

Kumawula, Vol. 5, No.3, Desember 2022, Hal 608 – 613

DOI: <https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i3.37332>

ISSN 2620-844X (online)

ISSN 2809-8498 (cetak)

Tersedia online di <http://jurnal.unpad.ac.id/kumawula/index>

PELATIHAN PEMASARAN DARING “DIGITAL MARKETING” PADA PELAKU UMKM DI DESA PANGADEGAN, KABUPATEN SUMEDANG

Budi Sujatmiko¹, Noormarina Indraswari², Trianing Tyas Anggaeni³, Okta Wismandanu⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Kedokteran, Departemen Ilmu Kesehatan Masyarakat, Universitas Padjadjaran

*Korespondensi: budisu2003@live.com

ABSTRACT

Currently the world has entered a new era, where there are many uses of Information Technology in all aspects of life. One area that uses this technology a lot is digital marketing. The use of this method allows the marketing of goods and services without being limited by space and time. However, this mastery of technology is only limited to areas with good digital literacy, such as urban areas. Pangadegan Village is one of the villages in Sumedang Regency that has not been well exposed to this new marketing method. Therefore, this service is intended to train local Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) so that they can do digital marketing. Methods: MSME actors will receive training and simulations related to digital marketing through the “Shopee” and “Bukalapak” platforms and also receive one month of assistance. At the end of the service session, MSME actors succeeded in creating their “digital marketing” accounts and they were also very enthusiastic and eager to market their products online.

Keywords: Digital Marketing; UMKM; Online

ABSTRAK

Saat ini dunia telah memasuki era baru, di mana banyak terdapat penggunaan dan penerapan teknologi informasi dalam seluruh sendi kehidupan. Salah satu bidang yang banyak mengguakan teknologi ini adalah pemasaran digital. Penggunaan metode ini memungkinkan pemasaran produk barang dan jasa tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Namun penguasaan teknologi baru ini terbatas pada daerah dengan literasi digital yang baik seperti di perkotaan. Desa Pangadegan adalah salah satu desa di Kabupaten Sumedang yang belum terpapar dengan baik oleh metode pemasaran baru ini. Oleh karena itu, pengabdian ini ditujukan untuk melatih Usaha Mikro, Kecil dan, Menengah (UMKM) setempat agar dapat melakukan pemasaran digital. Metode: para pelaku UMKM akan mendapatkan pelatihan serta simulasi terkait pemasaran digital melalui platform “Shopee” dan “Bukalapak” juga mendapatkan pendampingan selama satu bulan. Pada akhir sesi pengabdian, seluruh pelaku UMKM telah berhasil membuat akun “digital marketing” serta antusias dan bersemangat untuk memasarkan produknya secara daring.

Kata Kunci: Pemasaran Digital; UMKM; Daring

RIWAYAT ARTIKEL

Diserahkan : 29/09/2022

Diterima : 17/22/2022

Dipublikasikan : 26/12/2022

PENDAHULUAN

Perkembangan internet dan teknologi yang sangat pesat di era industri 4.0 ini telah mengubah platform bisnis di seluruh dunia dari analog ke digital (Hendriyani, Dwianti, Herawaty, & Ruslan, 2020). Pemasaran digital “*digital marketing*” adalah suatu proses pemasaran atau penjualan produk barang dan jasa dengan menggunakan jaringan internet dan aplikasi daring yang memungkinkan penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung (Fadly, Suaidah, & Alita, 2021). Pemasaran digital menggunakan internet memiliki banyak keuntungan seperti: irit, efisien, dan efektif (Pranoto, Jasmani, & Marayasa, 2019). Teknologi ini memungkinkan para UMKM memiliki toko secara virtual atau digital sehingga dapat menghemat biaya operasional dan biaya sewa toko konvensional (Raharja, Natari, & Thirafi, 2021). Selain itu pemasaran digital juga dapat meningkatkan laba dan penjualan para pelaku UMKM, karena dapat menjangkau pembeli lebih luas dibandingkan dengan berjualan di pasar konvensional. Berjualan di pasar daring juga dapat menurunkan biaya operasional toko (Setiawati & Widyartati, 2017).

