

Pelatihan *Digital Marketing* Untuk Pengembangan Pemasaran Produk Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Kelurahan Kolo Kota Bima

Aliah Pratiwi¹⁾, Nurul Huda²⁾, Juwani³⁾, Muhajirin⁴⁾, A Rahman Azhari⁵⁾, Mei Karlina⁶⁾, Syahraini Nabila⁷⁾

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima

aliahpratiwi@gmail.com¹

ABSTRACT

The role of MSMEs in Indonesia is to contribute as a driving force for the country's economic growth. The contribution to economic growth of MSMEs encourages equal distribution of the people's economy because they are located in various places, even reaching remote areas so that people do not need to go to the city to get a decent living. The model for implementing PKM activities consists of socialization and training. This activity is carried out in conjunction with training, initially students provide socialization first then continue with practice. Namely by assisting participants in creating platforms for digital marketing, such as IG, Tik Tok and Facebook. During the training and mentoring activities, participants asked several questions regarding the technicalities of creating blogs and digital content, this indicated that participants' curiosity was high and participants' interest in participating in the training was very good.

Keywords: *MSMEs, Digital Marketing*

ABSTRAK

Peran UMKM di Indonesia memberikan kontribusi sebagai roda penggerak pertumbuhan ekonomi negara. Kontribusi pertumbuhan ekonomi UMKM ini mendorong pemerataan perekonomian rakyat sebab berada di berbagai tempat, bahkan menjangkau daerah pelosok sehingga masyarakat tidak perlu ke kota untuk memperoleh penghidupan layak. Model pelaksanaan kegiatan PKM ini terdiri dari sosialisasi dan pelatihan. Kegiatan ini dilaksanakan bersamaan dengan pelatihan, awalnya mahasiswa memberikan sosialisai terlebih dahulu kemudian dilanjutkan dengan praktek. Yaitu dengan mendampingi peserta dalam pembuatan platform untuk pemasaran digital, seperti IG, Tik Tok dan Facebook. Selama kegiatan pelatihan dan pendampingan, peserta beberapa kali mengajukan pertanyaan terkait teknis pembuatan blog dan konten digital, hal ini mengindikasikan rasa ingin tau peserta tinggi dan minat dalam mengikuti pelatihan peserta sangat baik.

Kata Kunci : *UMKM, Digital Marketing*

PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan salah satu mata pencaharian masyarakat dari praktek usaha perorangan ataupun badan usaha sektor kecil. Peran UMKM di Indonesia memberikan kontribusi sebagai roda penggerak pertumbuhan ekonomi negara. Kontribusi pertumbuhan ekonomi UMKM ini mendorong pemerataan perekonomian rakyat sebab berada di berbagai tempat, bahkan menjangkau daerah pelosok sehingga masyarakat tidak perlu ke kota untuk memperoleh penghidupan layak. Menteri Koperasi dan UMKM Teten Masduki (2022), mengatakan menargetkan dapat mengumpulkan sebanyak 14,5 juta data Koperasi dan UMKM di tahun 2022 dan 65 juta data Koperasi dan UMKM di tahun 2024.

Salah satu wilayah di Kota Bima yang sebagian besar penduduknya bekerja sebagai pelaku UMKM yaitu di Kelurahan Kolo, Kecamatan Asakota. Kelurahan Kolo berada di wilayah ujung Utara Kota Bima yang berbatasan langsung dengan wilayah Kabupaten Bima, berjarak \pm 7 Km sebelah Utara Pusat Kota Bima, NTB. Kelurahan Kolo memiliki potensi sumber daya alam yang besar karena berada tepat di pinggir pantai sehingga bisa dimanfaatkan bernilai ekonomi, tidak heran sebagian besar warga bekerja sebagai nelayan. Kelurahan Kolo di kenal sebagai daerah penghasil ikan terbesar di Kota Bima, diantara hasil tangkapan laut yang hampir setiap hari ada yaitu ikan tuna dan cumi serta ikan laut lainnya. Kelurahan Kolo dikenal sebagai daerah penghasil Tuna bahkan sudah sampai di jula keluar daerah, selain itu Wilayah Kolo juga dikelilingi gunung, sehingga banyak juga masyarakat yang bekerja sebagai petani jagung dan bawang merah.

