

Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Kemajuan UMKM Di Desa Mojosongo, Kecamatan Reban, Kabupaten Batang

Fitri Awan Arif Firmansyah¹, Amelia Putri Nirmala², Amy Novalia Esmiati³, Igriya Fauzi Nabilah⁴.

¹Universitas Selamat Sri, Kendal, Indonesia

^{2,3,4}Universitas Selamat Sri, Kendal, Indonesia

Fitriawanariffirmansyah651@gmail.com

Abstrak: Di era modern ini, Digital marketing berkembang pesat dengan fitur-fitur menarik yang ada disetiap aplikasinya. Hal ini seimbang dengan berkembangnya smartphone yang kian menjangkau semua kalangan, dari remaja hingga orang tua. Akan tetapi ditengah berkembangnya smartphone, tidak diimbangi dengan pemanfaatan yang baik. Hal ini terjadi pada masyarakat desa Mojotengah, Kecamatan Reban, Kabupaten Batang. Mayoritas masyarakat desa memiliki smartphone yang dapat dimanfaatkan sebagai media untuk penjualan jika mereka bisa memanfaatkannya. Penghasilan sehari-hari menggantungkan pada penjualan kopi dan teh yang mereka olah sendiri Tempat berjualan dilakukan di pasar tradisional dengan harga bersaing dengan satu sama lainnya. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan metode penyuluhan dan pelatihan secara langsung untuk memanfaatkan digital marketing sebagai media untuk memasarkan produk teh dan kopi. Hasil dari pengabdian ini masyarakat dapat memahami pentingnya digital marketing dalam pemasaran produk dan masyarakat bisa memanfaatkan digital marketing sebagai media pemasaran produk mereka.

Kata Kunci: pelatihan, Digital marketing, UMKM

Abstract: *In this modern era, digital marketing is developing rapidly with interesting features in each application. This is in balance with the development of smartphones which are increasingly reaching all groups, from teenagers to the elderly. However, amidst the development of smartphones, it is not balanced with good use. This happened to the people of Mojotengah village, Reban District, Batang Regency. The majority of village people have smart phones which can be used as a sales medium if they can use it. Their daily income depends on selling coffee and tea that they make themselves. Selling is done in traditional markets at competitive prices with each other. This service activity is carried out using direct counseling and training methods to utilize digital marketing as a medium for marketing products and coffee. As a result of this service, the public can understand the importance of digital marketing in product marketing and the public can utilize digital marketing as a media for marketing their products.*

Keywords: *Training, Digital Marketing, smme*

Pendahuluan

Perkembangan dan kemajuan teknologi di era globalisasi yang diiringi dengan perkembangan sistem informasi teknologi terjadi begitu pesat. Hal ini tentu saja akan berakibat semakin ketatnya persaingan di dunia bisnis. Munculnya gagasan Making Indonesia 4.0 ditandai dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Pada era ini masyarakat dihadapkan untuk hidup serba canggih dan harus memanfaatkan internet semaksimal mungkin sebagai alat yang memberikan kemudahan untuk segalanya (Wastutiningsih & Dewi, 2019). Berkenaan dengan fenomena pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, maka Negara Indonesia pun tidak diam. Wacana pemerintah mengenai perwujudan Making Indonesia 4.0 ditambah dengan isu Covid-19 menjadi dorongan yang kompleks agar pemerintah bersama dengan pelaku usaha di Indonesia segera mempercepat inovasi teknologi. Hal ini diupayakan untuk segera dilakukan dalam rangka untuk menggerakkan digitalisasi dan mempermudah pelaku UMKM dalam menghadapi iklim perubahan yang terjadi, meningkatkan

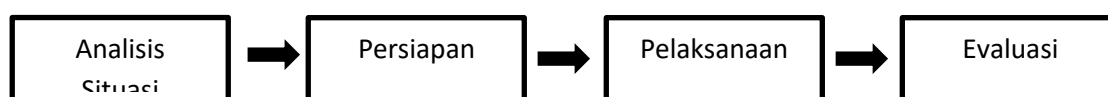
kemudahan jaringan dan melakukan pertukaran jaringan dan teknologi kepada pelaku UMKM agar mampu bertahan dalam persaingan bisnis yang serba cepat (Wijoyo & Widiyanti, 2020).