Pangadegan merupakan salah satu desa di Kabupaten Sumedang yang letaknya ada di paling utara. Desa ini masuk dalam Kecamatan Rancakalong dan berbatasan langsung dengan wilayah Subang. Desa Pangadegan merupakan desa yang terletak di ketinggian dengan kontur desa yang berbukit-bukit dengan ketinggian rata-rata 791 meter diatas permukaan laut (dpl). Udara di desa ini sangat sejuk dan segar dan sangat cocok untuk aktivitas pertanian dan perkebunan. Sehingga, sebagian besar warga atau 77% penduduk Pangadegan bekerja pada sektor agrikultur dengan produk unggulan berupa: padi, kopi, alpukat, cabai, bawang, dan tomat (Sinatria Kampung Ciburuan, 2017). Sektor jasa dan perdagangan desa ini belum terlalu berkembang, walaupun secara infrastruktur jalan dan akses internet sudah cukup baik.

Mengingat besarnya potensi yang dapat dikembangkan dari desa ini, namun di sisi lain

tingkat literasi atau pemahaman mengenai ekonomi digital khususnya pemasaran produk secara daring masih rendah. Maka tim pengabdian Unpad bermaksud melakukan proses pelatihan pemasaran daring “*digital marketing*” pada pelaku UMKM di Desa Pangadegan agar dapat memasarkan produknya secara daring.

METODE

Pelatihan ini merupakan proyek pengabdian pada masyarakat dari Unpad yang melibatkan lima orang mahasiswa secara langsung di lapangan. Pelatihan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan kewirausahaan pelaku UMKM agar mereka mampu memanfaatkan internet dengan baik untuk produksi dan pemasaran produk usahanya (Purbasari, Wijaya, & Rahayu, 2020). Para mahasiswa peserta proyek pengabdian ini akan melakukan pelatihan dan pendampingan terhadap UMKM yang ada selama satu bulan penuh sejak awal November hingga 10 Desember 2021. Para pelaku usaha kecil dan menengah akan mendapat paparan materi, kemudian dilanjutkan dengan simulasi secara langsung menggunakan platform “Shopee” dan untuk pengiriman paket menggunakan platform “Mitra Bukalapak”. Seluruh kegiatan berlangsung di Desa Pangadegan dan dilaksanakan interaksi yang intens dengan para pelaku UMKM di sana. Di akhir sesi para pelaku UMKM akan dimintai pendapat secara lisan terkait kegiatan pengabdian ini serta harapan ke depan dari program ini. Pengabdian ini juga memfasilitasi akses internet serta pengadaan alat timbangan digital untuk membantu proses penjualan barang dan jasa di Desa Pangadegan.

Berikut adalah wilayah Desa Pangadegan yang diambil dari Google Maps:



Gambar 1. Peta Desa Pangadegan, Kecamatan Rancakalong
(Sumber: Google Maps, 2021)

Tahapan pelatihan pemasaran *online*:

a. Inisiasi dan Perkenalan

Sebelum dilakukan pelatihan *digital marketing* pada pelaku UMKM. Tim melakukan *dengar pendapat* bersama para pemangku kebijakan setempat. Tim melakukan pertemuan dengan Kepala Desa Pangadegan, pengurus BUMDes, mentor UMKM, dan aparat keamanan setempat. Pertemuan ini dilakukan untuk mendata UMKM yang ada serta memetakan kebutuhan pelatihan pemasaran digital yang Desa Pangadegan butuhkan.



Gambar 2. Pertemuan dengan Pemangku Kebijakan Desa Pangadegan
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)

b. Persiapan Materi

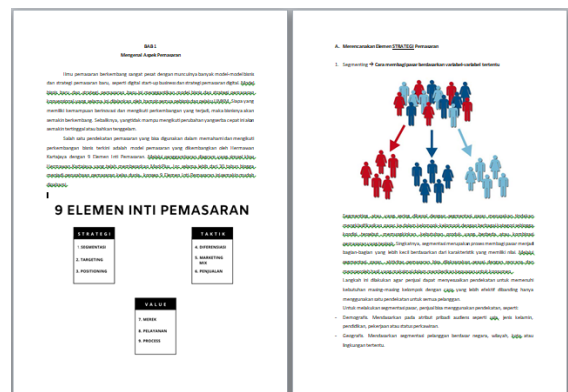
Setelah diidentifikasi dan direkap seluruh permasalahan dan kebutuhan pelaku usaha Desa Pangadegan, selanjutnya tim menyusun perencanaan, materi dan metode penyampaian. Tim melakukan *brainstorming* dan *focus group discussion*

(FGD) mandiri untuk menentukan langkah intervensi selanjutnya.