Dalam dunia bisnis, *marketing* atau pemasaran merupakan salah satu hal penting yang harus dilakukan. Sejalan dengan berkembangnya teknologi yang ada saat ini, strategi dalam melakukan pemasaran pun juga mulai berubah ke arah yang lebih modern. Jika dulu hanya menggunakan media promosi seperti surat kabar, majalah, radio, ataupun televisi, kini pemasaran sudah dilakukan dengan teknologi internet, atau yang kemudian dikenal dengan istilah *digital marketing*. Manfaat *digital marketing* adalah dapat menghemat biaya promosi, strategi promosi menggunakan media internet memang jauh lebih murah jika dibandingkan dengan menggunakan cara-cara konvensional seperti brosur, baliho, atau membuat iklan di radio dan televisi. Oleh sebab itu yang baru memulai bisnis dan ingin bisnis bisa cepat dikenal banyak orang, sebaiknya pilihlah strategi *digital marketing* untuk melakukan promosi. *Digital marketing* tidak hanya dapat membantu pemilik bisnis dalam menghasilkan klien. Tapi *Digital marketing* dapat pula menghemat anggaran iklan.

Pelanggan atau *customer* merupakan salah satu hal penting dalam suksesnya sebuah bisnis. Oleh sebab itu, membangun kedekatan yang baik dengan pelanggan tentunya sangat penting, manfaat *digital marketing* yang berikutnya adalah dapat menjadi sarana penghubung yang baik dengan konsumen.

Meninjau pada beberapa penelitian terdahulu lainnya, beberapa konteks juga berbicara mengenai pelatihan digital marketing yang juga dilakukan di berbagai daerah. Misalnya pelatihan digital marketing untuk peningkatan perekonomian karangtaruna di Kota Tangerang (Pranoto, Jasmani, and Marayasa, 2019); pelatihan digital marketing untuk ibu-ibu rumah tangga di Kota Pasuruan (Santoso, et al., 2020), pelatihan digital marketing dalam pemasaran produk UMKM Batik Kota Blitar (Permatasari et al. 2022); pelatihan digital marketing berbasis teknologi pada UMKM Kecamatan Jatinangor (Susanti 2020) serta pelatihan digital marketing untuk meningkatkan penjualan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Maros (Thaha, Hatidja, and Hasniati 2021). Terkait tinjauan riset penelitian terdahulu, hal ini menjadi acuan tim pengabdian melalui program KKN-T MBKM Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, menjadikan pelatihan digital marketing sebagai salah satu program kerja oleh mahasiswa KKN.

Saat observasi awal dilakukan Mahasiswa KKN menemukan permasalahan dalam hal pemasaran produk UMKM oleh para pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Kolo. Selama ini para pelaku UMKM hanya memasarkan produknya secara offline sehingga penjualan produknya pun kurang maksimal. Karena Wilayah Kolo berada di pinggir pantai, kebanyakan pelaku UMKM berfokus pada olahan hasil ikan laut terutama Ikan Tuna dan Cumi, di antara produk yang dihasilkan oleh para pelaku UMKM diantaranya Bakso Tuna, Abon Tuna, Mie Tuna, Pangsit Tuna, Nugget Tuna, Otak-Otak dan berbagai macam hasil olahan tuna lainnya termasuk sambal cumi. Berdasarkan permasalahan di atas bahwa perlu diadakan kegiatan pelatihan digital marketing bagi pelaku UMKM di Kelurahan Kolo Kota Bima. Tujuan diadakan kegiatan ini dapat membantu para pelaku UMKM di Kota Bima dalam upaya pengembangan strategi pemasaran secara online sehingga produk yang dijual bisa dikenal luas pangsa pasarnya.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian oleh mahasiswa KKN-T MBKM Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima dilakukan berdasarkan solusi permasalahan yang telah dijelaskan. Tabel 1 menunjukkan tahapan-tahapan kegiatannya. Model pelaksanaan kegiatan PKM ini terdiri dari sosialisasi dan pelatihan.

