

Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia

Volume 2, Nomor 4, July 2023

ISSN: 2986-7002

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8195162>

Sosialisasi dan Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya Pemasaran Produk UMKM di Desa Kebondalem

Ida Bagus Anindya Hariwicaksana¹, Wahyu Fahrul Ridho²

¹⁻² Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Email korespondensi: 20042010249@student.upnjatim.ac.id¹,

wahyu.ridho.adbis@upnjatim.ac.id²

Abstrak

Salah satu desa di Kecamatan Bareng Kabupaten Jombang yang memiliki UMKM cukup banyak adalah Desa Kebondalem. Pelaku UMKM di Desa Kebondalem ini bahkan mengalami peningkatan setiap tahunnya. Sebagian besar usaha kecil, mikro dan menengah (UMKM) memiliki sebuah permasalahan yang serupa yaitu sulit bagi mereka untuk mempromosikan bisnis yang mereka jalani kepada masyarakat luas. Tujuan dari sosialisasi ini adalah dengan menambah ilmu pemasaran dan media periklanan untuk menambah jumlah pelanggan dan agar dikenal lebih luas. Pelaksanaan pengabdian dari mahasiswa ini melibatkan mitra UMKM yang mengalami beberapa permasalahan berkaitan tentang manajemen dan pengelolaan media promosi yang dinilai kurang efektif. Salah satu program kerja yang dilaksanakan adalah penerapan digital marketing sebagai upaya pemasaran produk UMKM. Bertepatan dengan kegiatan tersebut, mahasiswa melakukan pendampingan serta pelatihan terkait penerapan digital marketing bagi UMKM tersebut.

Kata Kunci: *Digital Marketing, UMKM, Desa Kebondalem*

Abstract

One of the villages in Bareng District, Jombang Regency, which has quite a lot of MSMEs, is Kebondalem Village. MSME actors in Kebondalem Village have even increased every year. Most small, micro and medium enterprises (MSMEs) have a similar problem, which is that it is difficult for them to promote their business to the wider community. The purpose of this socialization is to increase knowledge of marketing and advertising media to increase the number of customers and to be known more widely. The implementation of this student service involves MSME partners who experience several problems related to the management and management of promotional media which are considered less effective. One of the work programs implemented is the application of digital marketing as an effort to market MSME products. Coinciding with this activity, students provide assistance and training related to the application of digital marketing for these MSMEs.

Keywords: *Digital Marketing, UMKM, Kebondalem Village*

PENDAHULUAN

Salah satu desa di Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang yang memiliki UMKM cukup banyak adalah Desa Kebondalem. Pelaku UMKM di Desa Kebondalem ini bahkan mengalami peningkatan setiap tahunnya. Bidang usaha yang ada di desa ini juga cukup banyak, diantaranya yaitu bergerak di bidang makanan, kerajinan tangan, fashion, jasa dekorasi, dan jasa terapi. Bidang-bidang usaha tersebut tersebar di lima dusun yaitu Murangagung, Plosorejo, Kedungsuruh, Bulusari, dan Ngarels.

Sebagian besar usaha kecil, mikro dan menengah (UMKM) memiliki sebuah permasalahan yang serupa yaitu sulit bagi mereka untuk mempromosikan bisnis yang mereka jalani kepada masyarakat luas. Selain itu, permasalahan kedua adalah para konsumen yang membeli atau menggunakan produk tersebut adalah masyarakat setempat atau masyarakat desa tersebut. Bahkan masyarakat di luar desa masih belum mengetahui terkait keberadaan produk UMKM di desa Kebondalem ini. Oleh karena itu perlu adanya pemberdayaan kewirausahaan kepada para pelaku UMKM di desa Kebondalem khususnya dalam mempromosikan produk dan usahanya.

Selain itu, para pelaku UMKM kurang memiliki kesempatan untuk promosi melalui media sosial di era digital saat ini, dan para pelaku UMKM jarang mengikuti pelatihan atau workshop kewirausahaan. Dengan adanya sosialisasi digital marketing yang dilakukan oleh mahasiswa KKN dapat membantu pelaku UMKM dalam memasarkan usaha mereka untuk pasar yang lebih luas melalui digital marketing. Tujuan dari sosialisasi ini adalah dengan menambah ilmu pemasaran dan media periklanan untuk menambah jumlah pelanggan dan agar dikenal lebih luas. Oleh karena itu, tim KKN Desa Kebondalem melakukan pengabdian dengan judul “Sosialisasi Dan Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya Pemasaran Produk Umkm Di Desa Kebondalem”.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan ini ditulis berdasarkan permasalahan yang ada pada UMKM di Desa Kebondalem oleh Universitas Veteran Pembangunan Nasional. Kami melakukan kerjasama dengan para mitra UMKM yang ada pada desa Kebondalem untuk bersama sama memecahkan permasalahan yang sedang mereka hadapi. Dengan beberapa tahapan untuk merealisasikan strategi yang telah dipersiapkan dengan guna menonjolkan produk UMKM tersebut, berikut tahapan yang dimaksud:

