

Pelatihan Pemasaran Digital untuk Pelaku Usaha UMKM di Kelurahan Bugangan

Wulandari¹, Bonaventura Hendrawan Maranata², Dian Prasetyo Widyaningtyas³, Anoki Herdian Dito⁴, Elhanan Dave Santoso, Rr Risna Amalia

¹Universitas Nasional Karangturi, Semarang, Indonesia

²Universitas Nasional Karangturi, Semarang, Indonesia

³Universitas Nasional Karangturi, Semarang, Indonesia

email: wulandari@unkartur.ac.id

Abstract

Today's technology continues to grow and it brings enormous impact to business activities. Marketing is not only conducted conventionally but it also has been shifted into digital marketing. Digital marketing has been widely used by any businesses including Micro, Small, Medium Enterprises. As the largest economic actors in Indonesia, MSMEs must be supported in their digital marketing activities to gain competitive advantage. Community Service Program team delivered a training in digital marketing by applying social media for MSMEs actors in Kelurahan Bugangan, Semarang and received good response and appreciation from the participants.

Keywords: *digital marketing, social media, Micro Small Medium Enterprises*

Abstrak

Perkembangan teknologi membawa dampak perubahan yang luar biasa dalam dunia bisnis. Pemasaran produk suatu usaha tidak lagi dilakukan secara konvensional namun sudah beranjak ke teknologi digital yang kita kenal sebagai pemasaran digital. Pemasaran digital sudah digunakan secara luas oleh para pelaku usaha baik pengusaha besar maupun pengusaha UMKM. Sebagai pelaku terbesar bisnis di Indonesia, UMKM perlu didukung dalam pemasaran digital supaya dapat meningkatkan daya saing. Tim pengabdian kepada masyarakat memberikan pelatihan mengenai pemasaran digital dengan menggunakan media sosial untuk pelaku usaha UMKM di Kelurahan Bugangan, Semarang dan mendapatkan respon dan apresiasi yang baik dari para peserta.

Kata Kunci: pemasaran digital, media sosial, UMKM

Accepted: 2023-08-31

Published: 2023-10-18

PENDAHULUAN

Sekitar satu dekade ini kita mendapat kejutan dari perubahan bisnis yang luar biasa. Semuanya berawal dari perkembangan teknologi, mulai dari menurunnya pengunjung di beberapa pusat perbelanjaan karena kehadiran toko *online*, taksi online yang mengurangi pangsa pasar taksi konvensional, sampai pada cara pembayaran secara digital melalui aplikasi yang menggantikan transaksi secara tunai. Hal ini menuntut semua perusahaan baik perusahaan kecil maupun besar hingga multinasional untuk bersaing lebih ketat dalam meraih pasar (Muljono, 2018). Kegiatan marketing di jaman digital tidak hanya berfokus pada proses mengantarkan barang dan jasa kepada konsumen, namun memiliki jangkauan yang lebih luas dan mencakup kepuasan konsumen. Masyarakat masa kini mengenal atau menyebut kegiatan tersebut dengan istilah *digital marketing* atau pemasaran digital.

Digital Marketing adalah suatu bentuk usaha dalam mempromosikan dan memasarkan sebuah merk dengan menggunakan media digital seperti internet. Strategi yang populer ini dimanfaatkan oleh sebagian besar pemasar di seluruh dunia (Chamdani, 2019). Saat ini para pelaku usaha dan pemasar banyak yang telah menggunakan media online sebagai media komunikasi pemasaran. Media ini diharapkan dapat mempengaruhi keputusan calon pelanggan dalam membeli barang dan jasa yang ditawarkan (Chamdani, 2019). Salah satu sarana untuk pemasaran digital adalah media sosial. Terdapat 2 kelompok media sosial yaitu yang bersifat ekspresif dan kolaboratif. YouTube,



