

PENDAMPINGAN KONTEN DIGITAL PEMASARAN KERAJINAN PRODUK KREATIF MELALUI WEBSITE UNTUK MENINGKATKAN TRAFFIC PENGUNJUNG

Widodo Widodo^{1*}, Dina Yulina Heriyani², Rochmad Novian Inderanata³, Nurcholish Arifin Handoyono⁴

^{1,3,4}Pendidikan Vokasional Teknik Mesin Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta, Indonesia

²Teknik Informatika Fakultas Teknik Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta, Indonesia

*e-mail korespondensi: widodo@ustjogja.ac.id

Abstract

The Fourth Industrial Revolution opens up new opportunities and challenges for all industries. The development of digitalization and industry will create collaborations that will become an attraction in building and embracing sustainability. The application of digitalization through websites can use user-friendly features and content which can make users choose the website as a medium for promotion. Digitalization training is an effort to prepare human resources who are able to manage digital website promotions well. The method used for participatory outreach is outreach that encourages partners to contribute to training activities so that they can analyze for themselves the need to develop digital skills through the process of identifying, selecting platforms and implementing content creation. This training is also carried out by providing education about the importance of promotion and sales in the current digital era to reach the wider community with easy, fast and efficient access. Digital training to help develop individual abilities in operating digital marketing via websites is a step in building sustainable MSMEs in facing the digital era.

Keywords: Digital; Training; Website

Abstrak

Revolusi Industri Keempat membuka peluang dan tantangan baru bagi semua industry. Perkembangan digitalisasi dan industri akan membuat membuat kolaborasi yang akan menjadi daya tarik dalam membangun dan merangkul keberlanjutan. Penerapan digitalisasi melalui website dapat menggunakan fitur dan isi content yang *userfriendly* dapat menjadikan pengguna memilih website tersebut sebagai media dalam mempromosikan. Pelatihan digitalisasi sebagai upaya untuk mempersiapkan SDM yang mampu mengelola promosi digital website dengan baik. Metode dilakukan penyuluhan secara partisipatif yaitu penyuluhan yang mendorong mitra untuk berkontribusi mengikuti kegiatan pelatihan agar dapat menganalisa sendiri tentang kebutuhan yang dilakukan untuk mengembangkan kemampuan digital dengan proses identifikasi, memilih platform dan menerapkan pembuatan konten. Pelaksanaan pelatihan ini juga dilakukan dengan memberikan edukasi tentang pentingnya promosi dan penjualan di era digital saat ini untuk menjangkau masyarakat yang luas dengan akses yang mudah, cepat dan efisien. Pelatihan digital dalam membantu mengembangkan kemampuan individu dalam mengoperasikan pemasaran digital melalui website merupakan langkah dalam membangun UMKM yang berkelanjutan dalam menghadapi era digital.

Kata Kunci: Digital; Pelatihan; Website

Accepted: 2024-07-25

Published: 2024-11-27

PENDAHULUAN

Revolusi Industri Keempat membuka peluang dan tantangan baru bagi semua industri, profesi, dan bidang, yang bertujuan untuk menghadirkan lebih banyak alat dan layanan yang optimal bagi umat manusia (Quy et al., 2023). Melalui perkembangan teknologi digital dan meningkatnya penerapannya di pemerintahan, transformasi digital adalah gelombang yang menggulung dunia (Zhang et al., 2023). Perkembangan digitalisasi di berbagai negara menjadi topik utama dalam pengembangan ekonomi di masa depan, seperti pengembangan industri kreatif berkelanjutan berbasis transformasi digital di Iran sangat penting di dunia saat ini (Hosseini & Rajabipoor Meybodi, 2023). Perkembangan digitalisasi dan industri akan membuat membuat kolaborasi yang akan menjadi daya tarik dalam membangun dan merangkul keberlanjutan, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat memperoleh keunggulan kompetitif, menarik pelanggan dan investor yang memiliki nilai-nilai yang sama (Martínez-Peláez et al., 2023). Penerapan dan penggunaan teknologi digital dianggap sebagai salah satu transformasi yang paling menjanjikan untuk keberlanjutan, dan kewirausahaan berkelanjutan dianggap sebagai kunci untuk menyediakan solusi bagi tantangan sosial dan lingkungan yang besar (Fuerst et al., 2023).

