

Peningkatan Pemasaran UMKM Melalui Pelatihan Digital Marketing

Increasing MSME Marketing Through Digital Marketing Training

Siti Nurmala¹

¹Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam dan Pendidikan Guru Universitas Djuanda, Jalan Tol Ciawi No 1 Kotak Pos 35 Ciawi Bogor 16720, e-mail: sitinurmala1699@gmail.com

(Diterima: 31-07-2022; Ditelaah: 10-08-2022; Disetujui: 10-11-2022)

Abstrak

UMKM yang ada di Desa Ciburuy jumlahnya relatif banyak tetapi permasalahan pemasaran produk masih sempit hanya di sekitar itu saja. Sementara itu untuk meningkatkan penjualan, wilayah pemasaran harus luas karena itu dilakukannya media online. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat untuk mendorong masyarakat menjadi lebih kreatif, aktif, dan produktif serta meningkatkan pemasaran produk UMKM yang ada di Desa Ciburuy. Salah satunya mengembangkan pemasaran produk UMKM melalui online dengan pelatihan digital marketing. Metode yang digunakan sosialisasi dan pelatihan digital marketing pada UMKM untuk mengembangkan pemasaran produk. Hasil dari program pelatihan digital marketing kepada UMKM yaitu peningkatan pemasaran produk melalui promosi di berbagai media sosial sehingga meningkatkan perekonomian dan pemasaran online di Desa Ciburuy dan pelaku UMKM memahami digital marketing.

Kata kunci: Digital Marketing, UMKM, Pelatihan

Abstract

There are relatively many MSMEs in Ciburuy Village, but the problem of product marketing is still narrow, only around that. Meanwhile, to increase sales, the marketing area must be broad because it is done by online media. The purpose of community service activities is to encourage the community to be more creative, active and productive and to increase the marketing of MSME products in Ciburuy Village. One of them is developing the marketing of MSME products online with digital marketing training. The method used is socialization and digital marketing training for MSMEs to develop product marketing. The results of the digital marketing training program for MSMEs are increasing product marketing through promotions on various social media so as to improve the economy and online marketing in Ciburuy Village and MSMEs understand digital marketing.

Keywords: Digital Marketing, MSMEs, Training

PENDAHULUAN

Digital marketing merupakan salah satu usaha untuk memasarkan atau mempromosikan sebuah produk melalui media internet agar bisa menjangkau konsumen maupun calon konsumen dengan cepat. Media internet yang sekarang ini populer digunakan untuk pemasaran produk antara lain Facebook, Instagram, Shopee dan media sosial lainnya. Manfaat yang didapatkan dengan digital marketing selain bisa menjangkau pasar yang lebih luas dan mengefektifkan biaya pemasaran, juga membuat ruang dan waktu pemasaran tidak terbatas. Selain itu, digital marketing real time sehingga pengusaha dapat langsung memperhatikan minat dan *feed back* dari pasar yang dituju (Hendriadi et al, 2019).

Di masa sekarang, ekonomi semakin maju banyak masyarakat yang mempunyai usaha berjualan melalui media online, digital marketing telah menjadi hal penting sebab

pada zaman sekarang semakin modern dan kreatif. Peran digital marketing ini akan menjadi semakin penting di masa mendatang, terutama pada peningkatan perekonomian yang semakin modern (Pranoto et al. 2019).

Perkembangan teknologi informasi sangat berkembang pesat. Berbagai kegiatan bisnis kecil sampai besar memanfaatkan perkembangan ini untuk menjalankan usahanya. Banyaknya *competitor* menjadi pertimbangan bagi para pengusaha untuk masuk dalam persaingan yang sangat ketat. Strategi pemasaran dan media yang telah digunakan untuk bisa meraih pasar yang dituju sehingga volume penjualan selalu meningkat dan profit. Maka dari itu dengan adanya program Pelatihan digital marketing ke pelaku UMKM untuk meningkatkan perekonomian masyarakat UMKM dengan memasarkan produknya (Pradiani, 2017; Mohammad, 2018).

