

PELATIHAN PEMASARAN KOMODITAS LOKAL DAN USAHA RUMAHAN DI KAYEN BERBASIS DIGITAL

anonymous marking enabled

Submission date: 15-Apr-2023 03:14AM (UTC-0400)

Submission ID: 2053426114

File name: Pelatihan_Pemasaran_di_Kayen_-_Copy.docx (3.44M)

Word count: 2063

Character count: 13298

PELATIHAN PEMASARAN KOMODITAS LOKAL DAN USAHA RUMAHAN DI KAYEN BERBASIS DIGITAL

Listiarni Edy Sudiati¹, Daniel Alfa Puryono¹, Ninik Haryani¹

¹ Program Studi S1- Sistem Informasi, STMIK AKI Pati
JL. Kamandowo No 13 Pati 59114
Email : danielsempurna@gmail.com

Abstrak

Pelaku UMKM di Kecamatan Kayen, Kabupaten Pati, Jawa Tengah masih menggunakan sistem pemasaran secara manual sehingga produk mereka hanya dikenal melalui mulut ke mulut. Kegiatan pengabdian masyarakat di Kecamatan Kayen bertujuan melatih pelaku UMKM memasarkan produknya secara digital dan memberikan pelatihan untuk membuat desain logo dan banner agar para penjual memiliki ciri khas tersendiri. Kegiatan ini dilaksanakan dalam 3 tahap yaitu tahap pertama pengenalan tentang digital marketing. Kedua belajar mendesain menggunakan aplikasi Canva dan tahap ketiga tentang registrasi ke aplikasi e-commerce. Manfaat yang diperoleh dari pelatihan ini pelaku UMKM mampu memasarkan produknya secara digital dan mampu membuat logo sesuai keinginan.

Kata Kunci : Pemasaran Digital, Canva, E-Commerce, UMKM

Abstract

Small and Medium Enterprise (UMKM) in Kayen District, Pati Regency, Central Java still use a manual marketing system so that their products are only known by word of mouth. Community Service Activities in Kayen District aim to train the UMKM actors to promote their products digitally and provide training in making logo and banner designs so that sellers have their own characteristics. This activities was carried out in 3 stages, the first stage is introduction of digital marketing. The second is learning to design using Canva, and the third is registering with the e-commerce application. The benefits from this training are the UMKM actors are able to promote their products digitally and able to make logos as desired.

Keyword : Digital Marketing, Canva, E-Commerce, MSMEs

1. PENDAHULUAN

Komoditas lokal yang diproduksi di Kecamatan Kayen memiliki jumlah yang melimpah. Bahkan untuk memenuhi kebutuhan pokok saja, produksinya cenderung berlebih. Beberapa komoditas lokal yang dibudidayakan oleh para petani di kawasan tersebut meliputi padi, kacang tanah, kacang hijau, kedelai, jagung, umbi-umbian seperti ubi kayu dan ubi jalar, tebu, kelapa kopyor, jeruk pamelon, jambu lumut kayen, dan sapi potong.

Kewirausahaan dapat dijelaskan sebagai proses menciptakan sesuatu hal yang baru dengan kreatif serta inovatif yang memberikan nilai tambah yang bermanfaat (Rambe., 2022). Hal ini dilakukan oleh individu dengan memanfaatkan potensi yang dimiliki untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka sendiri dan orang lain. Kewirausahaan membutuhkan keterampilan dan kemampuan untuk selalu kuat di berbagai keadaan jaman yang selalu maju serta penuh dengan tantangan. Sayangnya banyak orang masih tidak kreatif dan enggan mengambil kesempatan untuk memulai dan menjalankan bisnis. Kreativitas dan keberanian dalam mengambil risiko merupakan karakteristik yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan. Dalam kegiatan berwirausaha, pemasaran memiliki peran penting sebagai suatu proses sosial dan manajerial sehingga memungkinkan pelaku usaha memperoleh keinginan mereka melalui penciptaan, pertukaran produk dan nilai dengan orang lain.

Pada era sekarang teknologi berkembang sangat pesat salah satunya dibidang pemasaran. Pemasaran sekarang bisa menggunakan teknologi yang biasa disebut dengan *digital marketing* yang sebelumnya bersifat tradisional dan umum. Menurut (Naimah dkk., 2020), pemasaran digital mencakup strategi pemasaran yang interaktif dan terintegrasi, sehingga memungkinkan adanya interaksi antara produsen, perantara pasar, dan konsumen yang potensial. Kehidupan masyarakat saat ini sangat terkait dengan kegiatan UMKM, baik yang

berskala mikro, kecil, maupun menengah. Selain itu UMKM juga berperan penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia (Maulida Sari & Setiyana, 2020).

