

Upaya Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan Digital Marketing Di Desa Warureja

Wahid Wachyu Adi Winarto

Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan

*Email: wahidwachyuadi@uingusdur.ac.id

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises have an important role in Indonesia's economic growth, especially in Warureja Village. The purpose of the MSME empowerment activity through digital marketing training is to increase the knowledge of MSME actors in Warureja Village and to be able to market their products through digital platforms. The method used in this activity is to conduct a location survey and data collection of MSME actors in Warureja Village, then select activity ideas and implementation. In its implementation, the activity was attended by 54 participants. The factor that supports this activity is the increase in the knowledge of MSME actors regarding digital marketing. Then some factors that hinder this activity are coordination that has not been maximized and preparation that is so short that the data collection process has not been maximized. The benefits of this activity are increasing the knowledge of MSME actors in Warureja Village regarding digital marketing, thereby increasing the number of sales.

Keywords: Digital Marketing, Empowerment, SMEs.

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah memiliki peran yang penting guna pertumbuhan ekonomi di Indonesia khususnya di desa Warureja. Tujuan dari kegiatan pemberdayaan UMKM melalui pelatihan digital marketing adalah untuk menambah pengetahuan pelaku UMKM di Desa Warureja dan bisa memasarkan produknya melalui platform digital. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah dengan melakukan survey lokasi dan pendataan pelaku UMKM di Desa Warureja kemudian dilakukan pemilihan ide kegiatan dan pelaksanaan. Pada pelaksanaannya kegiatan tersebut dihadiri oleh 54 peserta. Adapun faktor yang mendukung kegiatan ini adalah menambah pengetahuan pelaku UMKM terkait digital marketing. Kemudian beberapa faktor yang menghambat kegiatan ini adalah koordinasi yang belum maksimal dan persiapan yang begitu singkat sehingga proses pendataan belum maksimal. Manfaat dari kegiatan ini adalah meningkatnya pengetahuan pelaku UMKM di Desa Warureja terkait digital marketing sehingga meningkatkan jumlah penjualan.

Kata Kunci: Digital Marketing, Pemberdayaan, UMKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang sangat besar bagi pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Jumlah UMKM sendiri sangat besar, yaitu 99% dari jumlah total unit usaha menjadikan kontribusi UMKM sebesar 60,5% pada PDB dengan penyerapan tenaga kerja sebesar 96,9% penyerapan tenaga kerja nasional (Anon t.t.).

Pengaruh UMKM yang begitu tinggi meningkatkan perekonomian rakyat (Melati dkk. 2022:61). Maka dari itu peningkatan UMKM menjadi sebuah kebutuhan. Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan UMKM adalah melalui pemasaran digital. Pemasaran digital adalah upaya pemasaran produk dengan memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan penjualan (Maria, Suharyadi, dan Hudiono 2021:5). Dengan memanfaatkan konektivitas maka pelanggan dengan pembeli bisa saling berinteraksi dan berbagi pendapat terkait produk yang ditawarkan tanpa melihat batasan waktu dan tempat

(Effendi dkk. 2022:9).

Usaha Kecil Menengah Mikro dapat memanfaatkan kemudahan teknologi melalui digital marketing. Berbagai manfaat digital marketing diantaranya adalah untuk membentuk market place dengan lebih sederhana melalui berbagai platform seperti media sosial, e-commerce, website dan lainnya (Istifadhoh, Wardah, dan Stikoma 2022:148). Definsi media sosial sendiri adalah suatu media yang digunakan untuk menyebarluaskan suatu informasi (Cahyadi 2022:22).