Gambar 2. Peta Kelurahan Bugangan

Sasaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah para pelaku usaha UMKM di Kelurahan Bugangan. Jenis usaha yang dijalankan sebagian besar bergerak di bidang makanan. Kelurahan Bugangan terletak di bagian timur Kota Semarang dengan luas wilayah sekitar 6,8-kilometer persegi. Terdapat 2.861 kepala keluarga terdata bertempat tinggal di kelurahan ini, dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 4.354 jiwa dan penduduk perempuan sebanyak 4.679 jiwa. Lokasi Kelurahan Bugangan sangat strategis untuk kegiatan bisnis karena sangat dekat dengan pusat Kota Semarang dan dekat dengan Pasar Johar yang merupakan pasar tradisional terbesar di Semarang. Terdapat dua rumah sakit umum besar di Kelurahan Bugangan yaitu Rumah Sakit Pantilwilasa Citarum yang terletak di Jalan Citarum dan Rumah Sakit Pantilwilasa Dokter Cipto yang terletak di Jalan Dr Cipto dan satu rumah sakit ibu dan anak yang terletak di Jalan Bugangan Raya. Kehidupan masyarakat Bugangan cukup beragam, sebagian berprofesi sebagai pelaku usaha, sebagian berprofesi sebagai pegawai negeri dan sebagian warganya mendapatkan penghasilan dengan bekerja di suatu Perusahaan atau karyawan swasta.

Tujuan yang ingin dicapai dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah sebagai berikut: 1) memberikan pengetahuan mengenai manfaat dan penggunaan pemasaran digital dengan media sosial, 2) memberikan pelatihan penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran digital, 3) mendukung para pelaku usaha UMKM dalam hal pemasaran.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan memberikan pelatihan secara langsung di Kawasan Kelurahan Bugangan. Materi pelatihan diberikan dan diajarkan oleh dosen-dosen tim pengabdian kepada masyarakat. Pelatihan dilakukan sebanyak dua kali, pelatihan pertama diberikan pada tanggal 23 Mei 2023, dan selanjutnya dilakukan pendampingan untuk melihat perkembangan para peserta pelatihan. Pelatihan pemasaran digital yang dibutuhkan masyarakat kelurahan adalah cara memanfaatkan media sosial seperti Facebook dan Instagram. Tim bekerja sama dengan Kantor Kelurahan Bugangan dalam sosialisasi kegiatan, pendistribusian undangan kepada para pelaku usaha UMKM, penyediaan tempat dan penyelenggaraan pelatihan.

Lokasi pelatihan bertempat di Balai RW 1 Kelurahan Bugangan, dan diikuti oleh 46 pelaku usaha UMKM yang semuanya wanita. Pelatihan diawali dengan memberikan paparan mengenai pemasaran digital dan peluangnya di Indonesia, contoh media sosial yang lazim digunakan pelaku usaha UMKM, cara memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan penjualan dan mendapatkan kepercayaan dari calon pembeli dan sebagai pelengkap diberikan juga pelatihan cara

membuat foto produk yang menarik dan layak untuk ditampilkan di media sosial dengan menggunakan handphone.



Gambar 3. Pelatihan Pemasaran Digital

Agar menarik bagi peserta pelatihan, materi pelatihan pemasaran digital dengan menggunakan sosial media ini diberi judul "Cuan dengan Sosmed". Pemaparan dilakukan dengan Bahasa Indonesia yang sederhana dan banyak menggunakan gambar di presentasi materi. Sesekali pemateri mengajukan pertanyaan mudah ke hadirin supaya terjadi komunikasi dua arah, tidak membosankan sekaligus untuk mengetahui pemahaman peserta pelatihan. Pada saat pelatihan membuat foto, setiap peserta diajak untuk mengikuti contoh yang diberikan oleh pemateri saat pelatihan dengan obyek foto seadanya di lokasi kemudian diminta membuat "pekerjaan rumah" berupa foto produk usaha masing-masing.



