

PELATIHAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN JIWA KEWIRAUSAHAAN BAGI KELOMPOK USAHA MIKRO KECIL

Eka Nadya Zuhurifillah¹, Kurniawati Mulyanti², Rusham³
Universitas Islam 45^{1,2,3}

ekanadya44@gmail.com¹, kurniawatimulyanti@gmail.com², rushamsangaji@gmail.com³

Abstract

The method used in the observation results of interviews with MSMEs in the Rt 002 environment are 10 people. In an effort to use digital marketing media, use the current technology as well as possible, not just to use what is not needed, but to be able to take more advantage of it to get business opportunities. The goal is to increase the ability of MSME actors to use a digital marketing system that promotes online and offline digital marketing and has a high selling value. In monitoring work programs for both online and offline as well as MSME actors. And the results of this digital marketing counseling to the community of Rt 002 understand the lack of digital marketing knowledge and market a product on social media, therefore it requires technology-based business development so that it can make it easier to trade a product through online or offline. From the results of the implementation of the real work college program this time it can provide benefits for MSMEs such as additional economic income for MSMEs.

Keywords: *umkm, digital marketing, MSMEs.*

1. Pendahuluan

Program tri dharma perguruan tinggi yaitu kuliah kerja nyata (KKN). Salah satu Program wajib pengabdian kepada masyarakat, yang dilaksanakan oleh mahasiswa di universitas atau perguruan tinggi, melatih mahasiswa belajar secara penuh untuk mengembangkan potensi yang ada pada masyarakat dan mencari permasalahan yang ada di lingkungan desa atau Rukun tetangga (RT) .

Perkembangan teknologi informasi berkembang dengan pesat. Sebagian aktivitas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan usahanya. Semakin banyaknya pesaing menjadi pertimbangan bagi pelaku usaha untuk melakukan inovasi dalam memenangkan persaingan tersebut. Strategi komunikasi pemasaran yang tepat digunakan untuk bisa meraih pangsa pasar yang dituju sehingga dapat meningkatkan penjualan (Putra et al., 2020; Putra & Hasbiyah, 2018; Susanti, 2020)

Dampak adanya pandemi sangat terasa bagi masyarakat khususnya UMKM karena banyak terjadi penurunan penjualan. Bahkan banyak sekali yang tidak bisa melanjutkan usaha, melakukan pemasaran secara digital dengan hanya memanfaatkan handphone dan internet agar bisa menjangkau masyarakat luas

dengan menenggunakan sosial media meliputi: shopee, instagram, facebook edukasi ini juga ditujukan untuk mereka yang sedang membenahi usahanya agar tetap berjalan dan bertahan. (Pratiwi, 2020)

Dalam pelaksanaan secara pelatihan digital marketing memaksimalkan Sosial Media sebagai sarana pemasaran online. Menurut Dianawati (Waidah et al., 2021) Pemasaran online adalah kegiatan komunikasi pemasaran dengan menggunakan media internet. Sesuai perkembangannya pemasaran online tidak hanya menggunakan media website, tapi juga email dan aplikasi-aplikasi lain yang berjalan di atas internet, iklan internet (periklanan di internet) menjadi pilihan yang menarik bagi para marketer khususnya dan dunia usaha umumnya.(Fadhilah et al., 2021; Putra et al., 2020)

Berdasarkan hasil observasi yang di lakukan terdapat 10 UMKM mikro kecil di lingkungan Rt 002 yang telah di lakukan dengan menggunakan metode wawancara yang dilakukan secara tatap muka, mengetahui hasil ada penurunan pada pedagang yang sangat drastis karena adanya covid-19 mengakibatkan yang sebelumnya berjualan di lingkungan sekolah ataupun lingkungan umum mengalami penurunan pembelian. Dengan ada 10 umkm mikro kecil atau menengah kebawah di wilayah Rt 002, menemukan adanya permasalahan yaitu penurunya tingkat penjualan yang ada di Rt 002. Dengan hal ini masyarakat mengalami kesulitan ekonomi dalam berjualan yang menyebabkan adanya pandemi covid-19 yang mengakibatkan terjadinya penurunan yang diperoleh masyarakat, oleh karena itu masyarakat harus mencari peluang bisnis melalui *digital marketing*.

Dengan adanya kegiatan pengabdian pada masyarakat di daerah kebon kopi Rt 002, bisa memberikan edukasi atau pemahaman tentang pentingnya menggunakan *digital marketing*, agar lebih mudah berjualan dan mendapatkan pendapatan dengan dua sisi melalui pedagang lapak di pingir jalan maupun di sosial media yang sudah banyak digunakan kepada masyarakat, di sekitar untuk memanfaatkan media sosial sebagai strategi *marketing* berjualan dan meningkatkan peluang pengetahuan serta jiwa kewirausahaan bagi masyarakat Rt 002.

