

SOSIALISASI DAN PELATIHAN DIGITAL MARKETING PRODUK UMKM DI DESA PUCANGGADING BANDAR KABUPATEN BATANG

*Socialization and training in Digital Marketing for UMKM
(MSME) products in Pucanggading Bandar Village Batang
District*

Hasnan Afif

Universitas Sriwijaya, Palembang, Indonesia
e-mail: hasnanafif@unsri.ac.id

Anik Rahmawati

Universitas Selamat Sri, Kendal, Indonesia
e-mail: arahma2108@gmail.com

Imtiyaz Farras Mufidah

Universitas Selamat Sri, Kendal, Indonesia
email: imtiyazfarras@gmail.com

Jamal

Universitas Selamat Sri, Kendal, Indonesia
email: jamalnuralim@gmail.com

Abstract

This community service report aims to disseminate information about digital marketing for MSME players. This community service report aims to disseminate information about digital marketing for MSME players. This was carried out by the community service team in Pucanggading Village, Bandar District, Batang Regency, Central Java. Digital marketing is a marketing effort that uses electronic devices or the internet to connect with customers. Socialization of digital marketing in the form of using social media is very important because it can provide knowledge to MSME players regarding the methods and stages of expanding consumer networks through the use of social media in marketing their products so that they can increase competitive advantage for MSMEs themselves. The lack of knowledge of MSME players regarding digital marketing inspired the Community Service team to provide outreach and provide training regarding the use of information and communication technology. If MSMEs understand the importance of digital marketing for their business, it is hoped that they will be motivated to use digital marketing as a means of communication and promotion, and can practice it directly by utilizing social media.

Keywords— Digital, marketing, MSME

1. PENDAHULUAN

COVID-19 telah menyebabkan guncangan ekonomi yang besar. Pandemi Covid19 yang mulai merebak di awal tahun 2020 dimana pandemic ini sangat mempengaruhi perekonomian dunia termasuk Indonesia. Dalam hal ini, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) cenderung mengalami dampak negatif yang lebih besar dari pandemi Covid-19 daripada perusahaan besar karena sumber daya yang terbatas. Degradasi ekonomi akibat pandemi covid-19 di Indonesia memberikan dampak yang sangat besar bagi dunia usaha antara lain Usaha Kecil Menengah (UKM). Operasi bisnis dari UMKM menderita karena pandemi covid-19. Banyak UMKM melaporkan bahwa penjualan mereka menurun secara signifikan.

Di tahun ini pandemic covid sudah mulai mereda, perekonomian sudah mulai membaik. Maka dari itu untuk mendongkrak kembali perekonomian, pelaku usaha harus menerapkan strategi untuk meningkatkan kembali bisnisnya. Seiring berkembangnya bisnis saat ini, tantangan dan persaingan semakin tajam dalam merebut pangsa pasar, maka pelaku usaha dituntut untuk dapat memberdayakan sumber daya yang dimiliki secara efektif dan efisien agar memiliki keunggulan kompetitif.

Teknologi internet merupakan instrumen yang dapat mempromosikan bisnis secara efektif dan efisien dan membantu keberlanjutan bisnis karena memungkinkan bisnis untuk menjangkau pangsa pasar yang lebih luas dan ini dilakukan dengan cepat. Selama covid-19 pandemi, penerapan pemasaran berbasis digital menjadi solusi terbaik dalam mengatasi masalah tersebut larangan bertemu langsung dengan konsumen. Pemasaran digital yang responsif telah memungkinkan UMKM untuk beradaptasi secara fleksibel dengan pelanggan permintaan, termasuk memungkinkan UMKM untuk mempromosikan produk mereka secara online.

Platform yang sering digunakan untuk kegiatan digital marketing adalah media sosial seperti facebook. Instagram, whatsapp, twitter dan sebagainya yang menawarkan pengguna untuk berinteraksi, berhubungan dan berkomunikasi satu sama lain serta memiliki karakteristik tertentu yang memiliki peluang bagi para pelaku bisnis untuk bisa memasarkan atau menawarkan produk barang/jasa. Aplikasi-aplikasi ini bermaksud untuk menginisiasi dan mengedarkan informasi online tentang pengalaman pengguna dalam mengonsumsi produk atau merek, dengan tujuan utama meraih minat masyarakat. Dalam konteks bisnis dapat mengarah kepada penciptaan profit.

