



## Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi melalui Pelatihan Digital Marketing Bagi UMKM

Yusuf<sup>1</sup>, Christianingrum<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Terbuka Pangkalpinang, Indonesia

<sup>2</sup>Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bangka Belitung, Indonesia

E-mail: [yusuf\\_se@ecampus.ut.ac.id](mailto:yusuf_se@ecampus.ut.ac.id), [christianingrum02@gmail.com](mailto:christianingrum02@gmail.com)

Article Info	Abstract
<b>Article History</b> Received: 2022-08-11 Revised: 2022-09-22 Published: 2022-11-02  <b>Keywords:</b> <i>Digital Marketing; Photography; CopyWriting; Empowerment; MSME.</i>	Marketing is an important element of running a business. The success or failure of a business depends on what marketing methods / methods are carried out by business actors, especially MSME actors. The main problem faced by many MSMEs in Air Ruai is the lack of knowledge in marketing both conventionally (offline) and online, especially e-commerce. The lack of knowledge about digital marketing has inspired the service team to deliver socialization and provide training on the use of information and communication technology. PKM activities have been carried out for 30 MSME actors in Air Ruai Village, Pemali District, Bangka Regency. Based on the partner's main problem, namely the lack of marketing management information, the solution offered to partners is to provide materials related to digital marketing, photography and how to make interesting copy writing. The methods used in this activity are lectures, questions and answers, and simulations/practice. The output of this program is to increase technology-based empowerment and the ability of MSMEs to take advantage of marketing opportunities through online media and maximize photography and copy writing features to expand marketing.
Artikel Info	Abstrak
<b>Sejarah Artikel</b> Diterima: 2022-08-11 Direvisi: 2022-09-22 Dipublikasi: 2022-11-02  <b>Kata kunci:</b> <i>Digital Marketing; Fotografi; CopyWriting; Pemberdayaan; UMKM.</i>	Pemasaran merupakan elemen penting menjalankan sebuah bisnis. Sukses tidaknya bisnis bergantung pada metode/cara pemasaran apa dan bagaimana yang dilakukan oleh pelaku usaha khususnya para pelaku UMKM. Masalah utama yang banyak dihadapi oleh UMKM di Air Ruai ialah kurangnya pengetahuan dalam memasarkan baik secara konvensional (offline) maupun secara online, khususnya e-commerce. Minimnya pengetahuan mengenai digital marketing menginspirasi tim pengabdian untuk menyampaikan sosialisasi dan memberikan pelatihan mengenai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. Kegiatan PKM telah dilaksanakan kepada 30 para pelaku UMKM di Desa Air Ruai, Kecamatan Pemali Kabupaten Bangka. Berdasarkan permasalahan utama mitra yaitu kurangnya informasi manajemen pemasaran maka solusi yang ditawarkan kepada mitra ialah dengan memberikan materi terkait dengan marketing digital, Fotografi dan bagaimana membuat copy writing yang menarik. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah ceramah, tanya jawab, dan simulasi/Praktek. Luaran program ini peningkatan keberdayaan berbasis teknologi serta kemampuan UMKM dalam memanfaatkan peluang pemasaran melalui media online dan memaksimalkan fitur fotografi serta copy writing untuk memperluas pemasaran.

### I. PENDAHULUAN

Desa Air Ruai merupakan sebuah desa yang terletak dalam kecamatan Pemali, Kabupaten Bangka, Provinsi Bangka Belitung, Indonesia. Desa ini berada dibawah naungan pemerintah daerah dan kepala desa. Desa Air Ruai juga terdapat banyak program swadaya, wisata, kemasyarakatan, dan acara rakyat untuk meningkatkannya kesejahteraan masyarakat dalam wilayahnya. Sebagian besar jenis produk UMKM di Desa Air Ruai berfokus pada sektor olahan makanan dan banyak sekali masyarakat-masyarakat kreatif membuat sebuah makanan yang murah meriah contohnya seperti keripik pisang dimana masyarakat disini sudah bisa

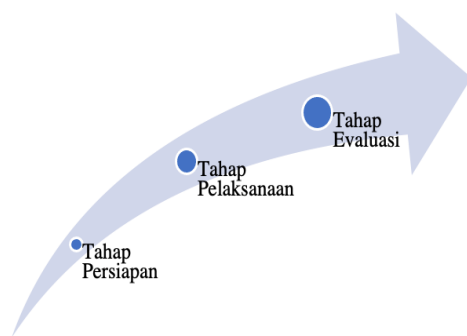
membuat produk keripik ini dengan kualitas yang bagus.