Aktivitas perekonomian yang dilakukan oleh masyarakat lokal berdampak terhadap pertumbuhan keuangan suatu negara (Maulia et al., 2024). Pengelolaan digital marketing merupakan salah satu cara kegiatan promosi menggunakan platform media digital secara online dalam upaya untuk menarik konsumen yang efisien (Wibawa et al., 2024). UMKM yang ingin bersaing di era digital saat ini perlu didukung dalam pemasaran digital agar meningkatkan daya saing (Wulandari et al., 2023). Melalui Pelatihan digitalisasi sangat dibutuhkan di lingkungan masyarakat desa seperti perempuan atau generasi muda pada khususnya sebagai upaya membentuk SDM yang siap mengelola industri ekonomi berbasis digital (Werthi et al., 2024). Peningkatan skill pada masyarakat pedesaan memberikan dalam membranding produk, meningkatkan kualitas produk, serta pengetahuan dan keterampilan dalam mempromosikan produk lewat media digital (Nugraha et al., 2024). Aktualisasi digitalisasi seperti website dengan fitur dan isi content yang *userfriendly* bisa menjadi pilihan pengguna website tersebut sebagai media promosi produk kreatifnya (Arifin, 2016). melalui banyaknya pilihan wisata maupun produk-produk terkait melalui website dapat menjadi saluran informasi efisien bagi konsumen (Rumondang Malau et al., 2024).

Berdasarkan berbagai latarbelakang tersebut Maeswara Basket dalam pengelolaan website untuk media promosi dan penjualannya memerlukan sumber daya manusia yang mampu mengoperasikan dengan baik. Pelatihan digital ini diharapkan dapat membatu mitra maeswara basket dalam mengelola website dengan baik, pengelolaan website yang maksimal tentunya akan mengemas berbagai konten – konten penjualan atau promosi yang lebih menarik. Pemasaran digital yang menarik akan membua konsumen tertarik untuk mngunjungi dan membeli produk – produk yang ditawarkan

