

#MakinCakapDigital

**CAKAP BERMEDIA DIGITAL SEBAGAI MODAL DASAR PENGEMBANGAN PRODUK LOKAL
UMKM BERBASIS *DIGITAL MARKETING* DAN OPTIMALISASI LEGALITAS USAHA DI DESA
CANGKRINGMALANG KECAMATAN BEJI KABUPATEN PASURUAN**

[Dr. Khoirin Maghfiroh, M.Si.] |
[21 Juli 2023]



[Dr. Khoirin Maghfiroh, M.Si.]

- Dosen
- Universitas Yudharta Pasuruan
- PATPI, Halal Center Cendekia Muslim, Pandu digital purwa - KOMINFO
- Kegiatan penyuluhan digital marketing pada UMKM, Edukasi digital parenting
- 081336189603/maghfiroh.khoirin@gmail.com/
m/@ri2n_khoir

Latar Belakang

We are Social Hootsuite (2022) per Februari di Indonesia terdapat 204,7 juta pengguna internet yang setara dengan 73,7% dari populasi penduduk Indonesia.

Angka tersebut meningkat dibanding tahun sebelumnya (2,1 juta atau naik 1%).

Survei Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2018 mengungkap bahwa dari tiga subindeks Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi (IP-TIK) Indonesia yaitu akses dan infrastruktur, intensitas penggunaan, dan keahlian/kecakapan, **subindeks keahlian** yang memiliki skor paling rendah.

Sebagai pilar dalam indeks informasi dan literasi data, masyarakat Indonesia dipandang perlu dalam mengakses, mencari, menyaring, dan memanfaatkan setiap data dan informasi yang diterima dan didistribusikan dari dan ke berbagai *platform* digital yang dimilikinya (Katadata Insight Center & Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2020).

Cakap Bermedia Digital



Individu yang **cakap bermedia digital** dinilai mampu **mengetahui, memahami, dan menggunakan** perangkat keras dan lunak dalam lanskap digital, mesin pencarian informasi, aplikasi percakapan dan media sosial, serta aplikasi dompet digital, lokapasar, dan transaksi digital.

LANSKAP DIGITAL

Pengetahuan dasar
gunakan perangkat
keras

- Mengetahui dan memahami fungsi perangkat keras dan perangkat lunak yang digunakan dalam mengakses dunia digital

Pengetahuan dasar
operasikan perangkat
lunak dan aplikasi

- Pengetahuan dasar sistem operasi
- Pengetahuan dasar aplikasi
- Pengetahuan dasar internet

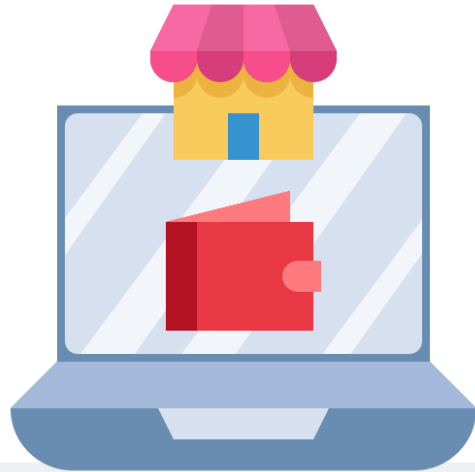
MESIN PENCARIAN

- Definisi dan jenis mesin pencarian
- Proses kerja mesin pencarian informasi
- Cara gunakan mesin pencarian informasi dan filter pembatasan informasi
- Informasi untuk akademik, kata kunci efektif, gangguan informasi, dan fitur cek fakta

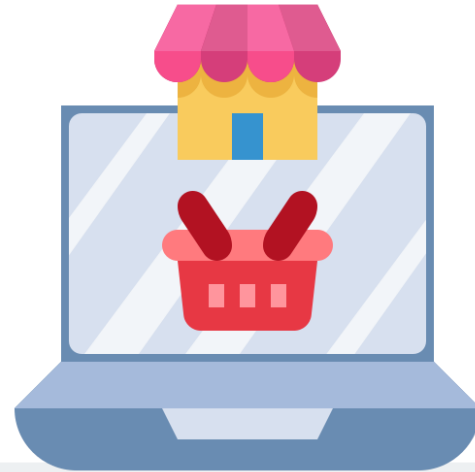
APLIKASI PERCAKAPAN DAN MEDIA SOSIAL

- Perbedaan aplikasi percakapan dan media sosial, jenis aplikasi percakapan dan media sosial
- Setelan dasar aplikasi percakapan dan media sosial
- Simbol (emoji) dalam aplikasi percakapan
- Lawan kabar bohong melalui aplikasi percakapan dan media sosial
- Produksi dan distribusi konten