Menurut Wardhana (2015) strategi digital marketing berpengaruh hingga 78% terhadap keunggulan bersaing UMKM dalam memasarkan produknya. Strategi tersebut terdiri dari sosialisasi strategi digital marketing dalam bentuk pemanfaatan media sosial sangatlah penting karena dapat memberi pengetahuan kepada para pelaku UMKM mengenai cara maupun tahapan dalam memperluas jaringan konsumen melalui pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing bagi UMKM itu sendiri. Apalagi pasca era pandemi Covid-19 saat ini menuju perubahan perilaku pemasaran dari konvensional ke digital menanjak namun tidak diimbangi oleh keberadaan pelaku UMKM yang menggunakan digital marketing. Padahal UMKM dipercaya mampu memacu perekonomian Indonesia.

Minimnya pengetahuan UMKM mengenai digital marketing menginspirasi tim pengabdian kepada masyarakat di Desa Pucanggading Bandar Batang untuk menyampaikan sosialisasi dan memberikan pelatihan mengenai penggunaan

teknologi informasi dan komunikasi ini sebagai penerapan digital marketing. Jika pelaku UMKM memahami pentingnya digital marketing bagi dunia bisnis, diharapkan mereka akan termotivasi untuk menggunakan digital marketing sebagai sarana promosi untuk bisnisnya serta dapat mempraktikkannya secara langsung dengan memanfaatkan media sosial dan internet. Berkaitan dengan masalah diatas, maka tim pengabdian telah mengadakan pengabdian kepada masyarakat dengan metode ceramah, diskusi dan pelatihan dengan tema “Digital marketing untuk produk UMKM di Desa Pucanggading Bandar Batang.

2. METODE

Kegiatan ini dalam memecahkan masalah yang sudah diidentifikasi dan dirumuskan tersebut di atas, agar pendampingan dapat berjalan dengan lancar maka sebagai alternatif pemecahan masalah adalah sebagai berikut: pendampingan dilakukan dengan pendekatan individual dan klasikal. Pendekatan individual dilakukan pada saat bersosialisasi dengan cara menjelaskan bagaimana cara membuat akun facebook ads. Kemudian, pendekatan klasikal dilakukan pada saat pemberian teori mengenai manfaat serta cara untuk memulai digital marketing. Berikut jadwal kegiatan dalam kegiatan pengabdian ini.

Tabel 1. Jadwal Kegiatan Pengabdian Masyarakat

No	Aktivitas	November				Desember			
		Minggu ke-				Minggu ke-			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Dialog dengan warga Pucanggading								
2	Menghubungi Kepala Desa Pucanggading								
3	Pengajuan surat ijin tertulis								
4	Persiapan kegiatan dan pembuatan materi								
5	Pelaksanaan kegiatan pengabdian								
6	Penulisan laporan								

2.1 Tahapan Persiapan

Rangka kegiatan untuk mencapai tujuan yang sudah disebutkan di atas, maka ditempuh langkah - langkah sebagai berikut:

1. Melakukan dialog dengan warga mengenai masalah yang dihadapi saat ini terkait pemahaman terhadap pemasaran.
2. Menghubungi Kepala Desa Pucanggading untuk mendiskusikan topik yang hendak dilakukan dalam pengabdian kepada masyarakat yaitu sosialisasi digital marketing bagi pelaku UMKM Desa Pucanggading.
3. Mengajukan permohonan tertulis melalui surat Dekan Fakultas Komputer dan Desain kepada Kepala Desa Pucanggading.
4. Membuat slide materi penyuluhan yang mencakup:
 - a. Materi sosialisasi definisi dan manfaat digital marketing.
 - b. Materi tentang cara atau langkah-langkah melakukan dan memulai digital marketing.

- Sasaran strategis dalam kegiatan ini adalah semua pihak yang tergabung dalam pelaku UMKM di Desa Pucanggading, Kecamatan Bandar Kabupaten Batang dengan jumlah 23 orang.

2.2 Tahap Pelaksanaan

Kegiatan ini dilaksanakan di Balai Desa Pucanggading, adapun narasumber dalam kegiatan ini adalah tim Dosen Universitas Sriwijaya Palembang dan Universitas Selamat Sri.

