



PELATIHAN *UP-SCALING* MELALUI INTERNET MARKETING UNTUK UMKM DESA PADA KEMBANG

Hendi Sobari¹

¹STIE Latifah Mubarakiyah



*Corresponding author

Hendi Sobari

Email : zobaree83@gmail.com

HP: 085323782227

Kata Kunci:

Up-Scaling;
Digital marketing;
Media sosial;

Keywords:

Up-Scaling;
Digital marketing;
Social media;

ABSTRAK

Digital marketing adalah metode pemasaran yang memanfaatkan jaringan internet melalui media sosial, YouTube, marketplace, dan platform lainnya. Teknik ini membantu pelaku usaha memasarkan produk atau jasa dengan lebih efektif dan efisien. Dalam upaya mendukung peningkatan kompetensi pelaku usaha, seminar dan pelatihan digital marketing telah dilaksanakan dengan melibatkan 30 peserta dari kalangan pelaku UMKM di Desa Padakembang. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan strategi pemasaran digital yang relevan guna meningkatkan daya saing dan ekspansi pasar UMKM. Melalui pelatihan ini, peserta diharapkan mampu menerapkan konsep-konsep digital marketing secara praktis dalam usaha mereka.

ABSTRACT

Digital marketing is a marketing method that utilizes internet networks through social media, YouTube, marketplaces, and other platforms. This technique helps businesses market their products or services more effectively and efficiently. To enhance the competence of business actors, a seminar and training on digital marketing was conducted involving 30 participants from MSME practitioners in Padakembang Village. This activity aimed to introduce relevant digital marketing strategies to improve competitiveness and expand MSME market reach. Through this training, participants are expected to apply digital marketing concepts practically in their businesses.



PENDAHULUAN

UMKM terbukti mampu bertahan ditengah krisis ekonomi maupun pada saat pandemi covid 19, bahkan UMKM sangat membantu dalam menyokong pertumbuhan ekonomi di Indonesia dikarenakan mereka mampu menggerakkan ekonomi di daerah dengan memanfaatkan sumber bahan baku lokal serta membuka lapangan kerja padat karya, (Moeldoko, 2022).

Dalam upaya membangun ekonomi kerakyatan, Presiden RI telah memberikan arahan untuk melakukan pengembangan UMKM Naik Kelas dan Modernisasi Koperasi. Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Kontribusi UMKM terhadap PDB juga mencapai 60,5%, dan terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional, (Siaran pers Kemenko RI, 2022). Usaha mikro kecil dan menengah menjadi penyumbang terbesar perekonomian kerakyatan di Indonesia (Firmansyah et al., 2022).

Saat ini pemerintah berpandangan positif serta memberikan dukungannya dengan berbagai macam program dan bantuan-bantuan pendanaan untuk UMKM, tetapi tidak semua para pelaku usaha di UMKM bisa berhasil dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Berdasarkan hal tersebut, agar UMKM tersebut bisa terus bertahan dalam melaksanakan kegiatan usahanya maka diperlukan pembinaan pada sektor usaha mikro khususnya, yang mana usaha ini kebanyakan dilakukan oleh masyarakat dikalangan bawah. Pembinaan khususnya dilakukan pada aspek pemasaran dengan pemanfaatan digital marketing. Selain itu, pelatihan digital marketing dapat membantu masyarakat meningkatkan kemampuan mereka dalam pemasaran online. Dengan keterampilan yang lebih baik, mereka dapat mempertahankan keunggulan kompetitif di pasar dan memperluas jangkauan bisnis mereka, (Ulya et al., 2023).

Digital marketing adalah jenis promosi dan pencarian pasar yang dilakukan melalui media digital dan berbagai alat digital, (Sumadi, dkk. 2023). Hal ini bisa membantu para pelaku usaha khususnya UMKM melakukan promosi secara gratis, sehingga lebih hemat biaya. Beberapa pelaku UMKM sangat ingin menerapkan pemasaran digital, tetapi mereka menghadapi beberapa masalah, seperti tidak memahami teknologi saat ini, tidak menggunakan aplikasi gratis, dan tidak menggunakan strategi pemasaran yang ada, (Lesmanah, dkk. 2023).

Desa Padakembang memiliki banyak sekali potensi UMKM yang bermutu. Mereka mampu bertahan di kondisi yang serba terbatas. Beberapa kekurangan yang kami lihat adalah kurangnya pengetahuan tentang Era Digital dan E-Commerce yang dapat mengembangkan bisnis secara cepat.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka dilakukan kegiatan seminar dan pelatihan digital marketing bagi masyarakat di Desa Padakembang dalam upaya memaparkan begitu pentingnya pemasaran yang dilakukan secara digital serta praktek penggunaan media sosial dalam kegiatan bisnis.

Tujuan dilakukannya kegiatan ini adalah dalam upaya memperkenalkan serta memberikan pelatihan pemasaran secara digital melalui media-media yang ada di internet seperti media sosial, marketplace, youtube, dll.

Manfaat dari kegiatan ini adalah pengoptimalan penggunaan internet untuk informasi dan media untuk bisnis, serta bisa menggunakan internet untuk hal-hal yang positif.

