

PENERAPAN KONTEN DIGITAL UNTUK MENDUKUNG STRATEGI PROMOSI UNTUK PELAKU UMKM KECAMATAN WELERI KABUPATEN KENDAL

Teguh Setiadi¹, Laksamana Rajendra², Susanti Dwi Ilhami³

¹)Program Studi Sistem Komputer, Fakultas Studi Akademik,
Universitas Sains dan Teknologi Komputer Semarang

²)Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Studi Akademik,
Universitas Sains dan Teknologi Komputer Semarang

³)Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas YPPI Rembang
email: teguh@stekom.ac.id¹, haidar@stekom.ac.id², susantidwiilhami@gmail.com³

Abstrak

Pengabdian masyarakat diawali dari unsur permasalahan melalui empat tahapan dalam kegiatan utama yang dilakukan para pelaku UMKM di Kecamatan Weleri Kendal. Kegiatan pertama implementasi dari promosi tentang video yang kreatif sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari pelanggan, maka dengan menerapkan metode yang dapat digunakan untuk mendapatkan atribut dan ide desain konten digital dengan memberikan pelatihan dasar video yang kreatif untuk penunjang promosi berkelanjutan. Kegiatan kedua adalah praktek langsung membuat promosi iklan digital menggunakan smartphone untuk melatih beriklan di media sosial. Kegiatan ketiga adalah pelatihan memotret dan membuat video iklan produk yang gunanya menciptakan promosi yang kreatif. Kegiatan keempat melatih dan pendampingan membuat poster dalam bentuk digital yang dapat digunakan sebagai media iklan digital. Hasil akhir dari pelatihan promosi digital UMKM ini karena mereka telah mampu mengaplikasikan promosi secara online dengan media sosial yang menjadi kebutuhannya. Tolak ukurnya adalah tingkat kehadiran para anggota pelaku UMKM Kecamatan Weleri Kabupaten Kendal pada saat pelatihan mencapai kisaran angka 95% - 100% dapat mengimplementasikan produk dengan digital UMKM dengan media sosial.

Kata kunci: Konten Digital, Promosi Digital, Media Sosial, UMKM

Abstract

Community service begins with the elements of the problem through four stages in the main activities carried out by MSME actors in Weleri Kendal District. The first activity is the implementation of promotions about creative videos in accordance with the needs and desires of customers, then by applying methods that can be used to get digital content design attributes and ideas by providing creative video basic training to support ongoing promotions. The second activity is the hands-on practice of making digital advertising promotions using smartphones to train advertising on social media. The third activity is training in photographing and making product advertisement videos to create creative promotions. The fourth activity is training and mentoring in making posters in digital form that can be used as digital advertising media. The end result of this MSME digital promotion training is because they have been able to apply online promotions with social media that are their needs. The benchmark is the level of attendance of members of the UMKM actors in Weleri District, Kendal Regency during the training reaching the range of 95% - 100% being able to implement products with digital UMKM with social media.

Keywords: Digital Content, Digital Promotion, Social Media, MSMEs

PENDAHULUAN

Setiap pengusaha selalu menghadapi persaingan perusahaan, termasuk usaha mikro dan usaha kecil dan menengah (UKM) yang bergerak di bidang penjualan makanan dan minuman. Strategi bersaing dalam kehidupan bisnis penting karena posisi dalam industri sangat penting sehingga Anda dapat melindungi diri dari tekanan persaingan dengan cara terbaik. Pemasaran berperan dalam mengembangkan produk dan jasa yang dapat menghasilkan kepuasan pelanggan dan menghasilkan keuntungan. Selain mempengaruhi kepuasan pelanggan, pemasaran juga berperan dalam mengkomunikasikan produk dan jasa kepada konsumen (Febriana dkk, 2022)

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan bekerja sama dengan Pelaku UMKM Wilayah Weleri bersama UMKM pemilik usaha dagang menjalankan usahanya di Kecamatan Weleri

dan mengarah pada ekonomi produktif. Mitra PKM memiliki keahlian dalam pembuatan minuman kopi yang berkualitas dan bersaing dengan produk sejenis. Pengalaman berwirausaha sejak 2016 memperkenalkan Mitra kepada tentang usaha dagang dalam bentuk home industri yang selalu menjadi tren untuk bersaing. Perusahaan yang dioperasikan oleh Mitra PKM saat ini tergolong usaha keluarga, dimana seluruh kegiatan usaha pengelolaan bahan baku, produksi, pembiayaan, penjualan, termasuk kegiatan pelayanan konsumen, dilakukan oleh seluruh anggota keluarga pemilik para usaha.

