

Pelatihan *Digital Marketing* Keripik Kulit Singkong Bagi UMKM di Desa Palingkau Jaya

Syarifah ^{1*}, Ria Mulyana ², Amanda Dhea Septiani ³, Zaidi Darmawansyah ⁴, Mappa Syula ⁵, Mukhlis Rohmadi ⁶

¹⁻⁶ Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya

* syarifahsae@gmail.com

Abstrak

UMKM di Desa Palingkau Jaya membutuhkan kemajuan bisnis berbasis inovasi agar dapat menyaingi organisasi baru yang berbasis web. Tujuan dari artikel ini adalah untuk memberikan iklan terkomputerisasi pembuatan keripik kulit singkong bagi UMKM di Desa Palingkau Jaya bagaimana cara dalam mempromosikannya melalui digital marketing. Adapun dalam melaksanakan kegiatan pemasaran digital, ada dua cara metode yaitu sosialisasi produk dan pemasaran melalui digital kepada pelaku UMKM dan bimbingan dan juga pelatihan untuk pelatihan pemasaran melalui digital. Dilihat dari beberapa temuan, banyak UMKM di Desa Palingkau Jaya yang memanfaatkan media sosial untuk melakukan penjualan yang paling banyak oleh aplikasi Facebook dan WhatsApp. Selain itu, pelaku UMKM yang tetap menjalankan bisnis secara langsung atau face to face. Hasil dari pengabdian masyarakat ini sosialisasi yang dilaksanakan di Desa Palingkau Jaya, bahwasanya sosialisasi tersebut dinilai memberikan inspirasi selain wawasan dan pengetahuan. Hampir semua pengusaha ingin mempraktikkan praktik bisnis online ini sambil mengembangkan bisnisnya.

Kata Kunci: *digital marketing, pelatihan, UMKM*

Pendahuluan

Dunia digital diharapkan menjadi sorotan semua kegiatan manusia, termasuk kegiatan UMKM. Adapun yang saat ini dapat digunakan antara lain peningkatan belanja iklan digital, peningkatan kepemilikan ponsel pintar yang memungkinkan pemakaian internet menjadi lancar, peningkatan teknologi digital dapat membuat kualitas lalu lintas data mengalami peningkatan, dan pengeluaran layanan jaringan menjadi semakin bagus (Sulaksono 2020).

Pemasaran digital yaitu suatu aktivitas pemasaran suatu produk melalui internet sehingga dapat sampai ke konsumen dan calon pembeli dengan cepat. Facebook, WhatsApp, Instagram, dan sosial media lainnya merupakan beberapa media sosial yang saat ini banyak digunakan untuk pemasaran produk. Selain memungkinkan mencapai pasar yang lebih luas dan mengurangi ongkos pemasaran, pemasaran digital memberikan tempat dan waktu tanpa batas atau 24 jam. Selain itu, penayangan lanjutan terus dilakukan sehingga para visioner bisnis dapat segera fokus pada pendapatan dan kritik dari pasar sasaran, dan dapat menetapkan prosedur perubahan terkait dengan mempromosikan

konten agar mendapatkan hasil yang tentunya memuaskan, cepat, dan lebih baik (Hendriadi dkk., 2019). Tujuan dari promosi berbasis web adalah untuk dengan cepat menarik pembeli dan klien yang diharapkan. Sebagaimana seperti yang kita ketahui, pengakuan terhadap inovasi dan web di mata publik sangatlah luas sehingga tidak seperti biasanya, aktivitas promosi tingkat lanjut adalah keputusan utama (Nurhunah and Supriadi 2023).

Banyaknya UMKM akan memberikan dampak positif, sebab UMKM merupakan sektor ekonomi yang berpotensi tinggi dan membawa banyak sekali manfaat bagi seluruh lapisan masyarakat, apalagi untuk masyarakat menengah hingga ke bawah, karena UMKM juga dapat membuka tempat atau wadah bagi masyarakat untuk berinovasi atau bekerja. Dengan adanya masyarakat yang turut andil dalam pengembangan UMKM bersifat saling memberikan untung satu sama lain, tingginya peningkatan tingkat produksi UMKM dapat bermanfaat untuk masyarakat setempat karena mengurangi jumlah pengangguran. Perkembangan UMKM menggunakan internet di Indonesia memerlukan perhatian pada banyak faktor, khususnya ide-ide kreatif dari seorang konten (Wahyuni et al. 2023)

Kemajuan teknologi informasi memberikan peluang bagi pengusaha UMKM untuk menjangkau wadah yang lebih leluasa untuk pengenalan konsep pemasaran digital. Dilihat dari perekonomiannya, Desa Palingkau Jaya mempunyai berbagai bidang kegiatan mulai dari perdagangan, pertanian dan peternakan. Meskipun demikian, pengelolaan sektor UMKM di Desa Palingkau Jaya masih belum maksimal.