Pada era saat ini, para pelaku bisnis UMKM dapat menggunakan teknologi digital sebagai wadah untuk memasarkan barang atau produknya. Selain itu pelaku UMKM sekarang juga mempunyai akses secara *online* yang terhubung langsung dengan sosial media sehingga bisa mengasah keterampilan *e-commerce*-nya. Sehingga biasanya dapat disebut dengan bisnis besar dalam hal pendapatan, peluang kerja, inovasi, dan daya saing, baik menggunakan media digital atau tidak (Naimah dkk., 2020).

Peran digital marketing tidak terlepas dengan kata desain grafis, dengan adanya desain grafis semua orang bisa membuat desain yang bebas dan sesuai dengan keinginan mereka. Ada banyak software yang digunakan untuk mendesain yaitu *AdobePhotoshop*, *Corel draw* dan *Canva*. Desain grafis adalah suatu karya seni digital yang memiliki tujuan untuk menyelesaikan masalah komunikasi dengan menggabungkan unsur-unsur grafis. Visual yang dibuat merupakan tempat penyaluran informasi dan pesan secara efisien serta efektif, bahkan bisa membangun persepsi seseorang dari berbagai hal (Yahya et al., 2020). Mempelajari desain grafis bisa memperoleh berbagai manfaat, terutama orang-orang yang sangat menyukai seni, antara lain (1) Mempercepat proses kerja dengan menampilkan pekerjaan secara grafis. (2) Meningkatkan pemahaman masyarakat umum terhadap desain grafis agar dapat diterapkan di sekitar lingkungan. (3) Melakukan demonstrasi penggunaan program aplikasi desain grafis. (4) Serta mengajak masyarakat supaya bisa mengerti pesan yang disampaikan. (5) Memanifestasikan brand dunia bisnis (Yahya et al., 2020).

Logo adalah salah satu gambaran yang biasa para penjual lakukan untuk memperkenalkan diri secara tidak langsung dengan pembeli, dengan adanya logo tentunya memudahkan bagi penjual untuk menarik minat pembeli dengan berbagai bentuk simbol, gambar, ataupun teks yang membantu dalam mengidentifikasi bisnis/ ataupun usaha yang digeluti oleh para penjual. Membuat logo yang bervariasi, unik, inovatif tentunya akan membuat para pembeli tertarik, tidak hanya itu logo juga dapat mempengaruhi terbentuknya citra positif untuk usaha para penjual kedepannya maka dari itu kesan pertama adalah pondasi kuat untuk tahap selanjutnya. Hal tersebut nantinya akan membangun kepercayaan bagi pembeli.

Dalam rangka memberikan solusi bagi pelaku UMKM yang ingin memanfaatkan teknologi informasi untuk mengembangkan bisnisnya, kegiatan ini memberikan pelatihan mengenai praktik digital marketing, yang mencakup:

1. Menjadikan pemilik UMKM produktif dengan menguasai teknologi informasi yang terus berkembang.
2. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan pelatihan kepada pemilik usaha tentang bagaimana pemasaran digital dapat membantu dalam pengembangan bisnis.
3. Mengajarkan kepada pelaku UMKM, bagaimana menggunakan aplikasi e-commerce untuk memasarkan produk secara digital melalui media sosial.
4. Mengajarkan kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya melakukan kegiatan promosi bisnis pada berbagai platform sosial media antara lain Instagram, Facebook dan Tiktok ataupun diberbagai aplikasi *e-commerce* yang sekarang bisa diinstal di *smartphone* seperti: shopee, tokopedia dan lazada.

2. METODE PENGABDIAN

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian tersebut menggunakan metode pemaparan, pelatihan dan praktik mendesain serta menggunakan aplikasi *e-commerce*. Adapun tahapan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

2.1. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan kegiatan meliputi:

1. Melakukan survey ke Kecamatan Kayen dengan mendatangi kantor Kecamatan Kayen untuk mendapatkan informasi se jelas mungkin mengenai kegiatan usaha apa saja yang berada di Kayen.
2. Menyusun proposal kegiatan pengabdian masyarakat.
3. Mengurus perizinan di Kecamatan Kayen.
4. Melakukan pemetaan dan analisis awal untuk kegiatan, dimana penulis menganalisa dan mencari indikator keberhasilan program yang akan digunakan. Rencana awal melibatkan 20 pelaku usaha di kecamatan Kayen. Dari hasil analisa maka Tim pengabdian merencanakan pelatihan selama 2 hari.
5. Mempersiapkan kebutuhan seperti: Materi, Laptop dan Proyektor.
6. Mengecek lokasi secara langsung dan melakukan koordinasi dengan pihak Kecamatan Kayen terkait kegiatan pengabdian masyarakat.

