
Pelatihan Digital Marketing dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM Desa Ngogri Megaluh

Purbowo¹, Emi Lilawati^{2*}, Rika Annisa Febia³, Hairul Anwar⁴, Nurul Anam⁵

¹Agribisnis, Universitas KH.A.Wahab Hasbullah

²Pendidikan Agama Islam, Universitas KH.A.Wahab Hasbullah

³Ekonomi Syariah, Universitas KH.A.Wahab Hasbullah

⁴Manajemen, Universitas KH.A.Wahab Hasbullah

*Email: emi@unwaha.ac.id

ABSTRACT

This activity is a community service activity carried out in Ngogri Village, Megaluh District, Jombang Regency for Micro, Small and Medium Enterprises. The perpetrators of this business are knitting bag craftsmen, wood carving craftsmen and cracker manufacturers. The purpose of this activity is to expand information and capabilities in marketing products. The method in this activity uses PAR by coordinating, straightening and moving. This activity is realized through the use of social media to grow the market through digital marketing. The results of community service activities can help MSME actors to improve the quality of marketing through digital marketing so that they can increase sales and income.

Keywords: Digital Marketing, MSMEs, Marketing,

ABSTRAK

Kegiatan ini merupakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Ngogri Kecamatan Megaluh Kabupaten Jombang pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Para pelaku usaha ini adalah perajin tas rajut, perajin pehatan kayu dan pembuatan kerupuk. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memperluas informasi dan kemampuan dalam memasarkan produk. Metode yang dalam kegiatan ini menggunakan PAR dengan mengkoordinir, meluruskan dan bergerak. Kegiatan ini diwujudkan melalui pemanfaatan media sosial untuk menumbuhkan pasar melalui digital marketing. Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat membantu pelaku UMKM untuk meningkatkan kualitas pemasaran melalui digital marketing sehingga bisa menambah penjualan dan pendapatan.

Kata Kunci: Digital Marketing, UMKM, Pemasaran

PENDAHULUAN

Perkembangan UMKM di Indonesia terus meningkat dari segi kualitasnya, hal ini dikarenakan dukungan kuat dari pemerintah dalam pengembangan yang dilakukan kepada para pagiat usaha UMKM yang mana hal tersebut sangat penting dalam mengantisipasi kondisi perekonomian kedepan serta menjaga dan memperkuat struktur perekonomian nasional.

Dengan adanya revolusi digital 4.0 membuat banyak perubahan kepada UMKM dimana adanya pergeseran gaya belanja konsumen dari offline ke online. Oleh sebab itu, sangat penting bagi calon UMKM atau wirausaha skala UMKM memiliki wawasan yang cukup (Ashlihah *et al.*, 2021). Saat ini pelaku UMKM belum banyak menggunakan pemasaran digital sebagai media memasarkan produk mereka. Persoalan ini dapat diatasi dengan melakukan banyak kegiatan berupa pengetahuan untuk memperkenalkan mengenai pentingnya penguasaan digital marketing bagi pelaku usaha (Sa'adah *et al.*, 2021). Adanya inovasi dan transformasi korespondensi yang akan terus berubah setiap harinya, hal ini juga akan membuat perubahan pada strategi pemasaran saat ini (Yahya, 2021). Sehingga dengan terbukanya peluang ini UMKM dapat memanfaatkan untuk mencari konsumen baru dan jangkauan pemasaran yang lebih luas. Persoalan ini juga dimanfaatkan oleh berbagai pihak salah satunya yaitu para reseller yang menjual produk

yang lebih tinggi harganya. Hal tersebut tidak terjadi apabila pelaku usaha dapat memasarkan produknya sendiri dengan memanfaatkan teknologi (Prihatiningtyas *et al.*, 2021). Promosi menggunakan media digital merupakan cara efektif untuk pelaku UMKM mengembangkan usaha mereka dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas (Stiadi, 2021).

Desa Ngogri merupakan salah satu desa yang terletak di kecamatan Megaluh Kabupaten Jombang Jawa Timur. Sebagian besar Desa Ngogri terdiri dari lahan persawahan. Sebagian masyarakat desa tersebut adalah pengusaha UMKM, antara lainnya adalah pengusaha Tas Rajun, Pahatan Kayu, pembuatan kerupuk. Pelaku UMKM di Desa Ngogri tersebut masih sebagian yang menggunakan teknologi sehingga dibutuhkan waktu mengembangkannya. Para pelaku UMKM yang terkendala dengan minimnya pengetahuan akan digitalisasi marketing dan kurangnya pemahaman akan menciptakan postingan produk yang menarik dan *branding* mengharuskan masyarakat untuk meleak akan teknologi yang lagi marak saat ini sehingga menuntut para pelaku UMKM untuk mengikuti sosialisasi dan pelatihan dalam memanfaatkan teknologi internet dan jejaring sosial sebagai media untuk menjalankan bisnisnya (Istianatul, 2022).

Pelatihan digital marketing dibutuhkan oleh setiap UMKM dalam memperluas pemasaran. Digital marketing merupakan upaya untuk mempromosikan merek yang dapat menjangkau konsumen secara luas dan tepat waktu. (Didin, 2021). Penggunaan digital marketing memiliki potensi yang menjanjikan di tengah keterbatasan akses pada UMKM Desa Ngogri.

METODE

Metode pendekatan untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat dalam program ini menggunakan metode PAR (*Participatori Action Research*) dengan mengkoordinir, meluruskan dan bergerak. Metode yang dalam kegiatan ini adalah pertemuan atau tatap muka antara narasumber dengan mitra yang bertempat di balai desa Ngogri, dimana narasumber berperan penting dalam menjelaskan materi-materi mengenai pemasaran melalui digital marketing tersebut untuk pemasaran para UMKM.