UMKM desa Ciburuy terbilang banyak akan tetapi pemasaran produk UMKM di Desa Ciburuy masih menggunakan pemasaran offline salah satunya UMKM rangginang. Selama ini pelaku UMKM rangginang di desa Ciburuy mempromosikan produk UMKM hanya menggunakan offline atau hanya sekitaran wilayah itu saja dan tidak melalui online karena tidak mengetahui cara menggunakannya. Sehingga dengan adanya pelaksanaan kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan informasi dan keterampilan baru dalam proses pelatihan kepada pelaku UMKM desa Ciburuy. Salah satunya dengan pelatihan digital marketing, memanfaatkan media sosial yang ada untuk mempromosikan produk UMKM rangginang supaya berkembang dan dikenal oleh masyarakat sehingga menjadikan perekonomian lebih meningkat. Pemilihan program pelatihan digital marketing dilakukan karena melihat produk UMKM rangginang pemasarannya masih rendah karena memasarkan produknya hanya di daerah itu saja tidak melalui media online. Sehingga butuh adanya pelatihan dan pendampingan ke pelaku UMKM dengan memanfaatkan media sosial.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang dilakukan penulis berupa sosialisasi, diskusi program pelatihan dan pendampingan ekonomi masyarakat dengan cara memberikan pelatihan *digital marketing* pada UMKM rangginang untuk mengembangkan pemasaran produk rangginang yang ada di sekitar wilayah desa Ciburuy. Dengan adanya pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bermunculan ide untuk mengembangkan produk pemasaran UMKM dengan mempromosikannya melalui media sosial untuk meningkatkan perekonomian & mengembangkan pemasaran online serta untuk menarik para konsumen. Adapun tahapan-tahapan pelaksanaan program: tahap pengumpulan data, tahap memahami permasalahan, tahap membuat solusi, dan tahap melaksanakan solusi.

HASIL & PEMBAHASAN

Pelatihan yang dihasilkan dari kegiatan ini adalah pelatihan *digital marketing*. Pelatihan tersebut bertujuan untuk mengembangkan pemasaran dan meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Ciburuy. Peningkatan pemasaran produk melalui pelatihan *digital marketing* dilaksanakan di Kampung Kibaru desa Ciburuy berdasarkan observasi bahwa masyarakat Kampung Kibaru RT01 Rw06 khususnya untuk pelaku UMKM. Adapun perubahan pasca pelaksanaan yang diharapkan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Perubahan yang Diharapkan

No	Masalah	Pra Pelaksanaan	Pasca Pelaksanaan
1.	Pemahaman masyarakat dalam <i>digital marketing</i>	Belum memiliki pengetahuan	Memiliki pengetahuan menggunakan <i>digital marketing</i>
2.	Produk UMKM	Belum meningkat	Sudah meningkat
3.	Pemasaran	Sebatas hanya di daerah sekitar	Pemasaran lebih luas karena tidak hanya di wilayah sekitar, tetapi ke luar kota sehingga pemasaran semakin meningkat.

Pelaksanaan Program Pendampingan dan Pelatihan Digital Marketing

Berikut tahap pelaksanaan program pendampingan dan pelatihan *digital marketing*

1) Tahap Identifikasi Masalah

Tahap pengumpulan data dilakukan dengan Survey lokasi dilakukan di Kampung Kibaru Rt 01 Rw 06 Desa Ciburuy Kecamatan Cigombong Kabupaten Bogor pada tanggal 03 Oktober 2020. Hasil yang didapat dari survey tersebut bahwa UMKM rengginang yang ada di Desa Ciburuy memang memerlukan adanya pemasaran online. Banyak UMKM yang ada di kampung kibaru tersebut. Namun pemasarannya masih kurang tidak meluas. Masyarakat memasarkan hanya disekitaran wilayah itu saja memasukan produk nya ke warung-warung tidak di media online, sehingga perekonomiannya tidak terlalu tinggi.

