

## Peningkatan Kemandirian UMKM Melalui Pengembangan Digital Marketing dan Pelatihan Keterampilan Usaha

### Increasing MSME Independence Through Digital Marketing Development and Business Skills Training

Agung Kurniawan<sup>1</sup>, Anas Alhifni<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam dan Pendidikan Guru Universitas Djuanda Bogor, Jl Tol Ciawi No. 1, Kotak Pos 35, Bogor 16720, e-mail: agung.kurniawan@unida.ac.id

<sup>2</sup>Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam dan Pendidikan Guru Universitas Djuanda Bogor, Jl Tol Ciawi No. 1, Kotak Pos 35, Bogor 16720, e-mail: anas.alhifni@unida.ac.id

(Diterima: 13-03-2022; Ditelaah: 10-10-2022; Disetujui: 15-12-2022)

#### Abstrak

*Kurangnya pengetahuan dan kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya melakukan digital marketing dan pembaharuan menjadikan beberapa UMKM kesulitan untuk mengembangkan usaha. Program pengembangan dan pemberdayaan sangat diperlukan guna meningkatkan kemampuan UMKM agar dapat beradaptasi dengan perubahan pasar dan persaingan dunia usaha sehingga UMKM dapat lebih mandiri. Tujuan dari program pengembangan dan pemberdayaan ini adalah untuk meningkatkan kemandirian UMKM melalui pengembangan digital marketing produk dan pelatihan keterampilan usaha. Metode yang dilakukan berupa Pendekatan andragogi yakni suatu cara membantu orang dewasa dalam rangka pencapaian tujuan belajar melalui metode sosialisasi dengan cara pendampingan dan pelatihan usaha yang diperlukan UMKM. Pelaku UMKM sudah cukup memiliki pengetahuan dan kesadaran akan perkembangan dunia usaha yaitu perkembangan digital marketing dan penggunaan teknologi digital, namun masih sedikit yang mempraktikkannya khususnya dalam hal pemasaran. Dalam usaha meningkatkan kemandirian UMKM tentunya dibutuhkan peran sumber daya manusia untuk membantu mengembangkan potensi yang dimiliki. Pengembangan yang dilakukan berupa peningkatan kreatifitas UMKM dalam mengelola usahanya melalui digital marketing yang dikembangkan dari produk yang sudah ada serta peningkatan keterampilan UMKM melalui pelatihan pemasaran online dan manajemen pengelolaan usaha. Program dijalankan sampai menghasilkan kemasan, pamflet, brand "SASABI SLOP.ID" serta pelaku usaha memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik akan pengelolaan usaha.*

**Kata kunci:** Digital Marketing, Inovasi Produk, UMKM

#### Abstract

*The lack of knowledge and awareness of MSME actors on the importance of doing digital marketing and renewal makes it difficult for some MSMEs to develop their businesses. Development and empowerment programs are needed to improve the ability of MSMEs to adapt to market changes and competition in the business world so that MSMEs can be more independent. The purpose of this development and empowerment program is to increase the independence of MSMEs through the development of digital marketing products and business skills training. The method used is the andragogy approach, which is a way to help adults in achieving learning goals through the socialization method by providing the necessary business assistance and training. SMEs. MSME actors already have sufficient knowledge and awareness of the development of the business world, namely the development of digital marketing and the use of digital technology, but there are still few who practice it, especially in terms of marketing. In an effort to increase the independence of SMEs, of course, the role of human resources is needed to help develop their potential. The development carried out is in the form of increasing the creativity of MSMEs in managing their business through digital marketing which is developed from existing products and improving MSME skills through online marketing training and business management. The program is run until it produces packaging, pamphlets, the "SASABI SLOP.ID" brand and business actors have good knowledge and skills in business management.*

**Keywords:** Digital Marketing, Product Innovation, MSMEs

## PENDAHULUAN

UMKM mempunyai keunggulan dibandingkan dengan usaha besar antara lain memiliki sifat fleksibelitas dan dapat dengan cepat beradaptasi dengan perubahan pasar dimana hal ini sebenarnya menjadi peluang bagi UMKM untuk dapat terus bangkit dan berkembang (Hidayati & dkk, 2018). Meskipun begitu tidak semua UMKM dapat beradaptasi dengan perkembangan dan perubahan pasar, karena keterbatasan kemampuan dan keterampilan yang dimiliki UMKM. Keterbatasan keterampilan yang dimiliki UMKM diantaranya dalam hal pengembangan produk, pemasaran produk, teknologi, dan pengelolaan keuangan yang merupakan aspek penting dalam perkembangan suatu usaha.

