

Penguatan Digital Marketing Sebagai Media Promosi UMKM Telur Asin di Desa Trucuk Kecamatan Trucuk Kabupaten Klaten

**Sumadi¹, Arifah Khosyyatillah², Tino Feri Efendi³, Serly Andini Restu Putri⁴,
Rio Prasetyo⁵**

¹²³⁴⁵Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia, Surakarta

E-mail: ahmadsumadi1924@gmail.com

Abstrak

Pengabdian ini dilaksanakan dengan latar belakang ingin membantu dalam meningkatkan tingkat pemahaman dalam digital marketing untuk memberikan kontribusi ilmu bagi UMKM. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk mengetahui lebih detail media digital apa saja yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk UMKM yang ada dan mengetahui cara efektif mempromosikan berbagai media sosial untuk mendukung pengembangan produk UMKM yang ada. Metode ceramah digunakan dalam proses penyampaian materi pelatihan. Luaran yang diharapkan dari kegiatan ini adalah 1) Menambah pengetahuan tentang berbagai media pemasaran digital yang dapat digunakan untuk promosi dan cara yang efektif untuk melakukan promosi melalui pemasaran digital (media sosial) sebagai sarana untuk menambah dan mengembangkan pengetahuan; 2) berkontribusi pada pengembangan teori berbagai jenis media pemasaran digital dan metode yang dapat digunakan untuk melakukan promosi yang efektif menggunakan pemasaran digital melalui berbagai media sosial bagi yang ingin melanjutkan penelitian.

Kata kunci: UMKM, pengabdian masyarakat, pemasaran digital, promosi

Abstract

This service is carried out with a background of wanting to help in increasing the level of understanding in digital marketing to contribute knowledge to MSMEs. The purpose of this community service is to find out in more detail what digital media can be used to promote existing MSME products and to find out how to effectively promote various social media to support the development of existing MSME products. The lecture method is used in the process of delivering training materials. The expected outputs from this activity are 1) Increase knowledge about various digital marketing media that can be used for promotion and effective ways to carry out promotions through digital marketing (social media) as a means to increase and develop knowledge; 2) contribute to the development of the theory of various types of digital marketing media and methods that can be used to carry out effective promotions using digital marketing through various social media for those who wish to continue research.

Keywords: *UMKM, community service, digital marketing, promotion*

PENDAHULUAN

UMKM adalah pelaku usaha dengan jumlah yang sangat besar, bahkan mayoritas dalam struktur pelaku usaha di tanah air. Hal ini dapat dilihat dari sumber Bappenas, bahwa data Usaha Kecil Mikro adalah sebanyak 41.30 juta

unit (99,85%), usaha menengah 61,05 juta unit (0,14%), dan usaha besar 2,2 juta unit (0,005%). Dari jumlah tersebut, dampaknya pada penyerapan tenaga kerja, sumbangan terhadap PDB, nilai ekspor nonmigas, dan nilai investasi tidak dapat dianggap kecil. Berturut-turut berada pada angka sekitar 85,4 juta orang (96,2% dari tenaga kerja nasional), Rp 110,3 triliun (20,3% dari ekspornas), dan Rp 369,8 triliun (46,2% dari investasi nasional) (Amalia, 2009).

Jika dilihat dari pertumbuhan UMKM ternyata mampu menumbuhkan perekonomian hingga pada sektor kecil. Dalam hal ini merupakan Upaya pemerintah dalam penanggulangan kemiskinan dan pengangguran yang merupakan program yang harus diupayakan oleh pemerintah dalam pemberdayaan ekonomi rakyat. Peran penting keberadaan UMKM di Indonesia semakin terasa dalam proses pembangunan nasional Indonesia. Pada awal keberadaan UMKM dianggap sumber penting dalam penciptaan kesempatan kerja dan motor penggerak utama pembangunan ekonomi pedesaan. Namun, pada era globalisasi saat ini dan mendatang, peran keberadaan UMKM semakin penting yakni sebagai salah satu sumber devisa non-migas Indonesia (Prasetyo, 2008).

