

Pemberdayaan Perempuan UMKM Melalui Digital Marketing Di Desa Jombang Kecamatan Jombang

**Asnawan, Delfi Masrurotul Alfiana, Halimatus Sa'diyah, Muhammad Deni Efendi,
Siti Aliyatul Azizah, Taufikur Rohman**

asnawan@inaifas.ac.id

Institut Agama Al-Falah As-Sunniyyah Kencong-Jember, Jawa Timur, Indonesia

ABSTRAK

Pengabdian ini berjudul pemberdayaan perempuan UMKM melalui digital marketing di Krajan I Desa Jombang Kecamatan Jombang Kabupaten Jember. Tujuan umum dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan secara praktis terkait pengetahuan-pengetahuan tentang strategi pemasaran yang efektif dan efisien guna meningkatkan usaha yang digalakkan oleh pelaku UMKM khususnya yang berada di Dusun Krajan I Desa Jombang Kecamatan Jombang. Perempuan yang mayoritas adalah pelaku UMKM, khususnya UMKM pengolahan krupuk yang menjadi ciri khas Desa Jombang, mereka diberdayakan melalui UMKM dan digital marketing. Metode yang digunakan adalah metode survei, teknik deskriptif dan penyampaian materi secara langsung serta simulasi dan diskusi mengenai manajemen, digitalisasi marketing, pemasaran produk dan peningkatan penjualan bagi pelaku UMKM yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat. Kesimpulan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah adanya upaya untuk melakukan pendampingan dan manajemen dalam pengembangan digitalisasi marketing yang berorientasi pada peningkatan penjualan UMKM khususnya yang berada di Dusun Krajan I Desa Jombang Kecamatan Jombang.

Kata Kunci: Pemberdayaan Perempuan, Pemasaran Digital, UMKM

ABSTRACT

This dedication is entitled women empowerment for UMKM through digital marketing of Krajan I Jombang Village Jombang district Jember Regency. The general purpose of this community service activity is to provide practical understanding and knowledge related to knowledge about effective and efficient marketing strategies in order to increase the business promoted by UMKM actors, especially those in the Krajan I Jombang Village. The method used is a survey method, descriptive technique and direct material delivery as well as simulations and discussions on management, marketing digitalization, product marketing and increasing sales for UMKM actors which have an impact on the welfare of the community. The conclusion of this community service is that there is an effort to provide assistance in management in the development of marketing digitalization that is oriented towards increasing sales of UMKM especially those in the Krajan I Jombang Village.

Keywords: Women Empowerment, Digital Marketing, UMKM

PENDAHULUAN

Sebelum sampai pada masa ini, kita masih dilanda pandemi Covid-19 yang mana telah membuat beberapa sektor dari pendidikan, ekonomi, kesehatan, serta sosial budaya mengalami penurunan. Terutama ranah ekonomi yang mengalami stagnasi hingga

menyusut. Maka dari itu para pengusaha harus pandai dalam membaca peluang usaha yang ada pada masa pandemi, agar tetap bisa memberikan sumbangsih peningkatan ekonomi dalam negara.

Keadaan penduduk Indonesia tahun 2011 adalah 243,7 juta jiwa. Persentase penduduk perempuan sebesar 49,63 persen sedangkan laki-laki sebesar 50,37 persen. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa secara nasional penduduk perempuan lebih sedikit dibandingkan laki-laki. Akan tetapi jika dilihat menurut jenis kelamin, komposisi penduduk usia produktif perempuan (15-64 tahun) jumlahnya lebih banyak dibandingkan laki-laki, yaitu 66,23 persen penduduk perempuan usia produktif dan penduduk laki-laki 65,31 persen. Jika dilihat berdasarkan daerah tempat tinggal, baik di perkotaan maupun di perdesaan, penduduk perempuan di daerah perkotaan sebesar 67,37 persen lebih tinggi dibandingkan dengan yang berada di perdesaan yaitu 65,06 persen.¹ Jumlah kaum perempuan yang hampir mencapai setengah dari total penduduk Indonesia merupakan potensi yang sangat besar dan harus dimanfaatkan dengan baik agar kaum perempuan tidak tertindas. Hal ini juga telah diupayakan karena salah satu prioritas pembangunan yang harus dicapai pada tahun 2030 dalam Sustainable Development Goals (SDG's) adalah mendorong kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan.