2. Metode Pelaksanaan

Pemanfaatan media sosial untuk mempromosikan suatu produk yang akan di jual produk adanya pemahaman sosial media untuk mengembangkan diri dan pemanfaatan peluang strategi marketing di media sosial untuk menjual suatu produk yang ada, metode pelaksanaan pengabdian pada masyarakat dilakukan dalam bentuk Pendidikan Masyarakat, Konsultasi, Pelatihan dan Difusi Ipteks.(Basri et al., 2022)

2.1 Pendidikan Masyarakat

Metode ini digunakan untuk melakukan kegiatan Program Pengabdian Masyarakat.

- a) Perlu dilakukan edukasi berupa pendidikan digital marketing serta pemanfaatan sosial media bagi kewirausahaan sehingga potensi yang dimiliki maupun dapat dikembangkan dengan baik.
- b) Memberikan pengetahuan serta pemahaman bagi masyarakat agar mudah berjualan secara *online* atau *offline*.

2.2 Konsultasi

Dalam metode kegiatan pengabdian pada masyarakat melaksanakan Program mengedukasikan adanya pemahaman sosial media untuk mengembangkan diri dan jiwa kewirausahaan serta pemanfaatan penjual produk salah satu peluang penambahan ekonomi bagi diri sendiri maupun masyarakat di Rt 002.

2.3 Difusi Ipteks

Metode kegiatan pengabdian pada masyarakat melaksanakan program kegiatan menyebarkan informasi bagi sosial media secara umum untuk meningkatkan pengetahuan dan sasaran yang akan dituju untuk masyarakat umum serta memproduksi berbagai produk di kalangan masyarakat mampu meningkatkan peluang pengetahuan tambahan di daerah Rt 002

2.4 Pelatihan

Metode pelaksanaan ini digunakan untuk kegiatan yang melibatkan

- a) Program sosial media bagi digital marketing untuk mempermudah penjualan produk memberikan edukasi serta wawasan kepada masyarakat UMKM dalam menyusun strategi marketing pemasaran secara online
- b) Memanfaatkan sosial media dalam penjual online, berpengaruh bagi pemasaran menjadi tersebar luas, target penjual menjadi lebih dapat membantu menemukan konsumen baru.
- c) Mempermudah berjualan dimanapun lokasinya dan menggunakan waktu yang fleksibel.

3. Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Beberapa tahapan yang akan di persiapkan produk serta anggaran biaya dan pemanfaatan sosial media agar permudah informasi dalam melakukan pelaksanaan tersebut.

3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan yang bertema "Pelatihan Digital Marketing UMKM Mikro Kecil" dilaksanakan dalam beberapa tahap utama sebagaimana yang terlihat dalam tabel 1 berikut :

Tabel 1. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

No	Kegiatan	Pelaksanaan	Media	Sasaran	Peserta Sasaran
1	Observasi Meminta Perizinan Kepada ketua Rt 002	11 Febuari 2022	Tatap Muka	Rt 002	

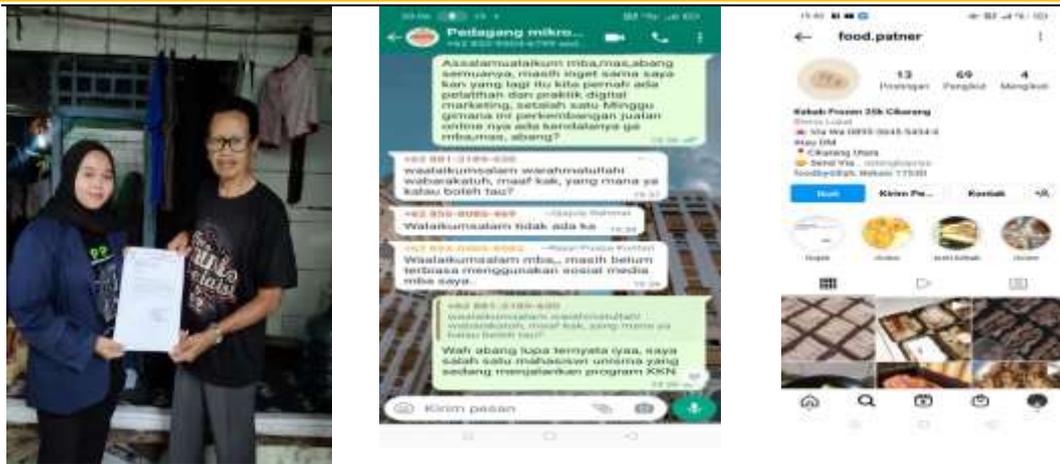
2	Identifikasi Dan Pendekatan Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil Masyarakat Rt 002	12 Februari 2022	Tatap Muka	Rt 002	10-15 Orang
3	Pembuatan WAG Bersama Warga Rt 002	18 Februari 2022	Whatsapp	Rt 002	20 Orang
4	Sosialisasi Pemahaman Digital Marketing Masyarakat Rt 002	20 Februari 2022	Tatap Muka	Rt 002	10-15 Orang
5	Pelatihan Digital Marketing Masyarakat Rt 002	22 Februari 2022	Tatap Muka	Rt 002	10-15 Orang
6	Praktek Menggunakan Aplikasi Digital Marketing	23 Februari 2022	Tatap Muka	Rt 002	10-15 Orang
7	Pendampingan Monitor, Evaluasi, Pelaksanaan dan Controlling kepada para Masyarakat (sustainability)	6 Maret 2022		Warga Rt 002	