METODE PELAKSANAAN

PkM ini dilaksanakan pada program Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) di Desa Padakembang Kec. Padakembang Kab. Tasikmalaya. PkM dilaksanakan dalam bentuk Seminar dan Pelatihan dengan tema “Penguatan Ekonomi Lokal Pada Pelaku UMKM Berbasis Digital”. Pada tanggal 24 Agustus 2024 bertempat di aula desa Padakembang, jam 07.30 s/d. selesai. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah dengan cara ceramah, diskusi serta praktek penggunaan media internet untuk pemasaran.

HASIL PEMBAHASAN

Dalam pelaksanaan kegiatan seminar PkM ini, kami memberikan edukasi terkait dengan perbedaan usaha menggunakan konsep penjualan dengan konsep pemasaran, serta cara dan media pemasaran menggunakan internet memanfaatkan media sosial serta marketplace yang ada. Dikesempatan ini pun disampaikan cara membuat konten secara umum untuk produk serta kelebihan-kelebihan digital marketing yang cenderung lebih hemat biaya. Tren digital memiliki perubahan yang luar biasa, (Sukmasetya et al., 2021). Pada saat pemaparan materi selesai dilaksanakan, selanjutnya dilakukan sesi diskusi serta sekaligus dilakukan pelatihan terkait dengan penggunaan media sosial untuk memasarkan barang.

Dari kegiatan tersebut terlihat antusias peserta ingin mengetahui lebih lanjut cara melakukan pemasaran menggunakan media sosial yang selama ini hanya digunakan untuk “berkeluh kesah” saja. Keantusiasan peserta dapat dilihat dari berbagai macam pertanyaan yang muncul serta keinginan belajar lebih lanjut secara mandiri bersama dengan mahasiswa. Teknologi informasi tidak hanya mencakup bidang administrasi yang ada di dalam sebuah organisasi, perusahaan, atau instansi. Sebaliknya, sebagai alat digital marketing, teknologi informasi memudahkan masyarakat untuk menyebarkan promosi yang jangkauannya lebih luas dan memudahkan para pelaku usaha untuk melakukan transaksi, (Hidayati, dkk. 2020).





Gambar 1. Pemateri dan Peserta Kegiatan

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan program ini mendapat dukungan penuh dari Kepala Desa Padakembang. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan tersebut dianggap bermanfaat dalam membuka wawasan dan mengubah pola pikir para pelaku UMKM di desa, khususnya dalam memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan usaha mereka. Meskipun demikian, mayoritas masyarakat masih menggunakan internet sebatas sebagai media hiburan, dengan hanya sebagian kecil yang menggunakannya untuk kegiatan usaha. Namun, selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme tinggi dengan berpartisipasi aktif dalam diskusi. Selain itu, peserta juga berhasil memahami materi yang disampaikan dan mampu mempraktikkan penggunaan internet untuk kegiatan pemasaran, yang diharapkan menjadi langkah awal dalam meningkatkan potensi usaha mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan pada Desa Padakembang Kec. Padakembang Kab. Tasikmalaya baik Kepala desa, perangkat dan masyarakat. Serta kepada STIE Latifah Mubarokiyah Tasikmalaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Antara, 2022. UMKM mampu bertahan ditengah krisis. <https://babel.antaranews.com/berita/312213/umkm-mampu-bertahan-ditengah-krisis>
- Firmansyah, F., Abia, A., & Layli, M. (2022). Sosialisasi Akuntansi dan Perpajakan Bagi Wajib Pajak UMKM Di Desa Lung Barang Kecamatan Mentarang Hulu Kabupaten Malinau.



- RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(2), 465–470.
<https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1872>
- Hidayati, Nurtriana. Prind Triajeng Pungkasanti, Nur Wakhidah. 2020. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Digital Marketing UMKM di Kecamatan Tembalang Semarang. *Abdimasku*, Vol. 3, No. 3, September 2020: 119-124
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2022. Perkembangan UMKM sebagai *Critical Engine* Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. SIARAN PERS HM.4.6/553/SET.M.EKON.3/10/2022
- Lesmanah, Unung. Oktriza Melfazen2, Cepi Yazirin, 2023. Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM Ikan Asin. *Jurnal Pengabdian Masyarakat I-Com: Indonesian Community Journal* Vol. 3 No. 4 Desember 2023, E-ISSN : 2809-2031 (online) | P-ISSN : 2809-2651 (print) Hal. 1719-1725
- Sukmasetya, P., Apriyani, H., Wahyuni, T., Wulan, B. S., Nugroho, W., & Ardiyansah, A. H. (2021). Pendampingan Pemanfaatan Digital Branding dan Digital Marketing Pada Kuliner Kampung Kali Paremono. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 4(3), 322–328. <https://doi.org/10.30591/JAPHB.V4I3.2331>
- Sumadi, Budiyo, Hadi Samanto, Tino Feri Efendi, Tutik Agustini, 2023. Pengabdian Masyarakat Sosialisasi Pentingnya Pemasaran Digital Dan Protokol Kesehatan Pada Pelaku Umkm Di Desa Trucuk Klaten. *Jurnal BUDIMAS (ISSN:2715-8926)* Vol. 05, No. 02, 2023. Hal. 1-6
- Ulya, H. N., Indriani, F., Nurhayati, I. T., & Rahayu, L. D. (2023). Penerapan Digital Marketing Dalam Mendukung Kegiatan Pemasaran Produk UMKM Masyarakat Bekare. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 60–65.
<https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare>