

Marketing Digital bagi Pelaku UMKM Desa Gondangmanis

Zulfikar^{1*}, Akhmad Mahmudi², Moch. Adib Fannani³

¹Informatika

Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.

Email: zulfikardia@gmail.com

²Pendidikan Agama Islama

Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

Email: akhmadmahmudi9@gmail.com

³Informatika

Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.

Email: madibfan@gmail.com

ABSTRACT

It is hoped that the implementation of community service activities in the PPM scheme will provide the best results for the target communities affected by the program. The first problem is the obstacle of the Gondangmanis Village UMKM players to market their products, especially in online marketing. The solution provided is through socialization and marketing training. The results of the assessment of digital marketing training show that the ability of MSME participants in understanding the delivery of information about Digital Marketing is 100% understood, while 80% of the ability to use social media and the ability to use social media as digital marketing is only 40% and from the questionnaire, MSME players provide answers about goods or products suitable for sale are culinary 60%, fashion 20%, cosmetics 12% and agriculture 8%.

Keywords: *Digital Marketing; Micro Small and Medium Enterprises; Online Marketing.*

ABSTRAK

Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat pada skema PPM ini diharapkan dapat memberikan hasil yang terbaik untuk masyarakat sasaran yang dikenai program. Permasalahan pertama adalah kendala para pelaku UMKM Desa Gondangmanis untuk memasarkan produknya terutama pada pemasaran online. Solusi yang diberikan adalah melalui sosialisasi dan pelatihan Marketing. Hasil penilaian pelatihan digital marketing menunjukkan bahwa kemampuan peserta UMKM dalam memahami penyampaian informasi tentang Marketing Digital 100% paham, sedangkan kemampuan bermedia sosial 80% dan kemampuan memanfaatkan media sosial sebagai marketing digital hanya 40% dan dari quisioner tersebut para pelaku UMKM memberikan jawaban mengenai barang atau produk yang cocok untuk dijual yaitu kuliner 60%, fashion 20%, kosmetik 12% dan pertanian 8%.

Kata Kunci: *Marketing Digital; Usaha Mikro Kecil dan Menengah; Pemasaran Online.*

PENDAHULUAN

Sudah begitu banyak para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di desa Gondangmanis Kecamatan Bandarkedungmulyo kabupaten Jombang, dikarenakan di desa tersebut ada hasil bumi setempat yang sangat menjadi ciri khas di desa tersebut yakni buah jambu darsono atau lebih dikenal dengan jambu gondangmanis, dari jambu itulah masyarakat desa setempat terutama para ibu – ibu PKK desa setempat memanfaatkan buah tersebut dan mengolahnya menjadi berbagai macam olahan seperti selai, Jus, Manisan, Sirup dll.

Namun ada beberapa kendala yang dialami dalam hal pengelolaan dan pemasaran produk, menurut istri dari salah satu kepala dusun Kandangan di desa gondangmanis beliau menuturkan hal ini terjadi dikarenakan yang pertama hasil olahan tersebut tidak bisa bertahan lama sedangkan masyarakat juga mengalami permasalahan dalam hal pemasaran produknya sehingga produk-produk tadi yang sudah

dibuat apabila tidak segera terjual maka akan mengalami basi dan otomatis akan dibuang sia-sia serta omset juga akan mengalami kerugian.

Oleh sebab itu disini kami mempunyai keinginan untuk memberikan pelatihan dan wadah sebagai media promosi salah satu contohnya yakni kami akan membuatkan website khusus UMKM yang dimana website tersebut sudah sinkron dengan semua media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube dll. Dan nantinya website tersebut akan kami berikan kepada masyarakat pelaku UMKM didesa tersebut agar dapat membantu para pelaku UMKM dalam hal pemasaran atau promosi sehingga para pelaku UMKM dapat memasarkan produknya dengan lancar tanpa ada hambatan dan tidak mengalami kerugian lagi seperti sedia kala.

