMKM dan pemilik warung makan mulai 21 hingga 23 Oktober 2022. Metode yang dilakukan dengan memberikan wawasan mengenai kewirausahaan untuk memberikan semangat. Kemudian dilanjutkan dengan pelatihan digital marketing dengan bahasa sederhana sehingga dapat langsung diterapkan di usaha mereka. Metode pengajaran sebagian besar dalam bentuk diskusi sehingga dapat memberikan solusi bagi masing-masing pelaku UKM dengan permasalahan dan kondisi yang berbeda.

## **Hasil dan Pembahasan**

### ***Hasil***

Setelah melakukan persiapan yang cukup matang untuk menyelenggarakan acara ini melalui beberapa pertemuan dengan pimpinan dan para dosen. Maka sebelum berangkat menuju

lokasi dilakukan pengarahannya dan doa bersama agar kegiatan berjalan dengan lancar sesuai dengan harapan.



**Gambar 2.** Pengarahan dan doa bersama. Sumber data internal peneliti, 2022)

Setiba di lokasi area wisata Ciung Wanara para dosen dan tim langsung melakukan observasi terhadap warung yang berada di kawasan wisata untuk memperoleh gambaran terhadap usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha disana. Observasi yang dilakukan tim digital marketing adalah mengamati aspek marketing secara umum, melihat dari berbagai aspek mulai dari produk yang dijual, promosi yang dilakukan baik dari sisi branding dan juga usaha promosi lainnya. Tim dosen juga mengamati upaya digital marketing yang dilakukan oleh pihak pengelola wisata sendiri. Misalnya dari situs Google My Business yang ditanyakan di Google Maps, melihat photo-photo yang di share serta komentar yang diberikan serta review dari para pengunjung sebelumnya. Observasi ini diperlukan untuk dapat memberikan solusi yang paling tepat untuk pelaku UMKM disini karena dalam digital marketing tidak ada istilah *“one size fits all”* Penyesuaian atau kustomisasi perlu dilakukan.





**Gambar 3. Warung menjajahkan berbagai produk makanan di lokasi kawasan wisata.**

**(Sumber:**

**Data internal peneliti, 2022)**

Selanjut tim dosen berkumpul di aula pertemuan untuk melakukan persiapan baik dari sisi branding dengan memasang beberapa spanduk kegiatan dan juga setup komputer yang akan digunakan dan melakukan pembaharuan materi agar dapat lebih mudah dimengerti dengan merubah materi sesuai dengan keadaan serta hasil observasi tadi. Pemilihan platform digital marketing yang tepat juga dilakukan dengan seksama agar langsung bisa di implementasikan oleh para pelaku UKM



**Gambar 4. Para presenter telah siap dengan materi yang akan di berikan di lokasi kawasan wisata.**

**(Sumber: Data internal peneliti, 2022)**

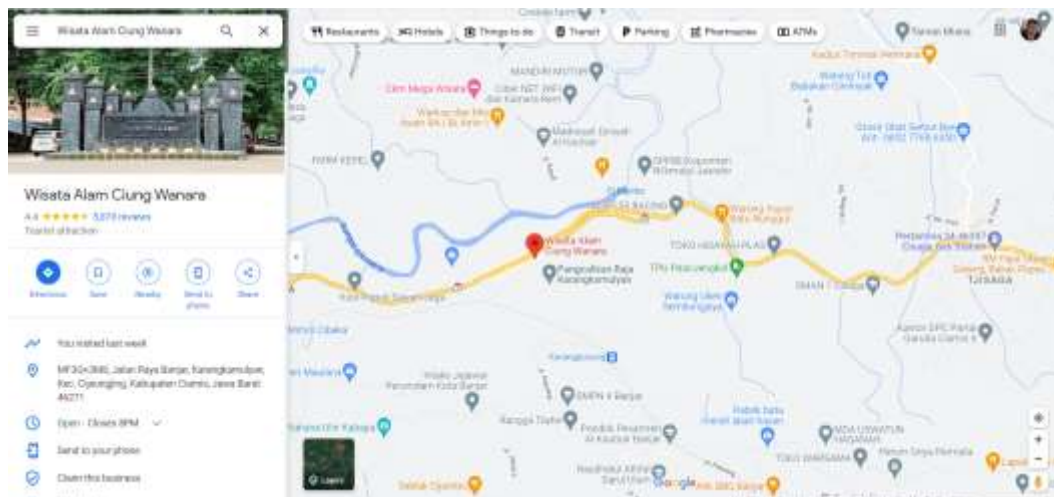


Gambar 4. Pemilik Warung Diberikan wawasan kewirausahaan dan digital marketing  
(Sumber: Data internal peneliti, 2022)

### ***Pembahasan***

Pelaku UMKM di lokasi wisata Ciung Wanara Kabupaten Ciamis masih memiliki potensi untuk berkembang dan meningkatkan omsetnya dengan saling berkolaborasi untuk melakukan usaha promosi melalui Digital Marketing.