Penelitian terdahulu terkait pelaksanaan kegiatan pemberdayaan UMKM sudah pernah dilakukan. Namun, kegiatan pemberdayaan UMKM melalui pelatihan digital marketing yang dilakukan oleh KKN UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan merupakan kegiatan pengabdian yang pertama dan orisinal. Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh (Manongga dkk. 2022:44) dalam pengabdianya melaksanakan pengabdian masyarakat melalui pemberdayaan UMKM dengan melakukan implementasi website menggunakan plugin elementor sebagai media promosi. Hasilnya berkaitan dengan terbentuknya sarana promosi berupa website yang digunakan UMKM guna meningkatkan penjualan. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Kalsum dkk. 2022:113) dalam pengabdianya melaksanakan pengabdian berupa peningkatan penjualan UMKM ceplis dan dapros melalui aplikasi berbasis android. Hasilnya berkaitan dengan meningkatnya nilai jual produk dengan penjualan melalui aplikasi berbasis android. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Bella, Wardani, dan Putri 2022:365) dalam pengabdianya yaitu peningkatan penjualan UMKM pisau tradisional di Desa Tonja melalui pendampingan pemasaran online. Hasilnya berkaitan dengan meningkatnya penjualan pisau dan pengetahuan penjualan online semakin meningkat.

Tujuan dari pelaksanaan kegiatan pelatihan digital marketing untuk pelaku UMKM adalah untuk mengenalkan dan meningkatkan pengetahuan terkait pemasaran menggunakan media digital. Dengan begitu harapannya para pelaku usaha bisa memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran produknya. Sehingga penjualan produk UMKM di Desa Warureja bisa meningkat.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa pemberdayaan UMKM melalui pelatihan digital marketing dilaksanakan oleh 11 mahasiswa KKN UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan angkatan 54 kelompok 76 dengan bimbingan Dosen Pembimbing Lapangan (DPL). Metode yang digunakan pada kegiatan ini adalah dengan melakukan survey lokasi dan pendataan terlebih dahulu pelaku UMKM di Desa Warureja. Kemudian setelah didata maka dilakukan pemilihan ide kegiatan pelatihan dan pelaksanaan. Selanjutnya dengan melibatkan Dinas Koperasi Usaha Kecil Mikro dan Perdagangan Kabupaten Tegal selaku pemateri pada pelatihan digital marketing dan pemerintah Desa Warureja serta pelaku UMKM di Desa Warureja yang diundang melalui undangan. Dari undangan tersebut sebanyak 54 pelaku UMKM menghadiri kegiatan. Selain pelatihan, kegiatan ini juga mensosialisasikan berbagai fasilitas yang disediakan oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil Mikro dan Perdagangan Kabupaten Tegal selaku pemateri pada pelatihan digital marketing dan pemerintah Desa Warureja untuk peningkatan usaha UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Digital Marketing UMKM

Digital marketing merupakan suatu media yang digunakan untuk memasarkan suatu produk melalui platform berbasis digital sehingga mampu menarik konsumen secara cepat dan tepat. Pelaksanaan kegiatan pelatihan digital marketing untuk pelaku UMKM di Balai Desa Warureja berjalan dengan lancar dan sesuai rencana. Tamu undangan yang hadir diantaranya adalah bapak Warikhin selaku perangkat desa Warureja mewakili Kepala Desa Warureja dan bapak Revinero selaku pemateri dari Dinas Koperasi Usaha Kecil Mikro dan Perdagangan Kabupaten Tegal.



Gambar 1. Panitia dan Pemateri pelatihan digital marketing untuk UMKM

Dilaksanakannya kegiatan pelatihan digital marketing merupakan pemberdayaan UMKM sebagai sarana pengabdian masyarakat di Baladesa Warureja. Kegiatan tersebut dapat terlaksana dengan lancar karena berkoordinasi dengan Pemerintah Desa Warureja, Dinas Koperasi Usaha Kecil Mikro dan Perdagangan Kabupaten Tegal serta dukungan dari para pelaku UMKM di Desa Warureja. Kegiatan pelatihan digital marketing sendiri dilaksanakan pada tanggal 6 November 2022 pukul 09:00 WIB hingga pukul 12:00 WIB. Saat pelaksanaan kegiatan dihadiri oleh 54 pelaku UMKM di Desa Warureja.