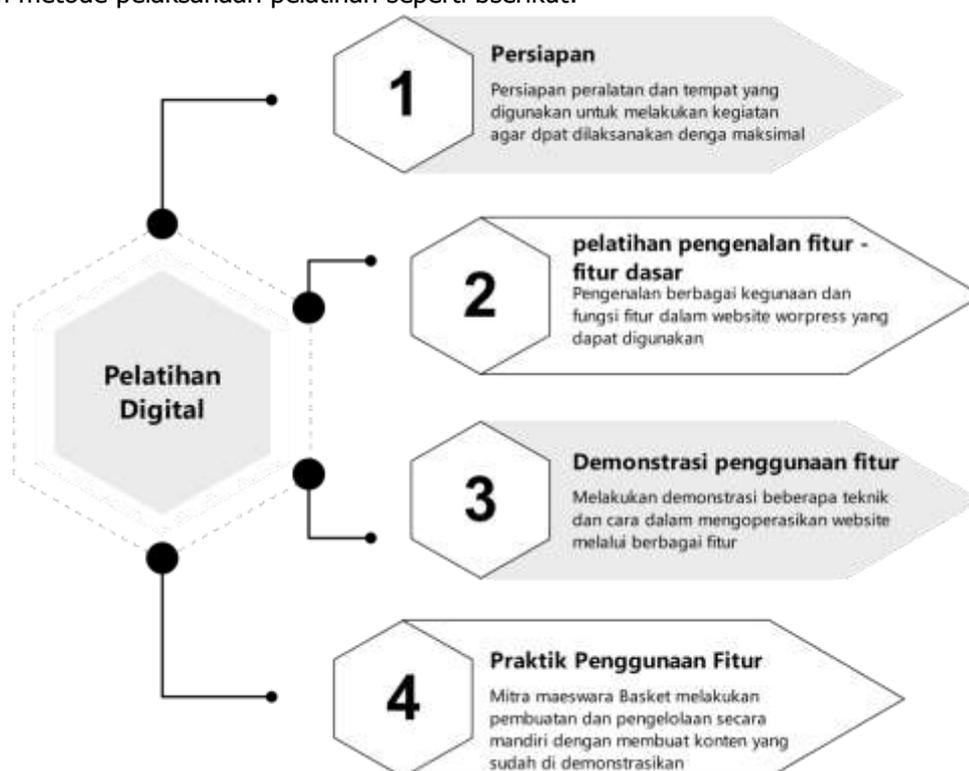
METODE

Metode dilakukan penyuluhan secara partisipatif yaitu penyuluhan yang mendorong mitra untuk berkontribusi mengikuti kegiatan pelatihan agar dapat menganalisa sendiri tentang kebutuhan yang dilakukan untuk mengembangkan kemampuan digital. Pelaksanaan pengabdian ini meliputi beberapa tahap yaitu:

1. Melakukan persiapan dengan berbagai alat dan media yang digunakan serta tempat yang nyaman untuk pelaksanaan pelatihan agar dapat berjalan dengan lancar dan semaksimal mungkin.
2. Penyampain dasar fitur dasar yang berada di platform website sebagai pengenalan awal dengan diikuti melalui demonstrasi penggunaan fitur.

3. Mendemonstrasikan sebagai admin website dalam mengelola, membuat konten, dan mengatur serta melayani penjualan
4. Membuat konten secara praktik mandiri terbimbing. Pelaksanaan ini merupakan kegiatan inti dengan peserta mencoba membuat konten promosi maupun penjualan produk secara kreatif dengan menggunakan ide sendiri.

Kegiatan pelatihan dilaksanakan di Maeswara Basket secara tatap muka langsung. Adapun diagram metode pelaksanaan pelatihan seperti berikut:



Gambar 1. Diagram Alur Pelatihan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pelatihan digital dilakukan di Maeswara Basket dengan menggunakan platform *website* sebagai upaya promosi untuk produk. Maeswara basket sebelumnya sudah menggunakan platform media social meliputi instagram, facebook, tik tok dan marketplace. Namun belum menggunakan *website* sebagai promosi dan penjualan. Maka dalam pelatihan penggunaan *website* ini sebagai pengembangan kemampuan dalam pengoperasian *website*, seperti dalam penelitian (Septarina et al., 2023) pelatihan website UMKM mempunyai tujuan meningkatkan kemampuan SDM dalam menghadapi digitalisasi melalui penjualan dan promosi website agar UMKM dapat berkelanjutan dan berdaya saing. Alur kegiatan pelatihan digital mencakup beberapa tahapan meliputi:

1. Identifikasi Peserta Pelatihan

Peserta pelatihan digital ini meliputi mitra Maeswara yang mengoperasikan website nantinya. Peserta pelatihan merupakan mitra Maeswara Basket yang nantinya akan bertugas sebagai admin penjualan yang mengoperasikan website dalam mengoperasikan, mengupdate dan membuat berbagai konten di website. Peserta pelatihan ini sebagai wujud peningkatan kemampuan individu untuk memberikan kemajuan UMKM dalam upaya mempersiapkan digitalisasi di masa depan

2. Memilih Platform dan Pengenalan

Dalam pelaksanaan pelatihan sebelum melakukan praktik terlebih dahulu memberikan gambaran awal tentang dasar dala website. Website maeswara menggunakan wordpres. Penggunaan wordpress merupakan website yang familiar digunakan. Kemudian wordpres dirasa sebagai platform yang mudah di terapkan di UMKM sebagai pengembangan awal digitalisasi.