Terdapat 30 UMKM di desa Air ruay yang telah memiliki usaha, 23 UMKM diantaranya telah memiliki perizinan usaha. Masalah utama yang dihadapi UMKM di Air Ruai ialah kurangnya pengetahuan dalam memasarkan baik secara konvensional (offline) maupun secara online, khususnya e-commerce. Saat ini UMKM mampu memproduksi produk-produk makanan yang cukup unik dan menarik, tetapi mereka hanya menjualnya di sekitar daerah tersebut karena mereka belum bisa memasarkannya keluar daerah sehingga mereka hanya bisa menjualnya di area lokal saja. Oleh karena itu, pelaku UMKM

Desa Air Ruai ini perlu lebih banyak belajar lagi tentang cara pemasaran yang baik dan benar dalam produk UMKM mereka agar kesejahteraan masyarakat di Desa Air Ruai bisa lebih meningkat dan berkembang pesat. Sukses tidaknya bisnis bergantung pada metode/cara pemasaran apa dan bagaimana yang dilakukan oleh pelaku usaha khususnya para pelaku UMKM. Minimnya pengetahuan mengenai digital marketing menginspirasi tim pengabdian untuk menyampaikan sosialisasi dan memberikan pelatihan mengenai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi ini. Jika pelaku UMKM yang di dominasi oleh ibu rumah tangga memahami akan pentingnya digital marketing bagi peluang bisnis usaha, diharapkan mereka akan termotivasi untuk menggunakan digital marketing sebagai sarana komunikasi dan peluang bisnis untuk usahanya, serta dapat mempraktikkannya secara langsung dengan memanfaatkan media sosial. Berdasarkan permasalahan utama mitra yaitu kurangnya informasi manajemen pemasaran maka solusi yang ditawarkan kepada mitra ialah dengan memberikan materi terkait dengan marketing digital, pemasaran offline untuk dapat meningkatkan penghasilan.

## II. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan Pengembangan usaha berbasis Teknologi Melalui Pelatihan Digital Marketing Bagi UMKM di Desa Air Ruai dibagi dalam 3 tahap, meliputi tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi.



**Gambar 1.** Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

### 1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan merupakan tahap awal dalam pelaksanaan kegiatan Pengembangan usaha berbasis Teknologi Melalui Pelatihan Digital Marketing Bagi UMKM di Desa Air Ruai. Tahap persiapan, terdiri dari:

- a) Menyusun rencana kerja dan berkoordinasi secara langsung dengan mitra yang dalam

hal ini Kepala Desa Air Ruai dan 30 Pelaku UMKM yang ada

- b) Menentukan waktu dan menghubungi narasumber yang akan mengisi kegiatan sosialisasi dan pendampingan.
- c) Membeli alat dan bahan yang akan digunakan dalam pelaksanaan kegiatan.
- d) Menyusun instrument yang akan digunakan untuk mengevaluasi kegiatan yang akan dilaksanakan diakhir program.

### 2. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan Pengembangan usaha berbasis Teknologi Melalui Pelatihan Digital Marketing Bagi UMKM di Desa Air Ruai dibagi menjadi 3 kegiatan, meliputi:

- a) Sosialisasi tentang pentingnya pemanfaatan digital marketing
- b) Memberikan pendampingan tentang strategi promosi dan pemasaran menggunakan social media dan digital marketing.
- c) Memberikan pendampingan untuk penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. (praktek penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran produk UMKM).

