

Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Dan Kewirausahaan Ukm Kopi Di Kecamatan Pasrujambe Kabupaten Lumajang

Kusnanto Darmawan¹, Sukma Irdiana², Mohammad Noor Khairullah³, Kurniawan Yunus Ariyono⁴

Program Studi Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang, Indonesia^{1,2,3,4}

Email: kusnanto.wiga@gmail¹, sukmapasah@gmail.com², mohnoorkhairullah@gmail.com³, ariyonoary45@gmail.com⁴

Abstrak

Digital marketing telah berkembang dengan sangat pesat sejak masyarakat mengenal internet. Tingkat penggunaan internet dipicu dengan kehadiran smartphone dengan harga yang sangat terjangkau. Tetapi penggunaan digital marketing tidak banyak disadari oleh pelaku bisnis, terutama para UKM di Kecamatan Pasrujambe. Kebanyakan UKM di Kecamatan Pasrujambe beranggapan bahwa digital marketing merupakan tempat untuk terjadinya transaksi, hal ini berbeda jauh dengan pengertian sebenarnya dari digital marketing. Karena digital marketing ini merupakan pemanfaatan semua sumber daya yang berbeda pada internet sebagai tempat pemberi informasi sebagai produk-produk yang dimiliki oleh UKM tersebut. Media sosial yang digunakan untuk digital marketing tidak hanya tertumpu pada media sosial yang sengaja dibuat untuk UKM, juga media sosial yang dimiliki oleh pegawai atau karyawan dari UKM tersebut. Sehingga pemasaran produk memiliki jangkauan yang lebih luas, dan dengan demikian penjualan produk dari UKM yang berada pada Kecamatan Pasrujambe juga meningkat.

Keyword: Pelatihan, Digital Marketing, UKM

PENDAHULUAN

Kecamatan Pasrujambe mempunyai UKM yang beragam, banyak olahan dan produk UKM tidak banyak dikenal oleh masyarakat luas, hal ini didasarkan pada data dinas perindustrian, perdagangan, koperasi dan UKM. Tingkat jangkauan pemasaran dinilai masih rendah, karena UKM hanya mengandalkan toko dirumah, sementara dengan banyaknya layanan jual beli online membuat persaingan produk UKM Kecamatan Pasrujambe banyak yang tidak terjangkau informasi oleh masyarakat.

Produk UKM Kecamatan Pasrujambe memiliki kualitas yang cukup baik, hal ini dibuktikan dengan Sering ikut serta dalam festival kopi di seluruh Indonesia. Dan rata-rata kopi Pasrujambe mendapatkan kesan baik dari masyarakat yang membeli secara langsung pada saat festival. Produk yang dihasilkan oleh UKM Kecamatan Pasrujambe masih banyak yang belum bisa dibeli secara luas. Hal ini karena UKM Pasrujambe masih menggunakan pemasaran secara offline. Sehingga masih banyak masyarakat luas yang belum tahu akan produk UKM Pasrujambe.

Berdasarkan uraian di atas, tim pengabdian tertarik untuk melaksanakan pengabdian di Kecamatan Pasrujambe untuk melaksanakan pelatihan Digital Marketing dengan menggunakan Facebook, Instagram, dan aplikasi online lainnya.

Solusi dan Target Luaran

Solusi untuk menangani permasalahan yang terjadi adalah dengan digital marketing produk menjadi layak jual dan promosi. Melalui foto produk yang komersial, akan meningkatkan nilai jual

produk yang tinggi dari harga kisaran sebelum di kemas dengan rapi. Solusi yang ditawarkan untuk masalah kedua adalah meningkatkan promosi, dibuat sebuah merk digital melalui internet. Dengan fakta bahwa pengguna internet di Indonesia cukup banyak, maka internet brand akan meningkatkan promosi di masyarakat.

Promosi yang bagus dapat dilakukan dengan melakukan riset dan analisis terhadap pasar. Saat ini merupakan era dimana Internet menjadi salah satu bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan bermasyarakat. Kelengkapan dan kejelasan informasi menjadi salah satu factor pemicu kepercayaan masyarakat terhadap suatu lembaga. Promosi yang selama ini telah dilakukannya kini memasarkan produk melalui pameran-pameran dan melalui media social facebook yang dimiliki oleh pemilik usaha dagang, sehingga tingkat pengenalan produk masih rendah karena jangkauan area promosinya juga pendek. Dengan menerapkan internet brand, diharapkan tingkat pengetahuan akan produk inovasi, promosi dan penjualan produk akan meningkat. Jenis luaran yang dihasilkan pada program pengabdian masyarakat ini adalah sebuah publikasi jurnal nasional.

