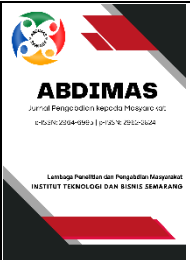




Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat

Journal Homepage: <http://www.itbsemarang.ac.id/sijies/index.php/abdimas>

e-Mail: lpmm@itbsemarang.ac.id



Pelatihan Dasar Digital Marketing Pada UMKM Desa Kambangan Kabupaten Tegal

Sonhaji ^{1*}

Haries Anom Susetyo AN ²

Toto Sudibyo ³

Rizki Fitriani ⁴

Amelia Dwi Cahyani ⁵

Nurkhayati ⁶

Sri Lestari ⁷

^{1 2 3 4 5 6} Universitas Bhamada Slawi ⁷ Politeknik Purbaya

INFO ARTIKEL

Histori artikel:

Diterima : 19 Desember 2023
Revisi : 19 Januari 2024
Disetujui : 09 Agustus 2024
Publikasi : 18 Agustus 2024

Kata kunci:

Digital Marketing
Media Sosial
Optimalisasi
UMKM

ABSTRAK

Perkembangan industri 4.0 dan transformasi digital saat ini menjadi kunci utama bergeraknya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia.

Namun mereka masih menghadapi tiga persoalan pelik yakni minimnya literasi digital untuk pemasaran, perlunya modal usaha dan kesulitan dalam distribusi logistik. Peluang pasar di era digital terlihat semakin terbuka dan akan menghasilkan banyak keuntungan yang akan diperoleh jika saja UMKM cerdas bertransformasi memanfaatkan tren digitalisasi.

Digital marketing tidak hanya membantu UMKM meningkatkan penjualan, tetapi juga membantu mereka membangun merek, meningkatkan visibilitas, dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. UMKM juga dapat mengoptimalkan penggunaan media sosial.

Metode yang digunakan dengan ceramah dan dengan melakukan praktek terstruktur dengan target ketercapaian minimal 75 % pengetahuan dan 25 % kognitif terpenuhi

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Salah satu media komunikasi yang dapat digunakan pelaku usaha untuk mempromosikan usahanya adalah komunikasi media maya atau media internet. Pelaku Usaha dapat memanfaatkan e-commerce dan marketplace yang memberikan peluang yang besar untuk bisa mengekspansi penjualan produk mereka melalui media digital. Pelaku usaha perlu memanfaatkan bermacam cara untuk melakukan promosi dan meningkatkan penjualan produk mereka, salah satunya dengan memanfaatkan peluang yang ada. Namun, berdasarkan data yang dirilis oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UMKM), baru sekitar 3.79 juta pelaku usaha yang sudah memanfaatkan platform online dalam memasarkan produknya. Jumlah ini berkisar 8 persen dari total pelaku usaha di Indonesia, yaitu 59.2 juta (www.cnnindonesia.com).

Perkembangan industri 4.0 dan transformasi digital saat ini menjadi kunci utama bergeraknya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. Namun mereka masih menghadapi tiga persoalan pokok yakni minimnya literasi digital untuk pemasaran, perlunya modal usaha dan kesulitan dalam distribusi logistik. Peluang pasar di era digital terlihat semakin terbuka dan akan menghasilkan banyak keuntungan yang akan diperoleh jika saja UMKM cerdas bertransformasi memanfaatkan tren digitalisasi.

Pelaku bisnis khususnya UMKM sebaiknya mulai menyiapkan masa depan dengan investasi pada pengembangan keahlian digital serta responsif terhadap industri, bisnis dan perkembangan teknologi (tribunnews.com, 2023)

Seperti yang telah disebutkan di atas, salah satu tantangan digitalisasi UMKM di Indonesia adalah rendahnya tingkat literasi digital. Walaupun hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang digelar OJK di tahun 2022 menunjukkan peningkatan, tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia masih di angka 49,68 persen. Hasil survei tersebut juga menunjukkan bahwa indeks literasi di wilayah pedesaan masih di belakang indeks wilayah perkotaan, dengan angka 48,43 persen dibandingkan wilayah perkotaan di angka 50,52 persen.

Lebih lanjut, hingga saat ini baru sebanyak 20,5 juta UMKM dari total 65 juta UMKM yang sudah masuk dalam ekosistem digital. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar bisnis belum memiliki strategi untuk memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan keunggulan kompetitif mereka (tempo.co, 2023).