Tujuan diadakannya penulisan ini ialah agar peneliti mengetahui dan juga memahami praktis terkait pengetahuan-pengetahuan tentang strategi pemasaran yang efektif dan efisien guna meningkatkan usaha yang digalakkan oleh pelaku UMKM. Manfaat penulisan jurnal ialah untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan lingkungan hidup sebagai porsi dimana manusia memahami tatanan hidupnya, sebagai ciptaan Allah swt apa yang dikehendakinya bersifat absolut, beda halnya dengan sekelumit pengetahuan manusia yang secara relatif dengan keterbatasan kemampuan, maka kecerdasan maupun kapasitas pengetahuan manusia bisa ditingkatkan secara nyata dalam berjangka waktu. Makna pendidikan yang dikurangi pelatihan itu sendiri bukan semata-mata untuk mengelola atau menata lingkungan sekitar, bahkan selebihnya berantusias menerapkan kemampuan untuk menata sikap atau mengatur perilaku yang serasi dengan tatanan alam yang sudah tercipta dalam ketertiban yang teratur. Pemberdayaan perempuan disiapkan dan terealisasi secara struktur sesuai rencana, terarah, terpadu tak lain bertujuan agar sumber daya ini dioptimalkan perannya, terutama dalam lingkungan hidup. Oleh sebab itu, peneliti mengadakan pelatihan yang tertuju ke pemberdayaan perempuan khususnya yang berbasis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Dan juga peneliti menyimpulkan dengan diadakannya pelatihan ini bertujuan untuk mengkaji demi menentramkan keamanan bersama, yang khususnya mengkaji seputar Gender and Entrepreneurship (pemberdayaan

¹ Kerjasama Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak dengan Badan Pusat Statistik, Profil Perempuan Indonesia (Jakarta: Tri Sigma Utama, 2012), hlm. 12-15.

perempuan melalui UMKM dan digital marketing Dusun Krajan I, Desa Jombang. Yang banyak kemungkinan pekerjaanya sebagai pegawai krupuk, Tak jauh beda guna untuk memudahkan sejalan dengan masyarakat, lingkungan hidup yang teratur, dan sesuai dengan apa yang mereka inginkan.

Hasil penelitian tentang pemberdayaan perempuan telah menunjukkan bahwa implementasi kebijakan pemberdayaan perempuan dalam pembangunan dalam kegiatan program melalui pelatihan telah dapat menciptakan dan meningkatkan kaum perempuan rumah tangga yang berdaya dalam membangun ekonomi keluarga. Implementasi kebijakan atau program tersebut telah memungkinkan kaum perempuan yang kurang konkrit perekonomiannya dapat melakukan kegiatan usaha produktif yang dapat menghasilkan, guna untuk menambahkan kebutuhan keluarga. Dan hal lain tujuan khusus diadakannya pelatihan ini mempercepat proses bisnis warga Krajan 1 Desa jombang, melalui pemasaran online. Kegiatan ini dapat dikelola dengan menerapkan nilai-nilai lebih yang berkeadilan dengan kesesuaian dalam kebutuhan masyarakat. Tulisan ini akan memberi desain dan rancangan dengan menerapkan teori-teori tertentu yang menyesuaikan dan hasil akhir mempermudah ekonomi masyarakat. Dan diadakannya jurnal ini tidak tutup kemungkinan bisa kita sesuaikan dengan para pekerja khususnya bagi perempuan. Yang mana konsep ini tidak hanya berlaku kepada para pekerja krupuk, selain itu teori ini bisa kita alihkan ke berbagai macam pekerja dan berbagai macam bisnis, hanya saja peneliti menyebutkan yang berantusias ke pegawai krupuk. Akan tetapi untuk kajian teori bisa kita programkan keberbagai macam bisnis yang lain, soalnya refrensi tersebut banyak berguna ke berbagai pangkalan untuk dibuat teori apabila kita sanggup untuk mendalaminya. Dan juga peneliti menyesuaikan dengan pemasaran online tersebut guna untuk menyesuaikan alam yang serba elektronik, karena ini salah satu jalan untuk memerogramkan bisnis yang selaras dengan kehidupan kita.