2.2. Tahap Pelaksanaan

Sedangkan pada tahap pelaksanaan meliputi:

1. Registrasi peserta

2. Pembukaan oleh Ketua STMIK AKI Pati dan Perwakilan dari pihak Kecamatan Kayen.
3. Foto bersama dengan Perwakilan Kecamatan Kayen, Tim pengabdian STMIK AKI PATI dan para peserta pelatihan.
4. Penyampaian materi
Pada hari pertama menyampaikan tentang digital marketing dan pengenalan desain menggunakan Canva. Di hari kedua melatih pelaku UMKM untuk registrasi ke *e-commerce* dan memasarkan produknya di aplikasi Shopee, Tokopedia dan Lazada.
5. Penutupan dan penyerahan kenang-kenangan untuk Kecamatan Kayen.

2.3. Tahap Evaluasi

Dengan adanya tahap evaluasi diharapkan bisa menjadi perbaikan dan menjadikan kegiatan pengabdian masyarakat menjadi lebih baik untuk kedepannya.

1. Proses tanya jawab terkait materi
Melakukan sesi tanya jawab antara para peserta dan pemateri tentang materi yang telah disampaikan terkait dengan bidang yang mereka tekuni. Tim pengabdian dapat membantu menjawab pertanyaan dan membuat suasana pelatihan para peserta tersebut agar lebih hidup, dalam artian mereka antusias mengikuti materi yang disampaikan.
2. Melakukan praktik secara langsung setelah penjelasan materi.
Selain teori yang disampaikan oleh pemateri, Tim pengabdian membantu para peserta dengan melakukan praktik langsung untuk membuat desain sesuai keinginan peserta pada aplikasi canva dan membantu menjelaskan tentang cara registrasi di Shopee, Tokopedia dan Lazada.

2.4. Tahap Proses Pembuatan Laporan

Langkah terakhir dalam proses tersebut adalah menyusun laporan yang mencakup beberapa hal:

1. Penyusunan laporan kegiatan pengabdian masyarakat
2. Penyusunan jurnal ilmiah.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berbagai macam pelaku UMKM yang ada di Kecamatan Kayen antara lain sebagai berikut: pengusaha bakso, pengusaha laundry, penjahit, penjual skincare dan pengusaha katering. Cara pemasaran mereka sebagian besar masih secara manual, namun ada juga yang sudah mulai menjual produk mereka secara *online*. Tim pengabdian masyarakat pada kegiatan ini membagikan pengetahuan tentang digital marketing, mendesain logo produk dan registrasi di aplikasi e-commerce serta memasarkan secara online. Adapun manfaat yang ingin dicapai meningkatkan pangsa pasar pelaku UMKM di Kecamatan Kayen. Pada pelatihan ini kami menggunakan aplikasi Shopee, Tokopedia dan Lazada sebagai bahan pembelajaran.

Pada pelatihan desain grafis Tim pengabdian menggunakan canva, karena aplikasi canva lebih mudah digunakan bagi kaum awam. Aplikasi canva juga bisa diinstal oleh pengguna melalui *smartphone* dengan membuka *Playstore* untuk perangkat android dan *App Store* untuk perangkat iOS, serta canva bisa diakses juga melalui website. Selain itu kami juga mengajarkan bagaimana cara mempromosikan produk yang mereka jual diberbagai media sosial, contohnya di tiktok. Pemateri memberikan penjelasan tentang bagaimana cara mendapatkan banyak viewer, like dan followers di tiktok, serta bagaimana cara promosi dengan mengupload video di tiktok. Demikian pula kami sampaikan cara agar video yang kita upload fyp. Fyp adalah singkatan dari *For Your Page*, fyp merupakan halaman rekomendasi konten video yang sering kita tonton dan yang sedang banyak dibicarakan. Jadi video yang kita buat dilihat oleh banyak orang dan trending. Jika video tersebut trending maka otomatis banyak orang yang melihat dan bisa menaikkan *followers, like dan views*. Pemateri juga mengajarkan tentang bagaimana cara mempromosikan produk melalui iklan.

Kegiatan pengabdian masyarakat di Kecamatan Kayen yang dilaksanakan selama 2 hari dari tanggal 10 hingga 11 Agustus 2022, berjalan dengan lancar dan peserta pelatihan mengikuti kegiatan tersebut dari awal sampai akhir dengan antusias. Antusiasme peserta pelatihan ini membuktikan bahwa pelaku UMKM di Kecamatan Kayen sangat membutuhkan materi pelatihan ini, dan mereka aktif bertanya kepada Tim Pengabdian jika mereka kurang mengerti dan ingin tahu lebih lanjut.

