



Pelatihan Pemasaran Digital Pada UMKM di Desa Segaran Kecamatan Delanggu Kabupaten Klaten Jawa Tengah

Poppy Septinawati¹, Tasya Oktavia Ekawati², Yoga Surya Kusuma³, Dian Vika Laurensia⁴, Agni Astungkara⁵

Universitas Islam Batik Surakarta¹²³⁴⁵

Korespondensi penulis, e-mail : poppyseptinawati65474@gmail.com

Article History:

Received: 30 July 2023

Revised: 30 August 2023

Accepted: 07 September 2023

Abstract: *Alongside the advancement of information technology, the marketing industry has grown pretty quickly. SMEs today have to implement new marketing techniques to promote their goods in the digital age. MSMEs exist in Segaran Village, Klaten, as well. SMEs have the potential to succeed in*

Keywords: *Digital, Marketing, Segaran Klaten Village because of the numerous artistic and cultural activities organized there. The issue, however, is that MSME players still have an inadequate understanding of the idea of digital branding. The community service team from UNIBA Surakarta provides digital marketing training for SMEs in Segaran Village as a result. This activity's implementation is carried out in stages. Through this activity it is expected to be able to provide an understanding of the function of digital marketing and have the ability to apply digital marketing. In the end, this activity is expected to be able to increase the economy of the people of Segaran Village with the role of digital marketing carried out by SME sectors in Segaran Village.*

Abstrak. Kegiatan pemasaran telah mengalami perkembangan yang cukup pesat seiring dengan perkembangan teknologi informasi. Di era yang serba digital saat ini, pelaku UMKM perlu menggunakan strategi tambahan untuk memasarkan produk mereka. Tidak terkecuali pelaku UMKM di Desa Segaran, Klaten. Desa Segaran Klaten dengan banyaknya event-event seni dan kebudayaan, pelaku UMKM memiliki potensi untuk berkembang secara optimal. Namun, kendala yang terjadi adalah pelaku UMKM masih memiliki pemahaman yang minim terkait dengan konsep *digital branding*. Oleh sebab itu, tim pengabdian masyarakat UNIBA Surakarta menggelar pelatihan pemasaran digital pada pelaku UMKM di Desa Segaran. Pelaksanaan kegiatan ini dilaksanakan dalam beberapa tahapan. Melalui kegiatan ini diharapkan mampu memberikan pemahaman mengenai fungsi pemasaran digital, serta memiliki kemampuan untuk mengaplikasikan pemasaran digital. Pada akhirnya kegiatan ini diharapkan mampu perekonomian masyarakat Desa Segaran meningkat dengan peran pemasaran digital yang dilakukan oleh para pelaku UMKM Di Desa Segaran.

Kata kunci: Digital, Marketing, Branding.

LATAR BELAKANG

Kegiatan pemasaran telah mengalami perkembangan yang cukup pesat seiring dengan perkembangan teknologi informasi. Di era yang serba digital saat ini, *digital marketing* (pemasaran digital) terbentuk strategi baru yang sangat penting dalam pemasaran suatu perusahaan, terutama untuk bisnis seperti toko *online* yang memungkinkan untuk jual beli sekaligus. Perusahaan saat ini berlomba-lomba dalam mengembangkan strategi pemasaran mereka dalam meraih dan mempertahankan para pelanggan. Semakin dekatnya dunia maya dengan kehidupan sehari-hari kita, membuat era digitalisasi tidak bisa kita hindari. Pelanggan saat ini dalam melakukan interaksi dengan perusahaan dilakukan dengan memanfaatkan media sosial dan aplikasi yang berkembang pesat.

Digital marketing menjadi salah satu media yang sering digunakan oleh pelaku usaha karena kemampuan baru konsumen dalam mengikuti arus digitalisasi, beberapa perusahaan sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/dan beralih ke pemasaran moderen. Dengan *digital marketing* komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu/*real time* dan bisa di akses ke seluruh dunia, seseorang juga dapat melihat berbagai barang melalui internet, sebagian besar informasi mengenai berbagai produk sudah tersedia di internet, kemudahan dalam pemesanan dan kemampuan konsumen dalam membandingkan satu produk dengan produk lainnya.

Desa Segaran adalah satu kawasan yang terletak di kecamatan Delanggu, Klaten. Salah satu mata pencaharian utama masyarakat desa tersebut adalah dengan berwirausaha. Desa Segaran terkenal dengan sentra industri pandhe besi atau sentra pembuatan alat alat dari besi atau baja. Industri pandhe besi tersebut menghasilkan banyak produk pertanian maupun rumah tangga, seperti cangkul, pisau, arit, parang, dan kapak.