UMKM ditahun tahun ini telah menjadi sorotan dari pemerintah diantaranya untuk mengembangkan usaha dengan memberikan modal dan sebagainya, namun ada banyak kendala yang dihadapi oleh setiap UMKM seperti kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai perkembangan teknologi, dan kurangnya pendalaman pengetahuan akan dunia digital marketing sebagai sarana promosi UMKM produk yang dimiliki.

Dengan munculnya kendala kendala diatas, untuk dapat membantu dan menyelesaikan permasalahan tersebut saat melakukan pengabdian masyarakat dengan tema pengembangan UMKM di desa trucuk yang berfokus pada pengenalan digital marketing dan penguatannya melalui berbagai media sosial dan konten konten sebagai promosi agar brand dan produk produk yang dihasilkan UMKM dapat diketahui oleh konsumen dengan bantuan media sosial, dengan hal tersebut dapat meningkatkan pengembangan UMKM dengan lebih maksimal.

ITB-AAS Indonesia merupakan salah satu perguruan tinggi di Surakarta yang melalui program pengabdian masyarakat meninjau permasalahan tersebut. Para dosen dan mahasiswa siap menjadi narasumber dan fasilitator mempunyai *tools* yang dapat digunakan untuk membantu masyarakat dan lembaga pemerintah terkait di dalam materi digital marketing untuk pengembangan peran UKM dan UMKM dalam memajukan pertumbuhan perekonomian di masyarakat Desa Trucuk Kecamatan Trucuk Klaten khususnya.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian mengenai “Penguatan Digital Marketing Sebagai Media Promosi Telur Asin” di desa Trucuk Kecamatan Trucuk kabupaten Klaten adalah menggunakan metode secara langsung, meliputi diskusi bersama objek mengenai kendala kendala yang dihadapi oleh UMKM yang berhubungan dengan marketing, dan juga dengan ceramah/ penyampaian materi melalui proyektor/ secara langsung mengenai jenis jenis media apa sajakah yang dapat digunakan sebagai promosi produk. Juga penyampaian cara cara yang efektif agar dapat berpromosi dengan menarik di media media sosial. Selain itu pengembangan ide ide dari semua anggota organisasi agar menyampaikan aspirasi untuk kemajuan UMKM tersebut, sehingga akan muncul soslusi solusi terhadap kendala yang dihadapi.

HASIL PELAKSANAAN

Pengabdian kepada masyarakat mengenai program sosialisasi dan edukasi tentang pentingnya melakukan digital marketing dalam mengembangkan usaha UMKM. Acara telah dilaksanakan dengan lancar. Adapun kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Peninjauan lokasi tempat melakukan sosialisasi. Tim pengabdian melakukan survey lokasi dan setelah diketahui lokasi, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan mitra.
- b. Dari hasil koordinasi antara tim pengabdian dengan mitra diketahui permasalahan yang dihadapi dan menentukan waktu untuk melakukan sosialisasi dan pelatihan.
- c. Tim pengabdian melakukan persiapan baik materi maupun perlengkapan yang dibutuhkan.
- d. Sosialisasi kegiatan di Kantor Kepala Desa Trucuk di Kecamatan Trucuk Klaten.
- e. Pelatihan mengenai pentingnya digital marketing dalam meningkatkan usaha yang dijalankan, materi disampaikan dalam dua sesi, ditutup dengan tanya jawab.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah direncanakan mengenai pemecahan masalah yang ada dapat diidentifikasi meliputi :