METODE

a. Jenis penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan teknik deskriptif, penyampaian materi secara langsung serta simulasi dan diskusi dimana dikatakan deskriptif karena penelitian ini diarahkan guna memberi gambaran sedetil mungkin mengenai individu, suatu keadaan, gejala, maupun kelompok tertentu. Pengkajian ini merupakan jenis penelitian deskriptif. Dalam hal ini, untuk menggambarkan tentang model pemberdayaan UMKM dan perempuan melalui digital marketing di Krajan I Desa Jombang Kecamatan Jombang.

b. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Krajan I Desa Jombang, tepatnya pada salah satu narasumber pelaku UMKM yakni Ibu Kholifah. Waktu yang diperlukan dalam menyelesaikan penelitian ini adalah bulan Juli sampai dengan Agustus 2022.

c. Tahap-tahap penelitian

Tahap-tahap ini terdiri dari beberapa tahap, yaitu ;

1) Tahap Pra Lapangan, dalam tahap ini, peneliti melakukan perizinan terlebih dahulu pihak setempat, mulai dari tingkatan teratas hingga terendah pada sebuah desa, yakni (a) Kepala Desa, (b) Kepala Dusun, (c) RT/RW setempat (d) Narasumber atau target sasaran. 2) Tahap Pekerjaan Lapangan, tahap ini dengan cara mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan fokus penelitian dari lokasi peneliti. Dalam proses pengumpulan data ini penulis menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. 3) Tahap Analisis Data pada tahap ini penulis menyusun semua data secara sistematis dan terperinci sehingga data ini mudah di pahami dan semua dapat di informasikan dengan secara jelas. 4) Tahap Laporan tahap ini merupakan tahap yang terakhir dari tahapan yang peneliti lakukan. Tahap ini dilakukan dengan membuat laporan tertulis dari hasil penelitian yang telah di lakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Pengertian pemberdayaan

Menurut Tutik Sulistyowati di dalam jurnalnya yang dikutip dari Kemen Pemberdayaan Perempuan (Kemen PP) bahwa pemberdayaan perempuan adalah upaya memungkinkan perempuan untuk memperoleh akses dan kontrol terhadap sumberdaya, ekonomi, politik, sosial, budaya, agar perempuan dapat mengatur diri dan berpartisipasi aktif dalam memecahkan masalah, sehingga mampu membangun dan konsep diri.²

Pemberdayaan merupakan upaya yang dilakukan oleh masyarakat, dengan atau tanpa dukungan pihak luar, untuk memperbaiki kehidupannya yang berbasis kepada daya mereka sendiri, melalui optimasi daya serta peningkatan posisi tawar yang dimiliki.³ Pemberdayaan adalah upaya untuk meningkatkan kemampuan dan potensi yang dimiliki oleh suatu masyarakat sehingga mereka dapat mengaktualisasikan jati diri, harkat dan martabatnya secara maksimal untuk bertahan dan mengembangkan diri secara mandiri. Hal ini dimaksudkan agar masyarakat dapat melepaskan diri dari perangkap kemiskinan dan

² Tutik Sulistyowati, "Model Pemberdayaan Perempuan dalam Meningkatkan Profesional dan Daya Saing untuk Menghadapi Komersialisasi Dunia Kerja". (Jurnal Perempuan dan Anak, I (1): Januari 2015) h. 4.

³ Mardikanto, T.& Soebiato, *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*. (Bandung: Alfabeta, 2013) h. 100

keterbelakangan. Dengan demikian pemberdayaan adalah suatu upaya untuk meningkatkan kemampuan dan kemandirian, baik di bidang ekonomi, sosial budaya dan politik.⁴

b. Pemberdayaan sebagai suatu program dan proses

Sejatinya sebuah pemberdayaan adalah bertujuan untuk membuat seseorang mampu melakukan sesuatu secara mandiri tanpa harus tergantung pada orang lain. Kemandirian yang ada sebagai hasil dari sebuah pemberdayaan dalam bentuk kemandirian ekonomi, kemandirian politik dan sebagainya tergantung kepada jenis program yang ada. Pemberdayaan sebagai suatu kegiatan yang membuat orang dapat melakukan perubahan dalam dirinya dengan melalui sebuah proses yang dapat berlangsung secara singkat atau pun melalui sebuah proses yang panjang.

Pemberdayaan dapat dilihat dari sisi keberadaannya sebagai suatu program ataupun sebagai suatu proses. Pemberdayaan sebagai suatu program, dimana pemberdayaan dilihat dari tahapan-tahapan kegiatan guna mencapai suatu tujuan, yang biasanya sudah ditentukan jangka waktunya.⁵ Proses pemberdayaan yang berkesinambungan sebagai suatu siklus yang terdiri dari lima tahapan utama, adalah: 1) menghadirkan kembali pengalaman yang memberdayakan dan tidak memberdayakan (*recall depowering/empowering experiences*), 2) Mendiskusikan alasan mengapa terjadi pemberdayaan dan penidakberdayaan (*discuss reasons for depowerment /empowerment*), 3) Mengidentifikasi suatu masalah ataupun proyek (*identify one problem or project*), 4) Mengidentifikasi basis daya yang bermakna untuk melakukan perubahan (*identify useful power bases*), dan Mengembangkan rencana-rencana aksi dan mengimplementasikannya (*develop and implement action plans*) Kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang dapat bersiklus.