Disini kami menggandeng ibu-ibu PKK Gondangmanis selaku penggerak UMKM didesa tersebut untuk membantu tercapainya program kami, agar program kami ini menjadi program keberlanjutan dan terus bermanfaat bagi masyarakat pelaku UMKM didesa gondangmanis dan tidak berhenti sampai disini saja namun bisa berlanjut walaupun ketika kami sudah tidak melaksanakan kegiatan diidesa tersebut.

Mitra pada kegiatan pengabdian pada masyarakat adalah pelaku UMKM desa Gondangmanis. Berdasarkan hasil analisis situasi dan di atas, muncul permasalahan yang perlu diselesaikan berkaitan dengan rencana kegiatan pengabdian pada masyarakat ini untuk mitra adalah sebagai berikut yaitu: (1) bagaimana upaya meningkatkan Pemasaran bagi pelaku UMKM di Desa Gondang Manis?; (2) media Apa yang digunakan untuk Promosi bagi pelaku UMKM di Desa Gondang Manis?; (3) bagaimana cara penerapan Marketing Digital untuk memasarkan produk UMKM dengan baik dan benar?

Dari permasalahan-permasalahan yang telah diidentifikasi di atas selanjutnya dilaksanakan diskusi antar tim pengusul bersama mitra (pelaku UMKM desa Gondangmanis) untuk menjustifikasi/menentukan persoalan yang disepakati agar diselesaikan selama pelaksanaan kegiatan ini. Berdasarkan hasil diskusi yang telah dilaksanakan, permasalahan yang disepakati untuk diselesaikan adalah mengatasi permasalahan pemasaran produk dengan cara online.

Berdasarkan penentuan permasalahan diatas, maka dapat dinyatakan bahwa: (1) permasalahan pokok yang pertama adalah permasalahan yang terkait dengan promosi atau pemasaran produk secara online, dan (2) permasalahan pokok yang kedua adalah permasalahan yang terkait dengan pengadaan media alternatif yaitu media promosi online seperti website dan media sosial.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh mitra, maka kegiatan pengabdian pada masyarakat melalui pelatihan marketing digital untuk pelaku UMKM desa gondangmanis memiliki tujuan sebagai berikut yaitu (1) upaya meningkatkan pemasaran bagi pelaku UMKM di Desa Gondang Manis; (2) untuk memberikan wadah media promosi Digital bagi pelaku UMKM di Desa Gondang Manis; dan (3) untuk meningkatkan pemasaran UMKM dengan menggunakan Digital Marketing.

METODE

Sasaran dalam program ini yakni para pelaku UMKM yang ada didesa gondangmanis karena sesuai dengan judul awal tadi yakni Marketing Digital Bagi Pelaku UMKM Desa Gondangmanis namun yang menjadi mitra kerjasama kami yakni ibu-ibu PKK karena dengan menggandeng mitra tersebut akan lebih memudahkan kami untuk mensosialisasikan program apa itu marketing digital dan alasan lainnya yakni mayoritas para pelaku UMKM didesa ini adalah ibu-ibu sehingga bekerjasama dengan ibu-ibu PKK sangat tepat sekali untuk menyukseskan program ini.

Pada program ini pendekatan metode yang tepat yakni yang pertama dengan menggunakan metode ceramah dan dilanjutkan dengan metode pelatihan alasan kami menggunakan metode tersebut karena program marketing digital didesa gondangmanis belum dikenal oleh semua pelaku UMKM dan Masyarakat desa gondangmanis jadi dengan metode cerama terlebih dahulu kami dapat menyampaikan dan mengenalkan apa itu marketing digital setelah masyarakat mengetahui dan mengenal nya maka langkah selanjutnya kami akan memberikan pelatihan kepada masyarakat untuk cara bagaimana mengoperasikan marketing digital dengan baik dan benar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini telah dilakukan pada bulan Oktober 2020. Kegiatan ini terdiri beberapa tahapan yang sudah dilakukan sebagai berikut yaitu pada awal program kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan dengan melakukan koordinasi awalmelalui ijin pelaksanaan kegiatan yang dilakukan dengan Ketua PKK desa Gondangmanis Ibu Whyta Eka Fitria beserta pelaku UMKM yang ada didesa gondangmanis. Hasil koordinasi dengan pihak mitra mengijinkan melakukan kegiatan sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan. Setelah perijinan selesai, selanjutnyadilakukan koordinasi

lanjutan dengan pelaku UMKM yang ada didesa gondangmanis terkait dengan menggunakan media promosi atau pemasaran online. Hal ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelaku UMKM yang ada didesa gondangmanis jombang.

Hasil dari kuesioner menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang ada didesa gondangmanis dalam menggunakan media promosi produk secara online meliputi website dan media sosial kurang mehami dan mengerti. Hal ini menjadi permasalahan bahwa keterampilan dan mengaplikasikan media online para pelaku UMKM masih kurang berkembang dan update dalam bermedia sosial. Selain itu, pelaku UMKM juga kurang dalam pengalaman menggunakan media daring/online karena hanya sebatas mengetahui tanpa mencoba atau menggunakan media tersebut. Berdasarkan hal tersebut, maka pelaksana berusaha membantu para pelaku UMKM dalam peningkatan keterampilan memasarkan barang atau produknya dan merencanakan media promosi yang baik dan modern untuk peningkatan kualitas pemasaran di era industri 4.0.



Gambar 1. Koordinasi awal Dan Survey Lokasi (A), Penyusunan Materi Workshop Marketing Digital (B)

Penyusunan materi pada kegiatan ini disusun oleh tim pelaksana kegiatan dengan melakukan kajian pustaka dari berbagai referensi terkait copywriter, digital marketing dan Media promosi online. Tahap penyusunan materi ini dimulai pada awal pelaksanaan dan digunakan untuk kegiatan sosialisasi pembelajaran cara memasarkan produk agar menarik pelanggan atau bisa disebut dengan copywriter. Selain itu, dilaksanakan perancangan media pemasaran online dengan membuat website khusus dan media sosial seperti IG dan FB berbasis teknologi industri 4.0 oleh tim pelaksana kegiatan.



Gambar 2. Perancangan Media Pemasaran Online (A), Sosialisasi Digital Marketing Untuk Mendukung Perancangan Media Pemasaran Online Melalui Kegiatan Seminar/Workshop (B)

Sosialisasi copywriter/cara menulis caption pemasaran produk di medsos yang baik agar menarik banyak konsumen sehingga banyak pembeli untuk membeli produk umkm desa setempat serta memberikan pelatihan bagaimana cara memasarkan produk yang baik dan benar di medsos dengan melalui kegiatan seminar/workshop. Sosialisasi ini dilaksanakan untuk memberikan wawasan/pengetahuan dan informasi tambahan kepada para pelaku UMKM setempat terkait cara memasarkan produk dan penggunaan media online dalam memasarkan suatu produk. Kegiatan ini diikuti sebanyak 54 peserta dari organisasi PKK Desa Gondangmanis dengan bertempat di Balai Desa Gondangmanis Kecamatan Bandarkedungmulyo Kabupaten Jombang pada tanggal 24 Oktober 2020. Narasumber dalam kegiatan ini adalah salah satu dosen di Fakultas Ekonomi Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.

Kegiatan selanjutnya adanya kegiatan diskusi dan Tanya jawab dengan peserta sosialisasi yang dikemas melalui *Focus Grup Discussion* (FGD). Hasil dari kegiatan tersebut menunjukkan bahwa beberapa peserta sosialisasi mengalami kebingungan ketika memasarkan produk di media sosial (online). Ada beberapa alasan. Salah satu contohnya yakni para pelaku umkm dalam penggunaan medsos belum begitu paham

terutama dalam hal bisnis online atau pemasaran online Selain itu, beberapa pelaku umkm mengalami kesulitan dalam memasarkan produknya dalam medsos dikarenakan produknya tidak bisa tahan lama. Setelah sesi tanya jawab selanjutnya sesi penyebaran angket buat tolak ukur kami dalam memahami dan mengerti seberapa kemampuan para pelaku umkm dalam hal marketing digital. Hasil pengisian angket tersebut bisa menunjukkan bahwa apakah peserta pelatihan dapat memahami materi yang sudah disampaikan oleh narasumber serta berapa lama para pelaku umkm menggunakan perangkat mediasosial dan apa saja produk yang sudah mereka jual atau beli dimediasosial .