Temuan lain dari hasil survey menunjukkan bahwa dalam menjalankan usahanya, UMKM yang dilakukan warga di desa Kambangan belum memanfaatkan teknologi secara maksimal. Sebagai gambaran, pada saat menentukan usaha apa yang akan dijalankan atau produk apa yang akan dijual, hanya sebatas pada melihat peluang yang ada disekitar tempat tinggal, tanpa melakukan survey lebih mendalam. Sedangkan untuk usaha yang telah berjalan, teknologi yang dimanfaatkan baru sebatas pada menggunakan media sosial (seperti facebook dan whatsapp) sebagai sarana penjualan. Fitur-fitur teknologi lainnya (seperti memunculkan lokasi usaha di Google Maps) belum dimanfaatkan secara maksimal.

Digital marketing memungkinkan seseorang memperoleh seluruh informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet, dan memungkinkan penjual memantau dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon pembeli tanpa batasan waktu dan geografis. Hingga tahun 2023 ini belum ada data yang menunjukkan pelaku usaha yang menerapkan e-commerce untuk menjual produk yang dihasilkan. Ini menjadi salah satu hal

yang patut diperhatikan ditengan kemajuan dalam bidang pemasaran. Media promosi konvensional hendaknya dapat berkolaborasi dengan media digital, sehingga pelaku usaha lebih maksimal dalam memasarkan produk.

Padahal seharusnya, melihat perkembangan saat ini, sudah saatnya UMKM lebih terfokus pada pemanfaatan digitalisasi sehingga tercipta efisiensi dalam menjalankan operasional usahanya serta sistem pemasaran dan memperluas jaringan marketingnya.

Dalam rangka mendukung peningkatan pemanfaatan digitalisasi untuk masyarakat, terutama untuk pelaku UMKM di Desa Kambangan Kecamatan Lebaksiu, maka melalui Program Pengabdian Kepada Masyarakat menyelenggarakan kegiatan dengan tema “Pelatihan Dasar Digital Marketing Pada UMKM” Desa Kambangan Kabupaten Tegal.

Permasalahan Mitra

Pengetahuan tentang digital marketing tidak hanya pada kajian promosi dan pemasaran saja, tetapi juga sudah mencakup pada penggunaan new media internet dalam proses komunikasi dan penjualan. Sementara itu banyak masyarakat yang menggunakan media internet ini namun belum mengerti bagaimana menggunakan teknologi secara bijak. Alangkah baiknya pada saat ini kita mengenalkan kepada UMKM Desa Kambangan mengenai digital marketing. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan UMKM Desa Kambangan dapat membuka wawasan dan pengetahuan baru dan menjadikan mereka pengguna teknologi yang bisa memanfaatkan media internet secara bijaksana karena banyak hal yang bisa dimanfaatkan dan diketahui secara positif dari perkembangan internet khususnya pemasaran produk.

Solusi Yang ditawarkan

Berdasarkan uraian tentang permasalahan pada mitra tersebut maka kami akan mengadakan pelatihan pada UMKM Desa Kambangan. Adapun materi yang kami sampaikan adalah dalam bentuk pelatihan yang akan diberikan meliputi :

a. Dasar Media Sosial

Sebagai dasar dalam media sosial adalah pembuatan akun, baik akun gmail, facebook, maupun akun di Instagram

b. Optimalisasi Media Sosial

Setiap produk dari media sosial biasanya dilengkapi dengan fitur-fitur Bisnis, dimana di fitur bisnis kita bisa mengotimalkan dan menawarkan apa yang mau di pasarkan di jual, misalnya dengan WA Bisnis, Facebook dengan Marketplace dan instagram bisnis.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pelatihan Pelatihan Dasar Digital Marketing pada UMKM Desa Kambangan Kabupaten Tegal dilakukan dengan 2 sesi, yaitu sesi teori dan praktek. Dimulai dari jam 08.00 sampai dengan selesai dengan teknik ceramah dan pelatihan. Adapun kegiatan yang dilakukan yaitu memberi teori tentang langkah-langkah membuat pembuatan akun media sosial, optimalisasi media sosial dan pengenalan toko online dengan menggunakan handphone (HP) android. Pemateri terdiri dari dosen informatika yang dibantu oleh mahasiswa