Dengan demikian untuk lebih meningkatkan perkembangan usaha, maka diperlukan masukan dalam hal gagasan dan pelatihan terutama dalam hal pengembangan digital marketing agar dapat meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengelola usaha. Tujuan dari program pengembangan dan pemberdayaan ini adalah untuk meningkatkan kemandirian UMKM melalui pengembangan digital marketing dan pelatihan keterampilan usaha. Dalam hal ini ditemukan bahwa pelaku usaha mengalami kesulitan dalam melakukan pengembangan usaha, permasalahan tersebut terjadi karena kurangnya pemahaman dan pengetahuan para pelaku usaha tentang bagaimana menjalankan usaha dengan baik khususnya dalam hal pemasaran dan pengembangan inovasi produk. Sementara itu pelaksanaan pelatihan wirausaha ini bukan untuk mengarahkan masyarakat untuk menjadi pelaku usaha yang maju tetapi lebih ditekankan kepada bagaimana masyarakat pada umumnya dan pelaku UMKM pada khususnya dapat melihat peluang usaha dengan memanfaatkan segala potensi yang dimiliki oleh dirinya serta lingkungan sekitarnya (Mulyana & Ishantono, 2018).

Program yang dijalankan merupakan program pengembangan digital marketing dan keterampilan usaha kepada UMKM yaitu pengembangan inovasi produk dan pelatihan keterampilan wirausaha berupa pelatihan pengembangan kemasan, pelatihan pemasaran digital dan pelatihan pembukuan usaha. Program pengembangan sangat diperlukan, guna meningkatkan kemampuan dan keterampilan UMKM.

Pengembangan Digital Marketing adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas (Anoraga, 2007). Pengembangan merupakan usaha yang dilakukan pemerintah, pelaku usaha dan *stakeholder* melalui berbagai pelatihan, bimbingan serta bantuan guna meningkatkan kemampuan UMKM agar menjadi usaha yang mandiri maka dari itu diperlukan adanya kerjasama yang baik antara pemerintah dan masyarakat dalam mewujudkan kemandirian untuk melaksanakan usaha (Sukirman & Mamik, 2014).

Pelatihan merupakan sebuah sarana dan wadah dalam meningkatkan kemampuan peserta pelatihan dalam suatu bidang tertentu. Selain itu pelatihan juga diharapkan mampu untuk menggugah dan mengembangkan segala potensi yang dimiliki oleh seseorang sesuai dengan kebutuhan pelatihan itu sendiri. Demikian juga dengan pelatihan wirausaha yang diharapkan dapat menggali potensi jiwa wirausaha dari pelaku

UKM yang dapat diharapkan dapat membantu mengembangkan usaha UKM yang digelutinya sehingga dapat menjadi lebih besar lagi dengan produk yang lebih beragam.

Menurut Coviello, Milley, dan Marcollin pada tahun 2001, mereka berpendapat bahwa digital marketing merupakan penggunaan media internet dan teknologi interaktif lainnya untuk tujuan menghubungkan konsumen dan perusahaan serta dapat secara langsung berbagi informasi dan berkomunikasi. Peran digital marketing menurut Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan (2004), digital marketing adalah kegiatan pemasaran, termasuk *branding*, yang menggunakan beberapa media berbasis web, misalnya *email*, *adwords* dan *blog*. Pendapat terakhir disampaikan oleh Chaffey pada tahun 2002. Beliau menyampaikan bahwa digital marketing merupakan penerapan teknologi yang akan membentuk hubungan *online* ke pasar, baik melalui *website*, *database*, *email*, bahkan digital TV. Urban (2004) memberikan definisi yang cukup banyak dikutip oleh naskah-naskah akademis yang terbit setelahnya.