METODE

Metode kegiatan ini berupa pelatihan kepada pelaku UKM Kecamatan Pasrujambe. Setelah diberi pelatihan, selanjutnya mereka dibimbing untuk menerapkan hasil pelatihan dalam rangka memanfaatkan Facebook, Instagram dan Lazada dalam pemasaran.

Berikut ini adalah tahapan pelatihan yang dilakukan:

1. Tahap Persiapan, yang dilakukan meliputi :
 - a. Survei.
 - b. Pemantapan dan penentuan lokasi dan sasaran.
 - c. Penyusunan bahan/materi pelatihan, yang meliputi: makalah dan modul untuk kegiatan pelatihan.
2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan Tahap ini menjelaskan tentang pentingnya bagi pelaku usaha untuk mengetahui Facebook, Instagram dan Lazada untuk diaplikasikan di dunia usaha. Selanjutnya, sesi pelatihan yang menitik beratkan pada kemampuan membuat bahan pemasaran dengan menggunakan Facebook, Instagram dan Lazada. Pemberian pelatihan ini dilakukan dengan teknik simulasi agar para pelaku usaha mendapatkan pengalaman langsung sekaligus pengayaan dari teman-temannya dan tim pelatih.
3. Metode Pelatihan Untuk melaksanakan kegiatan tersebut digunakan beberapa metode pelatihan, yaitu:
 - a. Metode Ceramah
Metode ceramah dipilih untuk memberikan penjelasan bagi peserta untuk mengetahui aplikasi Facebook, Instagram dan Lazada serta mengaplikasikannya untuk pembelajaran di dunia usaha.
 - b. Metode Tanya Jawab
Metode tanya jawab sangat penting bagi para peserta pelatihan, baik di saat menerima penjelasan tentang topik yang dibahas serta saat mempraktekkannya
 - c. Metode Simulasi
Metode simulasi ini sangat penting diberikan kepada para peserta pelatihan untuk memberikan kesempatan mempraktekkan materi pelatihan yang diperoleh.

Evaluasi proses dan hasil (pencapaian tujuan pelatihan) dilakukan dengan angket tanya jawab, dan observasi. Sedangkan evaluasi aspek penyelenggaraan pelatihan dilakukan dengan pemberian angket indikator keberhasilan dalam pelaksanaan pelatihan media pembelajaran dengan menggunakan aplikasi Facebook, Instagram dan Lazada untuk pelaku usaha ada 2 metode, yaitu:

1. Evaluasi selama proses pelatihan
Evaluasi saat pelaksanaan pelatihan meliputi, keterlibatan dan kemampuan peserta setiap tahap pelatihan. Pada tahap akhir, peserta diharapkan dapat memanfaatkan aplikasi Facebook, Instagram dan Lazada untuk membuat media pemasaran.
2. Evaluasi Pasca Pelatihan
Keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dievaluasi berdasarkan taraf penyelesaian materi pelatihan, dan Tim Pengabdian akan melakukan evaluasi dengan

mengamati dan memeriksa hasil desain pemanfaatan aplikasi Facebook, Instagram dan Lazada dalam pembuatan media pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) sudah dilaksanakan secara 100%. Kegiatan inti yaitu pelatihan pengembangan pemasaran melalui digital yang telah dilaksanakan Agustus 2022. Berikut adalah rincian kegiatan yang sudah dilakukan oleh tim pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Kecamatan Pasrujambe.

Persiapan Kegiatan PKM

Pada tanggal 28 Juli 2022 dilakukan koordinasi dengan pihak UKM Kecamatan Pasrujambe untuk memastikan kembali fasilitas yang dibutuhkan untuk pelaksanaan kegiatan seperti ruangan, proyektor, dan pendukung lainnya. Selain fasilitas tim juga meminta informasi mengenai peserta pelatihan. Informasi yang didapatkan dari hasil koordinasi adalah UKM Kecamatan Pasrujambe sudah menggunakan smartphone. Dari hasil wawancara juga diketahui bahwa sebagian besar UKM di Kecamatan Pasrujambe sudah memiliki laptop dan LCD proyektor pun sudah disediakan sebagai fasilitas UKM. Pelaksanaan Kegiatan PKM (Pelatihan Pengembangan Pemasaran UKM Melalui Digital).

Persiapan Pelatihan

Lokasi kegiatan pelatihan berjarak 23 km yang ditempuh dalam waktu 45 menit. Tim kegiatan pengabdian kepada masyarakat berangkat dari Kampus ITB Widya Gama Lumajang pada tanggal 28 Juli 2022. Selain itu, tim pengabdian bersama pihak Kecamatan telah berkoordinasi untuk melakukan persiapan pelatihan meliputi penyiapan materi dan bahan pelatihan, seperti: tempat dan ruangan pelatihan. Konsumsi pelatihan Jadwal Pelatihan Pelatihan dilaksanakan di Kecamatan Pasrujambe pada tanggal 28 Juli 2022 – 31 Juli 2022. Kegiatan Pelatihan dilakukan sesuai jadwal yang telah disusun. Untuk mengetahui seberapa besar pemahaman dan pengetahuan UKM terhadap pengembangan digital marketing maka terlebih dahulu dilakukan pre-test. Setelah pre-test dilakukan, materi – materi pelatihan diberikan selama 4 hari kegiatan pelatihan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat, mulai dari pembukaan sampai kegiatan pelatihan, dilakukan di Kecamatan Pasrujambe.