Tabel 1 Tahapan Kegiatan PKM

No	Kegiatan	Luaran	Sub Kegiatan
1.	Sosialisasi Digital Marketing	Pengetahuan tentang konsep digital marketing	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sosialisasi konsep digital marketing 2. Sosialisasi konsep e-commerce
2.	Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing	Keterampilan penggunaan dan optimalisasi produk teknologi informasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelatihan penggunaan produk teknologi informasi 2. Pelatihan pembuatan blog 3. Pelatihan pembuatan konten digital

Tahapan sosialisasi dilakukan sebelum tahap pelatihan. Saat sosialisasi dijelaskan tentang konsep digital marketing dan produk - produk teknologi yang dapat digunakan sebagai penunjang kegiatan promosi dan pemasaran, sedangkan saat pelatihan dijelaskan tentang penggunaan dan optimalisasi media internet dalam proses komunikasi dan penjualan. Proses kegiatan pelatihan digital marketing dilakukan dengan mendatangi langsung tempat usaha atau rumah para pelaku UMKM, hal ini dirasa lebih efektif sehingga kegiatan pelatihan bisa lebih leluasa dan para pelaku UMKM dapat lebih fokus dan mudah memahami cara pemasaran digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian oleh mahasiswa KKN-T MBKM STIE BIMA dilaksanakan pada para pelaku UMKM yang berada di Kelurahan Kolo Kota Bima. Berikut ini adalah hasil-hasil yang telah diperoleh pada kegiatan pelatihan digital marketing tersebut.

a. Kegiatan Sosialisasi Digital Marketing

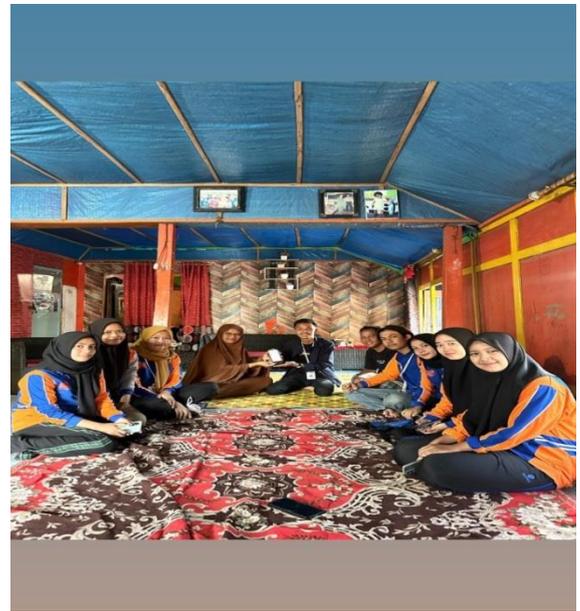
Pada kegiatan ini, para pelaku UMKM diharapkan mempunyai pengetahuan tentang konsep digital marketing, yakni konsep digital marketing dan konsep e-commerce. Kegiatan ini dilaksanakan bersamaan dengan pelatihan, awalnya mahasiswa memberikan sosialisai terlebih dahulu kemudian dilanjutkan dengan praktek. yaitu dengan mendampingi peserta dalam pembuatan platform untuk pemasaran digital, seperti IG, Tik Tok dan Facebook. Peserta mengikuti kegiatan dengan antusias, hal ini dapat dilihat dari peserta yang menyimak penjelasan dengan baik. Peserta juga melanjutkan berdiskusi dengan pemateri. Sehingga dapat diindikasikan bahwa peserta sosialisai menyambut positif kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

b. Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing

Pada kegiatan ini, peserta atau para pelaku UMKM diharapkan mempunyai keterampilan penggunaan dan optimalisasi produk teknologi informasi. Kegiatan yang dilaksanakan pada kegiatan ini yaitu pelatihan penggunaan produk teknologi informasi, praktek pembuatan blog, dan praktek pembuatan konten digital. Kegiatan pelatihan dan pendampingan digital marketing dilaksanakan pada hari yang sama dengan pelaksanaan sosialisasi dengan metode ekspositori (ceramah) dan praktek dikombinasikan dengan diskusi jika ada hal-hal yang perlu ditanyakan. Selama kegiatan pelatihan dan pendampingan, peserta beberapa kali mengajukan pertanyaan terkait teknis pembuatan blog dan konten digital, hal ini mengindikasikan rasa ingin tau peserta tinggi dan minat dalam mengikuti pelatihan peserta sangat baik. Adapun dokumentasi kegiatan disajikan pada gambar-gambar berikut ini:



Dokumentasi : UMKM Barokah Food



Dokumentasi : UMKM Ken