2) Tahap Memahami Permasalahan

Dalam tahap ini penulis memahami permasalahan dengan melakukan diskusi kepada pelaku UMKM rengginang di Kp. Kibaru Desa Ciburuy dalam rangka melakukan identifikasi masalah yang ada. Sehingga penulis dapat merencanakan solusi untuk mengatasi masalah tersebut. Setelah melakukan identifikasi ditemukan bahwa permasalahan yang ada di Desa Ciburuy adalah pemasaran produk yang belum luas sehingga diperlukan pendampingan dan pelatihan untuk meningkatkan perekonomian tersebut.

3) Tahap Membuat Solusi

Tahap membuat solusi yang dilakukan merupakan tahap sosialisasi, yaitu mengunjungi UMKM rangginang. Dengan tujuan untuk mengetahui pemasaran produk dan akan diminta sharing mengenai pengalaman selama ini dalam pemasaran produk UMKM yang telah dilakukan oleh pelaku UMKM rangginang dan memberikan pengetahuan tentang *digital marketing*. Penulis menyampaikan terlebih dahulu kepada pelaku UMKM tentang konsep *marketplace*. Adanya pelatihan untuk memberikan pengetahuan tentang *marketplace* supaya keterampilan pemasaran pada pelaku UMKM di Desa Ciburuy agar memiliki nilai ekonomi tinggi. Pelatihan ini bertujuan untuk mengenalkan dan sekaligus mempraktekan penjualan produk melalui media sosial yang sudah populer seperti Facebook, Instagram dan Shopee. Selanjutnya mengajarkan cara menggunakan media sosial seperti membuat *account* shopee, dan memposting produknya.

4) Tahap Melaksanakan Solusi

Dalam melaksanakan solusi dilakukan dengan Pelatihan *digital marketing* yang dilaksanakan pada tanggal 31 Oktober 2020 pukul 16.00. Pelatihan *digital marketing* ini dilaksanakan kepada pelaku UMKM di Kampung Kibaru. Sebelum pelatihan dilaksanakan, penulis menyampaikan terlebih dahulu kepada pelaku UMKM tentang konsep *market place*. Adapun teknis pelaksanaan yang dilakukan sebagai berikut:

a) Tahap Persiapan

Tahap yang pertama pada tanggal 03 Oktober 2020 Pukul 10.00-12.00 WIB merupakan tahap persiapan, dimana kelompok PKM berkumpul di rumah warga tepatnya dikampung Kibaru Rt 01 Rw 06 untuk mendiskusikan apa saja yang diperlukan dalam melakukan pelatihan *digital marketing* dan UMKM mana yang akan dipilih. Hasil diskusi yang dilakukan yaitu UMKM rengginang yang dipilih untuk pelatihan dan aplikasi shopee yang akan digunakan.

b) Tahap Sosialisasi

Sebelum melakukan pelatihan perlu dilakukannya tahap sosialisasi yang dilakukan di rumah pelaku UMKM di Kampung Kibaru pada tanggal 10 Oktober 2020 mulai pukul 13.00- selesai untuk mengetahui maksud dan tujuannya serta memberikan pengetahuan tentang pemasaran online.