Program pengabdian kepada masyarakat, yang dilaksanakan oleh mahasiswa di universitas atau perguruan tinggi ini dilakukan dalam beberapa kegiatan utama yaitu :

Program pertama yaitu melakukan kegiatan observasi permintaan izin kepada ketua Rt 002 menanyakan berbagai permasalahan yang ada di lingkungan Rt 002. Ada nya terjadi masalah di lingkungan Rt 002 banyak nya penurunan umkm skala kecil yang terdampak covid-19, Terdapat 10 UMKM hingga mengakibatkan penurunan pembelian, dengan adanya Program kuliah kerja nyata ini membuka peluang usaha kecil menengah untuk membantu usaha dari dua sisi secara *online* atau *offline* agar mendapatkan peluang usaha secara dua sisi, banyaknya penjualan yang ada di lingkungan Rt 002 yang terpilih hanya 10 orang saja karena sudah melihat secara tatap muka maupun wawancara.

Program ke dua yaitu Program kedua pembuatan whatsapp grup bersama pedagang untuk menanyakan *follow up* atau berupa menanyakan perkembangan yang sudah dilakukan secara langsung. Dan mempermudah untuk melakukan informasi cepat melalui *whatsapp* saat adanya kesulitan saat menggunakan *digital marketing*.

Program ketiga yaitu sosialisasi pemahaman *digital marketing*, dengan jumlah peserta 10 orang adanya program *digital marketing* ini membantu pemahaman tentang sosial media, agar menyebarluaskan informasi berjualan secara sosial media, berjualan dimanapun lokasinya dan menggunakan waktu yang fleksibel, dan bertahan serta meningkatkan pengetahuan penjualan secara online melalui *digital marketing* seperti Instagram, *shoppe*, *facebook* serta sasaran yang akan dituju untuk masyarakat umum. Kendalanya banyak pedagang yang masih malu-malu atau saat diminta video.



Gambar 1. Conditioning Masyarakat melalui Whatsapp Grup dan Instagram

Program ke empat praktek menggunakan aplikasi digital marketing yaitu mengajarkan atau memberitau bagaimana caranya menggunakan aplikasi jualan seperti *instagram,facebook,shoppe*. Cara membuat akun Instagram yang terdaftar pertama :

1. *Download* aplikasi Instagram.
2. Buka aplikasi Instagram Pilih Buat Akun.
3. Masukkan nama pengguna atau username Klik Selanjutnya.
4. Klik Buat Akun dengan Email atau Nomor Telepon.
5. Klik Email.
6. Masukkan alamat email aktif.
7. Masukkan kode akses yang terkirim di email.
8. Masukkan kata sandi atau password.
9. Klik Selesaikan Pendaftaran
10. Akun Instagram berhasil dibuat.