### 3. Tahapan Evaluasi

Tahap evaluasi dilaksanakan diakhir kegiatan untuk mengetahui ketercapaian target yang telah direncanakan. Tahap ini juga dilakukan untuk mengetahui apakah kegiatan sudah dilaksanakan sesuai dan tepat sasaran. Selain itu, tahap ini dilakukan menggunakan instrumen yang telah disusun pada tahap awal.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian Program Kemitraan Masyarakat dalam melaksanakan semua gerak dan langkah didukung oleh berbagai sumber daya dari berbagai program studi sesuai dengan program pengabdian yang ditawarkan. Pengabdian dalam kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini mencapai keberhasilan karena dukungan berbagai pihak yang terkait dan mau bekerjasama dengan baik, yaitu pihak mitra (sasaran) yang menyambut baik pelaksanaan kegiatan. Pelaksanaan kegiatan Pengembangan usaha berbasis Teknologi Melalui Pelatihan Digital Marketing Bagi UMKM di Desa Air Ruai dibagi menjadi 3 kegiatan, meliputi:

1. Sosialisasi tentang pentingnya pemanfaatan digital marketing. Kegiatan ini terlaksana karena minimnya pengetahuan mengenai digital marketing yang dimiliki oleh pelaku UMKM di Desa Air Ruai. Pada Tanggal 20 Juni

2022 dilaksanakan kegiatan Sosialisasi tentang pemanfaatan Digital marketing. Kegiatan di buka oleh Bapak Rozali selaku Kepala Desa Air Ruai. Narasumber dalam Kegiatan ini adalah Bapak Yusuf selaku ketua Pengabdi. Kegiatan ini diikuti dengan antusias oleh hamper 30 pelaku UMKM di Desa Air ruai. Dalam penjelasannya, Yusuf membahas tentang ke-wirausahaan dan pentingnya adopsi peng-gunaan media digital dalam bisnis. Selain itu seorang wirausahawan harus mampu meng-ubah mindset dan mampu menangkap peluang yang ada. Pada Era Digital mengharuskan setiap UMKM melakukan adaptif strategi pada ceruk digitalisasi.



**Gambar 2.** Pelaksanaan Kegiatan Sosialisasi Digital Marketing

2. Memberikan pendampingan tentang strategi promosi dan pemasaran menggunakan social media dan digital marketing. Kegiatan ini terlaksana tanggal 22 Juni 2022 bertempat di Kantor Desa Air Ruai. Narasumber dalam kegiatan ini adalah Christianingrum, Anggota pengabdi yang berasal dari Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung. Dengan Latar Belakang Pendidikan dari Manajemen pemasaran dan sertifikasi digital marketing yang dimilikinya, beliau bertanggung jawab menyampaikan materi mengenai apa dan bagaimana peranan promosi dalam pemasaran, dan bagaimana menggunakan social media dalam kegiatan bisnis. Dalam kegiatan ini juga di bahas berbagai jenis media social yang bisa di manfaatkan untuk berpromosi, juga waktu-waktu terbaik yang bisa dimaksimalkan untuk meningkatkan penjualan produk. Kegiatan diikuti antusias oleh warga, tim pengabdi juga memberikan pendampingan penggunaan social media dan pembuatan akun social media bagi pelaku umkm yang belum memilikinya.



**Gambar 3.** Kegiatan Pendampingan Promosi dan Penggunaan socialMedia

3. Memberikan pendampingan untuk penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. (praktek penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran produk UMKM). Kegiatan ini dilaksanakan pada Tanggal 23 Juni 2022 bertempat di Kantor desa Air Ruai. Pada kegiatan ini ada 2 narasumber yang terlibat memberikan materi. Materi Pertama yaitu Teknik copywriting diberikan oleh Daniyal ulyana. Beliau mengulas tentang bagaimana pesan iklan bisa memberikan dampak positif atau negative di benak warga. Bagaimana membuat Bahasa iklan yang menarik dan menggugah keinginan pembaca untuk membeli produk. Kemudian materi kedua diisi oleh Herza, beliau memberikan tips dan trick bagaimana membuat dan mengambil foto produk yang menarik. Narasumber juga menjelaskan bahwa dengan sudut pengambilan gambar yang tepat bisa meningkatkan minat orang untuk membeli produk. Pada kegiatan pendampingan menggunakan teknologi informasi, tim pengabdi membentuk dibentuk kelompok-kelompok yang akan didampingi dalam memanfaatkan media social, Kegiatan ini akan dilaksanakan selama 2bulan (4 kali kegiatan). Diharapkan dengan adanya praktek secara langsung ini para pelaku UMKM lebih luwes lagi memanfaatkan media promosi yang sedang trend saat ini. Selama kegiatan berlangsung, sebanyak 30 UMKM selaku mitra akan dilibatkan penuh secara langsung. Keberhasilan rangkaian kegiatan ini nantinya dapat diukur dari peningkatan skill atau kemampuan yang diperoleh Pelaku UMKM serta meningkatnya penghasilan dari masyarakat itu sendiri. Dengan adanya rangkaian kegiatan ini diharapkan UMKM mampu mengembangkan Usaha Berbasis Teknologi Melalui Pelatihan Digital Marketing. Tahapan