Google My Business yang sekarang sudah ada harus segera diklaim akunya oleh pengelola tempat usaha yang berwenang. Sehingga dapat dikelola dengan baik dan selalu up to date Review yang ada saat ini sudah cukup banyak mencapai hampir 6000. Si pengelola akun dapat menjawab pertanyaan komentar dari review yang diberikan serta memposting kegiatan yang ada disana.



Gambar 1. Laman Google My Business Wisata Alam Wanara (Sumber: <https://maps.google.com>)

Akun official instagram, tiktok dan facebook juga menjadi andalan untuk promosi segera gratis dan juga berbayar jika memang diperlukan (Sary et al., 2022). Disini pembuatan konten menjadi hal yang penting namun dapat dilakukan dengan sederhana menggunakan handphone. Intinya adalah membuat perencanaan konten mingguan atau bulanan yang mencakup video lokasi dan juga komentar dari pengunjung, photo-photo mengingat sangat banyak object yang cukup menarik untuk di posting (Saefullah, 2022).

Beberapa UKM juga sudah memiliki produk sendiri yang mereka juga produksi sendiri sebagian sudah memiliki toko online seperti di shopee and tokopedia dan sekarang sudah tembus terjual hingga ke pulau kalimantan. Dengan adanya pelatihan ini mereka juga mendapatkan arahan untuk pengembangan bisnis dan juga bagi yang belum mengimplementasikan digital marketing mereka juga akan segera bergabung dan berkolaborasi.





**Gambar 5. Pelaku UMKM Mempraktekan Pembuatan NIB Didampingi Dosen STIE Ganesha**

(Sumber : Data internal peneliti, 2022)

## SIMPULAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini memberikan hasil yang cukup baik, mengingat terdapatnya interaksi yang baik dan cukup positif dari para peserta. Partisipasi peserta juga sangat baik dalam menerima arahan dari mentor, para dosen STIE Ganesha. *Sharing Experience* juga terjadi antar para pelaku UMK yang lebih mudah dan lebih berpengalaman yang sudah lebih dulu masuk ke dunia digital. Dengan arahan ini mereka juga dapat membantu implementasi *Digital Marketing* di kawasan dan sekitarnya.

Beberapa usulan yang perlu disampaikan ke pengelola kawasan wisata juga sudah dicatat dan selanjutnya akan ditindaklanjuti.

## DAFTAR PUSTAKA

*Https://oss.go.id*. (n.d.). Retrieved October 24, 2022, from <https://oss.go.id/>

*Https://tapak.id*. (n.d.). Retrieved October 24, 2022, from <https://tapak.id/situs-karangkamulyan-sebagai-saksi-kehidupan-kerajaan-galuh/>

Saefullah, A. (2022). Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Toko Online Shop XYZ. *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)*, 4(03), Article 03. <https://doi.org/10.556442/eabmij.v4i03.221>



- Saefullah, A., & Ruvi, M. (2022). Penguatan Legalitas Usaha Pelaku UMKM melalui Pembuatan NIB di Lokasi Wisata Ciung Wanara Ciamis. *PUNDIMAS: Publikasi Kegiatan Abdimas*, 1(3), 105–111. <https://doi.org/10.37010/pnd.v1i3.918>
- Sary, M. P., Wijayanti, V., Putri, M. L., Bimantoro, A. A., & Firanti, D. A. (2022). Efektivitas Instagram Sebagai Promosi Wirausaha Mahasiswa FIS Universitas Negeri Jakarta Selama Pandemi. *Jurnal Niara*, 15(2), Article 2. <https://doi.org/10.31849/niara.v15i2.8535>
- STIE Ganesha Gelar PKM Di Lokasi Wisata Ciung Wanara Kabupaten Ciamis—Jarrak Pos. (n.d.). Retrieved October 24, 2022, from [https://jarrakpos.com/24/10/2022/stie-ganesha-gelar-pkm-di-lokasi-wisata-ciung-wanara-kabupaten-ciamis/?utm\\_source=dable&utm\\_campaign=dable\\_Pilihan%20Editor%20Widget&utm\\_source=dable](https://jarrakpos.com/24/10/2022/stie-ganesha-gelar-pkm-di-lokasi-wisata-ciung-wanara-kabupaten-ciamis/?utm_source=dable&utm_campaign=dable_Pilihan%20Editor%20Widget&utm_source=dable)
- Www.bkpm.go.id. (n.d.). BKPM. Retrieved October 24, 2022, from <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/pemerintah-permudah-perizinan-bagi-pemilik-umkm>