Internet sudah diketahui dengan baik oleh semua kalangan masyarakat, tidak terkecuali para pelaku UMKM di daerah- daerah, tetapi sangat disayangkan mereka kurang maksimal dalam penggunaan internet dalam membantu manajemen pada usahanya (Hendriadi et al., 2019). Menurut Jacky Musry selaku Executive Vice President International Council for Small Business (ICSB)(Kartajaya et al., 2018) mengenai UMKM 4.0 Indonesia adalah UMKM harus berubah menjadi lebih kompeten, inovatif, kreatif, dan be entrepreneurial. Pertumbuhan teknologi digital dapat memfasilitasi para pengusaha UMKM untuk mempromosikan produknya secara online. Pertumbuhan teknologi digital dapat memperbaiki pemasaran UMKM menjadi lebih baik, yang awalnya mereka melakukan secara sederhana menjadi secara modern atau digital, dimana mereka memanfaatkan penggunaan media sosial dan website untuk mempromosikan produk mereka (Wardhana, 2015). Pertumbuhan teknologi digital memungkinkan para pengusaha UMKM untuk mempromosikan produknya secara online atau daring dan melakukan pembayaran melalui sistem perbankan online juga ataupun e-money (Sirait et al., 2021)

Disisi lain dengan perkembangan zaman dan teknologi yang lebih maju ada beberapa masyarakat di desa mojotengah, kecamatan reban yang masih memasarkan produk mereka secara konvensional sehingga produk mereka tidak terpasarkan secara maksimal, sehingga dari permasalahan ini beberapa akademisi mengadakan Pengabdian Kepada Masyarakat melalui pelatihan dalam mengoperasikan komputer khususnya untuk pelaku UMKM agar dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta meningkatkan hasil penjualan secara lebih maksimal. Pelatihan adalah suatu proses pembelajaran yang memperbanyak praktek dibandingkan teori yang dilakukan pelatih secara mandiri ataupun berkelompok untuk meningkatkan kemampuan dari individu ataupun kelompok. Tujuan dari pelatihan adalah individu maupun kelompok yang dilatih mempunyai penguasaan ketrampilan yang dapat dikuasai Salah satu cara untuk melaksanakan tridharma perguruan tinggi adalah dengan melakukan pengabdian masyarakat dengan mitra sasaran yaitu pelaku UMKM didesa mojotengah. Dengan memberikan pelatihan digital marketing untuk mendukung program kerja yaitu pengembangan UMKM dan pemasaran digital. Oleh karena itulah, kami dari Universitas Selamat Sri melaksanakan pelatihan digital marketing untuk peningkatan perekonomian penduduk desa mojotengah

Metode

Kegiatan pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif, dimana peserta berperan secara aktif dalam proses ataupun pelaksanaan program. Pada kegiatan pengabdian ini terdiri dari beberapa tahapan, yakni: (1) Analisis Situasi dan Kebutuhan; (2) Persiapan; (3) Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan; (4) Evaluasi Pelatihan.



Gambar.1 Tahapan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Hasil dan Pembahasan

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah dari 5 jumlah peserta pelaku UMKM di lingkungan desa Mojotengah, Kecamatan Reban Kabupaten Batang yang terdiri dari UMKM kopi dan teh, sebelumnya masih menggunakan teknologi sederhana yaitu menggunakan Handphone, WA dan menjalankan usahanya secara Offline dengan kegiatan pengabdian ini ada 3 pelaku UMKM yang sudah bisa menggunakan teknologi promosi dengan media Whatsaapp Business, Instagram, tiktok dan beberapa toko online

Berikut langkah-langkah dalam kegiatan pengabdian masyarakat

1. Analisis Situasi

Sebelum melakukan pelatihan, analisis situasi diperlukan untuk menelaah kondisi dan kebutuhan mitra. Mitra ataupun sasaran kegiatan yakni pelaku UMKM didesa mojotengah, Kecamatan Reban, Kab. Batang. Analisis situasi dan kebutuhan melalui diskusi tim pengabdian dengan perwakilan UMKM ditampilkan dalam Tabel 1.

Tabel.1 Permasalahan dan solusi yang ditawarkan

Permasalahan	Solusi yang ditawarkan
Beberapa pelaku UMKM kopi dan teh tidak bisa tidak bisa memasarkan produknya secara maksimal	Pelatihan digital marketing sebagai strategi pemasaran dengan memanfaatkan teknologi digital yang dapat memperluas jangkauan pasar. Pengetahuan mengenai marketplace
Kurangnya daya tarik pembeli terhadap produk-produk desa mojotengah	Pelatihan desain grafis untuk membangun dan mengembangkan bisnis baru