Tabel 2. Metode kegiatan pengabdian

No	Materi	Metode Kegiatan	Pemateri
1	Memberikan sosialisasi dan pelatihan digital marketing kepada pelaku UMKM	Ceramah, diskusi dan pelatihan	Ketua pelaksana
2	Memberikan sosialisasi bagaimana mendesain kemasan pada produk untuk peningkatan nilai jual	Ceramah dan diskusi	Tim pelaksana
3	Memberikan materi tentang strategi marketing UMKM	Ceramah dan diskusi	Tim pelaksana
4	Memberikan tips bagaimana menerapkan strategi digital marketing	Ceramah dan diskusi	Tim pelaksana

2.3 Tahap Evaluasi

waktu pertemuan mengakibatkan tidak semua materi dapat disampaikan dengan detail. Kegiatan sosialisasi digital marketing belum disosialisasikan secara detail. Dari kegiatan sosialisasi tampak bahwa peserta memang belum terbiasa dengan digital karena mayoritas pelaku UMKM di desa Pucanggading Kecamatan Bandar Kabupaten Batang sudah berumur atau cukup tua sehingga membuat mereka sedikit kebingungan untuk memahami langkah-langkah dalam mempratikkan kembali secara *online*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan dengan cara tatap muka dan praktik dalam mensosialisasikan digital marketing berjalan dengan baik dan lancar. Pertemuan tatap muka tersebut dilaksanakan sehari yaitu pada hari Jumat tanggal 09 Desember 2022 dari pukul 13.00-16.30 WIB dan lokasi penyelenggaraan pelatihan di Balai Desa Pucanggading Kecamatan Bandar Kabupaten Batang.



Gambar 1. Penyampaian Materi oleh tim pengabdian

Pelaksanaan kegiatan PKM ini dilakukan oleh 4 (empat) orang yang tergabung dalam satu tim pengabdian dengan pokok bahasan yang disampaikan mengenai:

1. Pengertian digital marketing.
2. Manfaat digital marketing bagi para pelaku UMKM.
3. Langkah-langkah memulai digital marketing
4. Cara menerapkan digital marketing untuk UMKM
Strategi digital marketing untuk pemasaran produk UMKM

4. KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan meningkatkan penghasilan pelaku UMKM di Desa Pucanggading Kecamatan Bandar Kabupaten Batang Jawa Tengah. Oleh sebab itu, dapat dilakukan sosialisasi khususnya bagi pelaku UMKM agar dapat memahami dan dapat mempraktikkan digital marketing untuk UMKM mereka masing-masing, kegiatan ini dilakukan pada UMKM dikarenakan UMKM memiliki peran yang sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat diselenggarakan dengan baik dan berjalan dengan lancar di Desa Pucanggading Kecamatan Bandar Kabupaten Batang Jawa Tengah. Hal ini sesuai dengan rencana kegiatan yang telah disusun, meskipun belum secara komprehensif peserta pendampingan menguasai dengan baik materi yang telah disampaikan. Selain itu, kegiatan ini mendapat sambutan sangat baik terbukti dengan keaktifan peserta mengikuti kegiatan dengantidak meninggalkan tempat sebelum waktu pelatihan berakhir.

5. SARAN

Berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Waktu pelaksanaan kegiatan pengabdian perlu ditambah agar tujuan kegiatan dapat tercapai sepenuhnya.
2. Adanya kegiatan lanjutan yang berupa pelatihan sejenis selalu diselenggarakan secara periodik sehingga dapat meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya digital marketing pada era perkembangan teknologi yang sangat pesat saat ini serta dapat mengimplementasikannya bagi pelaku UMKM dalam upaya meningkatkan penghasilan pelaku UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Febriantoro, M. T dan Debi Arisandi. (2018). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. Jurnal Manajemen Dewantar.*

Harahap, H. S dkk. (2021). *Pemanfaatan digital marketing bagi UMKM. Jurnal loyalitas sosial, p-ISSN 2655-9072. Vol 3 No 2.*

Syifa, Y. I dkk. (2021). *Pelatihan UMKM melalui digital marketing untuk membantu pemasaran produk pada masa covid19. Abdipraja (jurnal pengabdian kepada masyarakat)*, e-ISSN: 2746-1823. Vol 2 No 1.

Sadiyah, K dkk (2020). *Pengenalan digital marketing dalam upaya meningkatkan penghasilan ibu rumah tangga (irt) majlis taklim al auladiyah. Dedikasi pkm unpam. P-ISSN 2716-3652 E-ISSN 2723-100.*

Pemanfaatan Digital Marketing oleh Pelaku UMKM. (2022). Diakses pada 12 November 2022, dari <https://smesta.kemenkopukm.go.id/pemanfaatan-digital-marketing-oleh-pelaku-umkm/>.