Gambar 1. Sosialisasi ke pelaku UMKM

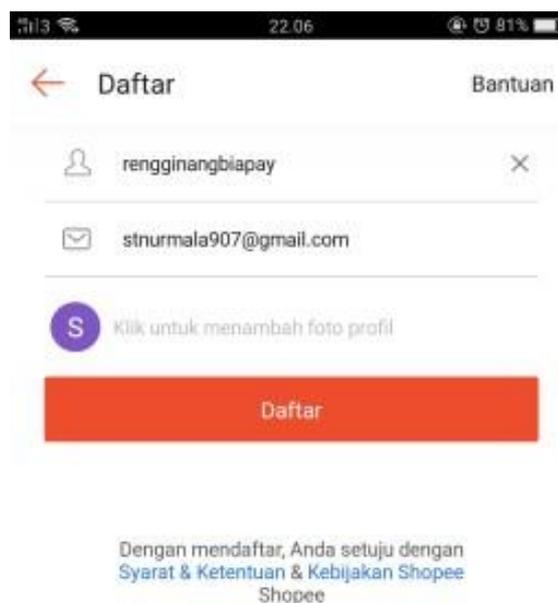
c) Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Tahap ini merupakan tahap pelatihan *digital marketing* yang dilakukan pada tanggal 31 Oktober 2020 pukul 16.00- selesai di rumah pelaku UMKM di kampung Kibaru RT 01 Rw 06 dengan mengajarkan pelaku UMKM agar bisa menggunakan pemasaran online, seperti media sosial Facebook, Shopee, dan Instagram.



Gambar 2. Pelaksanaan kegiatan

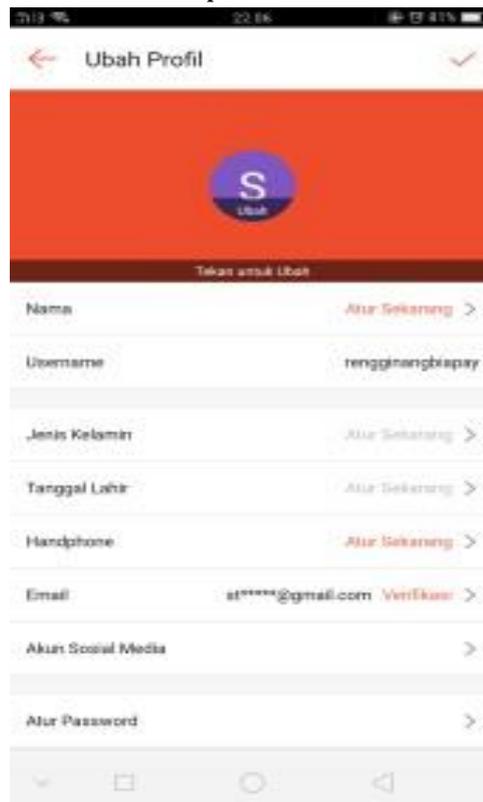
- Tahap yang pertama pada pukul 16.05 WIB melakukan pendaftaran ke aplikasi media sosial shopee. Setelah mendaftar *account shopee*, lalu masukan email dan username untuk memenuhi syarat.



Gambar 3. Tahap Pendaftaran

- Sesudah tahap pertama dilakukan, pada pukul 16.10 WIB kemudian ke tahap selanjutnya yaitu tahap isi data profil penjualan yang wajib diisi untuk memenuhi syarat mempunyai akun di sosial media terutama di Shopee yang

didalamnya terdapat, nama, username dan profil, kemudian jenis kelamin, tanggal lahir, dan nomor handphone.



Gambar 4. Tahap isi data profil

- Posting produk yang akan dijual, pukul 16.20 WIB setelah mengisi data kemudian memasukkan foto produk UMKM untuk diposting di aplikasi Shopee.



Gambar 5. Postingan

- Share Postingan, pukul 16.30 WIB setelah semua tahap selesai kemudian di share ke sosial media untuk disebarluaskan.

d) Tahap Pemasaran

Tahap terakhir yaitu tahap pemasaran pukul 16.45 WIB Setelah melaksanakan pelatihan maka hasil kegiatan yang sudah di posting di media sosial. Dengan adanya pemanfaatan *digital marketing* ini diharapkan adanya peningkatan penjualan dan pendapatan ekonomi.