Sebab, jika dilihat secara teliti banyak pengusaha UMKM yang masih kaku dalam penggunaan model digital marketing dan ada juga UMKM yang masih tidak tau cara mengoptimalkan platform digital untuk media pemasaran online. Oleh karena itu, perlu adanya peningkatan jumlah UMKM yang menggunakan sistem digital marketing agar UMKM di Desa Palingkau Jaya dapat bersaing dengan UMKM lainnya dalam hal teknologi pastinya, agar tidak ketinggalan zaman. Harus ada trik yang luar biasa agar digital marketing bisa memberikan informasi kepada para pebisnis tentang trik memperluas penjualan produk menggunakan teknologi canggih yakni handphone melalui aplikasi untuk menjual produk yang berkualitas (Mukhlison et al. 2022).

Dalam usahanya, sebagian besar para pelaku UMKM menggunakan perantara handphone untuk melakukan penjualannya. Adapun yang sering digunakan oleh pelaku UMKM salah satunya yakni facebook dan WhatsApp. Jika, dilihat pada zaman sekarang masih ada yang tidak menggunakan media sosial dalam pemasaran UMKM (Susanti 2020).

Metode Pelaksanaan

Adapun pengabdian masyarakat dilaksanakan dalam waktu satu hari yaitu pada hari Kamis 28 Agustus 2023, berada di kantor Desa Palingkau Jaya. Adapun jumlah *audience* 26 orang. Dengan metode pengabdian yakni penyampaian, pelatihan, dan penerapan (implementasi).

Pada tahapan penyampaian sosialisasi ini meliputi pemahaman yang berisi penjelasan ringkas mengenai barang dan promosi terkomputerisasi, komponen-komponen yang terkandung dalam branding barang dan pemajangan lanjutan, tujuan dan standar bagian promosi lanjutan bagi UMKM.

Setelah melakukan sosialisasi, langkah selanjutnya adalah memberikan pelatihan langsung kepada pelaku UMKM (tatap muka) dan memberikan pendampingan khusus menggunakan media sosial dalam menjual produk, selain memberikan pendampingan dengan membuat akun media sosial. Adapun aplikasi yang digunakan adalah Facebook sesuai dengan permintaan langsung dari pihak pelaku pemilik karena target pasarnya menggunakan Instagram, Shopee, WhatsApp dan TikTok.

Kemudian kegiatan penerapan atau implementasinya dilakukan secara bertahap, yang urutannya adalah sosialisasi pembuatan produk yang dipadukan langsung dengan sosialisasi digital marketing dan tahapan membuat akun media sosial, kemudian pendampingan kepada UMKM.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan yang diselenggarakan oleh mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) IAIN Palangka Raya yang merupakan pengabdian pada masyarakat setempat di Palingkau Jaya. Mahasiswa KKN berhasil mewujudkan program unggulan yakni membuat keripik kulit singkong. Pembuatan keripik kulit singkong yang berasal dari limbah singkong itu sendiri.

Adapun di desa Palingkau Jaya, mahasiswa KKN melihat beberapa potensi yang dapat menghasilkan keuntungan yang tentunya luar biasa karena di dalamnya terdapat kulit singkong yang menjadi indikator utama dalam sumber daya alam. Kemudian terdapat Sumber Daya Manusia (SDM) dapat memberikan peluang untuk para pelaku UMKM untuk berbisnis. Seiring perkembangan zaman, tentunya teknologi sekarang semakin canggih salah satunya perkembangan media sosial yang salah satunya berguna untuk pemasaran secara online.

Pelatihan digital marketing mempelajari bagaimana menentukan rencana tindakan berbasis web dalam melakukan kegiatan periklanan terkomputerisasi dan juga bagaimana menarik klien dengan memanfaatkan hiburan virtual yang meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan aplikasi salah satunya Facebook dan WhatsApp. Berdasarkan riset mahasiswa KKN, dua aplikasi tersebut banyak digunakan oleh warga desa Palingkau Jaya. Pelaku UMKM di desa Palingkau Jaya masih banyak yang melakukan transaksi jual beli secara langsung (face to face), belum sepenuhnya memanfaatkan secara optimal media sosial dan mengikuti perkembangan terkonologi secara merata.