Dengan mengikuti pelatihan ini para pelaku UMKM berharap dapat memanfaatkan aplikasi Shopee, Tokopedia dan Lazada untuk memasarkan produk mereka. Sehingga pangsa pasar mereka juga meningkat. Dokumentasi berikut ini memuat rangkuman kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Kecamatan Kayen.



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan



Gambar 3. Hasil Desain Logo Menggunakan Canva dari Peserta Pelatihan

4. SIMPULAN

Efek dari pandemi covid-19 sangat berdampak besar bagi masyarakat Kecamatan Kayen, terutama bagi para pelaku usaha mikro kecil dan menengah. Karena hal ini membuat terpuruknya beberapa usaha dari para

pelaku usaha di Kecamatan Kayen, selain hal tersebut juga terjadi dikarenakan kurangnya akses yang tepat untuk melakukan berbagai aktifitas bisnis. Sebagai contoh mereka kesulitan dalam proses marketing, karena ada pembatasan kontak secara langsung bagi pelaku usaha dengan pembeli.

Kurangnya pemahaman digital marketing bagi para pelaku usaha di Kecamatan Kayen tersebut mengakibatkan penurunan omset penjualan terutama pada saat terjadinya pandemi covid-19. Selain itu masyarakat disana masih menggunakan sistem pemasaran mereka secara manual dan beberapa diantaranya hanya dikenal melalui mulut ke mulut. Jadi kegiatan pengabdian ini untuk memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara digital agar bisa meningkatkan pemasaran produknya dan memberikan pelatihan untuk membuat desain logo, banner dan memanfaatkan aplikasi e-commerce di media sosial.

Kegiatan dengan tema "Pelatihan Pemasaran Komoditas Lokal Dan Usaha Rumahan Berbasis Digital" ini berlangsung dalam 2 hari yaitu mulai dari tanggal 10 sampai dengan 11 Agustus 2022 yang bertempat di Aula Kecamatan Kayen. Kegiatan tersebut dihadiri oleh Tim pengabdian masyarakat, mahasiswa pendamping serta para peserta pelatihan.

Harapan para peserta pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM di Kecamatan Kayen ini bisa dilaksanakan secara berkelanjutan. Dengan demikian, di masa yang akan datang, kegiatan pengabdian masyarakat dapat diadakan secara terjadwal untuk menciptakan iklim usaha yang lebih baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

TIM pengabdian masyarakat berterima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan kesempatan dan tempat untuk melaksanakan kegiatan ini. Terima kasih juga kepada seluruh peserta yang merupakan pelaku UMKM karena dengan sangat antusias mengikuti kegiatan ini sampai dengan selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- Maulida Sari, C. D., & Setiyana, R. (2020). Sosialisasi Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar*, 2(1), 63. <https://doi.org/10.35308/baktiku.v2i1.2050>.
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>.
- Yahya, F., Hermansyah, Syafruddin, Fitriyanto, S., & Musahrain. (2020). Pelatihan Desain Grafis Untuk Kelompok Pemuda Kreatif Desa Gontar Kecamatan Alas Barat Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 114–118. <https://jurnalfkip.unram.ac.id/index.php/JPPM/article/view/1858/1254>
- Rambe, S. S. U. (2022). Pengembangan Ekonomi Lokal Komoditas Buah Naga di Kabupaten Banyuwangi. *In Prosiding Seminar Nasional Planoeearth* (Vol. 3, pp. 21-26).

PELATIHAN PEMASARAN KOMODITAS LOKAL DAN USAHA RUMAHAN DI KAYEN BERBASIS DIGITAL

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

8%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ejournal2.undip.ac.id Internet Source	2%
2	publikasiilmiah.ums.ac.id Internet Source	1%
3	journal.unilak.ac.id Internet Source	1%
4	repositorio.unasam.edu.pe Internet Source	1%
5	tniad.mil.id Internet Source	1%
6	15hits.blogspot.com Internet Source	1%
7	es.slideshare.net Internet Source	1%
8	www.indonesia.go.id Internet Source	<1%
9	ilmusejarahbiologi.blogspot.com Internet Source	<1%

10

prosiding-pkmcsr.org

Internet Source

<1 %

11

smkn9jakarta.sch.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

PELATIHAN PEMASARAN KOMODITAS LOKAL DAN USAHA RUMAHAN DI KAYEN BERBASIS DIGITAL

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5