c. Pemberdayaan perempuan untuk kesetaraan

Program pemberdayaan perempuan di Indonesia sudah dimulai sejak tahun 1978. Melalui pemberdayaan, beberapa daerah telah memperoleh hasil memadai dalam meningkatkan kapasitas diri, meningkatkan ekonomi, meningkatkan kesehatan, meningkatkan kualitas hidup kaum perempuan. Namun masih banyak perempuan di Indonesia yang belum tersentuh oleh program pemberdayaan baik di perkotaan terlebih di perdesaan. Berbagai langkah dapat dilakukan untuk menciptakan kesetaraan laki-laki dan perempuan atau kesetaraan gender, sehingga dapat terwujud peran yang seimbang antara laki-laki dan perempuan dalam keluarga untuk bersama-sama membangun dan mengembangkan perekonomian keluarga demi mencapai kesejahteraan keluarga. Meskipun upaya membangun kesetaraan gender tersebut telah dilakukan cukup lama, namun masih

⁴ Karwurf, dkk, 2010 h. 55.

⁵ Adi, Isbandi Rukminto. *Intervensi Komunitas & Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: Rajawali Pers, 2021) h. 211

terdapat banyak hal dan sisi kehidupan yang belum mencerminkan adanya kesetaraan antara perempuan dan laki-laki. Kurangnya perhatian dan intensitas serta kesinambungan program pemberdayaan perempuan merupakan salah satu penyebab belum terciptanya kesetaraan gender.⁶

d. Pengertian Gender

Kata “Gender” berasal dari bahasa inggris, gender yang berarti “jenis kelamin”. Dalam *Webster's New World Dictionary*, jender diartikan sebagai perbedaan yang tampak antara laki-laki dan perempuan dilihat dari segi nilai dan tingkah laku.⁷ Dan mengacu pada dari pendapat yang diberikan oleh Mansoor Faqih, memberikan arti bahwa gender merupakan suatu sifat yang memang melekat pada diri perempuan dan juga pada diri laki-laki dimana dapat dilakukan konstruksi baik dalam kultural dan juga sosial. Sebagai contoh dalam diri perempuan dipandang dan diilihat sangatlah emosional, juga cantik dan juga lemah, dan sebagainya. Sementara itu dalam diri pihak laki-laki lebih pandang sangatlah kuat, dan juga rasional serta jantan dan perkasa, dan tidak boleh cengeng atau menangis. Sifat dan ciri yang dapat dipertukarkan dan adanya perubahan dari ciri dan sifat dapat terjadinya dari waktu ke waktu dan juga dari tempat ke tempat yang lain, bahkan tidak menutup kemungkinan dapat terjadi di dalam masyarakat yang berbeda.⁸

Masalah mengenai kesetaraan gender tidak pernah ada habisnya dan selalu menjadi isu dalam segala bidang kehidupan, dan hal tersebut bukan hanya terjadi di negara Indonesia melainkan sudah dalam cakupan luas, artinya setiap negara juga memperjuangkan akan adanya keadilan dalam kesetaraan gender tanpa adanya diskriminasi, dalam memperlakukan atau memberikan hak-hak setiap orang. Sebenarnya sudah ada basis yang legal dalam menjamin akan adanya hak atau kesempatan laki-laki dan perempuan tanpa adanya perbedaan dari segala aspek bidang kehidupan yang ada, dan basis yang legal yang dimaksud tersebut sudah dituangkan dan sudah terlihat dalam Deklarasi Penghapusan dan Kekerasan Terhadap Perempuan.⁹

Gender merupakan konsep hubungan sosial yang membedakan (memisahkan atau memisahkan) fungsi dan peran antara perempuan dan laki-laki. Perbedaan fungsi dan peran antara laki-laki dan perempuan itu tidak ditentukan karena keduanya terdapat perbedaan biologis atau kodrat, melainkan dibedakan menurut kedudukan, fungsi dan peranan masing-masing dalam berbagai kehidupan dan pembangunan.

e. Kesetaraan dan Keadilan Gender

Kesetaraan gender berarti kesamaan kondisi bagi laki-laki dan perempuan untuk

⁶ Ma'arif, Syafi'i, *Pembangunan dalam Perspektif Gender*. (Malang: UMM Press, 2003), h.189.