DOMPET DIGITAL, LOKAPASAR, DAN TRANSAKSI



Mengenal aplikasi dompet digital

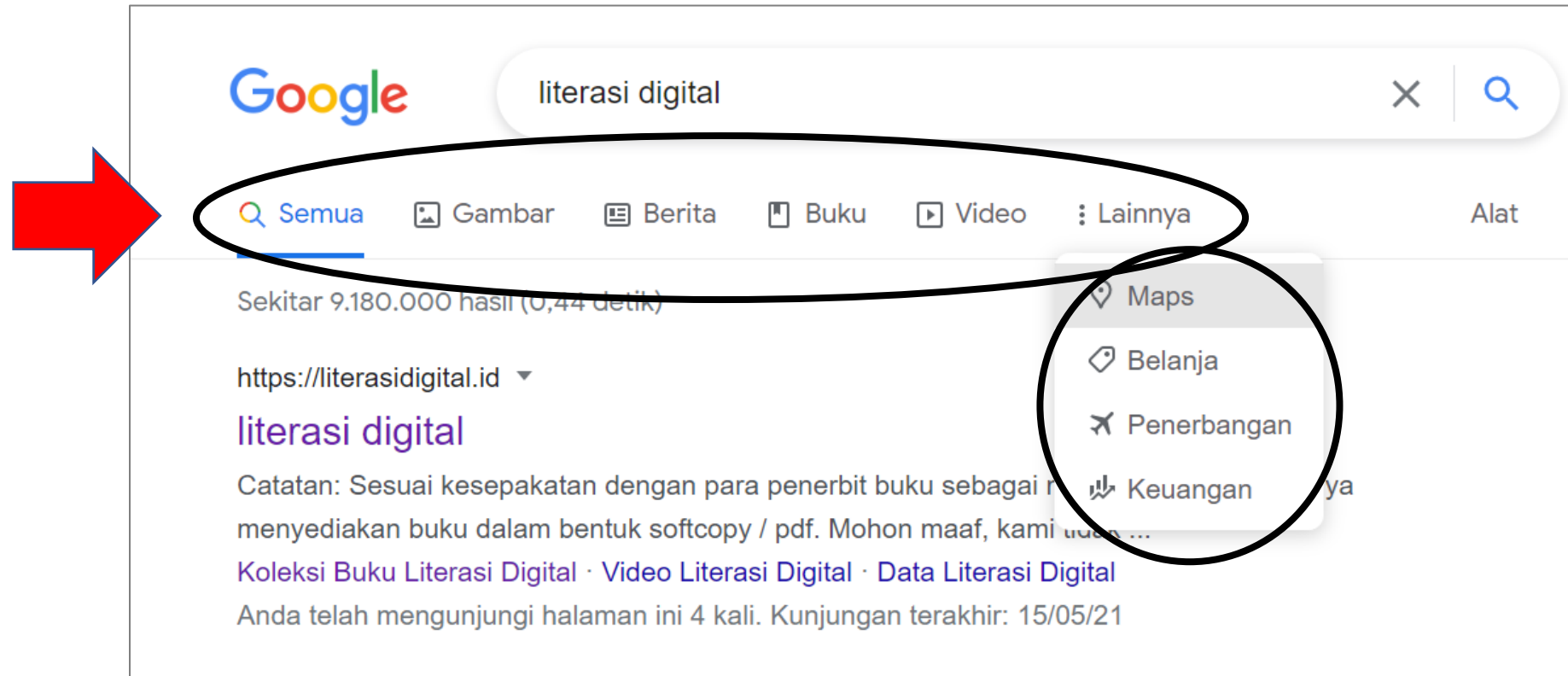


Transaksi jual beli melalui lokapasar



Bertransaksi digital dengan aman

Tips Gunakan Filter Dalam Mesin Pencarian

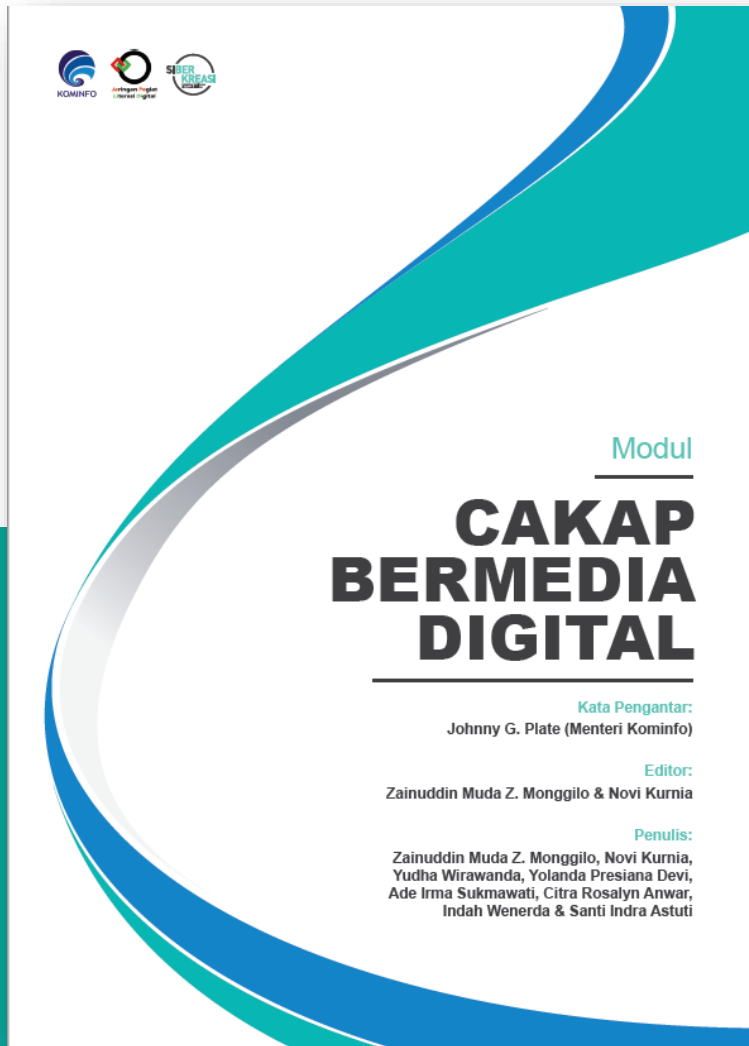


Pahami kelebihan dan kekurangan media sosial

NO	MEDIA SOSIAL	KELEBIHAN	KEKURANGAN
1	Facebook	Jumlah pengguna menduduki peringkat pertama	Pengguna terlalu heterogen sehingga informasi yang muncul terlalu beragam
2	Instagram	Memiliki fitur menarik untuk meningkatkan kualitas gambar maupun video yang diunggah	Jenis unggahan terbatas gambar dan video.
3	Twitter	Mendistribusikan informasi dengan cepat dan ringkas	Karakter huruf dibatasi
4	Youtube	Menyajikan informasi berupa video dengan durasi yang tidak terbatas	Konten video yang terlalu beragam serta pop-up iklan

