

Pengembangan UMKM melalui Pelatihan Pemasaran Online di Dusun Bunder IV Banaran Galur Kulon Progo

Salmah Orbayinah^{1*}, Indardiz², Fathinah Hanun³

¹ Program Studi Pendidikan Farmasi, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,

² Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,

³ Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,

Jalan Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183

Email: orbayinah_salmah@umy.ac.id

Abstrak

Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk melakukan pelatihan dan pendampingan pemasaran secara online pada komunitas UMKM di Dusun Bunder IV Banaran Galur Kulon Progo. Pelaksanaan abdimas dilaksanakan pada hari Sabtu, 12 Februari 2022. Bentuk kegiatannya adalah penyuluhan tentang UMKM di era digital dilanjutkan pelatihan pemasaran dengan fasilitas media sosial salah satunya menggunakan Facebook. Langkah-langkah pemasaran menggunakan Facebook antara lain: 1) Membuat Account Facebook (Jika Belum ada), 2) Membuat Fanpage, 3) Mengatur Fanpage, dan 4) Melakukan promosi. Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dihadiri peserta sebanyak 29 orang, diantaranya adalah peserta yang telah memiliki usaha dengan skala mikro dan menengah berupa usaha pembuatan bakso goreng, tempe benguk, dan telur asin. Pelaksanaan kegiatan ini berjalan dengan lancar dan kehadiran peserta mencapai 100% dengan peningkatan pemahaman materi sebesar 41,67%.

Kata kunci : Pemasaran online, UMKM

Abstract

The purpose of this community service activity is to conduct online marketing training and assistance to the MSME community in Bunder IV Banaran Galur Kulon Progo. The implementation of the abdimas was held on Saturday, February 12, 2022. The form of the activity was counseling about MSME in the Digital Era followed by marketing training with social media facilities, one of which was using Facebook. The marketing steps using Facebook include: 1) Creating a Facebook Account (if it doesn't exist yet), 2) Creating a Fanpage, 3) Setting up a Fanpage, and 4) Promoting. The implementation of this community service was attended by 29 participants, including participants who already have a micro and medium scale business in the form of making fried meatballs, tempe benguk and salted eggs. The implementation of this activity went smoothly and the attendance of participants reached 100% with an increase in understanding of the material by 22%.

Keywords: Online marketing, MSME

Pendahuluan

Digital marketing merupakan salah satu usaha untuk memasarkan atau mempromosikan sebuah produk melalui media internet agar bisa menjangkau konsumen maupun calon konsumen dengan cepat. Media internet yang sekarang ini populer digunakan untuk pemasaran produk antara lain, Facebook, Youtube, Instagram, dan media sosial yang lain. Manfaat yang didapatkan dengan digital marketing selain bisa menjangkau pasar yang lebih luas dan mengefektifkan biaya pemasaran, juga membuat ruang dan waktu pemasaran yang tidak terbatas. Selain itu, digital marketing bersifat *real time* sehingga pengusaha dapat langsung memperhatikan minat dan *feed back* dari pasar yang dituju, serta dapat memutuskan strategi penyesuaian terkait konten iklan untuk hasil yang lebih baik dengan lebih cepat. Usaha Mikro Kecil Menengah atau disingkat dengan UMKM mempunyai peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi dan industri suatu negara karena faktanya selain menjadi sumber terciptanya lapangan kerja dengan mengurangi pengangguran, kontribusi UMKM pada bidang usaha di seluruh dunia mencapai 80%. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM sangat menunjang pertumbuhan ekonomi baik dalam lingkup nasional, maupun regional (Arief, 2009)

Pemanfaatan teknologi informasi dilakukan oleh UMKM umumnya diawali dari proses pemasaran untuk memperluas pangsa pasar atas produk yang dijual. Pelaku usaha tersebut pun berkeyakinan bahwa dengan memanfaatkan teknologi informasi seperti media pemasaran berbasis *online* dapat mewujudkan pertumbuhan dan peningkatan penjualan produk yang dipasarkan.

Pengaruh pandemi virus Covid-19 cukup memberikan dampak utamanya di bidang ekonomi, seperti halnya para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang dapat menurunkan omzet penjualannya. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM (Kompas, 27 Maret 2020), setidaknya terdapat 949 laporan dari pelaku koperasi serta Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang terkena dampak wabah Covid-19.

Salah satu strategi pemulihan ekonomi adalah terhubung dengan ekosistem digital, dengan cara mendigitalisasi pasar agar para pelaku usaha bisa tetap melakukan aktivitas usahanya meskipun di tengah pandemi Covid-19. Pelaku UMKM bisa mulai berubah dalam membangkitkan usaha-usahanya dan menyesuaikan diri di era *new normal* dengan memanfaatkan teknologi informasi (IT) di dalam bisnisnya. Namun, upaya mengintegrasikan UMKM dengan ekosistem digital memerlukan keterampilan khusus yang harus dikuasai oleh para pelaku usaha UMKM. Untuk itu, maka menjadi hal yang cukup penting untuk dilakukannya pendampingan kapasitas UMKM dalam peningkatan penjualan melalui strategi pemasaran digital (Gibson, 2018).

Ada tiga mitra UMKM sebagai model penerapan program edukasi terkait digital marketing, yaitu UMKM bakso goreng, UMKM tempe benguk, dan UMKM telur asin. Ketiga mitra UMKM ini sudah mengetahui terkait pentingnya internet dan promosi di media internet. Hanya saja, manfaat dan efeknya belum terasa optimal.

