



Sosialisasi Digital Marketing Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat Pada Pelaku UMKM Kopi di Desa Puspo

Socialization of Digital Marketing in Community Empowerment Efforts for Coffee MSME Players in Puspo Village

Ummu Nadhiroh Islamiah^{1*}, Dona Wahyuning Laily²

^{1,2}Program studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, UPN “Veteran” Jawa Timur

*Email Korespondensi: miaummu1906@gmail.com

Article History:

Received: 30 Mei 2023

Revised: 20 Juni 2023

Accepted: 01 Juli 2023

:

Keywords: *Marketing, Digital Marketing, MSMEs*

Abstract: *Digital marketing is one of the efforts that can be made by MSME players to develop marketing networks and advance business. The problem faced by farmers and business actors in Puspo Village is the lack of understanding about the use of digital marketing systems. The community still relies on conventional marketing to market their products. The purpose of this socialization is to provide an understanding of the importance of implementing digital marketing in a business. The method of implementing this activity is carried out by counseling / material delivery and assistance in utilizing e-commerce as a digital marketing platform. The results of this service showed high enthusiasm and received a good response from the participants. This was shown by the many questions asked and the two-way discussion.*

Abstrak

Digital marketing merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan para pelaku UMKM untuk mengembangkan jaringan pemasaran dan memajukan sebuah usaha. Permasalahan yang dihadapi para petani dan pelaku usaha di Desa Puspo adalah kurangnya pemahaman akan penggunaan sistem digital marketing. Masyarakat masih mengandalkan pemasaran secara konvensional untuk memasarkan produk mereka. Tujuan dari sosialisasi ini untuk memberikan pemahaman mengenai pentingnya penerapan digital marketing dalam sebuah usaha. Metode pelaksanaan dari kegiatan ini dilakukan dengan cara penyuluhan/penyampaian materi dan pendampingan pemanfaatan e-commerce sebagai platform pemasaran digital. Hasil pengabdian ini menunjukkan antusiasme yang tinggi dan mendapat respon yang baik dari para peserta. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya pertanyaan yang diajukan dan adanya diskusi secara dua arah.

Kata Kunci: Pemasaran, Pemasaran digital, UMKM

PENDAHULUAN

Kemajuan akan perkembangan teknologi yang pada saat ini telah terjadi di masyarakat merupakan sebuah suatu fenomena yang tidak dapat kita hindari, sebab kemajuan teknologi terjadi berjalan berdampingan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan (Ngafifi, 2014). Setiap inovasi yang diciptakan pastinya akan memberikan nilai kebermanfaatan dan memberikan kemudahan bagi setiap penggunanya. Teknologi berbasis internet telah terbukti memberikan dampak yang begitu hebat dimana dalam penggunaannya memberikan berbagai kemudahan di segala bidang.

Pada era revolusi industri 4.0 ini teknologi digital berperan sangat penting dalam bidang pemasaran. Digital marketing merupakan praktik bisnis dengan pemanfaatan teknologi yang sudah ada untuk memasarkan sebuah produk/jasa (Hazwardy & Gunawan, 2020). Digital marketing sendiri menjadi salah satu strategi pemasaran yang telah banyak diterapkan oleh para pelaku usaha. Selain itu, digital marketing memiliki fitur yang sangat mumpuni dalam memasarkan sekaligus mempromosikan untuk mencapai sebuah kesuksesan seperti kemudahan dalam membangun komunikasi dengan para konsumen, memperluas pangsa pasar, dan dapat bersaing pada era digital ini.

Aktivitas masyarakat pada saat ini tidak terlepas dari keberadaan berbagai kegiatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM sendiri adalah bagian dari perekonomian nasional yang memiliki potensi yang sangat besar dalam mensejahterahkan kehidupan masyarakat (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Kehadiran UMKM di Indonesia menjadi penunjang perekonomian daerah maupun negara. Semakin tingginya angka pertumbuhan di Indonesia maka akan berdampak pada tingginya persaingan. Dengan tingginya persaingan maka setiap pelaku UMKM dituntut untuk selalu *up to date* pada setiap perubahan (Bagus et al., 2023). Hal ini dilakukan sebagai bentuk cara dalam mempertahankan usaha yang telah dirintisnya. Salah satu hal yang dapat diterapkan oleh tiap pelaku UMKM yaitu dengan selalu melibatkan teknologi dalam usaha yang dijalankannya seperti penggunaan digital marketing. Digital marketing adalah solusi yang tepat untuk para pelaku UMKM dalam mengembangkan jaringan pemasaran. Trend pemasaran digital menjadi salah satu peluang bagi UMKM untuk menyambut era revolusi 4.0 ini (Irfani et al., 2020).

Partisipasi dunia akademik dalam upaya penyebaran pengetahuan terkait pemanfaatan digital dalam kegiatan pemasaran sangat dibutuhkan. Kolaborasi antara akademisi dengan para pelaku usaha diharapkan dapat memajukan UMKM di sekitar. Dalam kaitan tersebut maka kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu mempercepat para pelaku usaha dalam penguasaan pemasaran secara digital, khususnya melalui edukasi dan pelatihan.

