



Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan *Copywriting* Bagi UMKM di Kota Semarang

Community Empowerment Activities Through Copywriting Training for MSMEs in Semarang City

Lianna Wijaya^{1*}, Rini Kurnia Sari¹, Noor Udin², Taufiq Annas², Hendri Hartono²

¹Management Department, BINUS Online Learning, Bina Nusantara University, Jakarta

²Visual Communication Design, School of Design, Bina Nusantara University, Semarang

*e-mail korespondensi: lianna.wijaya@binus.ac.id¹

Article History:

Received: 30 Agustus 2023

Revised: 22 September 2023

Accepted: 19 Oktober 2023

Keywords: *Copywriting, SME, Training, Marketing*

Abstract: *Community service activities are very important to improve the quality of human resources for MSMEs. Copywriting training was conducted by Bina Nusantara University Semarang for 30 MSMEs in the city of Semarang. The term copywriting was not yet known to the participants and this training was attended with great enthusiasm so that the participants could increase their knowledge regarding marketing using copywriting techniques which are one of the trends in the marketing world. Training participants are expected to have the ability to write attractive promotional or advertising language so that their products can stick in the minds of customers. By mastering this copywriting technique, the participants are able to increase product sales through digital marketing via social media by using advertising writing techniques that are attractive to the customers.*

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat sangat penting dilakukan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia pelaku UMKM. Pelatihan *copywriting* dilakukan oleh Universitas Bina Nusantara Semarang kepada 30 para pelaku UMKM di kota Semarang. Istilah *copywriting* belum dikenal oleh peserta pelatihan dan pelatihan ini dihadiri dengan penuh antusias agar dapat menambah pengetahuan terkait pemasaran menggunakan teknik *copywriting* yang menjadi salah satu tren di dunia pemasaran. Peserta pelatihan diharapkan memiliki kemampuan menuliskan bahasa promosi atau iklan yang menarik sehingga produknya dapat melekat di pikiran para pelanggan. Dengan menguasai teknik *copywriting* ini, dapat meningkatkan penjualan produk melalui pemasaran digital melalui media sosial dengan menggunakan teknik penulisan iklan yang menarik di mata pelanggan.

Kata Kunci: *Copywriting, UMKM, Pelatihan, Pemasaran*

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang berlangsung sekitar 3 tahun telah memberikan dampak luar biasa hampir pada semua sektor usaha, termasuk pada sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang mengalami penurunan produktivitas dan pendapatan. Setelah pandemi, pelaku UMKM memerlukan inovasi yang tepat dan cepat untuk memastikan keberlanjutan usahanya. Hal ini didukung dengan kemajuan teknologi dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran yaitu pemasaran dengan menggunakan konten digital di media sosial (Kamuri, 2021). Kemajuan ini memberikan dampak besar dimana terdapat peluang untuk melakukan kegiatan pemasaran dengan lebih baik dan tepat. Dengan memanfaatkan pemasaran melalui konten digital di media sosial diharapkan menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan penjualan. Salah satu teknik pemasaran yang sedang tren adalah teknik *copywriting*. Dengan mengoptimalkan

*Lianna Wijaya, lianna.wijaya@binus.ac.id

penggunaan teknik *copywriting* maka dapat meningkatkan kemampuan promosi produk UMKM. Melalui *copywriting*, maka pelaku UMKM dapat memberikan informasi *branding* produk atau layanannya kepada pelanggan atau calon pelanggan.

Teknik *copywriting* merupakan seni menulis konten pemasaran digital yang bersifat membujuk atau persuasif sehingga para audiensnya dapat melakukan pembelian atau bertransaksi pada produk atau layanan yang ditawarkan. Teknik *copywriting* ini memiliki pengaruh besar dalam kesuksesan melakukan promosi dan *engagement* dengan audiens. Teknik *copywriting* pada konten digital dapat meningkatkan kemungkinan konten dilihat dan dibaca oleh audiens serta dibagikan ke orang lain, meningkatkan konversi pelanggan, dan dapat berinteraksi dengan audiens (Maulana et al., 2022).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM di kota Semarang saat ini adalah kurangnya pengetahuan dalam memahami teknik pemasaran digital, bahkan istilah *copywriting* ini menjadi hal yang baru. Dalam suatu dialog interaktif DPRD kota Semarang pada tanggal 8 Agustus 2023 yang lalu dengan tajuk “Saatnya UMKM Kota Semarang Naik Kelas”, Bapak Gunawan Permadi, selaku Ketua Komite Badan Ekonomi Kreatif Kota Semarang, menyampaikan bahwa pelaku UMKM di kota Semarang perlu diberikan pelatihan digital dalam promosi produk. Pada kesempatan yang sama, Bapak Aji Maulana, selaku Sub koordinator Fasilitasi Pelaku UMKM Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang mengakui tidak mampu memenuhi seluruh UMKM dikarenakan jumlah yang sangat banyak. Oleh sebab itu, partisipasi dari kalangan masyarakat umum dan akademisi dapat membantu melakukan pelatihan kepada UMKM dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat (Eko Edi Nuryanto, 2023).