Sekarang lengkapi profil Anda menggunakan tips berikut. Tips cara berjualan di Instagram dari berbagai riset:

1. Optimalkan profil bisnis Instagram
2. Gunakan Instagram Ads untuk menjangkau target audiens
3. Membuat Instagram Stories dengan link produk
4. Membuat feed Instagram yang dapat dibeli
5. Lakukan promosi khusus di Instagram
6. Bangun kemitraan dengan influencer
7. Gunakan *hashtag* yang tepat
8. Manfaatkan caption

Setelah itu, apabila terpasang dan terdaftar instagramnya lalu melakukan cara berjualannya yang pertama menyiapkan produk, kemudian foto produk yang menarik, membuat caption yang membuat penasaran dengan produk yang di jual serta adanya pesan masuk atau komentar bisa dibalas dan menawarkan produk yang dipasarkan. Agar lebih banyak pelanggan yang mengetahui produk

yang akan dipasarkan melalui sosial media. Adapun kendala yang terjadi di lapangan yaitu ada beberapa yang masih kurang percaya diri untuk berjualan di sosial media karena sudah terbiasa berjualan di tempat umum namun tidak mengurangi rasa penasaran untuk berjualan secara *digital marketing* agar lebih berkembang.



Gambar 2. Pendampingan, Konsultasi dan Pelatihan UMKM

Program kelima follow up pedagang yang sudah mengikuti dari Program sosialisasi, pelatihan serta praktek menggunakan sosial media untuk berjualan seperti di instagram, facebook, shoppe serta mengetahui apa saja yang menjadi kendala saat menggunakan aplikasi. Kendala yang terjadi di lapangan yaitu ada beberapa yang masih canggung menggunakan aplikasi, jaringan tidak stabil dan belum terbiasa menggunakan aplikasi.

Program ke enam hasil evaluasi menggunakan aplikasi digital marketing bahkan ada juga yang sudah mulai berhasil, adanya pelanggan baru, semakin bersemangat berantusias berjualan melalui sosial media. Para UMKM yang telah diidentifikasi sangat antusias terhadap penjualan melalui sosial, menggunakan selama melakukan kuliah kerja nyata ada 7 orang yang sukses menggunakan *digital marketing* dan adapun 3 orang tidak berhasil menggunakan digital marketing, dikarenakan kurangnya kesabaran saat melakukan berjualan *online*. Untuk kelanjutan Program kuliah kerja nyata kali ini kedepannya menginspirasi banyak orang untuk berjualan melalui *digital marketing*. Keuntungan berjualan melalui *digital marketing* yaitu mempunyai waktu yang fleksibel serta menghemat *budget* dan memiliki pasar yang sangat luas.

4. Kesimpulan dan Saran

Kegiatan ini pada pengabdian yang telah membantu pengetahuan atau wawasan kepada masyarakat Rt 002 agar dapat meningkatkan peluang berjualan secara digital marketing serta memberikan teknik yang mudah dipahami para peserta UMKM sudah berani mencoba memasarkan produk melalui *digital marketing*, masyarakat di sekitar cukup tinggi antusias dalam mengikuti Program *digital marketing* UMKM mikro kecil agar mempermudah melakukan berjualan di sosial media. Melalui tahapan pendampingan dapat memberikan manfaat kepada para peserta untuk meningkatkan penjualan melalui digital marketing. Bahkan, masih banyak UMKM yang menjalankan usahanya secara offline tanpa bantuan teknologi, dengan ada kegiatan kali ini. Semoga

memberikan peluang usaha penjualan semakin besar dan menambah pemasukan secara online atau offline. Penelitian ini harapan bagi penjualan UMKM harus berupaya untuk terus meningkatkan jualan marketing *online* untuk menjadi lebih baik.

Daftar Pustaka

- Basri, H., Putra, P., Supratno, S., Irham, I., Rofieq, A., Rusham, R., Maysaroh Chairunnisa, N., & Amin Ash Shabah, M. (2022). *BUKU PANDUAN KULIAH KERJA NYATA (KKN) ERA COVID-19 PERIODE SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2021/2022*.
- Fadhilah, N. A., Putra, P., Rahmawati, R., & Basri, H. (2021). OPTIMALISASI UMKM DALAM PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL DI MASA PANDEMI COVID-19 DI LINGKUNGAN KECAMATAN CIBITUNG, KABUPATEN BEKASI. *DEVOSI*, 2(2), 26–30.
- Pratiwi, M. I. (2020). Dampak Covid-19 terhadap perlambatan ekonomi sektor umkm. *Jurnal Ners*, 4(2), 30–39.
- Putra, P., & Hasbiyah, W. (2018). *Teori dan Praktik Pemasaran Syariah* (1st ed.). Rajawali Pers.
- Putra, P., Kembauw, E., Sebayang, A., & Mukhlis, H. (2020). State Owned Enterprise for the Creation of Prosperity for All Indonesian. *Journal of Critical Reviews*, 7(08), 2032–2036.
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1(2), 36–50.
- Waidah, S. N., Basalama, M. R., & Wahono, B. (2021). Pengaruh Price, Service Quality Dan Marketing Online Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Toko Sepatu Ghealsy Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(17).