Gambar 3. Diskusi Perencanaan Pelatihan
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)

Setelah dilakukan diskusi terkait metode penyampaian materi pelatihan, selanjutnya tim membuat modul pelatihan untuk disampaikan pada peserta pelatihan. Modul kemudian dicetak dan dibagikan kepada para peserta pelatihan. Modul bisa diakses melalui tautan berikut: <https://trello.com/c/IQnoQ7uT>



Gambar 4. Modul Pelatihan
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)

c. Pelaksanaan

Setelah dilakukan persiapan dengan matang, kemudian tim melakukan pelatihan *digital marketing* di rumah Bu Vivin, mentor UMKM Desa Pangadegan. Materi disampaikan dengan santai, namun serius. Para pelaku UMKM dapat bertanya di sela-sela pemberian materi dan dapat memberikan kometar serta saran atau usulan terhadap kegiatan ini. Pada program ini, Desa Pangadegan mendapat bantuan kuota Internet dan Timbangan Digital yang berasal dari dana Pengabdian Masyarakat Universitas Padjadjaran.



Gambar 5. Contoh Produk UMKM Desa Pangadegan

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)

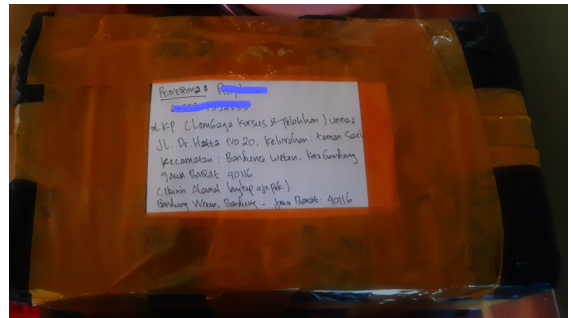


Gambar 6. Pelaksanaan Pelatihan Pojok Digital Desa Pangadegan

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)

Dalam proses pelatihan pemasaran digital, para pelaku UMKM dibantu dan dituntun untuk membuat akun “Shopee” sebagai platform untuk berjualan secara *online*. Sedangkan untuk proses

pengiriman barang, para pelaku UMKM dilatih untuk mengirimkan barang dengan aplikasi “Mitra Bukalapak”



Gambar 7. Simulasi Pengiriman Paket dengan Mitra Bukalapak

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)

d. Pendampingan

Setelah pelatihan berakhir, tim tetap mendampingi para pelaku UMKM selama kurang lebih 40 hari sesuai dengan program pengabdian ini. Para pelaku UMKM dapat menanyakan hal yang berkaitan dengan teknis pemasaran digital melalui platform yang telah dilatihkan. Pendampingan dilakukan dengan menggunakan aplikasi pesan melalui Whatsapp. Namun jika terdapat hal lain yang tidak dapat dijelaskan melalui pesan, pendampingan dapat dilanjutkan dengan metode *videocall* baik menggunakan Zoom atau Whatsapp.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada akhir pelatihan dan pendampingan “Pemasaran Daring” di Desa Pangadegan. Seluruh Pelaku UMKM (lima) pelaku usaha telah memiliki akun “Shopee” dan akun “Mitra Bukalapak”. Mereka juga telah melakukan simulasi pengantaran barang atau paket menggunakan fasilitas “BukaSend”.

Para pelaku UMKM merasa senang dan bahagia dengan pelatihan ini. Serta merasa sangat terbantu dengan aktivitas ini. Mereka merasa pengetahuan akan pemasaran daring membuka wawasan dan pengetahuan mereka terkait aktivitas penggunaan gawai pintar. Selama ini masyarakat di Desa Pangadegan hanya menggunakan gawainya untuk berkirim pesan, menelpon, dan bermain media sosial. Namun dengan aktivitas ini mereka menjadi

sadar bahwa gawai mereka dapat digunakan untuk kegiatan yang dapat menghasilkan uang.