Industri di desa Segaran tidak hanya pada sektor penghasil besi dan baja, namun juga terdapat umkm yang bergerak di bidang kuliner dan kerajinan tangan. Banyaknya UMKM yang tersebar di desa Segaran ini semakin menguntungkan tatkala pemerintahan desa semakin giat menggelar acara-acara kesenian. Seperti festival pagelaran reog dan festival 5000 jenang yang digelar pada bulan Juli tahun 2023. Agenda tahunan ini tentunya akan menambah minat masyarakat untuk berkunjung ke Desa Segaran. Meningkatnya animo masyarakat juga dapat turut serta meningkatkan perekonomian masyarakat.

Agar UMKM semakin mampu untuk tumbuh dan berkembang, maka perlu ada upaya khusus dari UMKM itu sendiri, selain upaya yang dilakukan oleh pemerintah desa. Agenda

pemasaran perlu semakin digencarkan guna semakin dikenalnya produk yang dipasarkan masyarakat kepada masyarakat luas. Kendala yang dihadapi oleh UMKM ini adalah belum optimalnya pemasaran produk. Saat ini pemasaran yang sudah dilakukan masih sebatas pada media konvensional dengan media luring.

Pelaku UMKM belum sepenuhnya merambah ke media yang lebih modern dengan menggunakan sistem daring. Kondisi saat ini, media digital memiliki peran yang sangat vital, namun hal tersebut belum dapat sepenuhnya dimanfaatkan oleh para pelaku UMKM. Alasan yang mendasari hal tersebut adalah masih kurangnya pemahaman terkait pemasaran digital dan teknik penjualan *pada platform e-commerce*. Oleh sebab itu perlu dilakukan pelatihan kepada UMKM agar dapat menjalankan fungsi pemasaran secara optimal.

Berdasarkan uraian diatas maka agenda pelatihan pemasaran digital pada UMKM di Desa Segaran, Klaten dilakukan. Pelatihan ini diselenggarakan oleh tim pengabdian masyarakat dari Universitas Islam Batik Surakarta di Desa Segaran. Adanya pelatihan ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran akan fungsi pemasaran (baik secara *luring* maupun *daring*) bagi pelaku UMKM. Selain itu, melalui pelatihan ini diharapkan pelaku UMKM dapat menggunakan media-media digital serta mampu melakukan penjualan dengan basis *e-commerce*.



Gambar 1. Festival Pagelaran Reog



Gambar 2. Festival 5000 Jenengan

METODE PENELITIAN

Metode pelaksanaan pelatihan digital marketing ini dilakukan dengan beberapa tahapan. Adapun tahapan-tahapan tersebut diantaranya perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Tahapan-tahapan tersebut perlu dilakukan guna efektivitas kelancaran program. Tahapan-tahapan pelaksanaan dijabarkan dalam uraian berikut:

a. Tahap Perencanaan

Dalam tahap perencanaan, anggota tim pengabdian melakukan observasi dan tabulasi data. Pada tahapan pertama dilakukan pencatatan terkait jumlah UMKM dan kemudian dilakukan survei serta wawancara. Kegiatan ini dilakukan guna mengidentifikasi permasalahan yang ada di lapangan. Hasil dari kegiatan tersebut kemudian diolah dan akan dibuat rancangan kegiatan yang kemudian dapat diimplementasikan sesuai dengan kondisi yang ada di masyarakat.

b. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan tim pengabdian masyarakat yaitu sosialisasi digital marketing melalui metode penyuluhan terhadap UMKM di Desa Segaran Kecamatan Delanggu Kabupaten Klaten, dimaksudkan untuk membantu masyarakat mengenal digital marketing di era digitalisasi.

c. Tahap Evaluasi

Pada tahap evaluasi, mahasiswa melakukan penilaian terhadap antusiasme masyarakat dan kekurangan apa saja yang terjadi dalam proses pelatihan sehingga dalam kegiatan yang selanjutnya dapat berjalan lebih baik lagi.

TARGET DAN LUARAN

- a. Memberikan pemahaman mengenai fungsi digitalisasi marketing dengan tujuan membantu masyarakat Di Desa Segaran lebih mengenal digital marketing.
- b. Pelaku UMKM Desa Segaran mampu mengaplikasikan pemasaran digital.
- c. Membantu perekonomian masyarakat Desa Segaran menjadi lebih tinggi dengan munculnya digital marketing pada produk UMKM sehingga dapat di jangkau lebih luas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di era teknologi digital telah mengubah cara manusia dalam berkomunikasi, bertindak, dan mengambil keputusan. Aktivitas pemasaran pun tak lepas dari pengaruh teknologi digital. Istilah pemasaran berbasis digital (*digital marketing*) telah mengalami evolusi dari awalnya kegiatan pemasaran barang dan jasa yang menggunakan saluran digital hingga pengertian yang lebih luas yaitu proses memperoleh konsumen, membangun preferensi konsumen, mempromosikan merek, memelihara konsumen, dan meningkatkan

penjualan. Media sosial telah membuka pintu bagi pelaku usaha untuk berkomunikasi dengan jutaan orang mengenai produk mereka dan telah menciptakan peluang pemasaran baru.