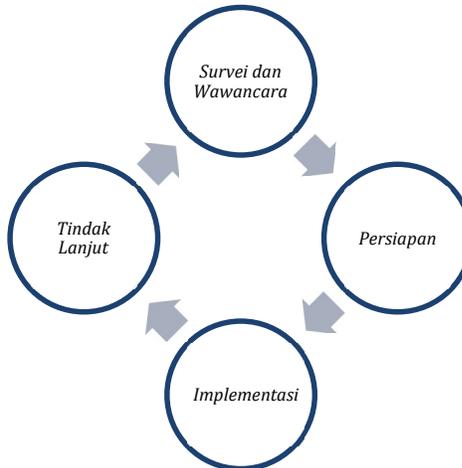
Universitas Bina Nusantara Semarang melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui proyek insiatif tahun 2023 dengan judul “*The Next Good Brand 2023*”. Salah satu topik pelatihan yang diadakan berjudul “Seni Jualan Lewat Tulisan” pada hari Jumat, tanggal 11 Agustus 2023 di Kampus Bina Nusantara dengan mengundang 30 pelaku UMKM. Pemateri untuk pelatihan ini adalah salah satu dosen Manajemen Universitas Bina Nusantara Jakarta dan Semarang. Tujuan pelatihan ini agar dapat membekali tentang pemasaran digital, mampu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam melakukan kegiatan promosi produk dan layanan mereka, dan meningkatkan reputasi produk.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh tim proyek insiatif 2023 Universitas Bina Nusantara yang diketuai oleh Bapak Noor Udin, dilakukan sejak awal 2023. Target peserta adalah pelaku UMKM di kota Semarang telah dilakukan proses seleksi dengan wawancara dan memahami kebutuhan para pelaku UMKM. Terdapat 15 brand UMKM yang akan didampingi oleh tim proyek insiatif mulai dari UMKM *fashion*, *snack*, *makeup artist*, agen perjalanan wisata, dan makanan. Pelatihan *copywriting* dilakukan pada hari Jumat, tanggal 11 Agustus 2023 yang lalu, berlokasi di Kampus Bina Nusantara Semarang dari jam 14:00 – 16:00. Promosi kegiatan pelatihan dilakukan melalui media sosial dan juga didukung oleh komunitas-komunitas yaitu Teman UMKM Smartfren *Community* Semarang, Tangan Di Atas Semarang, UMKM Binaan BAZNAS KOTA Semarang, Kadin Kota Semarang, dan UMKM Binaan DT Peduli Kota Semarang. Kegiatan ini juga didukung oleh pemerintah kota Semarang melalui DISPERINDAG Kota Semarang dan DINKOP UMKM Kota Semarang. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan ini adalah pendekatan *Participatory Action Research* (PAR),

dimana peserta UMKM terlibat langsung dalam kegiatan tersebut. Pelaksanaan kegiatan ini melalui beberapa tahap yang ditunjukkan pada Gambar 1 di bawah ini.

Tahap pertama adalah melakukan survei dan wawancara dengan para pelaku UMKM sehingga lebih memahami permasalahan dan tantangan yang dihadapi mereka dan memberikan solusi terbaik dalam wujud pengabdian kepada masyarakat. Tahap kedua adalah tahap persiapan dimana mulai menyebarkan informasi kepada pihak-pihak UMKM di kota Semarang, membuka registrasi atau pendataan pelatihan, mempersiapkan materi, lokasi pelatihan, dan konsumsi selama pelatihan diadakan.



Gambar 1. Proses Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Tahap ketiga adalah tahap implementasi. Dimana pelatihan *copywriting* dilaksanakan secara luring atau luar jaringan di Kampus Universitas Bina Nusantara di POJ Avenue Kav.3 C, POJ City Kel Tawang Sari (kawasan Marina, BINUS EDU PARK, Semarang Barat, Kota Semarang 50144 pada tanggal 11 Agustus 2023 dari jam 14:00 – 16:00 WIB. Para pelaku UMKM datang sekitar jam 13:45 dan menempati ruangan kelas dimana pelatihan diadakan. Tahap Tindak lanjut merupakan tahap dimana pemateri melakukan evaluasi dari hasil pelatihan yang telah diadakan, apakah para pelaku UMKM dapat menerapkan teknik *copywriting* dalam pembuatan konten digital promosi produk dan layanannya. Jika proses implementasi belum optimal dilakukan, maka proses kegiatan dapat berulang ke tahap pertama yaitu melakukan wawancara kembali terkait kesulitan dan tantangan untuk menggunakan teknik *copywriting* ini.