Gambar 6. Tahap Pemasaran

e) Tahap Pendampingan

Setelah melakukan proses pelatihan yaitu tahap pendampingan dimana dilakukan di Kampung Kibaru dirumah pelaku UMKM terhitung dari tanggal 01 s/d 07 November 2020. Mempraktekan pelatihan sesuai dengan apa yang telah diajarkan seperti memposting produk ke media sosial. Sehingga mampu meningkatkan produktifitas dan daya saing UMKM agar pemasaran semakin meluas dan penjualannya meningkat

f) Tahap Pre Test dan Post Test

Adapun tahapan pre test dan post test yang dilakukan untuk mengetahui ketercapain program yang telah dilaksanakan selama melaksanakan kegiatan ini sebagai berikut:

- Tahap *pre test*

Setelah dilaksanakannya kegiatan ini kemudian pengumpulan data dengan membagikan kuisisioner pre test sebelum adanya kegiatan pelatihan *digital marketing* yang telah dilakukan sebagai berikut:

Tabel 2. Pre test

No	Keterangan	Ya	Tidak
1.	Apakah anda tahu apa itu digital marketing?		√
2.	Media Sosial apa yang sering dikunjungi?	Shopee	
3.	Alasan anda belum memanfaatkan media sosial untuk berjualan?	Belum mengetahui cara memakainya	

Adapun hasil tabel dari kuisioner yang telah dibagikan kepada pelaku UMKM terbukti bahwa pelaku UMKM belum mengetahui apa itu *digital marketing*, karena pelaku UMKM memiliki keterbatasan pengetahuan dan keterampilan tentang *digital marketing*.

- Tahap *Post test*

Setelah adanya kegiatan ini maka dilakukan post test untuk mengetahui pengetahuan pelaku UMKM sudah melaksanakan kegiatan pelatihan *digital marketing*, adapun hasil posttest sebagai berikut:

Tabel 3. Post test

No	Keterangan	Ya	Tidak
1.	Setelah adanya pelatihan <i>digital marketing</i> apakah pelaku UMKM berjualan melalui media sosial?	√	
2.	Jika iya, apakah hasil penjualan online nya meningkat?	√	
3.	<i>Market place</i> apa yang dijadikan untuk pemasaran online?	Shopee	

- Dari hasil *post test* yang dilakukan untuk kegiatan evaluasi dari program yang telah dilakukan kepada pelaku UMKM mengenai pengetahuan dan keterampilan yang diberikan, hasil post test ini cukup memuaskan karena setelah adanya kegiatan pemasaran produk UMKM menjadi meningkat. Pelaku UMKM sudah bisa menggunakan akun, Facebook, Instagram, Shoppe sesuai dengan apa yang telah diajarkan oleh tim PKM. Pelaku usaha UMKM mengetahui bahwa *digital marketing* sangat membantu untuk penjualan produk mereka yang meningkat.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dilaksanakan di Desa Ciburuy dengan melakukan pelatihan digital marketing kepada pelaku UMKM berjalan dengan baik. Hasil dari program pelatihan digital marketing yaitu peningkatan pemasaran produk melalui promosi di berbagai media sosial sehingga meningkatkan perekonomian dan pemasaran online. Pelaku UMKM sudah bisa menggunakan akun, Facebook, Instagram, Shopee sesuai dengan apa yang telah diajarkan oleh tim PKM. Pelaku usaha UMKM mengetahui bahwa *digital marketing* sangat membantu untuk penjualan produk mereka yang meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Hendriadi, A. A., sari, betha nurina, & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *J-Dinamika : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2). <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v4i2.1133>
- Mohammad, Takdir. 2018. *Pemberdayaan Pelaku Home Industry Rengginang Melalui Manajemen Pemasaran Produksi di Desa Montok Larangan Pamekasan Madura*. In: Annual Conference on Community Engagement
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Jibeka*, 11(2), 46–53.
- Pranoto, P., Jasmani, J., & Marayasa, I. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Al Barkah Di Kampung Cicayur - Tangerang. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 250. <https://doi.org/10.32493/j.pdl.v1i2.2425>