Kegiatan yang diselenggarakan oleh tim pengabdian masyarakat dilaksanakan dengan beberapa pendekatan. Pada tahap awal, sebelum memasuki tahapan inti, tim pengabdian masyarakat mengumpulkan informasi-informasi terkait dengan sebaran data masyarakat. Tim pengabdian mengumpulkan data terkait kondisi ekonomi masyarakat termasuk data mata pencaharian. Setelah data tersebut didapat, kemudian dilakukan identifikasi pelaku dan non UMKM. Dari kegiatan tersebut menghasilkan data pelaku UMKM Desa Segeran, yang kemudian akan dihubungi untuk tahapan selanjutnya.

Pada tahap selanjutnya dilakukan identifikasi terkait strategi pemasaran yang dilakukan oleh para pelaku UMKM. Teknik wawancara digunakan untuk menggali informasi metode pemasaran yang digunakan oleh pelaku UMKM. Selain wawancara kepada pelaku UMKM, juga dilakukan wawancara kepada perangkat desa dan tokoh masyarakat terkait UMKM di Desa Segeran. Hasil dari kegiatan tersebut menunjukkan bahwa mayoritas UMKM Desa Segeran masih banyak yang menggunakan metode konvensional dan belum mengenal pemasaran digital.

Hasil observasi menunjukkan bahwa di Desa Segeran terdapat UMKM dengan multi sektor. Adapun sektor-sektor usaha tersebut diantaranya sektor industri pande besi, pengrajin souvenir dompet, pengrajin kipas, kuliner, dll. Setelah melakukan tabulasi data UMKM dan identifikasi permasalahan. Tim pengabdian berupaya untuk melakukan kegiatan pelatihan pemasaran digital guna meningkatkan paparan produk dalam masyarakat sebagai salah satu upaya peningkatan perekonomian masyarakat.

Tahap pelatihan dimulai dengan pemaparan mengenai peran pemasaran baik secara konvensional maupun modern, dan luring maupun daring. Materi selanjutnya pelaku UMKM dikenalkan dengan teknik-teknik pemasaran digital. Salah Satu teknik pemasaran digital adalah melalui sosial media. Pelaku UMKM diarahkan untuk membuat sosial media guna sarana penjualan secara daring. Selain pembuatan akun sosial media, pelaku UMKM juga dilatih untuk menggunakan fitur-fitur yang ada guna memaksimalkan potensi penjualan. Adapun fitur-fitur tersebut diantaranya *story*, unggahan pada *feed*, cara melakukan siaran langsung, dan membuat tautan pemesanan.

Strategi pemasaran digital juga menekankan pada faktor penggunaan *e-commerce*. Tim pengabdian mengenalkan platform-platform yang bisa digunakan dalam penjualan secara daring. Dari platform-platform tersebut dikenalkan fitur-fitur yang ada seperti etalase daring, kotak pesan yang bisa digunakan untuk komunikasi antara penjual dan pembeli, akun pendapatan, fitur *live shopping*.

Kegiatan ini tidak hanya sebatas pada pengenalan saja, namun juga meliputi pendampingan sampai dengan kegiatan praktik langsung. Hal ini ditujukan agar, pelaku UMKM benar-benar memahami akan materi yang telah disampaikan. Selain pemasaran digital, tim pengabdian masyarakat juga mengenalkan tentang pentingnya pengemasan produk dalam praktik pemasaran digital

Pengemasan produk merupakan hal vital dalam hal pemasaran produk. Karena pemasaran yang efektif dapat ditunjang dengan adanya pengemasan yang menarik dan produk yang berkualitas. Pelaku UMKM dihibau untuk melakukan inovasi dalam membuat kemasan produk yang menarik dan inovatif. Produk yang berkualitas juga selalu ditekankan untuk menjadi nilai utama dalam penjualan. Mengingat ketiga faktor tersebut tidak dapat saling ditinggalkan. Ketiga faktor tersebut menjadi kuncian utama dalam rangka peningkatan potensi pendapatan.