Gambar 2. Registrasi tamu undangan

Kegiatan berikutnya adalah sambutan sambutan yang disampaikan oleh ketua panitia dan koordinator desa. Sambutan berikutnya oleh bapak Warikhin mewakili Kepala Desa Warureja mengapresiasi kegiatan pelatihan tersebut. Beliau menambahkan bahwa pelatihan digital marketing bisa memanfaatkan media digital seperti media sosial maupun ponsel pintar sehingga jual beli lebih efisien. Dengan begitu maka penjualan semakin meningkat karena pemasaran yang semakin meluas.



Gambar 3. Sambutan dari perwakilan Kepala Desa Warureja

Kegiatan dilanjutkan dengan materi digital marketing yang disampaikan oleh bapak Revinero selaku pemateri dari Dinas Koperasi Usaha Kecil Mikro dan Perdagangan Kabupaten Tegal. Melalui

pelatihannya beliau mengajak pelaku UMKM di Desa Warureja untuk lebih mengenal digital marketing. Diawal pertemuan, beliau menyampaikan tentang berbagai kemudahan penjualan melalui media digital. Namun , sebelumnya beliau menanyakan pada pelaku UMKM apakah sudah mengenal media digital marketing dan menggunakannya. Banyak pelaku UMKM di desa Warureja sudah mengenal media sosial dan platfrom e-commerce akan tetapi belum bisa memanfaatkannya dengan maksimal.



Gambar 4. Penyampaian materi oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil Mikro dan Perdagangan Kabupaten Tegal

Dinas Koperasi Usaha Kecil Mikro dan Perdagangan Kabupaten Tegal sendiri mengenalkan situs website “Dolan” sebagai sarana pemasaran online bagi UMKM di Kabupaten Tegal. Lebih lanjut bapak revinero juga memberikan pengarahannya apabila hendak menjual produk UMKM melalui Indomaret bisa langsung berkonsultasi dengan Dinas Koperasi Usaha Kecil Mikro dan Perdagangan Kabupaten Tegal. Beberapa syarat yang dibutuhkan untuk pemasaran saat ini agar lebih mudah yaitu memiliki sertifikat halal yang mana juga difasilitasi oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil Mikro dan Perdagangan Kabupaten Tegal.



Gambar 5. Proses penyerahan sertifikat

Setelah penyampaian materi dari Dinas Koperasi Usaha Kecil Mikro dan Perdagangan Kabupaten Tegal, dilanjutkan doa penutup dan penyerahan sertifikat. Penyerahan sertifikat merupakan bentuk simbolis yang diberikan kepada pemateri atas materi yang telah disampaikan. Penyerahan sertifikat diberikan oleh bapak Warikhin mewakili Pemerintah Desa Warureja kepada bapak Revinero selaku pemateri dari Dinas Koperasi Usaha Kecil Mikro dan Perdagangan Kabupaten Tegal.

Faktor pendukung dan penghambat

Faktor pendukung dari kegiatan pemberdayaan UMKM melalui pelatihan digital marketing di Desa Warureja dapat diketahui dengan melihat manfaatnya. Manfaat dari kegiatan pemberdayaan UMKM melalui pelatihan digital marketing yaitu menambah pengetahuan pelaku UMKM di Desa Warureja terkait pemasaran digital. Dengan begitu diharapkan para pelaku UMKM dapat memasarkan produknya

melalui pemasaran digital seperti media sosial dan e-commerce sehingga penjualan semakin meningkat. Sementara itu yang menjadi penghambat dari kegiatan tersebut adalah koordinasi yang kurang maksimal dan persiapan yang terlalu singkat sehingga proses pendataan UMKM belum maksimal. Kemudian masyarakat tidak bisa secara maksimal memahami pelatihan yang disampaikan oleh pemateri.