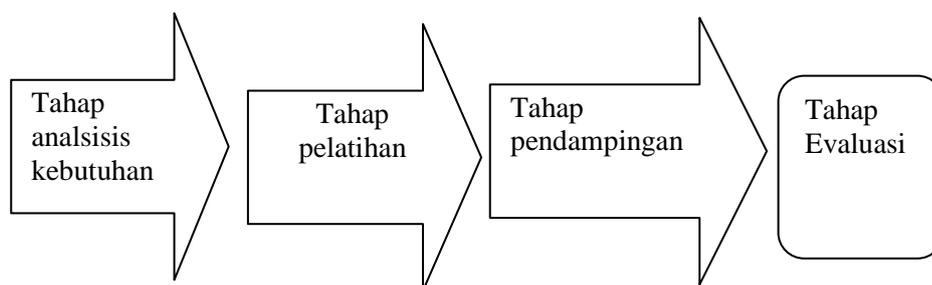
Permasalahannya yang dihadapi adalah promosi masih monoton dari tampilan promosi maupun informasi dapat dikatakan masih sederhana tergolong masih kurang menarik, yaitu Sistem pemasaran yang ditawarkan penjualannya masih konvensional hanya dari foto-foto sederhana belum menerapkan konten iklan digital, kurangnya keterampilan masyarakat setempat dalam teknologi dibidang iklan digital sebagai promosi. Konten digital dalam bentuk promosi sangat penting untuk meningkatkan pemasaran dan meningkatkan penjualan.

Solusi yang ditawarkan adalah melalui empat tahapan dalam kegiatan utama. Kegiatan pertama implementasi desain konten produk yang kreatif sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari pelanggan, maka dengan menerapkan metode yang dapat digunakan untuk mendapatkan atribut dan ide desain kemasan dengan memberikan pelatihan dasar digital kreatif untuk penunjang promosi berkelanjutan. Kegiatan kedua adalah praktek langsung membuat promosi iklan digital menggunakan smartphone untuk melatih beriklan di media sosial. Kegiatan ketiga adalah pelatihan memotret dan membuat video iklan produk yang gunanya menciptakan promosi yang kreatif. Kegiatan keempat melatih dan pendampingan membuat poster dalam bentuk digital yang dapat digunakan sebagai media iklan digital.

Pelaksanaan tridharma perguruan tinggi mempersiapkan perguruan tinggi untuk aktif membentuk pelatihan dan pengajaran maupun pendampingan dalam penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Pendidikan tinggi juga membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan daya yang menjadi indonesia maju. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, kami tim Pengabdian Masyarakat Universitas Sains dan Teknologi Komputer memberikan saran dan bekerja sama dengan para pengusaha UMKM Kecamatan Weleri Kabupaten Kendal. Materi yang disampaikan berkaitan dengan Penerapan Konten Digital Untuk Mendukung Strategi Promosi Untuk Pelaku UMKM Kecamatan Weleri.

METODE

Pada pelaksanaan pengabdian masyarakat dilakukan dengan kurun waktu 1 bulan pada bulan Maret 2023. Dalam pelaksanaannya dengan melakukan beberapa tahapan-tahapan untuk menghasilkan penerapan yang akan digunakan bagi pihak pelaku UMKM Kecamatan Weleri kabupaten Batang, untuk langkah tahapannya adalah sebagai berikut ini (M. Moh, 2019):



Gambar 1. Tahapan metodologi penelitian

- a. Tahap analisis kebutuhan
Pada tahap ini dilakukan identifikasi ruang lingkup dan permasalahan oleh tim pengusul. Pada tahap ini mitra diperkenankan untuk menyampaikan semua permasalahan terkait kemasan Kripik Tempe khas langse agar dapat ditemu kenali permasalahan oleh pengusul
- b. Tahap perancangan
Pada tahap ini tim pengusul melakukan rancangan untuk perencanaan kegiatan atas solusi prioritas dari permasalahan yang dihadapi oleh Mitra, serta kesepakatan antar mitra dengan tim pengusul
- c. Tahap pendampingan

