

PELATIHAN PENGEMBANGAN PEMASARAN MELALUI MEDIA ONLINE PADA UMKM DI DESA SABAJAYA

Ilyas Rakhman, Arif Rahman Hakim
Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang
mn19.ilyasrakhman@mhs.ubpkarawang.ac.id
arif.hakim@ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan tentang pemasaran digital, terutama media sosial, bagi para pelaku bisnis Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan penjualan dan laba mereka. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah wawancara dengan kegiatan pelatihan untuk membantu proses implementasi pemasaran digital, metode ini merupakan kegiatan pengembangan kemampuan dengan menerapkan ilmu pengetahuan yang telah dimiliki, praktik langsung yang dilakukan yaitu membuat akun media sosial berupa instagram. Hasil pelatihan yang dilakukan menunjukkan bahwa pelaku usaha UMKM secara keseluruhan aktif dalam menggunakan media sosial sebagai alat promosi mereka akan tetapi masih terlalu pasif dalam mengimplementasikan promosi digital karena kurangnya pemahaman tentang teknologi dan ketrampilan. Semua peserta menunjukkan minat besar untuk menggunakan pemasaran media sosial secara terus menerus untuk meningkatkan penjualan mereka.

kata kunci: Digital Marketing, Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Media Sosial.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital pada masa ini semakin meningkat dan berkembang pesat, apalagi dibarengi dengan adanya pandemi Covid-19 yang melanda seluruh dunia. Pandemi mengharuskan masyarakat untuk memanfaatkan teknologi dalam menjalankan kehidupan. Disamping itu, perkembangan teknologi sendiri dapat mempermudah segala kebutuhan masyarakat dalam berbagai aspek, baik dalam aspek sosial maupun ekonomi. Perkembangan teknologi ini juga telah merambah pada sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), yang memungkinkan pelaku UMKM dapat dengan mudah mempromosikan, menjual, menerima pesanan, melakukan pembayaran, dan bahkan melakukan pencatatan

keuangan secara digital.

Warga Desa Sabajaya Kecamatan Tirtajaya Kabupaten Karawang telah mengembangkan salah satu usaha UMKM yaitu konveksi yaitu menciptakan produk berupa tas, dompet, id card, binder, dan sebagainya. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah terkait promosi atau pemasaran terhadap pelanggan, karena media pemasaran masih dengan pemasaran langsung yaitu dari owner ke pelanggan. Digital marketing merupakan upaya pemasaran yang efektif untuk saat ini. Digital marketing menjadi salah satu media yang sering digunakan oleh pelaku usaha karena kemampuan baru konsumen dalam mengikuti arus digitalisasi, beberapa perusahaan sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional dan beralih ke pemasaran modern. Digital marketing memungkinkan komunikasi dan transaksi dapat dilakukan real time dan bisa diakses ke seluruh dunia, seseorang juga dapat melihat berbagai barang melalui internet, sebagian besar informasi mengenai berbagai produk sudah tersedia di internet, kemudahan dalam pemesanan dan kemampuan konsumen dalam membandingkan satu produk dengan produk lainnya (Kotler & Keller, 2008). Selain itu, digital marketing bersifat real time sehingga pengusaha dapat langsung memperhatikan minat dan feedback dari pasar yang dituju, serta dapat memutuskan strategi penyesuaian terkait konten iklan untuk hasil yang lebih baik dengan lebih cepat (Hendriadi et al., 2019). Adanya penggunaan digital marketing diharapkan dapat meningkatkan nilai ekonomi bagi pelaku UMKM konveksi di tengah pandemi Covid-19 di Desa Sabajaya.

METODE

Waktu pelaksanaan yang dilakukan mahasiswa kuliah kerja nyata (KKN) pada tanggal 1-31 Juli 2021 yang bertempat di UMKM Konveksi "Suparman Collection" di Desa Sabajaya. Dalam penyusunan laporan kuliah kerja nyata (KKN) menggunakan beberapa metode diantaranya :

1. Metode Wawancara

Mengadakan kegiatan wawancara dengan memberikan edukasi kepada pelaku UMKM konveksi yang ada di Desa Sabajaya tentang bagaimana cara memasarkan produk mereka secara digital menggunakan platform media elektronik yang tersedia sekarang.

2. Kegiatan Pelatihan

Tak hanya memberikan pelatihan dan edukasi tentang dunia Digital Marketing mahasiswa KKN juga membantu para pelaku UMKM untuk mengimplementasikan ilmu yang telah didapat dari narasumber yaitu dengan membuat akun media sosial untuk promosi berupa instagram.