Para pelaku UMKM juga merasa sangat terbantu dengan teknik pemasaran ini karena teknik ini dapat menjangkau pasar yang luas (Susanti, 2020). Selama ini mereka hanya memasarkan produknya secara lisan dari mulut ke mulut. Sehingga memiliki keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih banyak dan luas lagi (Hendriadi, Sari, & Padilah, 2019). Terlebih dalam masa pandemi Covid-19, pemerintah sempat menerapkan aturan pembatasan sosial yang sangat ketat. Sehingga aktivitas berjualan secara konvensional dengan metode tatap muka menjadi sulit untuk dilakukan. Sehingga, metode ini dirasa sangat cocok pada era pandemik seperti ini (Arif, Fuad, Iranawati, & Kartikaningsih, 2021). Kontak langsung dapat diminimalkan bahkan dihilangkan, sehingga lebih aman dan dapat membantu pemerintah untuk menghentikan penularan virus dari orang ke orang.

Satu hal yang penting dan menjadi perhatian dari tim kami adalah kualitas internet di Desa Pangadegan yang kurang stabil. Karena desanya terletak di daerah pegunungan dan jauh dari pemancar sinyal telekomunikasi, sehingga ada saat di mana sinyal internet tidak dapat diakses dengan baik. Hal ini tentunya dapat mengganggu aktivitas berjualan secara daring, karena dapat mengganggu proses pemesanan dari aplikasi penjualan tersebut. Oleh karena itu di masa depan, pembangunan infrastruktur telekomunikasi haruslah menjadi prioritas utama di desa ini.

SIMPULAN

“Pemasaran Daring” merupakan alternatif pemasaran produk barang dan jasa yang sangat cocok dilakukan pada masa pandemi saat ini. Penggunaan teknik ini memiliki banyak kelebihan, namun diperlukan pendampingan yang terus-menerus agar proses pemasarannya dapat berjalan dengan efektif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Universitas Padjadjaran yang telah memberi akses kepada desa serta

banyak membantu dalam proses pengabdian di Desa Pangadegan. Terima kasih juga kepada aparat Desa Pangadegan beserta jajarannya, karena telah berpartisipasi aktif dan bekerja sama dalam kegiatan ini. Terima kasih pula kepada mentor UMKM Ibu Vivin yang telah banyak memfasilitasi kegiatan ini terutama untuk koordinasi dengan para pelaku UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, M., Fuad, Z., Iranawati, F., & Kartikaningsih, H. (2021). *PENDAMPINGAN USAHA DAN ANALISIS SENSITIVITAS USAHA KECIL MENENGAH (UKM) PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI*. 4(3).
- Fadly, M., Suaidah, & Alita, D. (2021). *OPTIMALISASI PEMASARAN UMKM MELALUI E-MARKETING MENGGUNAKAN MODEL AIDA PADA MISS MOJITO LAMPUNG. Kumawula : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 416–422.
- Hendriadi, A. A., Sari, B. nurina, & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *J-Dinamika : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 120–125. <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v4i2.1133>
- Hendriyani, C., Dwianti, S. P., Herawaty, T., & Ruslan, B. (2020). *ANALISIS PENGUNAAN WHATSAPP BUSINESS UNTUK MENINGKATKAN PERJUALAN DAN KEDEKATAN DENGAN PELANGGAN DI PT SAUNG ANGKLUNG UDJO. AdBispreneur : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(2), 193–200.
- Pranoto, P., Jasmani, J., & Marayasa, I. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Al Barkah Di Kampung Cicayur - Tangerang. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 250. <https://doi.org/10.32493/j.pdl.v1i2.2425>
- Purbasari, R., Wijaya, C., & Rahayu, N. (2020). *IDENTIFIKASI AKTOR DAN FAKTOR DALAM EKOSISTEM*

KEWIRAUSAHAAN: KASUS PADA INDUSTRI KREATIF DI WILAYAH PRIANGAN TIMUR, JAWA BARAT. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(3), 241–262.

Raharja, J., Natari, S. U., & Thirafi, L. (2021). *PELATIHAN STRATEGI BISNIS BERBASIS PENGETAHUAN DIGITAL BAGI WIRAUSAHA EKSPORTIR DI KABUPATEN PANGANDARAN*. 4(3).

Setiawati, I., & Widyartati, P. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM. *Proceedings*, 1(1).

Sinatria Kampung Ciburuan. (2017). Sumedang Tandang: Statistik Desa Pangadegan, Kecamatan Rancakalong.

Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>