

Pelatihan Digital Marketing melalui UMKM didesa Ombe Baru Kecamatan Kediri Nusa Tenggara Barat

¹Noni Antika Khairunnisah, ²Sri Maryanti, ³Febrian Humaidi Sukmana, ⁴Sinta Widhayani Eka Putri, ⁵Gina Andrayana

¹²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi 45 Mataram

³universitas Nahdlatul Wathan

⁴⁵Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi 45 Mataram

Email Corespondent: noniantika526@gmail.com

Abstrak

Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Desa Ombe Baru adalah masalah pemasaran dan keterampilan menggunakan teknologi. UMKM di Desa ini memerlukan pengembangan usaha berbasis teknologi sehingga dapat bersaing dengan usaha-usaha baru yang bersifat online. Tujuan dari penulisan paper ini adalah 1) Mengidentifikasi penggunaan media pemasaran pada UMKM di Desa Ombe baru, Nusa Tenggara Barat 2) Menggambarkan upaya pengembangan usaha berbasis teknologi pada UMKM melalui pelatihan digital marketing. Metode yang digunakan dalam identifikasi penggunaan media pemasaran adalah dengan observasi dan wawancara. Metode yang digunakan dalam upaya pengembangan usaha berbasis teknologi adalah metode pendidikan masyarakat dan pelatihan. Materi-materi dalam upaya pengembangan usaha berbasis teknologi pada UMKM Desa Ombe Baru, Nusa Tenggara Barat melalui pelatihan digital marketing meliputi : 1) Menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan memberikan inspirasi dari keberhasilan bisnis online, 2) Pelatihan digital marketing. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa tidak banyak UMKM di Desa Ombe Baru menggunakan teknologi dalam pemasaran, yaitu didominasi dengan media Whatsapp dan Facebook, namun masih belum optimal. Bahkan masih banyak UMKM yang menjalankan usahanya secara offline tanpa bantuan teknologi. Hasil evaluasi dari kegiatan pelatihan digital marketing menunjukkan bahwa kegiatan ini mendapatkan tanggapan yang positif, dinilai dapat memberikan wawasan dan ilmu, dan memberikan inspirasi. Hampir seluruh pelaku usaha ingin mempraktekan bisnis online ini dalam pengembangan usahanya.

Kata Kunci: *Digital Marketing, UMKM, Desa*

PENDAHULUAN

Undang-undang republic Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah dan usaha besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di indonesia (UU). Dimana masing-masing usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah adalah usaha produktif yang berdiri, milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria sebagaimana diatur dalam undang-undang.

Banyaknya pelaku usaha yang menerapkan ekosistem digital marketing ini membuat hal tidak asing lagi bagi masyarakat dari berbagai lapisan ekonomi, baik yang tinggal dipertanian maupun perdesaan. Banyak pelaku usaha yang meskipun telah terhubung dengan digital marketing, akan tetapi

mereka tidak mendapatkan keuntungan maksimal.

Pengabdian masyarakat ini dikembangkan dari kegiatan mahasiswa yaitu KKN yang dilakukan di Desa Ombe Kabupaten Lombok Barat, pengabdian ini diharapkan mampu memberikan pembelajaran dan pengalaman baru bagi masyarakat dalam mengelola UMKM melalui pelatihan Digital marketing melalui UMKM di Desa Ombe Nusa Tenggara Barat.

Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat mampu menyelesaikan setiap permasalahan yang timbul, sehingga terciptanya masyarakat yang berkeadilan dan berpendidikan.

Terdapat tantangan baru yang dihadapi dalam dunia usaha karena terkait dengan

perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Pola pemasaran dalam bisnis telah berubah dengan cepat. Keberadaan internet saat ini mengarah kegiatan komersial dimana pelanggan dapat melakukan transaksi melalui berbagai aplikasi. (Kurniawan & Asharudin, 2018). Internet telah mengubah cara organisasi menyusun diri, dan mengubah hubungan pelanggan dengan perusahaan. Penggunaan internet ini memungkinkan informasi mengalir bebas antara pembeli dan penjual, menghilangkan biaya dari proses bisnis dan meningkatkan pilihan pelanggan. (Rowan, 2002). Adopsi teknologi untuk pemasaran sangat penting untuk kelangsungan usaha kecil. (Alford & Page, 2015). Dengan demikian, diperlukan perhatian terhadap pengembangan UMKM. Strategi pemasaran online berpengaruh positif terhadap peningkatan laba UMKM (Setiawati & Widyartati, 2017).

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pengabdian ini terdiri dari program awal, program inti dan program akhir. Program awal merupakan kunjungan dilakukan dengan bertemu masyarakat Desa Ombe. Dengan objek kegiatan pengabdian ini masyarakat desa Ombe Baru, Remaja Usia 21 Tahun, serta ibu-ibu dan staff desa atau singkatnya para pelaku usaha.

Tahapan kegiatan yang dilakukan observasi pada hari Sabtu, 13 Agustus 2022 di kantor desa. Hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha sekitar. Dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 1. Tim dan Mahasiswa observasi lapangan

Setelah observasi dilakukan, selanjutnya tahap wawancara kepada para pelaku usaha maupun remaja dan ibu-ibu guna mendapatkan informasi lebih jelas terkait permasalahan yang dihadapi.