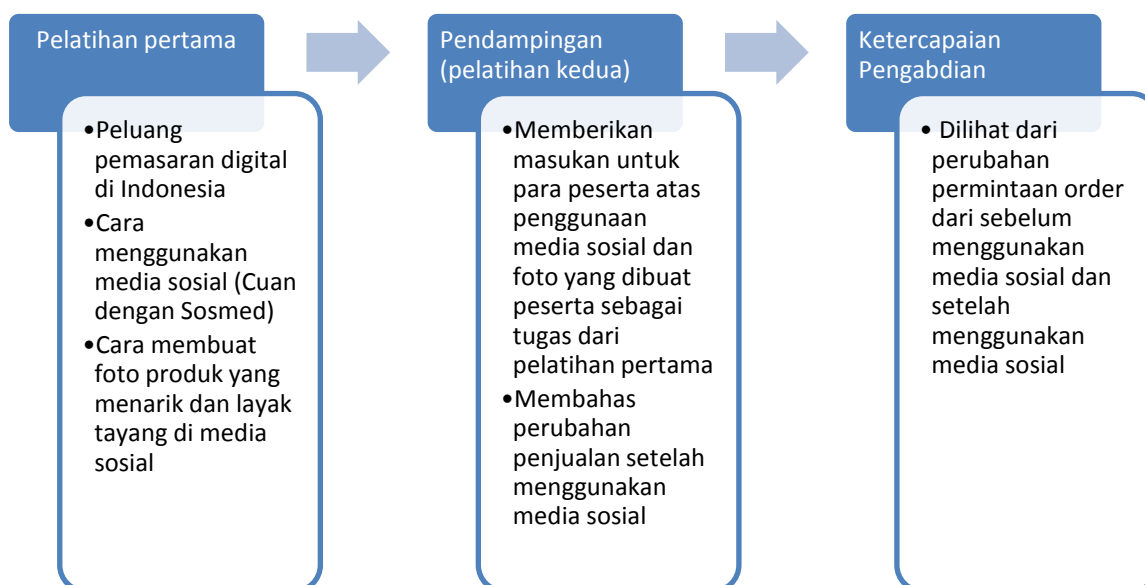
Gambar 4. Para pelaku usaha UMKM beserta tim pengabdian

Evaluasi kegiatan dilakukan saat pendampingan kepada para pelaku usaha. Evaluasi ini dilakukan pada tanggal 8 Juni 2023 di Balai RW 1 Kelurahan Bugangan. Para peserta diminta untuk menunjukkan foto produk yang telah mereka buat setelah pelatihan sebelumnya, kemudian tim pemateri memberikan komentar dan masukan mengenai foto tersebut. Dalam pertemuan ini juga para peserta dapat menunjukkan media sosial yang dikelola mereka yang telah menampilkan foto produk hasil pelatihan dan melihat respon dari pengikut media sosial tersebut. Peserta juga diminta untuk memperhatikan perbedaan atau perubahan permintaan (order) dari pelanggan setelah menggunakan media sosial. Hal-hal tersebut didiskusikan dalam forum pendampingan sebagai evaluasi kegiatan.



Gambar 5. Kegiatan pendampingan

Ketercapaian kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dilihat dari perkembangan kegiatan pemasaran UMKM peserta pelatihan yang bisa dilihat lebih rinci dari perbedaan atau perubahan permintaan (order) saat belum menggunakan media sosial dengan order setelah menggunakan media sosial. Perkembangan ini hanya dapat dipantau secara langsung oleh para peserta pelatihan sendiri dari catatan penjualan usahanya. Tim pengabdian mendapatkan data dan informasi tersebut dari para pelaku usaha UMKM peserta pelatihan pada saat evaluasi.



Gambar 6. Diagram proses kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kelurahan Bugangan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dosen Program Studi S-1 Manajemen Universitas Nasional Karangturi terlaksana dengan lancar dan tepat waktu. Pelatihan dilaksanakan dari pagi dimulai dengan materi mengenai Pemasaran Digital, kemudian dilanjutkan dengan materi Penggunaan Media Sosial yang diberi judul "Cuan dengan Sosmed", dan cara membuat foto produk supaya foto yang ditampilkan di media sosial peserta pelatihan menjadi lebih pantas dan lebih menarik karena daya tarik visual di dalam media sosial memegang peranan cukup penting. Peserta pelatihan terlihat paling antusias saat belajar membuat foto produk karena pemateri mengajak peserta untuk mengikuti setiap langkah yang diajarkan oleh pemateri dari awal hingga