## **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian dilaksanakan dengan memberikan pelatihan dengan metode yang dilakukan berupa pendekatan andragogi yakni suatu cara membantu orang dewasa dalam rangka pencapaian tujuan belajar melalui sosialisasi dengan cara pendampingan dan pelatihan usaha secara langsung berupa penyampaian materi dan praktik yang diperlukan UMKM. Sosialisasi dilakukan kepada sasaran yang merupakan salah satu UMKM di kelurahan Mulyaharja. Dilakukan pendekatan intensif kepada sasaran agar seluruh materi sosialisasi dan pelatihan dapat diterima dengan baik. Pelatihan yang diberikan ini lebih kepada untuk mengembangkan keterampilan dan wawasan yang telah mereka miliki.

Teknis pelaksanaan yang dilakukan dengan melakukan sosialisasi terkait pelaksanaan program kepada pelaku UMKM. Setelah dilakukan sosialisasi maka selanjutnya adalah melakukan pelatihan dan pendampingan digital marketing dan pelatihan keterampilan usaha guna meningkatkan kreativitas dan wawasan UMKM akan pengembangan produk. Dengan demikian ke depannya pelaku UKM dapat secara mandiri mengembangkan usaha yang telah dijalankan.

## **HASIL & PEMBAHASAN**

Usaha meningkatkan kemandirian UMKM tentunya dibutuhkan peran sumber daya manusia untuk membantu mengembangkan potensi yang dimiliki. Program pengembangan dan pemberdayaan UMKM dilakukan di Kelurahan Mulyaharja melalui Pengembangan Digital Marketing dan Keterampilan usaha. Berdasarkan hasil temuan didapatkan bahwa pelaku UMKM di Kelurahan Mulyaharja sudah cukup memiliki pengetahuan dan kesadaran akan perkembangan dunia usaha yaitu perkembangan inovasi produk dan penggunaan teknologi digital, namun masih sedikit yang mempraktikannya khususnya dalam hal pemasaran. Kegiatan ini merupakan implikasi

dari program pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa dalam mengaplikasikan Kuliah Proyek Membangun Desa (PMD). Sasaran dari program yang dijalankan adalah pelaku UMKM Sandal di Kelurahan Mulyaharja yaitu Ibu Siti Runiasih.



Gambar 1. Produk Sandal UMKM Mulyaharja

Pelaksanaan program kegiatan dilakukan dengan pendekatan pelatihan dan pendampingan kepada target sasaran. Dalam hal ini, pelatihan yang dimaksudkan adalah memberikan beberapa pengetahuan dan transfer pengalaman serta pembelajaran kepada pelaku UMKM. Kegiatan dilakukan dengan pertemuan tatap muka dan komunikasi yang intensif antara tim pengabdian dengan sasaran program. Tahap pertama dari pelaksanaan program diawali dengan dengan melakukan sosialisasi kepada sasaran akan program yang akan dijalankan, tahap ini sekaligus merumuskan permasalahan yang dimiliki serta merumuskan solusi atas permasalahan. Tahap selanjutnya yaitu pembuatan inovasi produk dari produk yang sudah ada yaitu produk sandal guna meningkatkan kreatifitas dan inovasi dari produk produk yang dijual. Produk sandal dipilih karena sasaran pelaku UMKM yang biasa menjual sandal ketika ada pesanan dimana produk yang dijualnya hanya itu-itu saja, maka peneliti malakukan pendampingan untuk menginovasikan salah satu produk yang sudah ada yaitu sandal namun dengan inovasi yang berbeda. Inovasi dilakukan dengan menambahkan kemasan pada sandal tersebut agar memiliki ciri khas atau *brand* untuk meningkatkan daya tarik konsumen. Pada tahap pengembangan inovasi produk dilakukan juga bimbingan *branding* produk berupa pembuatan label merk kemasan.



Gambar 2. Foto Bersama pemilik UMKM Sandal

Tahap selanjutnya dari pelaksanaan program adalah memberikan pelatihan terkait bagaimana cara memasarkan sebuah produk secara *online* menggunakan media sosial. Pelatihan dilakukan dengan mengenalkan beberapa media sosial yang dapat digunakan sebagai media pemasaran seperti *facebook*, *whatsapp*, *shopee* dan *instagram* serta menjelaskan bagaimana cara pemasaran menggunakan media sosial. Pada dasarnya pelaku usaha sudah cukup familiar dengan beberapa media sosial namun belum dimanfaatkan untuk media pemasaran. Maka dari itu penulis mencoba memperkenalkan media pemasaran *online* berupa media sosial agar penggunaannya dapat dioptimalkan. Selain itu penulis juga melakukan pelatihan pembuatan desain pamflet, desain kemasan produk, bagaimana cara mencetak reseller dan terakhir pelatihan pemasaran ke berbagai kota.

