



Digital marketing training to optimize the marketing of UMKM products for Guntung village community

Ainun Jariyah¹, Cici Tania², Dina Nur Azizah¹, Dwi Rahmadita³, Ella Jusnita¹, Nahfa Qastalam¹, Muhammad Syahrir⁴, Rafton Fardisi⁵, Sindi Ayu Indriyani⁶, Zabila Hariska¹, Iful Rahmawati Mega¹✉

¹ Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Pangkal Pinang, Indonesia

² Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Jakarta, Indonesia

³ Universitas Muhammadiyah Palembang, Palembang, Indonesia

⁴ Universitas Muhammadiyah Makassar, Makassar, Indonesia

⁵ Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, Padang, Indonesia

⁶ Universitas Muhammadiyah Palangkaraya, Palangkaraya, Indonesia

✉ iful.rahmawatimega@unmuhbabel.ac.id

 <https://doi.org/10.31603/ce.11947>

Abstract

In the business world, marketing is a crucial aspect that cannot be overlooked. With the advancement of technology, marketing strategies have evolved towards a more modern approach. The villagers of Guntung still lack understanding of digital marketing, resulting in limited exposure of their products beyond their local area due to the reliance on word-of-mouth marketing. To optimize marketing efforts, a digital marketing training program is necessary to enhance the community's understanding of digital marketing. The primary objective of this program is to improve the community's ability to market their products through social media and the internet by creating engaging content. This program will employ a hands-on approach, involving direct training and simulations using computers and mobile devices. Upon completion of the training, participants are expected to acquire the knowledge and skills to conduct digital marketing, ranging from creating marketplace accounts to designing product logos.

Keywords: Digital marketing; MSME products; Training

Pelatihan pemasaran digital untuk mengoptimalkan pemasaran produk UMKM masyarakat desa Guntung

Abstrak

Dalam dunia bisnis, pemasaran merupakan salah satu hal penting yang harus dilakukan. Sejalan dengan berkembangnya teknologi, strategi dalam melakukan pemasaran pun juga mulai berubah ke arah yang lebih modern. Masyarakat desa Guntung masih kurang paham tentang pemasaran digital sehingga produk kurang dikenal masyarakat di luar daerah karena produk hanya dipasarkan dengan metode word of mouth (mulut ke mulut). Sehingga, untuk mengoptimalkan pemasaran diperlukan pelatihan digital marketing untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap pemasaran secara digital. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan pemahaman masyarakat dalam pemasaran melalui media social dan jaringan internet melalui pembuatan konten yang menarik. Kegiatan ini menggunakan metode pelatihan dan simulasi secara langsung menggunakan perangkat komputer dan gawai. Setelah pelatihan, masyarakat menjadi paham dan mampu dalam melakukan pemasaran secara digital, mulai dari pembuatan akun di marketplace hingga pembuatan logo produk.

Kata Kunci: Pemasaran digital; Produk UMKM; Pelatihan

1. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil Menengah atau disingkat dengan UMKM mempunyai peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi dan industri suatu negara. Para pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. Perkembangan teknologi informasi juga telah mengubah lingkup dunia pemasaran dalam beberapa tahun terakhir ini. Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, kini telah terintegrasi dalam dunia digital. Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital sering kali disebut dengan digital marketing. Digital marketing terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen.

Digital marketing, atau pemasaran digital, telah muncul sebagai kekuatan pendorong utama di balik cara bisnis berinteraksi dengan konsumen dan menyampaikan pesan mereka ke seluruh dunia. Dengan semakin meluasnya akses internet dan adopsi teknologi digital, strategi pemasaran telah berpindah dari ruang fisik ke ranah virtual. Digital marketing melibatkan penggunaan beragam platform dan kanal digital, seperti media sosial, situs web, mesin pencari, email, konten *online*, dan lain-lain, untuk membangun *brand awareness*, berinteraksi dengan *audiens*, dan mendorong konversi.

Digital Marketing memiliki andil bagi masyarakat desa. Bagi masyarakat desa Guntung, pemasaran digital masih menjadi barang baru. Masyarakat masih kurang paham dalam melakukan pemasaran secara digital sehingga produk kurang dikenal masyarakat di luar daerah karena produk hanya dipasarkan dengan metode *word of mouth* (mulut ke mulut). Sehingga, untuk mengoptimalkan pemasaran diperlukan pelatihan digital marketing untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap pemasaran secara digital. Pentingnya bagi bisnis dan pemasar untuk memahami dengan baik konsep, strategi, dan praktik-praktik terbaik dalam digital marketing. Pendekatan yang matang dan terinformasi akan membantu mereka mengoptimalkan potensi penuh dari alat-alat digital yang tersedia, menjalin hubungan yang lebih kuat dengan konsumen, dan tetap adaptif dalam menghadapi perubahan dinamis di dunia digital yang terus berkembang.

Beberapa penelitian membuktikan bahwa pemasaran secara online memang dapat meningkatkan hasil penjualan produk. Pemasaran secara *online* juga dapat meningkatkan jangkauan pemasaran yang tidak dapat atau susah dijangkau oleh pemasaran offline. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan pemahaman masyarakat desa Guntung tentang pemasaran digital untuk meningkatkan kesejahteraan UMKM.