selesai. Pemotretan dilakukan dengan menggunakan telepon genggam berkamera atau smartphone. Antusiasme peserta pelatihan saat belajar membuat foto produk membuat peserta memiliki kesan baik terhadap keseluruhan proses pelatihan. Setelah semua materi disampaikan, tim pengabdian membagikan formulir kepuasan akan pelatihan kepada semua peserta. Peserta menyatakan apresiasi mereka baik secara langsung ke pemateri maupun secara tertulis di formulir kepuasan terhadap kegiatan yang diisi oleh peserta dan mengharapkan pelatihan serupa diadakan kembali di waktu yang akan datang. Peserta merasakan manfaat pelatihan pemasaran digital, menambah pengetahuan dan keterampilan mereka dan bisa digunakan segera (jangka pendek) maupun untuk pengembangan usaha mereka di masa depan (jangka panjang).

Tabel 1. Hasil Pelatihan Pemasaran Digital di Kelurahan Bugangan

Nomor	Materi	Hasil
1	Pemasaran digital	Peserta cukup memahami
2	Penggunaan Media Sosial (Cuan dengan Sosmed)	Peserta cukup memahami dan sebagian sudah mempraktekkan
3	Membuat foto produk	Peserta terlihat paling antusias di materi ini dan hampir semua aktif membuat foto produk menirukan pemateri secara langsung

KESIMPULAN

Pemasaran digital sebagai strategi pemasaran telah diterapkan oleh berbagai perusahaan dan unit bisnis. Pemasaran digital memiliki banyak manfaat yang salah satunya adalah paling aman (untuk masa pandemi), efektif dan hemat. UMKM sebagai aktor pelaku usaha mayoritas di Indonesia harus didukung dalam hal pemasaran produk supaya dapat dikenal lebih luas dan meningkatkan penjualannya. Pengabdian kepada masyarakat dengan memberikan pelatihan pemasaran digital ditujukan untuk mendukung para pelaku UMKM dalam hal pemasaran supaya memiliki keterampilan menggunakan media sosial guna meningkatkan penjualan. Bekerja sama dengan pihak Kelurahan Bugangan, tim pengabdian masyarakat Prodi Manajemen Universitas Nasional Karangturi melaksanakan pelatihan tersebut. Pelatihan berjalan lancar sesuai rencana dan para peserta cukup antusias dan memberikan apresiasi terhadap pelaksanaan pelatihan tersebut dan mengharapkan pelatihan serupa diadakan kembali di waktu yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Chamdani, U. (2019). *Digital Marketing Melalui Aplikasi Playstore*. Deepublish Publisher (2019). Yogyakarta
- Citradika, D. P., Murty, D. A., Satrio, D. (2023). Optimalisasi Digital Marketing dalam Mendukung Komunitas Toko Bahasa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, Vol. 2 No. 1 (2023): 33-38
- Febriyantoro, M. T., Arsandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara*, Vol.1 No. 2 (2018): 62-76
- Hapsoro, Bayu B., Palupiningdyah, Slamet, A. (2019). Peran Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi Klaster UMKM di Kota Semarang. *ABDIMAS*, 23 (2) (2019): 117-120
- Indriyatmoko, T. (2019). Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing Bagi Anggota L3M (Life Long Learning Mama). *Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2019*, Universitas AMIKOM Yogyakarta, 30 November 2019

- Kusuma, D. F., Sugandi, M. S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital yang Dilakukan oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, Vol. 3 No. 1 (2018): 18-33
- Muljono, R. K. (2018). *Digital Marketing Concept*. PT Gramedia Pustaka Utama (2018). Jakarta
- Prawita, D., Cahya, A. D. (2022). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan, Observasi UMKM dan Digital Marketing terhadap Intensi Mahasiswa Berwirausaha di Masa Adaptasi Kebiasaan Baru Pandemi Covid-19. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, Vol 9 No. 1 (2022): 388-398
- Sholihin, R. (2019). *Digital Marketing di Era 4.0*. Penerbit Quadrant. Yogyakarta
- Sirodjudin, M., Sudarmiatin (2023). Implementasi Digital Marketing oleh UMKM di Indonesia: A Scoping Review. *EBISMEN*, Vol. 2, No. 2 (2023): 20-35