KESIMPULAN

Program Kemitraan Masyarakat dengan tema pelatihan pemanfaatan digital marketing dalam pengembangan pemasaran dan kewirausahaan ukm pada Kecamatan Pasrujambe, yang telah diselenggarakan pada tanggal 28 s.d 31 Juli 2022 telah mampu menghasilkan keluaran PKM berupa Facebook, Instagram dan Lazada, sebagai peningkatan keterampilan peserta latih, dan publikasi di media social internet. Kegiatan PKM ini menumbuhkan ide-ide kreatif bagi peserta latih dalam menghasilkan cara pemasaran yang mempunyai daya saing global dan sebuah foto produk yang bernilai jual dengan memanfaatkan bahan yang ada disekitar lingkungan.

REFERENCES

- Chusniyah, I., & Fauzan, N. (2016). Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Di Masa Pandemi Bagi Masyarakat. *Khidmatuna : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 138–149. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Hakim, L. (2019). Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Marketplace Bagi UMKM Dalam Merespon Perubahan Perilaku Konsumen. *LOYALITAS, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 74–91. <https://ejournal.iainda.ac.id/index.php/loyal/article/view/353>
- Harini, C., & Rohman, A. (2020). Iptek Bagi Masyarakat dan Pengembangan Marketing Online Pada UMKM Kabupaten Semarang. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4, 701–706.
- Hartono, S., & Ubed, R. S. (2018). Pelatihan Online Marketing Kepada Pelaku UMKM Desa Cibogo, Cisauk, Tangerang. *Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 270–274.

- Indawati, N., Juniarti, R. P., Paramita, S., & Indarwati, T. A. (2021). Pelatihan Pemasaran Online Pada Pelaku Usaha Keripik Tempe Dan Keripik Buah Desa Sukorejo Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik. *Jurnal ABDI: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 18. <https://doi.org/10.26740/ja.v7n1.p18-22>
- Istiqomah, S., Fajaryanti, Y., & Dewi, A. S. (2020). Peningkatan Kinerja Bisnis Melalui Strategi Pemasaran Berbasis Online Pada Ukm Produk Camilan Tradisional. *Diseminasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 5–18. <https://doi.org/10.33830/diseminasiabdimas.v2i1.750>
- Maftuhah, R., & Rafsanjani, H. (2019). Pelatihan Strategi Pemasaran Melalui Media Online Pada Produk Usaha Rumahan Krupuk Bawang dan Kripik Sukun. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 227. <https://doi.org/10.30651/aks.v3i2.1996>
- Mulyantomo, E., Sulistyawati, A. I., & Triyani, D. (2021). Pelatihan Pemasaran Online Dan Digital Branding Dimasa Pandemi Covid-19 Bagi Pelaku UMKM di Desa Tegalarum Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak. *Tematik*, 3(2), 199–210. <https://156.67.218.228/index.php/tematik/article/view/4218%0Ahttps://156.67.218.228/index.php/tematik/article/download/4218/2318>
- Putri, A. A., Aisyah, A. I., Pratama, D. A. P., Maritza, E. N., Priambodo, G., Hermawan, G. V., Dianti, R., & Natalia, J. (2021). Pelatihan Strategi Pemasaran Online Untuk Pedagang yang Terdampak Covid19 di Surabaya dan Sekitarnya. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 363. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v4i3.864>
- Syifa, Y. I., Wardani, M. K., Rakhmawati, S. D., & Dianastiti, F. E. (2021). Pelatihan UMKM Melalui Digital Marketing untuk Membantu Pemasaran Produk Pada Masa Covid-19. *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), 6–13.
- Tukino, T., Effendi, S., Annurrullah Fajrin, A., & Harry Mardika, N. (2022). Pembinaan Pembuatan Laporan Keuangan Dan Pemasaran Online Pada UKM Rafflesia Kota Batam. *Jurnal Pengabdian Barelang*, 4(2), 13–20. <https://doi.org/10.33884/jpb.v4i2.5534>
- Widiastuti, C. T., Widayat, G. M., Kharisma, D., Prasetyani, E. T., & Fatkhur, D. F. I. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Pemasaran Online Bagi UMKM di Kelurahan Mlatibaru Semarang. *Jurnal Budimas*, 04(01), 1–8. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>