Kemudian, setelah berhasil mengidentifikasi berbagai kesulitan yang dihadapi, tim kami mulai memetakan, dan memfokuskan untuk membantu menemukan solusi khususnya bagaimana menjaga keberlangsungan bisnis yang salah satunya melalui peningkatan volume penjualan melalui pemanfaatan digital marketing (Hendriadi, Sari, & Padilah, 2019). Selanjutnya menyusun program pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan tersebut, guna menemukan problem solving. Dimana pelatihan terdiri dari pendidikan masyarakat dalam kaitannya menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan pelatihan digital marketing.

HASIL KEGIATAN

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di Desa Ombe Baru, Lombok Barat, Nusa Tenggara Barat telah berjalan lancar tanpa ada hambatan. Berikut adalah beberapa hasil yang diperoleh pada kegiatan tersebut.

1. Kegiatan sosialisasi materi dasar kewirausahaan. Kegiatan ini dihadiri oleh masyarakat desa Ombe Baru Kecamatan Kediri Nusa Tenggara Barat. Adapun materi pelatihan adalah dimulai dari memberikan pendidikan masyarakat, dilakukan pada materi dasar kewirausahaan. Pendidikan masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan wawasan pelaku usaha mengenai kewirausahaan, terutama berbisnis secara online. Selain meningkatkan wawasan, materi ini juga dilakukan untuk memberikan semangat dan motivasi kepada para pelaku usaha di Desa Ombe Nusa Tenggara Barat (Setiawati & Widyartati, 2017). Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Senin, tanggal 22 Agustus 2021 yang dimulai dari jam

10 pagi sampai dengan jam 12 siang. Para peserta yang ikut dalam kegiatan ini sangat bersemangat, hal ini terlihat dari partisipasi masyarakat dalam tanya jawab terkait materi yang disampaikan dan tetap bersemangat dalam menyimak penjelasan dari pemateri sampai acara berakhir.

2. Kegiatan pelatihan pemanfaatan digital marketing bagi pelaku usaha. Pelatihan ini dilaksanakan pada hari Selasa, tanggal 23 Agustus 2021 dan dimulai dari jam 10.00 sampai dengan jam 13.00 siang. Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan dengan metode ceramah diskusi. Pada kegiatan ini para pelaku UMKM maupun remaja setempat diberikan pemaparan bagaimana definisi, tujuan dan pemanfaatan digital marketing bagi pelaku bisnis. Lebih lanjut lagi, dalam sesi ini juga diberikan penjelasan dan gambaran berbagai aplikasi sosial media yang dapat digunakan untuk membantu pemasaran seperti Whatsapp, Facebook, Instagram, Twitter, dan Tiktok. Bahkan, sampai pada pelatihan bagaimana membuat konten yang menarik untuk konsumen seperti foto dan video dari produk yang ditawarkan. Peserta dilatih untuk dapat menggunakan internet melalui sosial media dalam membantu upaya pemasaran. Selama kegiatan berlangsung, peserta mengikuti dengan antusias yang bisa dilihat dari semangat peserta dalam sesi tanya jawab dan mengikuti pelatihan sampai penutupan acara. Adapun dokumentasi kegiatan dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 2. Pelaksanaan Pelatihan

KESIMPULAN

Melalui sosialisasi kewirausahaan mitra mendapatkan wawasan, ilmu dan pengetahuan yang lebih luas terkait dengan kewirausahaan yang mampu memberikan semangat dan motivasi dalam menjalankan bisnis.

Sebelum pelatihan, hanya beberapa mitra yang mampu memanfaatkan teknologi sederhana dalam menjalankan bisnis. Melalui pelatihan digital marketing yang telah diberikan mitra mendapatkan keterampilan tambahan dalam memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan pemasaran produk secara lebih optimal dan efektif. Disisi lain, semakin banyak mitra yang termotivasi untuk menjalankan bisnis secara online dalam mendukung keberlanjutan bisnis mereka.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat LPPM Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi 45 Mataram (STIE 45 Mataram) atas dukungan baik itu moral maupun materi dalam bentuk pendanaan untuk terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat ini. disamping itu, terimakasih juga kami ucapkan pada segenap aparatur Desa Ombe Baru beserta masyarakatnya yang telah turut berpartisipasi dan mengizinkan kami melaksanakan kegiatan ini, sehingga acara berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hendriadi, A. A., Sari, B. N., & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang.

Jurnal Pengabdian Masyarakat J-DINAMIKA, 4(2). 120-125.

Kurniawan, A., & Asharudin, M. (2018). Small and medium enterprises (smes) face digital marketing. *Muhammadiyah International Journal of Economics and Business*, 1(2), .. 115-120.

Setiawati, I., & Widyartati, P. (2017). Pengaruh strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM. Seminar Nasional dan Call For Paper 2017 Starategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Melalui Publikasi Jurnal Ilmiah Dalam Menyikapi Permenristekditi RI No. 20 Tahun 2017. *Sawala : Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*.

UU, N. 2. (n.d.). *Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah*.

Zulfiqri, S. S., Hasim, A. A., Ramdani, M. I., Bayupi, A., & Titik, N. (2022). Laporan Kegiatan Kuliah Kerja Nyata.