Kegiatan dibuka dengan memberi ceramah tentang tujuan dari kegiatan ini, mengenai kelebihan media sosial, dilanjutkan dengan memberi pelatihan secara teori dan praktek dengan komputer/ laptop dan HP android di Desa Kambangan. Dimulai dari membuat akun, dilanjutkan dengan Optimalisasi Media sosial. Berikut disampaikan rincian kegiatan pengabdian kepada masyarakat

STRUKTUR PELAKSANAAN KEGIATAN

Pembukaan :	Keterangan
Ketua	Sonhaji, M.Kom 1. Pengarahan kepada peserta perihal kegiatan pengabdian kepada masyarakat 2. Mengarahkan peserta untuk mengisi form presensi
Anggota	1. Haries Anom Susetyo AN, M.Kom Menjelaskan Optimalisasi media sosial secara teori 2. Toto Sudibyo, MM Menjelaskan Dasar media sosial secara teori 2. Mahasiswa 1 pembuatan Akun-akun media sosial 3. Mahasiswa 2 Pembuatan media sosial bisnis 4. Mahasiswa 3 Pembuatan toko online

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahapan ini menjelaskan hasil melaksanakan dari kegiatan PKM yang telah dilaksanakan di Desa Kambangan Kecamatan Lebaksiu Kabupaten Tegal yaitu sebagai berikut :

1. Tahapan Persiapan

Pada tahap ini tim PKM melakukan kunjungan awal terhadap lokasi tempat dilakukannya kegiatan pelatihan Dasar Digital Marketing pada UMKM Desa Kambangan Kabupaten Tegal. Setelah dilakukan diskusi dengan pihak-pihak terkait serta kepala Desa maka disepakati pelaksanaan kegiatan pelatihan Dasar Digital Marketing ini dilakukan pada hari Selasa, 16 Januari 2024. Selain diskusi tentang waktu pelaksanaan, tim PKM juga diskusi materi yang akan dilatihkan dan peserta yang mengikuti pelatihan.

Selain mempersiapkan hal di atas, tim PKM juga mempersiapkan modul sederhana tentang Dasar Digital Marketing, dan mempersiapkan absensi peserta.

2. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan dilakukan pada hari Kamis, 18 Januari 2024 dari jam 08.00 sd 16.00 WIB dihadiri oleh 20 orang. Sebelum acara dilaksanakan peserta mengisi daftar hadir yang sudah disediakan oleh tim PKM.

Acara dibuka oleh Kepala Desa Kambangan dan Ketua tim PKM memberikan pengarahan tentang tujuan PKM dan manfaat Digital Marketing secara terperinci. Dilanjutkan dengan sesi teori dan praktek. Teknik pembelajaran dengan metode ceramah, tanya jawab, diskusi dan penugasan dengan praktek langsung dengan Garget dengan pembagian kelompok- kelompok kecil.

Materi pembelajaran dengan *power point*, disampaikan oleh tim setahap demi setahap dan diulang-ulang dengan bantuan slide *power point* agar mudah dipelajari. Setelah itu, diberi kesempatan kepada para peserta untuk bertanya, apabila ada yang kurang jelas. Tujuannya, agar peserta dapat

menyimak dan mengikuti langkah-langkah yang dilatihkan kepada mereka. Setelah semua materi disampaikan, pemateri masih memberi kesempatan kepada peserta untuk bertanya tentang hal-hal yang belum dipahami. Materi pertama yaitu pelatihan tentang Pengenalan Dasar Digital Marketing, teori tentang Digital Marketing disampaikan oleh tim yang terdiri dari dosen dan mahasiswa. Manfaat dari Digital Marketing sendiri yaitu sebagai media pemasaran dan penjualan produk online.

Setelah materi cara membuat Dasar Media Marketing, dilanjutkan dengan materi Optimasi media sosial dengan pembuatan akun-akun media sosial. Manfaat dari Optimasi media sosial dalam pembuatan akun-akun media sosial yaitu agar memaksimalkan penggunaan garget terutama untuk bisnis.