⁷ Nassaruddin Umar, *Argumen Kesetaraan Gender*, (Jakarta: Dian Rakyat, 2010), h. 29

⁸ Fakih, M. *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*, (Yogyakarta: Pustaka: Belajar, 2007).h. 8-9

⁹ Prantiasih, A. “*Hak Asasi Manusia Bagi Perempuan*”, *Jurnal Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*, 25 (1), (2012), h. 12.

memperoleh kesempatan serta hak-haknya sebagai manusia, agar mampu berperan dan berpartisipasi dalam kegiatan politik, hukum, ekonomi, sosial budaya, pendidikan dan pertahanan dan keamanan nasional (hankamnas), serta kesamaan dalam menikmati hasil pembangunan tersebut. Kesenjangan gender juga meliputi penghapusan diskriminasi dan ketidakadilan struktural, baik terhadap laki-laki maupun perempuan.⁷

Sedangkan keadilan gender adalah suatu proses dan perlakuan adil terhadap perempuan dan laki-laki. Dengan keadilan gender berarti Tidak ada pembakuan peran, beban ganda, subordinasi, marginalisasi dan kekerasan terhadap perempuan maupun laki-laki. Terwujudnya kesetaraan dan keadilan gender ditandai dengan tidak adanya diskriminasi antara perempuan dan laki-laki, dan dengan demikian mereka memiliki akses, kesempatan berpartisipasi, dan kontrol atas pembangunan serta memperoleh manfaat yang setara dan adil dari pembangunan

f. Pengertian UKM/UMKM

Menurut UUD 1945 kemudian di kuatkan melalui TAP MPR NO.XVI/MPR-RI/1998 tentang politik ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha mikro, kecil, dan menengah perlu diberdayakan sebagai bagian internal ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategi untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Selanjutnya dibuatlah pengertian UMKM melalui undang-undang Nomor 9 tahun 1999 dan karena keadaan perkembangan yang semakin dinamis dirubah ke Undang-Undang Nomor 20 pasal 1 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah maka pengertian UMKM adalah sebagai berikut¹⁰:

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/ atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah dan Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Contoh Usaha Kecil Usaha tani sebagai pemilik tanah perorangan yang memiliki tenaga kerja; pedagang di pasar grosir (agen) dan pedagang pengumpul lainnya; pengrajin industri makanan dan minuman, industri meubel kayu dan rotan, industri, alat-alat rumah tangga industri pakaian jadi dan indutri kerajinan tangan; peternakan ayam, dan itik dan perikanan; koperasi berskala kecil.

¹⁰ Republik Indonesia, *Undang Undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta : Kementrian Hukum dan HAM.

- 3) Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau Usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- 4) Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.
- 5) Dunia Usaha adalah Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah. Dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.

g. Digital Marketing

Digital Marketing adalah istilah umum untuk pemasaran barang atau jasa yang ditargetkan, terukur, dan interaktif dengan menggunakan teknologi digital. Tujuan utama dari digital marketing adalah untuk mempromosikan merek, membentuk preferensi dan meningkatkan traffic penjualan melalui beberapa teknik pemasaran digital. Istilah lain dari digital marketing adalah online marketing atau internet marketing. Digital marketing sebenarnya hampir mirip dengan pemasaran pada umumnya. Namun, yang membedakan adalah perangkat yang digunakan (*tools*).

h. Jenis – Jenis Digital Marketing

- 1) Website
- 2) Sosial Media Marketing
- 3) *Search Engine* atau Mesin Pencarian
- 4) Email Marketing
- 5) Iklan secara online

i. Manfaat Digital Marketing

- 1) Meningkatkan penjualan
- 2) Lebih dekat dengan konsumen
- 3) Meningkatkan pendapatan

j. Platform Media Sosial

Berikut jenis-jenis platform media sosial yang sering digunakan sebagai alat marketing yang sering diminati.

1) Facebook

Layanan jejaring sosial dimana para penggunanya dapat saling berinteraksi dengan para pengguna lainnya yang berasal dari seluruh penjuru dunia. Saat ini pun sudah dilengkapi dengan Facebook Ads yaitu sebuah fitur yang ditawarkan oleh Facebook untuk mempromosikan atau mengiklankan suatu Fan Page yang sebelumnya sudah dibuat oleh

pengguna Facebook dengan jangkauan yang berbeda dan dapat diatur oleh pemasang iklan tersebut. Jadi, bagi pengguna dapat memanfaatkan Facebook Ads untuk mengiklankan produk UMKM.