Gambar 2. Pengenalan Website

Setelah menggunakan platform wordpres kemudian melakukan pengenalan Tools sebagai tahapan awal untuk pemahaman dasar. Pemahaman dasar ini sebagai pengetahuan awal berbagai fitur yang dapat diakses dan digunakan untuk digunakan membuat promosi dan penjualan. Pengenalan dasar ini merupakan tahapan penting untuk peserta untuk dapat mengoptimalkan fitur yang ada di wordpress dalam membuat konten digital nantinya

3. Membuat Konten Website

Pemahaman dasar sudah dilakukan kemudian dilakukan proses pembuatan konten website. Peserta di demonstrasikan dalam pembuatan konten digital seperti promosi harian, mengupdate, aktivitas penjualan yang berkaitan dengan pemasaran website. Peserta juga melakukan pembuatan konten sebagai praktik untuk mencoba membuat konten website sebagai latihan dan pendalaman fitur yang ada pada wordpress.



Gambar 3. Penerapan pembuatan Konten Website

Pelaksanaan pelatihan ini juga dilakukan dengan memberikan edukasi tentang pentingnya promosi dan penjualan di era digital saat ini untuk menjangkau masyarakat yang luas dengan akses yang mudah, cepat dan efisien. Produk – Produk Maeswara Basket dapat dilihat spesifikasi, detail dan berbagai promo dapat diberikan untuk mengemas pejualan yang lebih menarik. Pemasaran digital memiliki peluang yang sangat besar dalam perkembangan dunia bisnis dari sekarang hingga di masa depan dimana target pasar telah bertransformasi menjadi platform

digital. (Hendarsyah, 2020) memberikan gambaran pemasaran secara digital akan berpengaruh terhadap perkembangan bisnis dimasa depan dalam era transformasi digital yang semakin cepat.

Sedangkan tantangan pada era digital saat ini adalah terkait sumber daya manusia yang mampu mengoperasikan platform digital, selaras dengan (Hendarsyah, 2020) tantangan dalam menerapkan digitalisasi pemasaran saat ini adalah terkait dengan kesiapan SDM dan finansial UMKM. Namun disisi lain platform website yang sudah tersedia harapannya ada individu yang mengelola dengan baik dan berkompeten. membangun ekonomi kreatif memerlukan dukungan perilaku baru yang dibangun melalui penguasaan teknologi yang sedang berkembang, perilaku berkelanjutan (hijau), dan kondisi psikologis yang seimbang yang sejahtera (Widodo et al., 2023). perkembangan teknologi semakin pesat menuntut sumber daya manusia untuk dapat menyesuaikan kompetensi di masa depan (Widodo et al., 2024). Pelatihan ini mempunyai tujuan setidaknya dapat memberikan manfaat meningkatkan kemampuan mengelola website dengan baik. Pengelolaan website yang baik tentunya akan membuat platform yang tersedia dapat dioptimalkan dengan maksimal dalam mendukung promosi dan penjualan UMKM yaitu Maeswa Basket.

KESIMPULAN

Pelatihan digital dalam membantu mengembangkan kemampuan individu dalam mengoperasikan pemasaran digital melalui website merupakan langkah dalam membangun UMKM yang berkelanjutan dalam menghadapi era digital. Menggunakan digitalisasi dalam UMKM akan membuat pemasaran dan promosi dapat dilakukan dengan efektif hingga mencakup pemasaran yang luas, selain itu konsep promosi dapat dikemas dengan berbagai konten menarik untuk mendapatkan atensi dari konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, R. W. (2016). Website Sebagai Media Promosi Untuk Memasarkan Produk Industri Kreatif. *Information Management for Educators and Professionals*, 1(1), 77–85. <http://silontong.com/2014/06/16/pengertian-dan-15-jenis-ekonomi-kreatif-di-indonesia/>
- Fuerst, S., Sanchez-Dominguez, O., & Rodriguez-Montes, M. A. (2023). The Role of Digital Technology within the Business Model of Sustainable Entrepreneurship. *Sustainability (Switzerland)*, 15(14). <https://doi.org/10.3390/su151410923>
- Hendarsyah, D. (2020). Pemasaran Digital Dalam Kewirausahaan. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1). <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.209>
- Hosseini, E., & Rajabipoor Meybodi, A. (2023). Proposing a Model for Sustainable Development of Creative Industries Based on Digital Transformation. *Sustainability (Switzerland)*, 15(14). <https://doi.org/10.3390/su151411451>
- Martínez-Peláez, R., Ochoa-Brust, A., Rivera, S., Félix, V. G., Ostos, R., Brito, H., Félix, R. A., & Mena, L. J. (2023). Role of Digital Transformation for Achieving Sustainability: Mediated Role of Stakeholders, Key Capabilities, and Technology. *Sustainability (Switzerland)*, 15(14). <https://doi.org/10.3390/su151411221>
- Maulia, R. I., Saputra, P. A., Khoiriyah, L. B., & ... (2024). Pelatihan Branding Produk dan Digital Marketing Bagi UMKM Desa Podoroto. *BERNAS: Jurnal ...*, 5(2), 1351–1357. <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/bernas/article/view/8542%0Ahttps://ejournal.unma.ac.id/index.php/bernas/article/download/8542/4691>
- Nugraha, R., Rahman, U., Suriadi, Sukriwa, & Basri, S. (2024). Pelatihan dan Pendampingan Product Branding dan Digital Marketing pada UMKM Perkebunan Masyarakat Desa Cenrana Kabupaten Sidenreng Rappang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat: BERNAS*, 5(1), 1039–1054.