Evaluasi. Tahap evaluasi dilaksanakan pada setiap akhir kegiatan. Evaluasi dilaksanakan untuk mengetahui ketercapaian target yang telah direncanakan. Tahap ini juga dilakukan untuk mengetahui apakah kegiatan sudah dilaksanakan sesuai dan tepat sasaran. Selain itu, tahap ini dilakukan menggunakan instrumen yang telah disusun pada tahap awal.

#### **IV. SIMPULAN DAN SARAN**

##### **A. Simpulan**

Dari pengabdian Program Kemitraan Masyarakat yang dilakukan pada 30 Pelaku UMKM di Air Ruai didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Semua Kegiatan sosialisasi dan pendampingan telah terlaksana dengan Baik.
2. 30 Pelaku UMKM di Air Ruai telah menerima transfer informasi mengenai Digital marketing, promosi dan pemanfaatan teknologi informasi serta mampu mengaplikasikannya dengan baik dalam kegiatan bisnisnya
3. Perlu diadakan kegiatan pengabdian Rutin untuk membantu mengembangkan 30 Pelaku UMKM di Air Ruai agar tetap bisa eksis bersaing dan menghadapi perkembangan zaman.

##### **B. Saran**

Pembahasan terkait penelitian ini masih sangat terbatas dan membutuhkan banyak masukan, saran untuk penulis selanjutnya adalah mengkaji lebih dalam dan secara komprehensif tentang Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi melalui Pelatihan Digital Marketing Bagi UMKM.

#### **DAFTAR RUJUKAN**

- Alford, P & Page, S.J (2015) Marketing technology for adoption by small business. *The Service Industries Journal*, 2015 Vol. 35, Nos. 11-12, 655-669.
- Bird, D. (2007). *Commonsense Direct & Digital Marketing*. London : Kogan Page.
- Cant, M.C & Wiid, J.A (2016). The use of traditional marketing tools by SMEs in an emerging economy: a South African perspective. *Problems and Perspectives in Management*, Volume 14, Issue 1, 2016
- Chaffey, D & Smith, P.R (2008). *e-Marketing Excellence : Planning and optimizing your digital marketing*. USA : Elsevier.
- Kurniawan, A & Asharudin, M (2018). Small and Medium Enterprises (SMEs) Face Digital Marketing. *Muhammadiyah International Journal of Economics and Business* Volume 1, Number 2, December 2018
- Mulyana, N (2016). *Need Assessment Masyarakat Sekitar Kampus Jatnangor*. Social Work Jurnal. Vol. 6 Nomor 1
- Permana, S.H (2017) Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Aspirasi* Vol. 8 No. 1, Juni 2017
- Rowan, W. (2002) *Digital Marketing : Using New Technologies to Get Closer to Your Customers*. London : Kogan Page
- Ryan, D & Jones, C (2009) *Understanding Digital Marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation*. London: Kogan Page
- Setiawati, I & Widyartati, P (2017) Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM. *Seminar Nasional dan Call for Paper 2017 Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Melalui Publikasi Jurnal Ilmiah dalam Menyikapi Permenristekdikti RI No.20 Tahun 2017*
- Taiminen, H.M & Karjalainen, H (2014). The usage of digital marketing channels in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development* Vol. 22 No. 4, 2015 pp. 633-651
- Weber. L (2009) *Marketing to The Social Web : How Digital Customer Communities Build Your Business*. Canada : John Wiley & Sons, Inc.