- 1) Survey dilakukan dengan wawancara dan diskusi dengan pelaku UMKM secara door to door. Kegiatan survey ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh setiap UMKM. Selain itu, dengan adanya survey sebelum kegiatan juga bertujuan sebagai pendekatan terhadap UMKM yang akan didampingi.
- 2) Sosialisasi pada kegiatan ini kegiatan berupa penyampaian materi dan diskusi terkait materi yang telah disampaikan. Materi yang disampaikan mengenai pengertian pemasaran, digital marketing dan branding dan tujuan digital marketing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan yang dilakukan Kelompok 03 KKN-T MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur berjalan lancar dengan lokasi di Desa Kebondalem, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang. Pelaksanaan pengabdian dari mahasiswa ini melibatkan mitra UMKM yang mengalami beberapa permasalahan berkaitan tentang manajemen dan pengelolaan media promosi yang dinilai kurang efektif. Salah satu program kerja yang dilaksanakan adalah penerapan digital marketing sebagai upaya pemasaran produk UMKM. Bertepatan dengan kegiatan tersebut, mahasiswa melakukan pendampingan serta pelatihan terkait penerapan digital marketing bagi UMKM tersebut.

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah istilah umum untuk usaha ekonomi produktif yang diatur oleh UU No. 20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah. Pengembangan UMKM sangat strategis untuk menggerakkan perekonomian negara, mengingat kegiatannya mencakup hampir semua cabang perekonomian, sehingga kontribusi UMKM terhadap peningkatan pendapatan kelompok penduduk berpenghasilan rendah sangat tinggi.

Kegiatan pertama yang dilakukan mahasiswa untuk pelaku UMKM adalah menjelaskan pasar produk. Ada beberapa strategi dalam pemasaran atau promosi yaitu secara manual dan digital. Contoh strategi manual adalah beriklan secara langsung kepada masyarakat dengan cara membagikan brosur. Sedangkan dari strategi digital contohnya adalah strategi pemasaran yang menggunakan media sosial yang ada seperti Whatsapp, Instagram dan Facebook. Kegiatan yang dilakukan Kelomok 03 KKN-T MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur berjalan kurang lebih selama 3 (tiga) bulan yang berlokasi di Desa Kebondalem, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang. Kelompok kami bekerjasama dengan mitra UMKM di Kebondalem untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh para mitra UMKM. Salah satu program kerja yang dilaksanakan adalah pendampingan e-commerce yaitu melakukan sosialisasi tentang digital marketing dengan cara mengunjungi satu per satu rumah para pelaku UMKM.



Gambar 1 Kegiatan Sosialisasi Digital Marketing

Proses selanjutnya adalah Pelatihan Pemasaran Google Maps. Google Maps sangat berguna bagi pembeli untuk menemukan titik lokasi guna meningkatkan penjualan dan dikenal banyak orang. Oleh karena itu, mahasiswa mengadakan pelatihan dengan mengunjungi tempat usaha mitra UMKM di desa Kebondalem.



Gambar 2 Mahasiswa Mengunjungi Usaha Secara Langsung

Mahasiswa KKN-T melakukan pelatihan dengan mengunjungi satu per satu rumah pemilik usaha. Kelebihan dari metode ini yaitu dapat mengumpulkan data dan informasi secara valid, seperti nama usaha, alamat, nomor telepon, alamat lengkap, dan foto usaha dengan menggunakan handphone pemilik usaha, mahasiswa memberikan langkah-langkah mulai dari pembuatan akun Gmail jika belum memiliki, menambahkan lokasi, hingga pengisian data.

KESIMPULAN

Kegiatan yang dilakukan Kelompok 03 KKN-T MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur berjalan kurang lebih selama 3 (tiga) bulan yang berlokasi di Desa Kebondalem, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang. Kelompok kami bekerjasama dengan mitra UMKM di Kebondalem untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh para mitra UMKM. Salah satu program kerja yang dilaksanakan adalah pendampingan e-commerce yaitu melakukan sosialisasi tentang digital marketing dengan cara mengunjungi satu per satu rumah para pelaku UMKM. Bertepatan dengan kegiatan tersebut, mahasiswa mendaftarkan usaha pada Google Maps sesuai titik lokasi rumah pelaku UMKM tersebut. Poin penting yang harus diperhatikan adalah pemantauan serta pendampingan pada pelaku UMKM yang bertujuan untuk mengetahui perkembangan usaha UMKM tersebut.

Referensi

- Ayuk Sri Lestari, N. W. (2022). Penggunaan Aplikasi Google Maps Dan Imooji Sebagai Media Promosi Umkm Desa Tiyan. *Jurnal Pendidikan Masyarakat dan Pengabdian*, 887-894.
- Laksmi Diana, J. A. (2022). Pendampingan Pemanfaatan Digital Marketing Melalui Google Business Pada Umkm Kelurahan Kertajaya. *Jurnal Abdimas Patikala*, 442-447.
- Salman Faris Insani, Y. S. (2022). Optimalisasi Aplikasi Google Maps Sebagai Alternatif Media Promosi Pada Umkm Di Shelter Taman Sriwedari. *Jurna Warta LPM*, 44-56.