Pengenalan Digital Marketing

Kegiatan pengenalan digital marketing pada pelaku UMKM yang pertama itu dimulai dari pengetahuan mengenai digital marketing tersebut. Kemudian, konsep dari digital marketing itu sendiri dengan mengetahui produk apa yang harus dipasarkan, lalu memahami produk dari modal, valuenya, harganya, dan keuntungannya. Manfaat dari kegiatan ini yaitu memahami peningkatan pengetahuan dan keterampilan kreativitas dalam menerapkan strategi bisnis digital marketing.



Gambar 1. Pengenalan Digital Marketing

Perencanaan Pemasaran

Kegiatan perencanaan pemasaran melalui aplikasi facebook mempunyai strategi ampuh yaitu dimulai dengan tujuan yang jelas, kemudian kenali target pasar, lalu membuat konten yang menarik dan tetap aktif menjalin komunikasi dengan audiens dan tentukan harga yang sesuai. Biasanya pemasaran di facebook dapat melalui marketplace, forum jual beli, dan juga status. Adapun perencanaan pemasaran selanjutnya menggunakan aplikasi whatsapp, yang mana cara kerjanya melalui status dan bisa juga melalui pesan siaran. Dampak perencanaan pemasaran menggunakan dua aplikasi tersebut dapat menjangkau konsumen secara meluas.



Gambar 2. Perencanaan Pemasaran Melalui Facebook (Marketplace, Forum Jual Beli, Status) dan WhatsApp

Keuntungan Menggunakan Digital Marketing

Digital marketing mempunyai keuntungan bagi para pelaku UMKM. Karena bisa memulai bisnis dengan biaya kecil. Kemudian meningkatkan pendapatan bisnis, sebab promosi lebih efektif dan mudah mnejangkau konsumen, sehingga potenai omset naik cukup tinggi. Selanjutnya, teknik pemasaran variatif karena media promosinya banyak, bisa melalui gambar, video, marketplace, forum jual beli, dan lain-lain.



Gambar 3. Pelatihan Bersama Warga

Tips dan Trik Untuk Menarik Konsumen

Digital marketing memiliki tips dan trik yang sangat bervariasi dalam menarik konsumen. Seperti Hipnotis harga, semisal harga aslinya Rp50.000 yang dijual dimasyarakat luar tapi harga dilabelnya Rp55.000 yang dicoret (yang bukan harga aslinya), padahal memang harganya Rp50.000. Selanjutnya menggunakan caption yang menarik dan pengambilan foto yang estetik, dan menggunakan foto asli yang hasil jepretan sendiri karena jika mengambil digoogle dapat dibanned pihak aplikasi dan memiliki ciri khas seperti logo agar lebih menarik pelanggan. Selanjutnya, tips dan trik yaitu agar sesekali memberikan promo harga murah meriah kepada konsumen.



Gambar 4. Logo Kulik Keripik Singkong

Kesimpulan

Kesimpulan dari kegiatan pelatihan ini merupakan pengabdian pada masyarakat setempat di Palingkau Jaya. Pelatihan digital marketing mengajari tahapan untuk menentukan model bisnis daring dalam melakukan aktivitas pemasaran digital dan juga tips dan trik untuk menarik pelanggan menggunakan media sosial guna agar penjualan meningkat dengan menggunakan aplikasi salah satunya facebook dan whatsapp. Dengan beberapa tahap yaitu, pengenalan digital marketing, perencanaan pemasaran, keuntungan menggunakan digital marketing, juga tips dan trik yang sangat bervariasi dalam menarik konsumen.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas terselesainya kegiatan ini kepada seluruh komponen yang terlibat serta mendukung terselenggaranya kegiatan pelatihan Digital Marketing dan kulit singkong bagi UMKM di desa Palingkau Jaya.

Referensi

- Mukhlison, H. B., Santoso, B., Astikawati, A. S., & Wulandari. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Umkm Lokal Untuk Pemulihan Ekonomi di Kelurahan Kauman Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar. *Kreatif: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 2(3).
- Nurhunah, S., & Supriadi, A. (2023). Pengenalan Pencatatan Akuntansi Sederhana dan Digital Marketing Bagi UMKM Desa Cibadak. *Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(2).
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1).
<https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>.
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinagor. *Sawala : Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 1(2).
<https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>.
- Wahyuni, E. D., Oktaviani, D., Pradana, R., & Aulia, A. (2023). Peningkatan Perekonomian Desa Melalui Pemberdayaan UMKM dan Pemanfaatan Digital Marketing. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), Art. 1.
<https://doi.org/10.31004/cdj.v4i1.12207>.