3. Tahap Evaluasi

Setelah pemberian materi teori dan praktek, tim pemateri memberi kesempatan kepada peserta pelatihan untuk mempraktekkan langsung dibawah pengawasan tim pemateri. Dengan memberi kasus agar mengulang kembali langkah-langkah pembuatan akun media sosial misalnya : WA Bisnis, IG Bisnis maupun facebook bisnis. Hal ini dilakukan untuk melihat ketercapaian kompetensi peserta dalam mengikuti pelatihan ini. Hasil membuat ulang media pembelajaran tersebut, dijadikan informasi awal dalam melakukan evaluasi pelaksanaan PKM ini. Standar skor yang menjadi kriteria keberhasilan peserta minimal memperoleh skor 70 (tujuh puluh lima). Dari hasil evaluasi diperoleh bahwa, 80% peserta yang ikut dalam kegiatan pelatihan pembuatan akun media sosial telah dapat membuat media sosial dengan memanfaatkan secara maksimal.

KESIMPULAN

Pelatihan Dasar Digital Marketing, dengan objek untuk pengabdian masyarakat yaitu warga Desa Kambangan Kabupaten Tegal Khususnya UMKM nya telah berlangsung dengan baik dan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Peserta aktif mengikuti pelatihan dari setiap pemateri karena sangat bermanfaat bagi pemasaran dan penjualan online
2. Peserta aktif melakukan diskusi dan tanya jawab dengan pemateri baik saat pemberian materi maupun ketika diakhir sesi pelatihan.
3. Peserta berkomitmen akan selalu meningkatkan pemahaman Digital Marketing.

SARAN

Saran dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan, sebagai berikut:

1. UMKM Desa Kambangan

Diharapkan UMKM Desa Kambangan melanjutkan edukasi kepada warga desa juga anggota UMKM yang belum mengikuti kegiatan tersebut. Agar mereka senantiasa *upgrade* ilmu pengetahuan

2. Peserta Didik

Diharapkan peserta didik setelah mengikuti kegiatan tersebut, untuk selalu menerapkan penggunaan *Digital Marketing* pada setiap kegiatan. Serta memberikan edukasi pada anggota UMKM yang belum mengikuti kegiatan tersebut ini karena keterbatasan waktu dan tempat.

3. Institusi Desa

Diharapkan Institusi Desa dapat melakukan kerjasama yang berkelanjutan agar dapat melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema yang lainnya untuk dapat menyalurkan pemahaman mengenai pentingnya *Digital Marketing* dikarenakan masih banyak masyarakat yang masih belum memahami pentingnya materi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- E. Susanti, "PELATIHAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA PENGEMBANGAN USAHA BERBASIS TEKNOLOGI PADA UMKM DI DESA SAYANG KECAMATAN JATINANGOR," *Sawala : Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, vol. 1, no. 2, p. 36, Jul. 2020, doi: 10.24198/sawala.v1i2.26588.
- H. Wijoyo, H. Haudi, A. Ariyanto, D. Sunarsi, and M. F. Akbar, "Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa (Pengabdian Kepada Masyarakat Kerjasama Antar Kampus)," *IKRA-ITH ABDIMAS*, vol. 3, no. 3, pp. 169–175, Nov. 2020, Accessed: Jul. 05, 2023. [Online]. Available : <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/view/778>
- Muhardono, A., & Satrio, D. (2021). PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING BAGI PELAKUUMKM DI DESA KERTO HARJO KELURAHAN KURIPAN KERTO HARJO. *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 359-368.
- Septian, F., Syaripudin, A., Punkastyo, D. A., & Nugroho, F. A. (2021). SOSIALISASI DAN PELATIHAN DIGITAL MARKETING BAGI UMKMDAN PEMUDA KARANG TARUNA CILANDAK BARAT. *JAMAICA: Jurnal Abdi Masyarakat*, 2(1), 72-80.
- Wasan, G. H., & Sariningsih, A. (2021). Pelatihan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Digital di Kecamatan Citeureup. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 31-36.

LAMPIRAN

Foto Kegiatan Pengabdian Masyarakat di Desa Kambangan Kec. Lebaksiu



Gambar 1. Peserta Pembukaan Pelatihan Kegiatan Pengabdian Masyarakat



Gambar 2. Peserta Pelatihan Kegiatan Pengabdian Masyarakat



Gambar 3. Pemberian Materi tentang Digital Marketing



Gambar 4. Praktik Digital Marketing dibantu Mahasiswa Program studi Informatika