Langkah-langkah Mendasar agar Tidak Keliru saat Bertransaksi Melalui Lokapasar

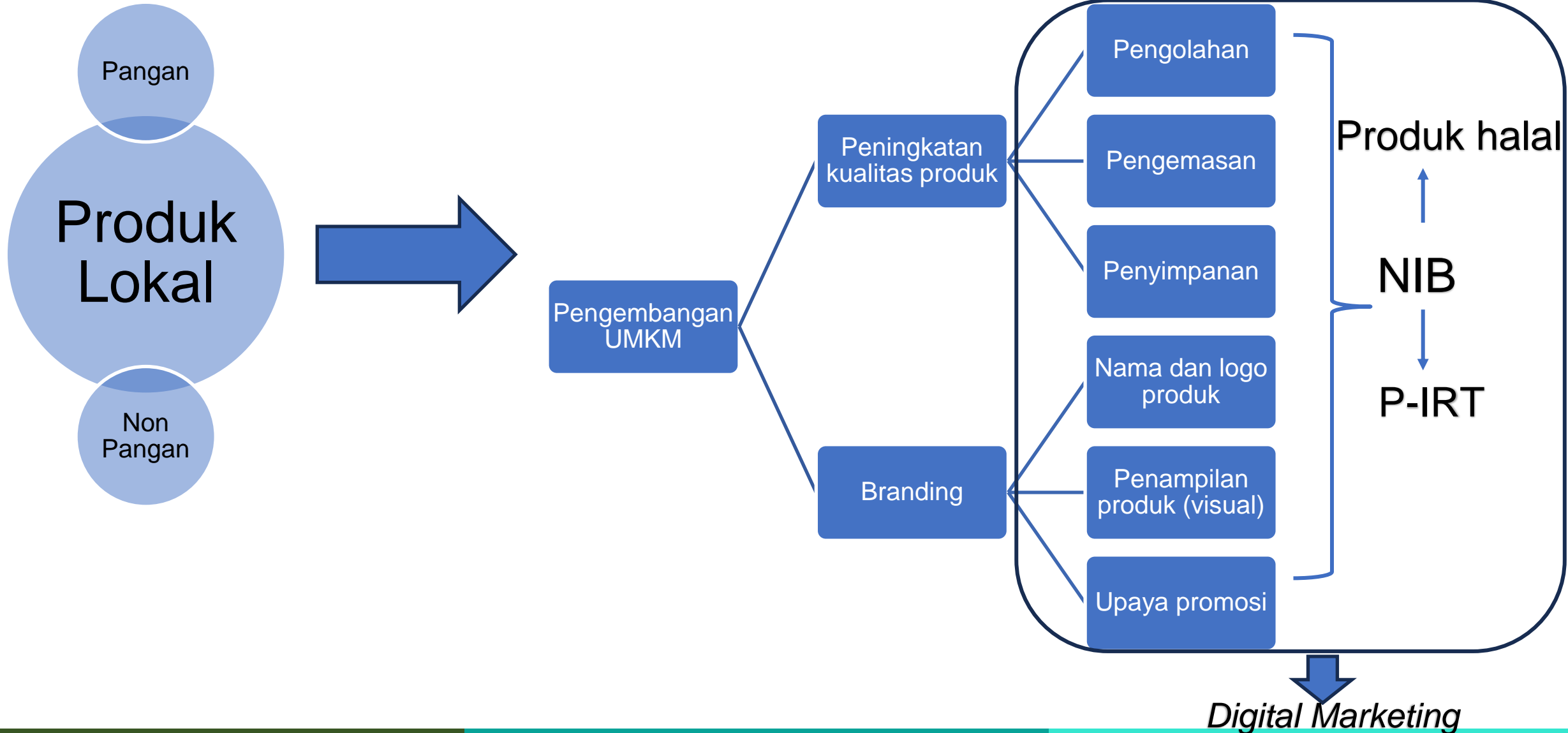
- 1 Temukan produk yang diinginkan dengan menjelajahi berbagai kategori dan subkategori menggunakan fitur pencarian
- 2 Pilih produk yang diinginkan dari hasil pencarian
- 3 Jika ingin membuat penawaran dengan penjual, kebanyakan lokapasar menyediakan fitur chat untuk memudahkan pembeli berkomunikasi langsung dengan penjual
- 4 Setelah klik ikon keranjang pembeli harus menentukan pilihan terlebih dahulu sebelum melanjutkan ke proses checkout
- 5 Apabila Anda memiliki voucher dan bonus-bonus lainnya, Anda dapat menggunakannya untuk mengurangi total belanja. Lalu klik Checkout
- 6 Pada halaman checkout, pastikan alamat pengiriman sudah benar, kemudian pilih jasa kirim dan tentukan jam pengiriman
- 7 Pilih metode pembayaran yang diinginkan
- 8 Apabila pembayaran sudah berhasil dilakukan pembeli akan mendapatkan konfirmasi dari lokapasar secara langsung. Beberapa lokapasar juga menyediakan fitur **Hubungi Penjual** jika pembeli masih memiliki pertanyaan



Modul CAKAP BERMEDIA DIGITAL

unduh di: literasidigital.id

Follow IG
@siberkreasi



Digital Marketing

Upaya Peningkatan Kualitas Produk Usaha

Pengolahan

- Bahan baku dan bahan pendukung berasal dari sumber yang jelas dan mudah didapatkan
- Proses pengolahan terstandar
- Ada pengontrolan pada produk yang sudah jadi

Pengemasan

- Berperan dalam melindungi produk dari kerusakan (masa simpan produk)
- Berperan dalam mempertahankan kualitas produk
- Sempel, sederhana dan fungsional

Penyimpanan

- Upaya yang dapat dilakukan pada produk yang tidak secara langsung diterima oleh distributor dan konsumen
- Memastikan kondisi ruang penyimpanan (intensitas Cahaya, suhu dan kelembapan) dapat mempertahankan produk dari perubahan secara fisik. Kimiawi dan biologis



Branding

Nama dan Logo Produk

- Nama dan logo sesuai dengan standart (label: nama, logo, tanggal kedaluwarsa, komposisi, berat bersih produk, aturan pakai dan penjelasan manfaat produk)
- Nama dan logo produk jelas dan menunjukkan karakteristik produk
- Nama dan logo mudah diingat
- Terlihat tetap menarik jika ditampilkan dalam beberapa mode (warna) serta beberapa mode ukuran

Penampilan produk (Visual)

- Memiliki daya terima (organoleptik)
- Menarik minat pembeli (aman dan manfaat)
- Penataan produk di etalase (*Visual Merchandising*)