METODE

Kegiatan ini dilakukan selama empat bulan, dimulai pada tanggal 13 Februari – 31 Mei 2023 yang bertempat di Desa Puspo, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan. Metode dalam pelaksanaan kegiatan sosialisasi ini menggunakan metode ceramah, diskusi, dan pelatihan. Adapun sasaran pada program pengabdian masyarakat melalui metode penyuluhan ini adalah masyarakat para pelaku UMKM kopi di desa puspo kabupaten Pasuruan. Adapun tahapan yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan yaitu:

1. Tahap persiapan. Pada tahapan ini dimaksudkan untuk mengetahui setiap masalah yang dihadapi oleh para pelaku UMKM Kopi di desa puspo. Selanjutnya melakukan persiapan untuk penyuluhan dengan menyusun materi yang akan dipaparkan mengenai pemanfaatan digital marketing.
2. Tahap pelaksanaan. Tahap ini dilakukan dengan cara penyuluhan menjelaskan tentang pentingnya bagi pelaku usaha dalam mengetahui digital marketing untuk diaplikasikan di dunia usaha. Kemudian sesi pelatihan yang dititikberatkan pada kemampuan para pelaku usaha dalam dalam kemampuan membuat media pemasaran berbasis digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi digital marketing dilaksanakan pada tanggal 25 Mei 2023 dan dihadiri oleh anggota Kelompok Tani Hutan (KTH) Rukun Maju sejahtera yang ada di wilayah desa puspo kabupaten pasuruan. Kegiatan ini merupakan sebuah program kerja yang diadakan oleh mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur dan disusun sebagai bentuk program pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan sosialisasi dengan tema digital marketing ini bertujuan agar para pelaku usaha tersebut mampu memahami konsep dari sistem pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital. Sehingga dengan adanya materi yang diberikan diharapkan dapat membantu para pelaku usaha tersebut untuk dapat memajukan produk atau usaha yang dimilikinya.



Kegiatan sosialisasi diawali dengan pemaparan materi mengenai *digital marketing* yang telah disusun. Dimulai dari memberikan penjelasan secara singkat mengenai pengertian *digital marketing*, pentingnya penggunaan *digital marketing* dalam sebuah usaha, dampak positif yang didapatkan dari pemanfaatan *digital marketing* seperti memperluas jangkauan pasar, lebih mudah terhubung dengan konsumen, dan biaya pemasaran yang lebih hemat. Namun selain itu juga dipaparkan akan dampak negatif penggunaan sistem penjualan tersebut dimana akan rawan terjadinya penipuan, mudah ditiru oleh pesaing, dan berbagai hal yang menjadi kerugian pelaku usaha. Pemaparan terkait dampak positif dan negatif ini agar para pelaku usaha mengetahui resiko yang akan dihadapi ketika memasuki dunia digital marketing. Kemudian dilanjut dengan memberikan penjelasan dan macam-macam contoh *e-commerce* yang dapat mereka gunakan sebagai platform dalam bisnis mereka. Bersamaan dengan memberikan contoh platform *e-commerce* maka dipaparkan pula tutorial bagaimana cara penggunaan platform *e-commerce* tersebut. Tutorial yang diberikan berupa cara pembuatan akun, cara mengunggah produk yang akan dijual, hingga bagaimana cara bertransaksi. Pemaparan materi tersebut bertujuan memberikan

pengetahuan dan membangun pola pikir para peserta dalam mengembangkan usahanya berbasis teknologi digital.



Setelah pemaparan materi dan pemberian tutorial dalam penggunaan e-commerce maka dilanjutkan dengan sesi menanggapi dan sesi tanya jawab dengan para peserta sosialisasi. Para peserta kegiatan sosialisasi diberikan kesempatan untuk menanggapi materi yang telah disampaikan dan bertanya mengenai hal-hal yang menjadi kesulitan mereka dalam menggunakan sistem digital marketing. Pada sesi ini menunjukkan antusiasme yang tinggi dan respon yang baik dari para peserta yang kebanyakan dari mereka adalah petani yang merangkap menjadi pelaku usaha. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya diskusi secara dua arah yang dilakukan peserta dengan pemateri yang berjalan lancar dan hangat. Peserta menyampaikan bahwasanya dengan adanya kegiatan sosialisasi ini sangat membantu mereka menambah pengetahuan dalam memahami penggunaan sistem *digital marketing*.

KESIMPULAN

Para petani dan pelaku usaha di wilayah Desa Puspo masih banyak yang belum menyadari akan pentingnya penerapan digital marketing dalam usahanya, dimana digital marketing ini merupakan salah satu cara agar usaha dari para petani dapat lebih meningkat daripada masih mengandalkan sistem penjualan secara konvensional. Adanya sosialisasi dan pendampingan ini dapat memberikan wawasan serta pengetahuan kepada para pelaku usaha di Desa Puspo agar dapat lebih mengedepankan inovasi berbasis digital. Dengan inovasi tersebut nantinya para pelaku usaha akan lebih mudah dalam menjangkau pasar dan memajukan usahanya menjadi lebih optimal.

DAFTAR REFERENSI

- Bagus, M., Pradnyantha, L., Agung, A., Putra, P., Wirawan, I. P. A., Mahyuni, L. P., & Wirsa, I. N. (2023). *Pemberdayaan UMKM Melalui Pengenalan Pemasaran Digital Khususnya Media Sosial Sebagai Sarana Promosi di Era Pandemi Empowering MSMEs through the Introduction of Digital Marketing , Especially Social Media As A Means of Promotion in the Pandemic Era*. 7(2), 285–292.
- Febriyanto, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Hazwardy, D., & Gunawan, A. (2020). Pelatihan Digital Entrepreneurship Untuk Mewujudkan Generasi Milenial Berjiwa Wirausaha. *Abdimas Dewantara*, 3(1), 81–88. <https://mail.journal.unjani.ac.id/index.php/jkww/article/view/11>
- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Ukm Dalam Menghadapi Era Industri 4.0. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 3(3), 651–659. <https://doi.org/10.25077/jwa.28.3.272-278.2021>
- Ngafifi, M. (2014). Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi*, 2(1), 33–47. <https://doi.org/10.21831/jppfa.v2i1.2616>