HASIL

Pelatihan *copywriting* ini sebagai salah satu solusi bagi para pelaku UMKM setelah usahanya terkena dampak dari pandemi Covid-19 dan juga mendukung program pemerintah daerah kota Semarang untuk memberikan keterampilan dalam pemasaran digital. Pelatihan ini terlaksana dengan kerja sama dengan komunitas UMKM dan pemerintah kota Semarang. Adapun tujuan pelatihan ini untuk memberikan pengetahuan dan meningkatkan kemampuan para pelaku UMKM dalam pemasaran digital untuk menarik pelanggan atau calon pelanggan.



Gambar 1. Ketua Proyek Inisiatif, Bapak Noor Udin memberikan kata sambutan

Teknik *copywriting* merupakan strategi promosi merepresentasikan suatu produk atau layanan dan hal ini memiliki peranan penting dalam bisnis UMKM dimana para pelaku UMKM dapat meningkatkan kreativitas dengan merangkai kata-kata singkat, unik, dan menarik para audiensnya sehingga dapat memengaruhi audiens dan mendorong tindakan tertentu selanjutnya misalnya memutuskan membeli, menginformasikan hingga merekomendasikan ke orang lain. Kreativitas ini sangat penting karena akan berbeda dengan konsep promosi pesaingnya. *Copywriting* tidak hanya bertujuan mempromosikan atau mengenalkan suatu produk namun juga dapat meningkatkan penjualan, menghibur audiens, menarik minat pelanggan, dan membuat audiens mengingat produk dan layanan UMKM.

Peserta pelatihan diberikan materi teknik *copywriting* oleh salah satu dosen Universitas Bina Nusantara, yaitu Dr. Lianna Wijaya, yang hadir di acara pelatihan tersebut. Salah satu konsep *copywriting* yang diberikan adalah konsep AIDA, yang merupakan kepanjangan dari *Attention, Interest, Desire, dan Action*. Tahap pertama *awareness* yaitu para pelaku UMKM dapat membuat suatu pernyataan / kalimat yang sederhana dan unik untuk menarik perhatian audiens. Tahap kedua *interest* merupakan tahap untuk menawarkan produk dan layanan yang diinginkan sehingga para audiens tertarik. Tahap ketiga *desire* merupakan tahap dimana promosi yang dilakukan dapat menimbulkan keinginan para audiens untuk membeli ataupun membagikan informasi. Dan tahap terakhir adalah *action* atau bertindak dimana para audiens memutuskan melakukan tindakan membeli atau membagikan informasi produk dan layanan tersebut.



Gambar 2. Pemateri sedang memberikan pelatihan dan berinteraksi dengan peserta



Gambar 3. Foto bersama dengan para pelaku UMKM kota Semarang

KESIMPULAN

Peran UMKM dalam menyumbang PDB di Indonesia perlu didukung agar meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara maksimal setelah pandemi Covid-19. Universitas Bina Nusantara Semarang melalui proyek inisiatif 2023 melakukan kegiatan pelatihan *copywriting* ini dihadiri oleh 30 para pelaku UMKM di kota Semarang pada tanggal 11 Agustus 2023 di Kampus Universitas Bina Nusantara Semarang. Pelatihan *copywriting* merupakan seni menulis informasi atau konten digital yang bersifat persuasif dan dapat membujuk audiens untuk melakukan pembelian ataupun sekedar membagikan informasi. Para pelaku UMKM dapat memahami konsep *copywriting* sehingga memanfaatkannya dalam pembuatan konten digital di media sosial. Para pelaku UMKM mengharapkan pelatihan serupa terkait pemasaran digital sering diadakan di waktu mendatang karena perkembangan pemasaran digital yang terus menerus.

PENGAKUAN

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Proyek Inisiatif Universitas Bina Nusantara yang telah memberikan dukungan, pendanaan, dan kesempatan kepada tim proyek inisiatif 2023 melalui dana yang diberikan dalam proyek inisiatif ES004 – Program/ Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat Indonesia Next Good Brand Empoweing Brand UMKM tahun 2023 dan juga kepada pihak-pihak lain yang telah bekerja sama dan mendukung proyek inisiatif 2023 berjalan lancar dan baik.

DAFTAR REFERENSI

- Eko Edi Nuryanto. (2023). *Pelaku UMKM di Semarang Perlu Diberi Pelatihan Digital, Agar Melek Teknologi dalam Promosi Produk - Suara Merdeka*. <https://www.suaramerdeka.com/>.
<https://www.suaramerdeka.com/ekonomi/049749472/pelaku-umkm-di-semarang-perlu-diberi-pelatihan-digital-agar-melek-teknologi-dalam-promosi-produk>)
- Kamuri, K. J. (2021). Analisis Peran Digital Content Marketing Bagi Wirausaha Milenial Di Kota Kupang Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 14(2), 225–238. <https://doi.org/10.35508/jom.v14i2.4784>
- Maulana, R., Nurmalasari, Muhammad Sony Maulana, Monikka Nur Winnarto, Muhammad Iqbal, & Badariatul Lailiah. (2022). Pelatihan Menjadi Talenta Digital Dengan Copywriting. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Jotika*, 2(1), 12–15. <https://doi.org/10.56445/jppmj.v2i1.44>