2) Instagram

Sebuah aplikasi berbagi foto atau video yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, video, berkomentar bahkan aktivitas jejaring lainnya seperti beriklan. Kini Instagram sudah dilengkapi dengan fitur swipe up bahkan insight. Dengan memakai fitur insight (Instagram analytics) maka pelaku UKM/UMKM dapat mengetahui kinerja akun Instagram misalnya mendapatkan data demografi followers, data jangkauan dan engagement pada konten Instagram, data jumlah kunjungan profil dan lain-lain. Sedangkan fitur swipe up yaitu memudahkan pelaku UMKM untuk mencantumkan alamat web produk. Jadi, melalui kedua fitur ini sangat memudahkan pelaku UKM/UMKM untuk memasarkan produknya.

3) Twitter

Situs jejaring sosial yang memberikan akses bagi pengguna untuk mengirimkan pesan singkat yang biasa disebut tweet. Tweet terdiri dari pesan teks dan foto (kutipan).

4) Youtube

Platform yang digunakan untuk memasarkan produk dalam bentuk video untuk mempengaruhi viewers. Melalui Youtube anda dapat mengunggah video dengan konten yang menarik sehingga menarik perhatian konsumen agar tertarik dengan produk anda.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengabdian ini berjudul pemberdayaan perempuan UMKM melalui digital marketing di Krajan I Desa Jombang Kecamatan Jombang Kabupaten Jember. Desa Jombang memiliki luas wilayah 1001 Ha. Luas lahan yang ada terbagi ke dalam beberapa peruntukan, yang dapat dikelompokkan seperti untuk fasilitas umum, pemukiman, pertanian, perkebunan, kegiatan ekonomi dan lain-lain.¹¹ Luas lahan yang diperuntukkan untuk pemukiman adalah 156 Ha/. Luas lahan untuk ladang tegalan 62 Ha. Sedangkan luas lahan untuk fasilitas umum adalah sebagai berikut untuk sekolah 4,1 Ha, olahraga 3,5 Ha, dan tempat pemakaman umum 1,5 Ha.¹²

Berdasarkan data administrasi jumlah penduduk Desa Jombang pada tahun 2019 berjumlah 11.790 jiwa terdiri dari laki-laki 5.961 jiwa dan perempuan 5.829 jiwa. Jumlah penduduk di masing-masing dusun terdiri:¹³

- a. Krajan I : 4.701 jiwa
- b. Krajan II : 5.094 jiwa
- c. Krajan III : 1.995 jiwa

Secara geografis Desa Jombang terletak pada posisi 28° C - 37° C Lintang Selatan

¹¹ RPJMDes Jombang 2019-2024 diakses pada 08 Agustus 2022

¹² RPJMDes Jombang 2019-2024 diakses pada 08 Agustus 2022

¹³ RPJMDes Jombang 2019-2024 diakses pada 08 Agustus 2022

dan 110°10'-111 °40' Bujur Timur. Topografi ketinggian Desa ini adalah berupa daratan sedang yaitu sekitar 10 m diatas permukaan air laut. Berdasarkan data BPS kabupaten Jember tahun 2019, selama tahun 2019, selama tahun 2019 curah hujan di Desa Jombang rata-rata mencapai 1.157 mm. Secara administratif, Desa Jombang terletak di wilayah Kecamatan Jombang Kabupaten Jember dengan posisi dibatasi oleh wilayah Desa-Desa tetangga. Di sebelah Utara berbatasan dengan Desa Ngampelrejo. Di sebelah Barat berbatasan dengan Desa Padomasan. Di sebelah Timur berbatasan dengan Desa Kencong dan Desa Kraton, sedangkan di sebelah selatan berbatasan dengan Desa Keting.¹⁴

Di salah satu Krajan di Desa Jombang, tepatnya di Krajan I terdapat UMKM yang sangat menarik, diantaranya pengrajin batik dan pengolahan kerupuk.¹⁵ Dari dua jenis usaha tersebut, objek yang akan menjadi target sasaran peneliti adalah pengolahan kerupuk. Dari data yang didapatkan dari narasumber, bahwa usaha pengolahan kerupuk ini sudah berdiri sejak zaman dahulu kala yang diturunkan dari nenek moyang hingga pada masa yang sekarang ini.¹⁶ Di krajan I Desa Jombang terdapat 15 *Home Industry* pengolahan kerupuk, akan tetapi yang masih aktif hingga saat ini terdapat 12 *Home Industry*. Mereka memproduksi kerupuk dengan jumlah yang cukup banyak. Dalam sekali produksi, mereka bisa membuat 1 kwintal hingga berton-ton. Hal itu disebabkan agar hasil produksi dapat memenuhi *income* yang sesuai dengan target dari pasar.¹⁷