Pada tahap pelaksanaan program dilakukan evaluasi untuk mengetahui sejauh mana ketercapaian pelaksanaan kegiatan, evaluasi dilakukan dengan diskusi dan wawancara yang terkait dengan pelaksanaan program. Dengan adanya evaluasi ini dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengembangan digital marketing dan pelatihan keterampilan usaha dapat menambah pemahaman dan kemampuan para pelaku UKM dalam mengelola dan mengembangkan usaha. Adapun pemahaman yang didapatkan oleh sasaran setelah mengikuti pelatihan kewirausahaan adalah sasaran mengetahui bagaimana meningkatkan kualitas produk serta mengembangkan produk dari yang sebelumnya biasa saja kemudian diinovasikan menjadi produk yang inovatif. Wawasan dan pengetahuan sasaran menjadi lebih baik dari yang sebelumnya kurang memahami

konsep, pemasaran, *branding* penggunaan media digital dan pengelolaan keuangan usaha sekarang sudah lebih mengetahui dan memahaminya.

## KESIMPULAN

Hasil dari program pengembangan digital marketing dan keterampilan usaha adalah terciptanya branding produk sandal dengan nama "SASABI SLOP.ID" yang merupakan pengembangan inovasi dari produk usaha yang sudah ada, yaitu sandal yang kemudian diinovasikan dengan menambahkan branding dan juga kemasan sebagai ciri khas dari produk yang dibuat. Dengan dilakukannya inovasi pelaku usaha menjadi bisa lebih kreatif dan inovatif dalam menghasilkan sebuah produk. Selain itu hasil dari program yang dijalankan adalah pelaku UMKM menjadi lebih paham dan mengerti akan manfaat dari pemasaran, penggunaan media digital dan serta menjadi paham bagaimana cara-cara pelaksanaannya. Tingkat pengetahuan dan pemahaman pelaku usaha menjadi lebih baik sehingga kedepannya usaha yang dijalankan akan berkembang dan menjadi usaha yang mandiri. Ada beberapa saran yang harus dilakukan, baik oleh penulis ataupun pihak-pihak yang terlibat dalam pelaksanaan program-program, yaitu produk yang telah dihasilkan dapat terus dikembangkan dengan memberikan inovasi dan variasi yang unik dari sebelumnya yang diharapkan dapat menarik konsumen lebih banyak. Pelaksanaan pemasaran *online* yang telah dilakukan diharapkan terus berlanjut dengan cara adanya koordinasi antara masyarakat dengan penulis agar pengetahuan warga tentang cara strategi pemasaran tersebut terus bertambah sebagai acuan warga untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam berwirausaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Panji. 2007. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta
- Hidayati, Dkk. 2018. *Pelatihan Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Produk Ukm Di Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru Bogor*. Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat. Vol. 2, No.1, Hal.15-20.
- Mulyana, Nandang & Ishartono. 2018. *Pelatihan Wirausaha Bagi Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Desa Sakerta Barat Dan Sakerta Timur Kecamatan Darma Kabupaten Kuningan*. *Jurnal Penelitian & PPM*. Vol. 5, No. 1, Hal. 1 - 110.
- Sukirman & Mamik Indaryani. 2014. *Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil menuju Kemandirian usaha dengan Menerapkan Manajemen Profesional*. Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus.
- Sutrasmawati, Endang. 2008. *Pengaruh Kompetisi Produk Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE). Vol. 15, No.2
- Utaminingsih, Adijati. 2016. *Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, dan Kreativitas Strategi Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran pada UKM Kerajinan Rotan di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara*. Media Ekonomi dan Manajemen, Vol. 3, No.2, Hal 77-87

Widarti, Dyah Tri. 2011. *Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada Sentra Industri Pembuatan Tahu Kecamatan Stagen Kabupaten Sragen*. Skripsi. Universitas Negeri Semarang.