- Quy, V. K., Thanh, B. T., Chehri, A., Linh, D. M., & Tuan, D. A. (2023). AI and Digital Transformation in Higher Education: Vision and Approach of a Specific University in Vietnam. *Sustainability (Switzerland)*, *15*(14). <https://doi.org/10.3390/su151411093>
- Rumondang Malau, A., E T Naibaho, K., Sony Tambunan, T., & Sihombing, S. (2024). Peran Tourism Website Pada Perilaku Wisatawan Dalam Menentukan Destinasi Wisata (Studi Ekonomi Kreatif Di Sumatera Utara). *Jurnal Ekuilnomi*, *6*(2), 370–378. <https://doi.org/10.36985/4z2f1832>
- Septarina, L., Hakim, L., Marshella Febriani, O., & Azim, F. (2023). Pelatihan Pembuatan Website untuk Pemasaran Produk UMKM Desa Ceringin Asri. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(2). <https://doi.org/10.32877/nr.v2i2.747>
- Werthi, K. T., Agung, A., Agung, G., & Perwira, N. (2024). Penguatan Literasi Digital di Era Digital Ekonomi Sebagai Program Penguatan Peran Perempuan Sebagai Penopang Ekonomi Keluarga. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *5*(1), 606–610. <https://doi.org/10.31949/jb.v5i1.7560>
- Wibawa, G., Sumaryana, F. D., Firohmatillah, A. R., & S. (2024). Pengabdian Masyarakat Melalui Pelatihan Marketing Berbasis Digitalisasi Bagi Para Pelaku Umkm Di Desa Cilembu Dan Desa Cigendel. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1670–1676. <https://doi.org/https://doi.org/10.31949/jb.v5i2.9068>
- Widodo, Moch Bruri Triyono, P. Sudira. (2024). *TVET dan Industri Kreatif Pedesaan* (1st ed.). Kepel Press.
- Widodo, W., Triyono, M. B., Sudira, P., & Mutohhari, F. (2023). Building Sustainable Creative Economy in Society through the Mediation Role of Innovation Behavior. *Sustainability (Switzerland)*, *15*(14), 1–14. <https://doi.org/10.3390/su151410860>
- Wulandari, W., Maranata, B. H., & ... (2023). Pelatihan Pemasaran Digital untuk Pelaku Usaha UMKM di Kelurahan Bugangan. *BERNAS: Jurnal ...*, *4*(4), 3257–3263. <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/bernas/article/view/6644%0Ahttps://ejournal.unma.ac.id/index.php/bernas/article/download/6644/3794>
- Zhang, H., Ding, H., & Xiao, J. (2023). How Organizational Agility Promotes Digital Transformation: An Empirical Study. *Sustainability (Switzerland)*, *15*(14). <https://doi.org/10.3390/su151411304>