Diantara nama-nama pengusaha kerupuk yang masih aktif memproduksi yaitu:¹⁸

- 1) Ibu Kholifah
- 2) Bapak Tunggal
- 3) Bapak Kandar
- 4) Bapak Kasiadi
- 5) Bapak Manto
- 6) Bapak Subali
- 7) Bapak Darno
- 8) Bapak Muriman
- 9) Bapak Hari
- 10) Bapak Suparti
- 11) Bapak Slamet
- 12) Bapak Karmen

Menurut salah satu pengusaha kerupuk yang ada di Krajan I Desa Jombang yaitu Ibu Kholifah, mengatakan:

¹⁴ RPJMDes Jombang 2019-2024 diakses pada 08 Agustus 2022

¹⁵ Hasil Interview dengan Kepala Desa Jombang, Drs. Sugeng Sutrisno pada 29 Juli 2022

¹⁶ Hasil Interview dengan Pengusaha Kerupuk, Ibu Kholifah pada 03 Agustus 2022

¹⁷ Hasil Interview dengan Pengusaha Kerupuk, Ibu Kholifah pada 03 Agustus 2022

¹⁸ Hasil Interview dengan Pengusaha Kerupuk, Ibu Kholifah pada 23 Agustus 2022

“Pemasaran kerupuk disini (Desa Jombang), ya cuma dari pasar ke pasar, dari toko ke toko, dari agen ke tengkulak. Karena lebih mudah seperti itu, disini lain juga menghindari kejadian penipuan jika via online” begitu ujarnya.

Dari keterangan ibu Kholifah diatas, pemasaran yang dilakukan tersebut hanya mengandalkan face to face, bertatap muka secara langsung dengan pembeli tanpa memanfaatkan media online yang sudah canggih di era industri 4.0. jadi, sangat disayangkan apabila hal tersebut tetap dilanggengkan.

Hal mendasar yang menjadi masalah dalam pemasaran produk tersebut adalah belum adanya izin edar dari pemerintahan setempat, berupa SOP atau Pirt yang difasilitasi oleh KUB (Kelompok Usaha Bersama)

Dalam proses pembuatan kerupuk, bahan utama yang digunakan adalah Singkong dengan spesies Aspro SP., yang mana jenis singkong ini tergolong umbi yang memiliki kandungan racun, apabila diproses tidak sesuai dengan yang seharusnya. Jenis singkong ini didatangkan langsung dari Sumberwuluh - Lumajang. Ada beberapa variasi bahan yang digunakan untuk produksi kerupuk yang dikembangkan, diantaranya yaitu 1) singkong; 2) singkong dan tepung pati; 3) tepung pati. Adapun dari macam-macam kerupuk yang dibuat ada kerupuk pati, kerupuk singkong, kerupuk suro dan kerupuk kriwilan. Ada dua teknik pemotongan dalam pengolahan krupuk, yaitu pemotongan secara tradisional dan modern. Melewati segala proses yang ada, singkong diolah hingga menjadi kerupuk. Mulai dari proses pengupasan, ditumbuk, dibumbu atau dibuat adonan, digulung, proses pewarnaan, dikukus, pemotongan, hingga penjemuran menjadi proses yang paling akhir.

Pada *home industry* terkadang memiliki pekerja yang membantu dalam segala proses pengerjaan. Akan tetapi, didalam produksi kerupuk milik bu Kholifah ini dikerjakan mandiri oleh keluarganya diantaranya, suami, anak dan di bantu oleh dua kakak dari Ibu Kholifah. Alasan tidak mempekerjakan pegawai adalah khawatir akan masalah kebersihan dan menjaga kehygienisan proses pembuatan kerupuk hingga pada proses pengiriman dilakukan mandiri oleh keluarganya. Kerupuk ini didistribusikan dari pasar ke pasar, juga kepada tengkulak. Pendistribusian kerupuk ini sudah mencakup wilayah lokal, yaitu pasar Kencong, Gladak Abang, sampai Jenggawah.¹⁹

Terkadang ada beberapa hambatan yang dialami oleh UMKM kerupuk ini, misalnya ketika terjadi kenaikan harga sembako, hal tersebut juga mempengaruhi harga kualitas pasar dalam produksi kerupuk ini (tidak laku).