Berbicara mengenai pemasaran terkait dengan produk tentunya pemberian merek adalah sesuatu yang penting. Seni dan bagian paling penting dalam pemasaran adalah pemberian merek. Pemberian merek (*brand*) dalam proses produksi merupakan hal yang tidak dapat ditinggalkan, selain memberikan ciri khas dari barang ataupun jasa yang diproduksi juga memudahkan para pelaku kegiatan ekonomi mengenali produk tersebut walau hanya dari simbol, logo, warna dan sebagainya. Alasan betapa pentingnya merek (*brand*) untuk suatu produk di antaranya dapat membedakan produk satu dengan yang lainnya, walaupun produk tersebut masih dalam kategori yang sama, merek (*brand*) akan memberikan pembeda dalam identifikasi produk bahkan dapat mendatangkan manfaat yang banyak. Dari sekian banyak manfaat dari merek (*brand*), sebuah bisnis dituntut agar dapat menjaga dan mengelola merek (*brand*) untuk produk-produknya.

Sosialisasi strategi digital marketing dalam bentuk pemanfaatan media sosial sangatlah penting karena dapat memberikan pengetahuan kepada para pelaku UMKM terkait cara pemanfaatan sosial media. Melalui kegiatan ini diharapkan pelaku UMKM yang telah memiliki pemahaman serta kemampuan dasar pemasaran digital dapat menggunakannya

untuk menjalankan kegiatan operasional mereka, sehingga para pelaku UMKM memiliki keunggulan bersaing.



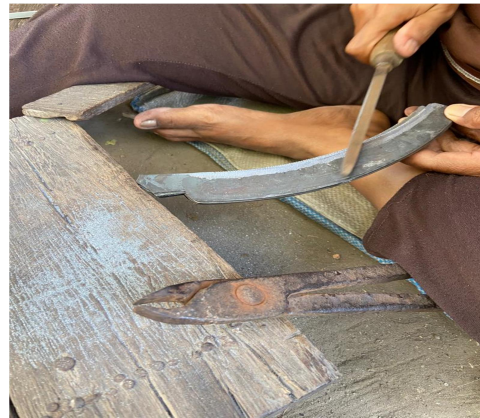
Gambar 1. Survei Lokasi UMKM (1)



Gambar 2. Survei Lokasi UMKM (2)



Gambar 3. Survei Lokasi UMKM (3)



Gambar 4. Survei Lokasi UMKM (4)



Gambar 5. Sosialisasi Digital Marketing



Gambar 6. Peserta/Pelaku UMKM



Gambar 7. Foto bersama pelaku UMKM Desa Segaran Kec. Delanggu Kab. Klaten

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Segaran Kecamatan Delanggu Kabupaten Klaten, berjalan dengan lancar sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan. Antara lain, dengan memberikan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan terhadap pelaku UMKM di Desa Segaran. Di era digitalisasi peran pemasaran digital sangatlah penting, diharapkan melalui kegiatan ini para pelaku UMKM dapat memanfaatkan pengetahuan dan kemampuan yang didapat untuk menjalankan bisnis mereka. Dengan tujuan optimalisasi angka penjualan pada khususnya, dan peningkatan perekonomian di Desa Segaran pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Marlina, L., Ardhiana, D. P. Y., Rini, N. K., Novianti, A., Srisusilawati, P., Yuniati, U., Manggabarani, A. S., Hanafiah, H., Triwardhani, D., Matondang, N., Wati, T., Astusi, M., & Pujiyanto, D. (2020). Digital Marketing. In *Widina Bhakti Persada Bandung* (Issue Mi).
- Nuryakin. (2004). *Manajemen Pemasaran Digital (Digital Marketing Management)* (J. H. Wijaya (ed.); 2022nd ed., Issue 1). CV. The Journal Publishing.
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., Bambang, Trenggana, A. F. M., Zulfikar, R., Tati Handayani, G. P. E. K.,

- Triwardhani, D., Rini, N. K., Pertiwi, W. N. B., & Roslan, A. H. (2021). Brand Marketing. In *Grup CV. Widina Media Utama* (2021st ed.). Widina Bhakti Persada Bandung. <https://repository.penerbitwidina.com/publications/348814/brand-marketing>
- Rachmawati, D., Ramadhani, N., Komarullah, T. A., & Purnama, A. (2021). Sosialisasi Peranan Digital Marketing Bagi UMKM Di Desa Ujung Genteng Socialization Of The Role Of Digital Marketing For UMKM In Ujung Genteng Village. *PROCEEDINGS UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1(29), 90–104. <https://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/Proceedings>
- Sari, D. K., Pebrianggara, A., & Oetarjo, M. (2021). Buku Ajar Digital Marketing. In M. T. Multazam & M. D. K.W (Eds.), *Buku Ajar Digital Marketing* (2021st ed.). Umsida Press. <https://doi.org/10.21070/2021/978-623-6081-38-9>