HASIL

Kegiatan Edukasi Digital Marketing

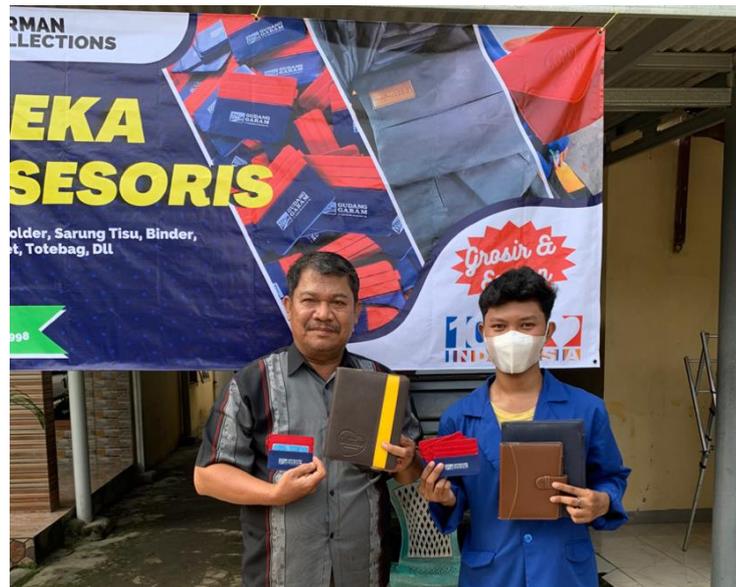


Gambar 1. Edukasi Digital Marketing

Di tengah pandemi Covid-19 ini, pelatihan digital marketing merupakan upaya yang efektif dilakukan untuk meningkatkan nilai ekonomi terutama bagi pelaku UMKM yang terdampak langsung oleh pandemi. Kegiatan yang dilakukan dalam KKN ini antara lain wawancara dan kegiatan pelatihan tentang pentingnya branding, pembuatan iklan yang menarik dan digital marketing. Serangkaian

kegiatan tersebut dilakukan secara bertahap dimulai dari pemberian ilmu dasar yang sederhana tentang digital marketing sampai dengan kegiatan pemasaran produk melalui media online yang bersifat kompleks. Pemberian pelatihan yang bertahap dan sistematis bertujuan untuk memudahkan pemilik UMKM dalam memahami setiap detail materi.

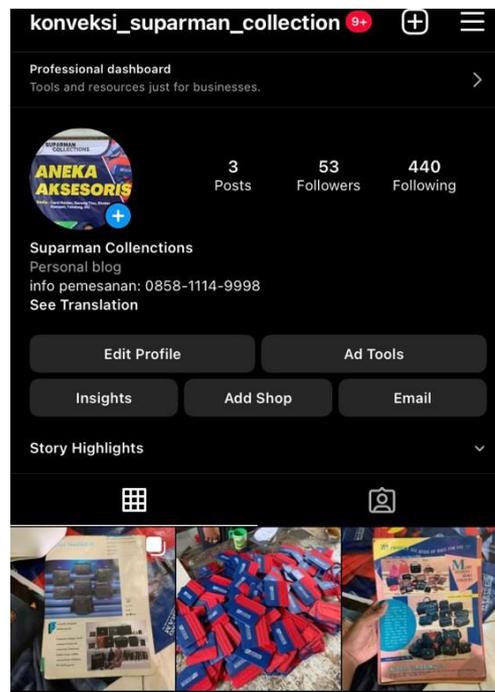
Kegiatan Pemasangan Banner Sebagai Media Promosi



Gambar 2. Pemasangan Banner Media Promosi

Promosi Digital Marketing UMKM

Sebelum melakukan Digital Marketing (pemasaran daring) pelaku UMKM harus memiliki akun usaha di media sosial. Media sosial yang digunakan untuk pemasaran dalam kegiatan ini adalah Instagram. Instagram dipilih sebagai media pemasaran karena masyarakat saat ini selalu mengakses Instagram kapanpun dan dimanapun. Setelah pelaku UMKM memiliki akun Instagram, anggota KKN akan mengajarkan cara mengunggah katalog dan kalimat iklan yang menarik guna memperindah postingan di media sosial Instagram. Pemasaran iklan secara daring di Instagram menjadikan produksi UMKM kembali meningkat dari pemasaran secara offline.



Gambar 3. Media Promosi Digital Produk

KESIMPULAN

Pelatihan ini memberikan beberapa materi yang terkait dengan edukasi dan pelatihan tentang pemasaran produk melalui media digital, meningkatkan keterampilan dan kreatifitas dalam menciptakan inovasi, serta guna dapat meningkatkan laba dalam penjualan UMKM.

REKOMENDASI

Rekomendasi yang diberikan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut maka adanya pelatihan dan membantu para pelaku UMKM untuk mengimplementasikan ilmu yang telah didapat dari narasumber yaitu penggunaan media sosial untuk mempromosikan suatu produk dalam sebuah usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Elmira Siska, Dwi Atmojo Wismono Prapto. (2021). Pelatihan Digital Marketing Pada Marketplace Sebagai Strategi Peningkatan Penjualan Produk UMKM Pulo Gadung Jakarta Timur Pada Masa New Normal. *Jurnal Abdimas Perbanas (JAP)*. Volume 2 Nomor 2, Oktober 2021.
- Ernah1, Edy Subroto, Rossi Indiarso. (2022). Pengenalan Digital Marketing pada UKM Aneka Cemilan Hikmah Bandung. *Jurnal Abdidas*, Volume 3 Nomor 1 Tahun 2022 Halaman 206 - 211.
- Hendriadi, A. A., Sari, B. N., & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat J-DINAMIKA*, 4(2), 120-125.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Marketing strategy*. London Business Forum, <https://www.youtube.com/atch>.
- Muhammad Qurhtuby, Dinda Nur Fahira, Efa Agustina. (2021). Implementasi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Industri Di Kelurahan Tangkerang. *Jurnal Pendidikan Tabusai Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai*. Vol. 05, No. 02, 2021, pp. 063 - 068.
- Muhammad Rizki Fahdia, Ika Kurniawati, Fachri Amsury, Heriyanto, Irwansyah Saputra. (2022). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi UMKM Tajur Halang Makmur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*. Vol. 2, No. 1 - Mei 2022, Hal. 34-39.