¹⁹ Hasil Interview dengan Pengusaha Kerupuk, Ibu Kholifah pada 03 Agustus 2022

Observasi



SIMPULAN

Kesimpulan

Pemberdayaan perempuan bermakna mulia karena mengurus sumberdaya manusia dalam keluarga, terutama anak-anak sebagai generasi penerus. Memberikan pendidikan yang terbaik untuk kaum perempuan, berarti secara tidak langsung memberikan pendidikan pada individu lainnya dalam sebuah keluarga, maka suksesnya suatu rumah tangga, sangat tergantung pada kemampuan dan potensi memadai dari perempuan, sebagai isteri dan ibu rumah tangga. Sehingga untuk mendukung keberadaan dan ketersediaan sumberdaya manusia (generasi penerus) berkualitas dan berdaya saing tinggi di masa depan maka perempuan penting diberdayakan khususnya dari sisi pendidikan termasuk dalam hal pendidikan lingkungan hidup.

Oleh karena itu strategi pengarusutamaan perempuan penting diposisikan di tempat utama dalam setiap strategi pembangunan. Pemberdayaan perempuan dalam meningkatkan kapasitas perempuan khususnya terkait dalam peningkatan pengetahuan lingkungan merupakan suatu yang perlu mendapat perhatian dari berbagai pihak. Agar sumber daya manusia yang cukup banyak jumlahnya di Indonesia dapat berdaya guna tinggi bagi pembangunan yang ramah lingkungan. Peningkatan kapasitas diri perempuan, peningkatan pengetahuan melalui pemberdayaan belumlah cukup, jika tidak dibarengi dengan memberikan akses pada kaum perempuan untuk ikut berpartisipasi, mengontrol dan mengambil partisipasi, mengontrol dan mengambil

Saran

1. Pengusaha Krupuk di Krajan I Desa Jombang perlu lebih meningkatkan kreativitas dan mengasah potensi yang dimiliki dengan menambah wawasan, pengalaman, dan pelatihan yang telah difasilitasi oleh pemerintah untuk mengembangkan usahanya agar mampu bersaing dengan pasar nasional serta dapat mengatasi manajemen keuangan yang mayoritas masih menggunakan sistem tradisional.
2. Perlu adanya sosialisasi yang merata serta membuka informasi seluas-luasnya bagi UMKM di Desa Jombang, khususnya Krajan I terhadap program-program dan pelayanan yang dimiliki oleh pemerintah khususnya BUMDES dan UKM Desa Jombang yang bertujuan untuk meningkatkan perkembangan UMKM di Krajan I Desa Jombang, sehingga masyarakat mampu mengatasi segala permasalahan yang berkaitan dengan kemiskinan dan pengangguran dengan mengikuti program-program yang dijalankan oleh pemerintah setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Kerjasama Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak dengan Badan Pusat Statistik, Profil Perempuan Indonesia 2012*, (Jakarta: Tri Sigma Utama, 2012)
- Sulistyowati, Tutik. 2015 “*Model Pemberdayaan Perempuan dalam Meningkatkan Profesional dan Daya Saing untuk Menghadapi Komersialisasi Dunia Kerja*”. Jurnal Perempuan dan Anak.
- Mardikanto, T.& Soebiato, P. 2013. *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Nassaruddin Umar, 2010. *Argumen Kesetaraan Gender*, Jakarta: Dian Rakyat.
- Fakih, M. 2007, *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*, Yogyakarta: Pustaka: Belajar.
- Prantiasih, A. 2012 “*Hak Asasi Manusia Bagi Perempuan*”, Jurnal Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan.
- Republik Indonesia, *Undang Undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan menengah*. Jakarta : Kementrian Hukum dan HAM.
- Adi, Isbandi, Rukminto, 2012. *Intervensi Komunitas & Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ali, Madekhan. 2007. *Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: Averros Press.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia. Edisi ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Hogen, Christine. 2000. *Facilitating Empowerment: a Handbook for Facilitators, Trainers and Individuals*. London: Kogan Page Limited.
- Keraf, A. Sony. 2010. *Etika Lingkungan Hidup*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Kerjasama Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak dengan Badan Pusat Statistik, *Profil Perempuan Indonesia*. 2012. Jakarta: Tri Sigma Utama.

- Ma'arif, Syafi'i. 2003. *Pengembangan dalam Perspektif Gender*. Malang: UMM Press.
- Mardikanto, T.& Soebianto, P. 2013. *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Sri Marwantil, Ismi Dwi Astuti. 2012. *Model Pemberdayaan Perempuan Miskin Melalui Penumbuhan Kewirausahaan Keluarga Menuju Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Karanganyar*. Jurnal Sepa: Vol.9 No. 1, 134 – 144.
- Sulistiyani. 2004. *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta: Gava Media
- Sumpeno, Wahyudin. 2009. *Sekolah Masyarakat Penerapan Rapid Training Design Dalam Pelatihan Berbasis Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- RPJMDesa Jombang Tahun 2019 – 2024