SIMPULAN

Kegiatan pemberdayaan UMKM melalui pelatihan digital marketing yang dilaksanakan oleh KKN UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan angkatan ke 54 kelompok 76 yang bekerjasama dengan Pemerintah Desa Warureja dan Dinas Koperasi Usaha Kecil Mikro dan Perdagangan Kabupaten Tegal telah terlaksana dengan lancar. Kegiatan tersebut dihadiri oleh 54 pelaku UMKM di Desa Warureja. Adapun faktor yang mendukung kegiatan tersebut adalah menambah pengetahuan pelaku UMKM terkait media pemasaran melalui media digital. Kemudian yang menjadi faktor penghambat adalah koordinasi yang belum maksimal dan waktu yang singkat sehingga proses pendataan belum maksimal.

Tujuan dari kegiatan pemberdayaan UMKM melalui pelatihan digital marketing adalah untuk memudahkan pelaku UMKM, panitia dan pemateri dari Dinas Dinas Koperasi Usaha Kecil Mikro dan Perdagangan Kabupaten Tegal. Dengan terselenggaranya pelatihan tersebut diharapkan menambah pengetahuan pelaku UMKM di Desa Warureja. Dengan begitu maka penjualan pelaku UMKM di Desa Warureja bisa meningkat.

DAFTAR RUJUKAN

- Anon. t.t. "Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia." Diambil 6 November 2022 (<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>).
- Bella, Diah Yonita, Kadek Devi Kalfika Anggria Wardani, dan Dewa Ayu Putu Adhiya Garini Putri. 2022. "Usaha Peningkatan Penjualan UMKM Pisau Tradisional Di Desa Tonja Melalui Pendampingan Pemasaran Online." *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5(3):365–73.
- Cahyadi, Willy. 2022. Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Keberhasilan. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Effendi, Nur Ika, Mumuh Mulyana, Ari Apriani, Andry Stepahnie Titing, Hari Nugroho, Denta Purnama, Sri Ernawati, Muhammad Umar A, Ismunandar, Ash Shadiq Egim, Yulia Nurendah, Mariyah, Titik Purwanti, dan Desyra Sukma Dewanthi. 2022. Strategi Pemasaran. Global Eksekutif Teknologi.
- Istifadhoh, Nurul, Irdatul Wardah, dan Triyas Stikoma. 2022. "Pemanfaatan Digital Marketing Pada Pelaku Usaha Batik Ecoprint." *Aptekmas Jurnal Pengabdian pada Masyarakat* 5(1):147–52. doi: 10.36257/apts.v5i1.3480.
- Kalsum, Ummy, Rizal Fadliansyah, Mochammad Fahmi Amirudin, dan Dina Satya Rahma. 2022. "Peningkatan Penjualan UMKM Cepelis Dan Dapros Melalui Aplikasi Berbasis Android." *Jurnal Pengabdian Meambo* 1(2):113–21.
- Manongga, Danny, Untung Rahardja, Irwan Sembiring, Ninda Lutfiani, dan Ahmad Bayu Yadila. 2022. "Pengabdian Masyarakat dalam Pemberdayaan UMKM dengan Melakukan Implementasi Website Menggunakan Plugin Elementor Sebagai Media Promosi." *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat* 3(1):44–53. doi: 10.34306/adimas.v3i1.810.
- Maria, Evi, Suharyadi Suharyadi, dan Rini Kartika Hudiono. 2021. "Implementasi pemasaran digital berbasis website sebagai strategi kenormalan baru Dusun Srumbung Gunung pasca Covid-19." *Riau Journal of Empowerment* 4(1):1–10. doi: 10.31258/raje.4.1.1-10.
- Melati, Inaya Sari, Menik Kurnia Siwi, Ramadhan Prasetya Wibawa, Novela Juliana, Meyta Pritandhari, Ita Nuryana, Durinta Puspasari, Feibry Feronika Wiwenly Senduk, Durinda Puspasari, Andika Putranta Utama, dan Ida Mawaddah. 2022. Eksistensi Ekonomi Kerakyatan di Indonesia. Academia Publication.