2. Metode

Kegiatan pertama adalah identifikasi kebutuhan mitra sasaran melalui observasi. Tujuan observasi untuk mengidentifikasi masalah yang sesungguhnya terjadi, selanjutnya akan diketahui apa yang dibutuhkan mitra. Setelah menetapkan prioritas masalah, maka tim mendiskusikan solusi dari permasalahan dengan mitra. Bersama mitra tim membuat perencanaan apa yang harus dilakukan. Prioritas masalah yang didapat adalah pelatihan pemasaran digital. Selanjutnya, metode yang diterapkan dalam kegiatan adalah dalam bentuk pelatihan dan praktik langsung.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Pelaksanaan kegiatan

Tahap pertama berupa perencanaan melalui analisis kebutuhan. Analisis kebutuhan dilakukan melalui proses tanya jawab bersama perangkat desa dan pelaku UMKM yang ada di desa Guntung. Kegiatan ini dilaksanakan di ruang kantor desa Guntung sebagaimana disajikan pada [Gambar 1](#). Selanjutnya, dilakukan persiapan dengan mensosialisasikan program untuk mendata calon peserta kegiatan. Selain itu juga dilakukan persiapan kebutuhan pelatihan, mulai dari pembuatan spanduk, penyusunan materi, dan lain-lain.



[Gambar 1](#). Proses tanya jawab bersama perangkat desa

Kegiatan utama adalah pelatihan yang dilaksanakan pada 19 Agustus 2023 ([Gambar 2](#)). Pelatihan digital marketing ini memberikan bekal yang komprehensif bagi peserta, mulai dari pemahaman konsep dasar hingga praktik langsung. Materi yang disampaikan mencakup berbagai topik, seperti strategi pemasaran digital, pembuatan konten kreatif, dan pengelolaan media sosial. Peserta diajak untuk berdiskusi, berinteraksi, dan melakukan simulasi untuk memperdalam pemahaman mereka. Puncak dari pelatihan ini adalah praktik pembuatan logo menggunakan Canva dan pengelolaan akun di marketplace. Dengan mengikuti pelatihan ini, peserta tidak hanya akan memperoleh pengetahuan, tetapi juga keterampilan yang dapat langsung diterapkan untuk mengembangkan bisnis mereka secara digital. Adapun salah satu logo yang dihasilkan disajikan pada [Gambar 3](#).



[Gambar 2](#). Pelaksanaan pelatihan



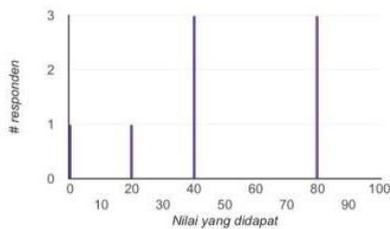
Gambar 3. Hasil pembuatan logo UMKM menggunakan Canva

3.2. Evaluasi kegiatan

Sebelum kegiatan pelatihan *digital marketing*, masyarakat tidak mampu dalam membuat akun di marketplace dan membuat akun bisnis di media sosial seperti instagram. Hal ini sebagaimana disajikan pada Gambar 4 dimana rata-rata respon benar hanya sebesar 47,5. Namun demikian, setelah pelatihan terjadi peningkatan pemahaman dan kemampuan dalam melakukan pemasaran secara digital dengan nilai rata-rata sebesar 88 (Gambar 5).



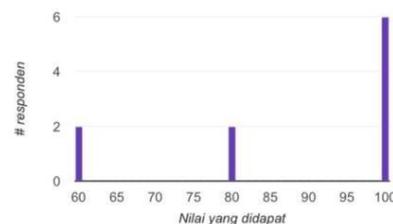
Distribusi poin total



Gambar 4. Hasil *pre-test*



Distribusi poin total



Gambar 5. Hasil *post-test*

4. Kesimpulan

Dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional, *digital marketing* menawarkan keunggulan yang tak tertandingi dalam hal pengukuran, personalisasi, dan jangkauan global. UMKM dituntut untuk selalu meningkatkan daya saingnya agar dapat terus berkembang. Salah satunya adalah dengan menerapkan teknologi informasi dan komunikasi sebagai penunjang kegiatan usahanya. Hasil kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan kemampuan dalam pemasaran digital, sehingga diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan dan keberlangsungan UMKM di masa depan.

Ucapan Terima Kasih

Tim mengucapkan terima kasih kepada perangkat desa Guntung yang telah memfasilitasi dan membantu terlaksananya program ini dengan baik.

Kontribusi penulis

Pelaksana kegiatan: AJ, CT, DNA, DR, EJ, NQ, MS, RF, SAI, ZH; Penyiapan artikel: AJ, CT, DNA, DR, EJ; Analisis dampak pengabdian: NQ, MS, RF, SAI, ZH; Penyajian hasil pengabdian: IRM; Revisi artikel: IRM.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License