2. Persiapan

Persiapan kebutuhan pelatihan, meliputi:

a. Persiapan materi

Materi paparan yang disiapkan terdiri dari 3 bahasan pokok yakni digital marketing, desain grafis dalam membangun dan mengembangkan bisnis, dan shopee affiliate program. Materi berupa materi presentasi (.pptx), video (.mp4). Modul juga disusun untuk melengkapi kegiatan.

b. Persiapan peralatan

Perangkat lunak yang dipergunakan untuk pelatihan berupa: internet, browser internet, canva. Perangkat keras pembelajaran yang digunakan antara lain laptop, handphone, mouse, kabel rol, speaker, LCD projector, pointer. Peralatan lain untuk dokumentasi berupa kamera.

c. Pembuatan akun

Akun email dan akun aplikasi desain canva bagi peserta. Peserta dapat menggunakan akun tersebut sebagai akun bisnis yang dapat digunakan secara berkelompok maupun individu.

3. Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

Pelaksanaan kegiatan pelatihan dilakukan berdasarkan kesepakatan antara tim dan mitra UMKM. Pelaksanaan pemberian materi dan tutorial praktik dilakukan dalam 1 hari. Kemudian dilakukan

pendampingan secara online untuk penyelesaian tugas praktik dalam membuat hasil karya desain grafis untuk promosi produk.



4. Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk dapat menyimpulkan maupun menilai kesesuaian dan keberhasilan dari pelaksanaan kegiatan pelatihan. Sebelum pelaksanaan, peserta diminta untuk mengerjakan soal pretest untuk mendapatkan penilaian pemahaman awal dari peserta. Kemudian di akhir pelaksanaan kegiatan, peserta mengerjakan soal terkait dengan materi yang telah disampaikan untuk mengukur apakah terdapat perubahan pengetahuan peserta. Selain itu, peserta juga diminta untuk memberikan umpan balik pelatihan.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa digital marketing adalah sebuah produk teknologi informasi yang dapat dilakukan oleh masyarakat khususnya pelaku UMKM untuk meningkatkan pendapatan usaha melalui media informasi dengan memanfaatkan platform digital dengan media internet yang ada sehingga dari 5 jumlah peserta pelaku UMKM di lingkungan Desa Mojotengah, Kecamatan Reban, Kabupaten Batang yang terdiri dari UMKM penjualan hasil pertanian berupa kopi dan teh ada 3 pelaku UMKM yang sudah bisa menggunakan teknologi promosi dengan media Whatsapp Business, Instagram, tiktok dan beberapa sudah mempunyai tiktok online seperti shopee dan tokopedia

Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terimakasih kepada Universitas Selamat Sri yang telah memberikan dukungan sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar. Kami juga berterima kasih kepada pemerintah Mojotengah Kecamatan Reban Kabupaten Batang yang telah memberikan izin kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Selain itu, kami ingin menyampaikan terima kasih kepada seluruh jajaran pengurus UMKM yang telah membantu dan memfasilitasi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Referensi

- Aditya wardhana. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMKdi Indonesia. In Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV (pp. 327–337). Universitas Pendidikan Indonesia.
- Chusniyah, I., & Fauza, N. (2022). Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Di Masa Pandemi Bagi Masyarakat. *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 138-149.
- Dewi, K. N. K., & Mahyuni, L. P. (2022). Pelatihan Digital Marketing Kepada UMKM di Banjar Pitik untuk Daya Saing Usaha. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 716-724.
- Erawan, A. P. D., Aditya, I. G. W., Juniarta, I. W., Permana, I. M. A. S., & Baskara, I. M. W. (2023). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Literasi Digital Umkm Desa Keramas. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 200-205.
- Fahdia, M. R., Kurniawati, I., Amsury, F., & Saputra, I. (2022). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi UMKM Tajur Halang Makmur. *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 34-39.
- Putri, A. P., Hetami, A. A., Fourqoniah, F., Andriana, A. N., Ardiyani, M., Muniroh, T. U., ... & Indah, S. R. (2022). Pelatihan digital marketing untuk mencapai optimalisasi strategi pemasaran pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2.1 Desember), 828-839.
- Thaha, S., Hatidja, S., & Hasniati, H. (2021). Pelatihan Digital Marketing untuk meningkatkan Penjualan UMKM di MasaPandemiCovid-19Di Kecamatan Turikale Kabupaten Maros. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 133-139.
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.
- Wastutiningsih, S. P., & Dewi, T. P. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Era Revolusi Industri 4.0. *Journal of Extension and Development*.
- Wijoyo, H., & Widiyanti. (2020). Digitalisasi UMKM Pasca Pandemi COVID-19 di Riau. *Prosiding Konferensi Nasional Administrasi Negara*, 12–16.