Penerapan kegiatan pengabdian pada masyarakat dilaksanakan pada hari Selasa tanggal 12 Oktober 2022. Rangkaian aktivitas dilakukan dalam bentuk penjelasan dari Narasumber. Adapun pelaksanaan kegiatan ini bertempat di Balai Desa Ngogri Kecamatan Megaluh. Kegiatan ini bersifat partisipatori, dimana selaku kelompok pengusul dan mitra bersama-sama aktif dalam setiap kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat telah dilakukan pada bulan 26 September 2022 - 17 Oktober 2022. Kegiatan ini terdiri dari beberapa tahapan sebagai berikut:

Pertama, Koordinasi dengan mitra. Awal program kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan melakukan koordinasi awal melalui izin serta mengobservasi kondisi dan situasi setempat. Dari hasil observasi yang didapatkan, minimnya pengetahuan pelaku UMKM cara memasarkan online atau yang biasa disebut digital marketing. Selanjutnya, tim pelaksana melakukan koordinasi dengan kepala desa, kepala dusun dan perangkat Desa Ngogri lainnya. Hasil koordinasi dengan pihak mitra mengizinkan melakukan kegiatan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.



Gambar 1. Koordinasi awal dengan mitra

Kedua, Pelaksanaan Program. Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada hari Selasa, 11 Oktober 2022 di Balai Desa Ngogri dan peserta KKN kelompok 16. Pelatihan ini dilaksanakan untuk memberikan pengetahuan tambahan kepada para pelaku UMKM di Desa Ngogri tentang pemasaran melalui digital marketing. Kegiatan ini diikuti sekitar 20 orang khususnya para pelaku UMKM Desa Ngogri. Pemateri dalam kegiatan ini adalah Bapak Purbowo S. Agr.M.P salah satu dosen Fakultas Pertanian Universitas KH.

A. Wahab Hasbullah Jombang. Penyampaian materi diawali dengan menjelaskan pengertian UMKM dan pemasarannya lalu pemanfaatan teknologi dimana pemasaran produk melalui digital marketing



Gambar 2. Pelatihan digital marketing

Digital marketing merupakan suatu teknologi untuk membantu aktivitas pemasaran yang bertujuan meningkatkan penjualan pelaku UMKM. (Dedi, 2017). Pelatihan digital marketing dengan memanfaatkan media sosial whatsapp, facebook, dan Instagram serta tik tok sebagai media pemasaran online dan dapat menjangkau calon konsumen yang lebih luas.

Pelaku UMKM memanfaatkan media sosial ini dapat menjangkau konsumen lebih luas. Pemanfaatan media sosial pelaku UMKM harus cerdas dalam memposting produknya terkait foto produk, *caption* (keterangan) dan *hashtag* untuk memudahkan calon konsumen melihat produk yang diperjual belikan. Kepuasan ini dapat dirasakan oleh tim Kuliah Kerja Nyata dan pelaku UMKM dalam pemberian pelatihan dan arahan yang berupa edukasi dan praktik secara langsung dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran digital (Joni, 2010);(Istianatul *et.al.*,2022).

SIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian ini, maka diperoleh beberapa kesimpulan antara lain: (1) kegiatan pelaksanaan pengabdian berjudul Pelatihan digital marketing untuk meningkatkan pemasaran UMKM Desa Ngogri Kecamatan Megaluh Jombang berjalan dengan lancar dan sesuai dengan rencana (2) respon positif para peserta yang tampak antusias mengikuti setiap sesi selama kegiatan pengabdian ini berlangsung (3) meningkatnya pengetahuan para pelaku UMKM dalam hal pemanfaatan media sosial sebagai digital marketing. Saran pada kegiatan pengabdian ini adanya kegiatan berkelanjutan dan dikembangkan dengan pembuatan aplikasi yang dapat membantu para pelaku UMKM dalam mencatat transaksi jual beli.

DAFTAR RUJUKAN

- Ashlihah, A., Wulandari, N. T., & Asaroh, S. I. (2021). Membentuk Jiwa Entrepreneur di Masa Pandemi untuk Meningkatkan Perekonomian Desa Tinggar. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 16-20.
- 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), 1-12
- Prihatiningtyas, S., Pertiwi, N. A. S., Umardiyah, F., & Fitri, N. N. V. (2021). Rebranding Produk Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Produksi Jamu Di Desa Mojokambang Jombang. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 487-493.
- Sa'adah, L., Taqiyuddin, A. T., Hasanah, U., & Fanani, M. (2021). Standarisasi Dan Strategi Membangun Usaha Olahan Kemasan Berkualitas Di Desa Mundusewu Kecamatan Bareng. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 219-225.
- Saputra, H. D. (2020). *Digital marketing komunikasi bisnis menjadi lebih mudah*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Stiadi, M., Herlinukhaji, D., Ariyanti, Y.D.P., & Erwanti, N.(2021). *Pemanfaatan digital marketing dalam pengembangan pemasaran bagi pelaku UMKM*. *BAKTI BANUA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*,2(1), 1-4
- Syifa, I.Y., Wardani. K. M., Rakhmawati, D. S., & Dianastiti, E.F. (2021). *Pelatihan UMKM melalui digital marketing untuk membantu pemasaran produk pada masa covid-19*. *ABDIPRAJA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2(1), 1-8. DOI: <http://dx.doi.org/10.31002/abdipraja.v2i1.3602>