Kegiatan pelatihan ini juga dilakukan penyebaran angket respon kepuasan peserta pelatihan dan melakukan penilaian terkait keterampilan marketing digital di website dan mediasosial. Hasil respon kepuasan kegiatan pelatihan menunjukkan bahwa peserta pelatihan menilai kegiatan pelatihan ini sangat bermanfaat dan menyenangkan. Selain itu, kegiatan pelatihan ini memberikan pengalaman langsung kepada para pelaku UMKM dalam memasarkan produknya di media social serta mengoperasikan media marketing digital. Hasil penilaian pelatihan digital marketing menunjukkan bahwa kemampuan peserta UMKM dalam memahami penyampaian informasi tentang Marketing Digital 100% paham, sedangkan kemampuan bermedia sosial 80% dan kemampuan memanfaatkan media sosial sebagai marketing digital hanya 40% dan dari kuisioner tersebut para pelaku UMKM memberikan jawaban mengenai barang atau produk yang cocok untuk dijual yaitu kuliner 60%, fashion 20%, kosmetik 12% dan pertanian 8%.

Tabel 1. Hasil Penilaian Keterampilan Pelaku UMKM Desa Gondangmanis

No	Uraian	Skor Rata-rata
1	Kemampuan memahami penyampaian informasi tentang Marketing Digital	10
2	Kemampuan ber media sosial	80
3	Kemampuan memanfaatkan media sosial sebagai marketing digital	40

Keterangan:
80% Peserta pelatihan memiliki keterampilan yang Baik
20% Peserta pelatihan memiliki keterampilan yang Cukup Baik

Pendampingan dan Pengaplikasian atas media Marketing Digital secara mandiri oleh pihak mitra adalah kegiatan terakhir dari pelaksanaan program ini pada tanggal 30 Oktober 2020. Kegiatan ini bertujuan untuk melihat keaktifan dan keterampilan para pelaku UMKM dalam menggunakan media marketing digital. Kegiatan ini dilakukan dengan membuat media digital marketing sebagai tempat memasarkan produk secara online.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian pada masyarakat dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut yaitu (1) memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan serta keterampilan para pelaku UMKM di desa Gondangmanis mengenai upaya peningkatan pemasaran produk dengan cara memberikan pengetahuan mengenai copywriter; (b) menumbuhkan gairah baru pelaku UMKM desa Gondangmanis dalam melaksanakan kegiatan pemasaran dimana ada peningkatan pemasaran dengan cara digital/online menggunakan media berbasis teknologi; (3) membantu para pelaku UMKM untuk mengembangkan pemasaran produknya secara meluas dan mudah serta dapat bersaing dengan produk-produk yang lain terutama produk lokal bahkan produk.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memang sudah dilaksanakan sampai dengan tahap penerapan media berbasis online dalam hal pemasaran online. Namun perlu diperhatikan bahwa kegiatan ini tidak berhenti hanya pada saat kegiatan dilaksanakan. Namun, kegiatan ini dapat diimplementasikan dan dilaksanakan dengan lembaga pendidikan yang lain dengan karakteristik dan keadaan yang berbeda pula. Hal yang perlu dilakukan adalah agar keterampilan pelaku umkm dalam memasarkan produknya melalui media sosial secara baik dan menarik dengan memberikan action yang menarik di setiap foto postingan produk yang akan dipasarkan serta memberikan caption yang bisa membuat para konsumen untuk membelinya.

DAFTAR RUJUKAN

LLPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah. (2019). Buku Panduan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (PPM). Jombang: LPPM UNWAHA