Upaya Promosi

- Pengembangan jaringan pemasaran produk
- Promosi melalui event yang diadakan oleh dinas daerah
- Promosi melalui gerai pemasaran produk UMKM
- Memiliki strategi pemasaran yang baik (sampel produk gratis, diskon, review konsumen, Kerjasama dengan pihak terkait)

Upaya Promosi Berbasis *Digital Marketing*

1

- Upaya promosi melalui media sosial
- Upaya promosi melalui web (blog atau yang sejenis)

2

- Pemberian *giveaway*
- Pemberian diskon menarik

3

- Pengumpulan review konsumen
- Pembuatan konten tertentu

4

- Kerjasama dengan pihak tertentu (influencer atau pihak terkait yang dapat meningkatkan daya jual produk)

Media Promosi Berbasis *Digital Marketing*

Tujuan

- Peningkatan kesadaran pada pelaku usaha lebih efektif
- Mempermudah komunikasi dengan konsumen
- Peningkatan daya saing pelaku usaha

Manfaat

- Memperluas jaringan pemasaran
- Pengelolaan SDM
- Pengawasan lebih mudah
- Kemudahan dalam riset pasar

Jenis

- Media social (media pribadi / akun khusus / adsense)
- Marketplace (Pemanfaatan fitur pada akun marketplace)
- Web (Blogspot/Wikipedia)

Legalitas Produk UMKM

Tujuan

- Pelaku usaha memiliki kepastian hukum
- Pelaku usaha lebih mudah mengembangkan usaha

Manfaat

- Sarana perlindungan bagi konsumen
- Peningkatan kepercayaan konsumen dan mitra usaha
- Peningkatan daya jual produk

Jenis

- NPWP (minimal NPWP pribadi)
- NIB (Nomor Induk Berusaha)
- HKI (jika ada merk)
- SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan)
- Produk Halal
- Produk aman dikonsumsi (P-IRT)



Dokumen Kelengkapan Pengurusan Legalitas Usaha

KTP

Nomor Handphone (dilengkapi *Whatsapp* aktif)

Email

NPWP

BPJS Kesehatan dan atau Ketenagakerjaan

NIB (Nomor Induk Berusaha)

Tujuan

- Legalitas dan kemudahan pengurusan administratif
- Tepat sasaran dalam mendapatkan program pemerintah
- Kemudahan memasuki komunitas resmi untuk pengembangan UMKM

Manfaat

- Dapat digunakan untuk pengurusan sertifikasi halal dan SP-PIRT (Sertifikat produksi Pangan Industri Rumah Tangga)

Cara pendaftaran

- Dapat dilakukan secara *offline* di pelayanan terpadu satu pintu (PTSP) atau BKPM (Badan Koordinasi Penanaman Modal)
- Dapat dilakukan secara *online* melalui web : <https://oss.go.id/>

KESIMPULAN

Kita dapat mencapai kecakapan digital jika kita tahu dan paham ragam dan perangkat lunak yang menyusun lanskap digital.

Setiap kita diharapkan bisa mengoptimalkan penggunaan perangkat digital utamanya perangkat lunak sebagai fitur proteksi dari serangan siber.

Kecakapan dalam mesin pencarian informasi ditandai dengan kemampuan mengetahui dan memahami cara mengakses macam-macam mesin pencarian informasi yang tersedia.

Kita diharapkan mampu menyeleksi dan memverifikasi informasi yang didapatkan serta menggunakannya untuk kebaikan diri dan sesama.

Dengan mengenal ekosistem transaksi daring—dompet digital, lokapasar, serta transaksi digital—dengan lebih baik, kita bisa terhindar dari kegiatan terkait yang merugikan.

KESIMPULAN

Cakap bermedia digital merupakan modal utama dalam pengembangan produk UMKM berbasis *digital marketing*.

Pengembangan produk UMKM lebih optimal jika produk yang dipasarkan memiliki legalitas usaha.

Legalitas usaha berperan dalam meningkatkan keamanan pelaku usaha dan optimalisasi pengembangan produk UMKM berbasis *digital marketing* untuk mencapai produk terstandart yang layak dipasarkan secara lebih luas.

Dengan kecakapan digital yang dimiliki para pelaku usaha maka tujuan pengembangan produk UMKM yang terstandart berbasis *digital marketing* dapat tercapai.

Tujuan pemberdayaan produk UMKM berbasis *digital marketing* di Desa Cangkringmalang dapat tercapai jika aspek dasar berupa kecakapan bermedia digital dan adanya integrasi pengembangan produk UMKM yang disertai dengan legalitas usaha terpenuhi.