Setelah melakukan berbagai tahapan pelatihan dilakukan kepada Mitra selanjutnya melakukan pendampingan untuk memastikan hasil latihan dapat dilaksanakan dan diterapkan dengan baik dan sesuai dengan tujuannya.

d. Tahap Evaluasi

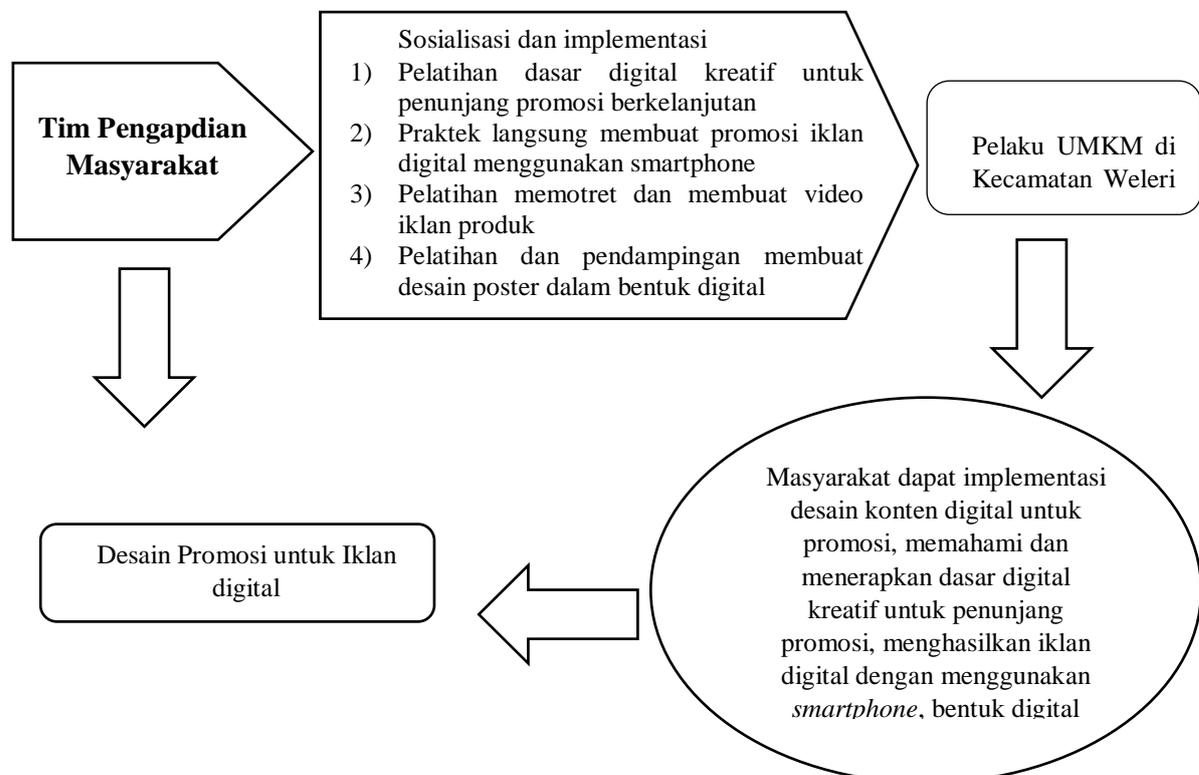
Setelah dilakukan pendampingan dan implementasi pelatihan, kemudian dilakukan evaluasi kepada Mitra sejauh mana program yang dilakukan berhasil untuk mengatasi masalah yang ada. Dilakukan dengan cara pre-test dan pos-test melalui penyebaran kuestioner ke lingkungan masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pelaksanaan dari diawali Tim Pengabdian Masyarakat melakukan Observasi lapangan untuk merumuskan pemmasalahan yang dihadapi oleh mitra dan dilanjutkan Melakukan menganalisis keutuhan mitra dan kerjasama, membuat modul Pelatihan Digital Kreatif untuk promosi dan mendesain produk, membuat laporan kegiatan, membuat draf artikel publikasi pengabdian, membuat laporan evaluasi kegiatan kinerja pengabdian masyarakat.