1. Kurangnya pengetahuan masyarakat (pemilik UMKM) mengenai media digital marketing. Untuk menghadapi kendala tersebut para mahasiswa memberikan penyuluhan dan menyampaikan kepada masyarakat khususnya pemilik UMKM mengenai apa sajakah media digital marketing yang dapat digunakan sebagai media promosi produk produk yang mereka miliki. Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan meliputi :
 - a. Memberikan penyuluhan mengenai Website dan SEM (Search Engine Marketing), Online Advertising, Media Sosial, dan Video Marketing.
 - b. Membantu mengambil telur asin dari peternak.
 - c. Membantu semua kegiatan pembuatan telur asin.
 - d. Melakukan pemasaran produk melalui media sosial.
 - e. Membantu pembuatan konten iklan produk telur asin.
 - f. Membantu membuat akun akun di media sosial untuk UMKM tersebut.
 - g. Membantu UMKM untuk meningkatkan omsetnya melalui iklan di media sosial
2. Kurangnya pengetahuan masyarakat (pemilik UMKM) tentang bagaimana cara yang efektif untuk mempromosikan produknya di media sosial. Untuk membantu masalah tersebut, Tim pengabdian dan mahasiswa menyampaikan kepada pemilik UMKM cara cara yang efektif untuk melakukan iklan. Kegiatan tersebut meliputi :
 - a. Membuat akun di Instagram beserta cara membuat iklan menarik.
 - b. Melakukan praktek pembuatan status di WhatApps dan Facebook mengenai iklan telur asin.
 - c. Membuat konten (video marketing) mengenai telur asin.
 - d. Memberikan pengarahan bagaimana cara mengedit video (konten iklan) agar menarik.
 - e. Pembuatan akun di aplikasi Snackvideo dan TikTok.



Gambar 1. Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari data yang telah dijelaskan diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di desa Trucuk kecamatan Trucucuk berjalan dengan lancar karena bantuan masyarakat sekitar dan keingintahuan pemilik UMKM yang tinggi. dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini juga meningkatkan sikap empati dan rasa tanggung jawab terhadap mahasiswa dan juga meningkatkan pengetahuan pemilik UMKM dan orang sekitar mengenai digital marketing sebagai media promosi produk UMKM yang telah dimiliki sehingga UMKM tersebut dapat berkembang kedepannya. Selain itu potensi yang dimiliki oleh masyarakat dan pemilik UMKM dapat menjadi modal bagi pengembangan UMKM tersebut.

Saran

1. Perlunya perkumpulan rutin dari semua anggota UMKM untuk menyampaikan aspirasi dan mengembangkan ide untuk kemajuan UMKM tersebut.
2. Perlunya memunculkan kreativitas dari UMKM mengenai varian rasa dan produk agar UMKM dapat berkembang dan berinovasi.
3. Perlunya latihan yang terus menerus dan berulang agar apa yang telah disampaikan oleh mahasiswa mengenai iklan melalui digital marketing dapat senantiasa bermanfaat kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Euis, 2009, "Keadilan distributif dalam Ekonomi Islam", PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- P. Eko Prasetyo, 2008, "Peran Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Kebijakan Penanggulangan Kemiskinan dan Pengangguran". Akmenika UPY, Volume 2.
- Muhammad Thoin, dan Iin Emy Prastiwi. 2022. Buku Panduan KKN Program Studi Sarjana. Surakarta : ITB AAS Indonesia.
- Octavia, Ade. Dkk. 2015. *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Optimalisasi Program Bank Sampah Dengan Bantuan Tekhnis Dan Manajemen Usaha Pada KSM Aneka Limbah Dan KSM Maidanul Ula Kota Jambi*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 30 (3): 41-49.
- Purba, H.D., Meidiana, C., dan Adrianto, D.W., 2014. Waste Management Scenario through Community Based Waste Bank: A Case Study of Kepanjen District, Malang Regency, Indonesia. *International Journal of Environmental Science and Development*, 5(2):212-216.
- Sumadi, S., & Siyamto, Y. (2018). Pengaruh Manajemen Spiritual Leadership Dalam Pemerataan Ekonomi Sektor Riil. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(01), 35-41.
- Yulianti, Yoni, 2012. *Analisis Partisipasi Masyarakat Dalam Pelaksanaan Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri Perkotaan Di Kota Solok*. Universitas Andalas Padang.