Metode Pelaksanaan

Tahapan yang akan dilakukan terkait kegiatan ini adalah proses yang berkesinambungan dari mulai memperkenalkan UMKM di era digital, sosialisasi pentingnya digital marketing, motivasi penggunaan fasilitas yang ada, memberikan pelatihan dan pendampingan sehingga para pengusaha UMKM dapat memanfaatkan fasilitas ini secara maksimal.

Hasil dan Pembahasan

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat terbagi menjadi beberapa tahapan, yaitu sebagai berikut.

1. Sosialisasi dan Persiapan

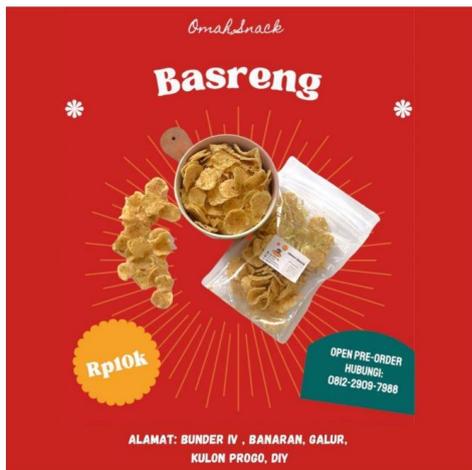
Sosialisasi dan persiapan dilakukan untuk menetapkan jadwal pelatihan digital marketing. Adapun sosialisasi dilakukan dengan mengunjungi tiga mitra sebagai mitra pengabdian masyarakat, yaitu mengunjungi UMKM bakso goreng, UMKM telur asin, dan UMKM tempe benguk. Target peserta *workshop* UMKM adalah 25 orang. Hadir pada kegiatan ini 29 orang terdiri anggota UMKM dan masyarakat yang tertarik digital marketing. Selain sosialisasi, tahap persiapan juga dilakukan dengan mempersiapkan alat dan bahan yang akan digunakan juga menghubungi Kelompok Wanita Tani untuk diajak bekerjasama sebagai panitia.

2. Pelatihan dan Pendampingan

Pelatihan dan pendampingan dilakukan pada hari Sabtu, 12 Februari 2022 di Balai Dusun Bunder 4 Bleberan Kulon Progo. Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan digital marketing bekerja sama dengan mahasiswa yang sedang melaksanakan KKN di tempat tersebut. Pelatihan meliputi pemahaman tentang UMKM di era digital, strategi, dan langkah untuk memasarkan produk melalui digital marketing.

Kegiatan ini dimulai dari pukul 08.30 WIB sampai dengan 15.00 WIB. Pelatihan digital marketing bermanfaat untuk para peserta pelatihan karena bisa bergabung dan melakukan *knowledge sharing* bersama komunitas UMKM terkait memulai berjualan secara *online* melalui Facebook. Pendampingan dari pihak panitia dan pemateri kepada para peserta pelatihan dilakukan selama pelatihan berlangsung. Pemateri memberikan arahan dan petunjuk teknis apa yang harus dilakukan para peserta untuk mempraktikkan beberapa hal untuk keperluan transaksi jual beli *online* salah satunya di Facebook.

Pretes dan postes diberikan kepada peserta seputar pemahaman tentang digital marketing. Hasil postes menunjukkan peningkatan nilai yang signifikan. Rata-rata nilai pretes 60 dan rata-rata nilai postes 85. Ini artinya ada peningkatan pemahaman sebesar 41,67%.



Gambar 1. UMKM Bakso Goreng



Gambar 2. UMKM Telur Asin



Gambar 3. Mengisi Pelatihan



Gambar 4. Foto Bersama

Peserta

Simpulan

Kegiatan pengabdian pelatihan digital marketing untuk UMKM di Bunder 4 yang diikuti oleh tiga komunitas UMKM mitra berjalan dengan baik dan lancar. Kesimpulan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut: 1. Pelatihan digital marketing yang meliputi pengenalan UMKM di era digital, Facebook, pengenalan digital marketing, sosial media marketing, serta manajemen digital marketing menjadi sarana edukasi dan menambah wawasan terkait digital marketing kepada tiga mitra UMKM. 2. Pelatihan menerapkan strategi digital

marketing kepada tiga mitra UMKM telah disampaikan melalui *workshop* dan praktik selama kegiatan berlangsung. Monitoring dan evaluasi dilakukan melalui pretes dan postes. Hasil postes menunjukkan kenaikan pemahaman tentang materi secara signifikan yaitu 41,67%.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Lembaga Pengabdian Masyarakat (LPM) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan dana pengabdian ini, kepada Kepala Dukuh Bunder 4, Banaran, Galur, Kulon Progo, yang bersedia berkolaborasi pada pengabdian ini. Tak lupa terima kasih juga kepada Kelompok Wanita Tani yang telah menggerakkan kader-kadernya untuk mengikuti kegiatan ini.

Daftar Pustaka

- Rahmana, Arief. 2009. Peranan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah.. Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2009 (SNATI 2009). Yogyakarta, 20 Juni 2009. Pp (B11-15)
- Gibson, C. (2018). The Most Effective Digital Marketing Strategies & Approaches : A Review of Literature. International Journal of Scientific and Research Publications, Volume 8, Issue 2, February 2018