Tahap analisis kebutuhan

Dalam hasil melaksanakan empat tahapan dalam kegiatan utama. Kegiatan pertama implementasi desain kemasan baru yang kreatif sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari pelanggan, maka dengan menerapkan metode yang dapat digunakan untuk mendapatkan atribut dan ide desain kemasan dengan memberikan pelatihan dasar digital kreatif untuk penunjang promosi berkelanjutan. Kegiatan kedua adalah praktek langsung membuat promosi iklan digital menggunakan *smartphone*, Kegiatan yang ke empat melakukan pelatihan memotret dan membuat video iklan produk dan Kegiatan yang kelima pelatihan dan pendampingan membuat desain poster dalam bentuk digital, selanjutnya para pelaku UMKM di Kecamatan Weleri Kendal dapat implementasi desain kemasan baru pada , memahami dan menerapkan dasar digital kreatif untuk penunjang promosi, menghasilkan iklan digital dengan menggunakan *smartphone*, mampu memotret dan membuat video iklan produk dan mampu membuat desain poster dalam bentuk digital dengan didampingi oleh Tim PKM untuk selanjutnya diimplementasikan pada Desain kemasan kripik tempe dan untuk Iklan digital sebagai promosi. Setelah melaksanakan pelatihan, Tim mendampingi, memonitoring, dan mengevaluasi pembuatan iklan digital promosi secara mandiri.



Gambar 2. Hasil Perencanaan yang Dittransfer Kepada Mitra

Tahap perancangan

Pada tahap ini tim pengusul melakukan rancangan untuk perencanaan kegiatan atas solusi prioritas dari permasalahan yang dihadapi oleh Mitra, serta kesepakatan antar mitra dengan tim pengusul, Solusi masalah yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi mitra

1. Promosi masih sederhana tergolong masih kurang menarik dan Nama label tersebut masih sulit dikenal oleh masyarakat umum
2. Pemasaran yang ditawarkan penjualannya masih konvensional
3. Kurangnya ketrampilan masyarakat setempat dalam teknologi dibidang iklan digital sebagai promosi
4. Belum mampu membuat konsep desain kemasan

Hasil riset solusi dan target luaran untuk penyelesaian masalah mitra

Tabel 1. solusi dan target untuk penyelesaian masalah mitra

No.	Lingkup Masalah	Solusi yang ditawarkan	Target Luaran	Rencana dan Indikator Capaian
1.	Promosi dalam bentuk konten digital masih sulit dikenal oleh masyarakat umum	Pelatihan dasar digital kreatif untuk penunjang promosi berkelanjutan	Masyarakat memahami dan menerapkan dasar digital kreatif untuk penunjang promosi	90% Memahami dan menerapkan dasar digital kreatif
2.	Pemasaran yang ditawarkan penjualannya masih konvensional	Praktek langsung membuat promosi iklan digital menggunakan <i>smartphone</i>	Masyarakat menghasilkan iklan digital dengan menggunakan <i>smartphone</i>	Menghasilkan iklan yang dapat dipromosikan lewat media sosial.
3.	Kurangnya ketrampilan masyarakat setempat dalam teknologi	Pelatihan memotret dan membuat video iklan produk	Masyarakat mampu memotret dan membuat video iklan produk	Mengimplementasikan produk dalam bentuk foto atau video
4.	Kurangnya ketrampilan masyarakat dibidang iklan digital sebagai promosi	Pelatihan dan pendampingan membuat desain poster dalam bentuk digital	Masyarakat mampu membuat desain poster dalam bentuk digital	Mengimplementasikan desain Poster produk dalam bentuk promosi digital

Pelaksanaan pendampingan

Pada pelaksanaan pendampingan dengan di ikuti dari pelaku UMKM, dari hal yang perlu dipersiapkan pada pelaku UMKM untuk menunjukkan produk yang akan di promosikan secara digital salah satunya dengan menggunakan beberapa medsos, para pelaku UMKM untuk merancangan konsep yang akan promosikan lewat medsos ditunjukkan pada gambar dokumentasi dibawah ini.



Gambar 3. Pelatihan UMKM merancangan konsep promosi digital

Para pelaku UMKM melanjutkan melakukan proses praktek secara langsung untuk merancang promosi secara digital dengan menggunakan smartphone dengan mempromosikan produk-produk yang ditawarkan secara *online*. Dengan latihan menawarkan di media sosial seperti di *Facebook* maupun Instagram bermacam jenis untuk menghasilkan promosi.



Gambar 4. Pendampingan merancang promosi konten digital

Tahap Evaluasi

Setelah dilakukan pendampingan dan implementasi pelatihan, kemudian dilakukan evaluasi kepada Mitra sejauh mana program yang dilakukan berhasil untuk mengatasi masalah yang ada. Dilakukan dengan cara pre-test dan pos-test melalui penyebaran kuesioner ke lingkungan masyarakat, proses langsung di kampus cabang weleri yang di hadiri dari peserta pelaku UMKM. Dari proses dari awal sampai pertemuan terakhir bahwa pelatihan berjalan dengan lancar sesuai harapan, para pelaku UMKM Kecamatan Weleri dapat menghasilkan promosi produknya secara digital dan dapat di implementasikan secara mudah dan tepat sarannya. Para pelaku UMKM berterimakasih kepada tim Pengabdian Masyarakat Universitas STEKOM yang telah memberikan waktu untuk membagikan ilmu bagi pelaku UMKM di Kecamatan Weleri Kendal.

SIMPULAN

Program pelatihan peningkatan promosi digital UMKM ini telah berjalan sesuai jadwal yang telah direncanakan. Berdasarkan tanggapan, respon, dan partisipasi dari anggota UMKM di Kecamatan Weleri Kendal dapat disimpulkan bahwa para anggota UMKM di Kecamatan Weleri Kendal telah merasa puas adanya pelatihan promosi digital UMKM ini karena mereka telah mampu mengaplikasikan promosi secara online dengan media sosial yang menjadi kebutuhannya. Tolak ukurnya adalah tingkat kehadiran para anggota pelaku UMKM di Kecamatan Weleri Kab. Kendal pada saat pelatihan mencapai kisaran angka 95% - 100%. Di samping itu, adanya permintaan lagi dari para anggota UMKM di Kecamatan Weleri Kab. Kendal dilain waktu setelah pelatihan promosi digital UMKM selesai dilakukan, mereka masih tetap ingin melanjutkan pelatihan desain kemasan yang kreatif. Bahkan sebagian dari mereka mengusulkan adanya pelatihan berlanjut dari Tim LPPM Universitas STEKOM kepada para anggota UMKM di Kecamatan Weleri Kab. Kendal.

SARAN

1. Pelatihan konten Digital ditindaklanjutan dengan pelatihan lebih lanjut serta tepat sasaran seperti penggunaan teknologi informasi sebagai alat bantu.
2. Diharapkan untuk memberikan pendampingan secara berkelanjutan dalam perancangan konten digital yang kususnyanya untuk UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pelaku UMKM Kecamatan Weleri yang telah memberikan ijin telah memberi dukungan pengabdian masyarakat sehingga menjadikan kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik, serta pihak ketua LPPM Universitas STEKOM yang telah mendukung program kegiatan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Ilhami, S. D., & Setiadi, T. (2022). Penguatan Produk “Dapur Riswi” Guna Meningkatkan Penjualan Melalui Peningkatan Strategi Pemasaran. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks" SOLIDITAS"(J-SOLID)*, 5(2), 202-210.
- Ilhami, S. D., & Kusumasari, F. C. (2022). Pemberdayaan Wanita Tani Melalui Produksi Tape Ketan Putih. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2.1 Desember), 1026-1033.
- F. P. Vera, D. H. Deddi, S. Merry, (2019).“Perancangan Rebranding UMKM Reza”, *Jurnal DKV Adiwarna, Universitas Kristen Petra* Vol 1, No 14
- M. Moh,(2019) “Perancangan Media Promosi Produk Unggulan UKM Kendal Berbasis Web dengan Metode R&D”, *Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, Vol.12, No.2, pp. 13 - 20
- Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Daud, I., & Siregar, M. I. (2021). Peningkatan daya saing UMKM di era new normal melalui strategi pembuatan konten promosi digital. *Jurnal Abdimas Musi Charitas*, 5(2), 62-70.
- Febriana, K. A., Setyowati, R. M., & Indainanto, Y. I. (2022). Peningkatan Keterampilan Penggunaan Whatsapp Business Sebagai Marketing Komunikasi Digital Dalam Meningkatkan Usaha Sentra Industri Tas Di Desa Truko, Kabupaten Kendal. *Literasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Inovasi*, 2(2), 1235-1242.
- Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Daud, I., & Siregar, M. I. (2021). Peningkatan daya saing UMKM di era new normal melalui strategi pembuatan konten promosi digital. *Jurnal Abdimas Musi Charitas*, 5(2), 62-70.