

Pelatihan Penggunaan Digital Marketing (E-Commerce) Untuk UMKM Jamur Tiram Berbasis Digital Di Desa Kelindang Atas Kecamatan Merigi Kelindang Kabupaten Bengkulu Tengah

Gustini¹⁾; Azuwandri²⁾; Yohanes Susanto³⁾; Sudriyanti Putri⁴⁾; Faridah⁵⁾

^{1,2,3,4,5)}Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Bengkulu
Bengkulu Indonesia

Email : ¹⁾yohanessusanto31@gmail.com; ²⁾azuwandri24@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [06 Desember
2023] Revised [18 Desember
2023] Accepted [31 Januari
2024]

*This is an open access
article under the [CC-BY-
SA](#) license*



ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan di Desa Kelindang Atas Kecamatan Merigi Kelindang Kabupaten Bengkulu Tengah dengan Tema Pelatihan Penggunaan Digital Marketing (E-Commerce) Untuk UMKM Jamur Tiram Berbasis Digital Di Desa Kelindang Atas Kecamatan Merigi Kelindang Kabupaten Bengkulu Tengah, dimana metode pelatihan ini dilakukan dengan cara workshop tentang penggunaan digital marketing (E-Commerce), cara membuka toko di online store serta bagaimana cara melakukan digital branding. Yang bertujuan agar para pelaku UMKM Di Desa Kelindang Atas Kecamatan Merigi Kelindang Kabupaten Bengkulu Tengah mendapatkan tambah wawasan tentang konsep digital marketing serta produk-produk teknologi yang digunakan untuk pemasaran produk, memberikan pelatihan dan simulasi tentang penggunaan media digital dalam pemasaran produk, menyusun pesan persuasif efektif yang menarik dan memberikan solusi atau pemecahan masalah untuk mewujudkan pelaku UMKM untuk mempromosikan produk melalui media digital, sehingga masyarakat mengetahui bagaimana penggunaan digital marketing (E-Commerce) yang baik dan benar serta tepat sasaran. Sehingga, mampu meningkatkan penghasilan pelaku UMKM dan Dapat memasarkan produk dengan lebih baik dengan mengkombinasikan pemasaran baik secara konvensional dan maupun secara online

ABSTRACT

This community service was carried out in Kelindang Atas Village, Merigi Kelindang District, Central Bengkulu Regency with the theme of Training on the Use of Digital Marketing (E-Commerce) for Digital-Based Oyster Mushroom MSMEs in Kelindang Atas Village, Merigi Kelindang District, Central Bengkulu Regency, where this training method was carried out using workshop on the use of digital marketing (E-Commerce), how to open a shop in an online store and how to do digital branding. The aim is for MSME players in Kelindang Atas Village, Merigi Kelindang District, Central Bengkulu Regency to gain additional insight into digital marketing concepts and technological products used for product marketing, provide training and simulations about the use of digital media in product marketing, compose effective persuasive messages which is interesting and provides solutions or problem solving to enable MSME players to promote products through digital media, so that people know how to use digital marketing (E-Commerce) properly and correctly and on target. So, it is able to increase the income of MSME players and can market products better by combining marketing both conventionally and online.

Keywords: Training, Digital marketing, MSMEs

I. PENDAHULUAN

Desa Kelindang Atas memiliki banyak potensi desa dan produk yang dihasilkan oleh masyarakatnya. Salah satunya melalui sektor UMKM dimana UMKM adalah sebuah bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil. Berdasarkan pengertian menurut Rudjito (2003) UMKM adalah usaha yang membantu perekonomian Indonesia. Sebab melalui UMKM akan membentuk lapangan kerja baru dan meningkatkan devisa negara melalui pajak badan usaha. Sedangkan pandangan Adi M. Kwartono (2007), UMKM adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki kekayaan bersih maksimal Rp. 200.000.000,- dimana tanah dan bangunan tempat usaha tidak diperhitungkan, selain itu UMKM juga dapat diartikan sebagai kegiatan ekonomi yang memiliki omset penjualan paling banyak yakni Rp. 1.000.000.000,- dan milik warga negara Indonesia. Para pelaku (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) UMKM di Kelindang Atas sebagian besar masih melakukan pemasaran produk secara konvensional. Para pelaku UMKM seharusnya dapat memanfaatkan media promosi konvensional dan berkolaborasi dengan pemasaran melalui media digital, sehingga para pelaku UMKM lebih maksimal dalam memasarkan produk. Di tahun 2023 ini, Desa Kelindang Atas sudah memulai melakukan pemasaran produk melalui digital marketing (E-Commerce) akan tetapi sifatnya masih coba-coba dan memerlukan suatu pembinaan dan pembelajaran secara kontinue sehingga para pelaku UMKM di desa ini benar-benar mahir dalam melakukan pemasaran secara digital marketing. Hal ini perlu menjadi perhatian kita di tengah kemajuan teknologi dan informasi yang sedang berkembang saat ini.

Para pelaku UMKM dapat memanfaatkan digital marketing untuk memperoleh peluang yang besar, sehingga dapat mengekspansi penjualan produk mereka melalui media digital. Para pelaku UMKM perlu memanfaatkan bermacam cara untuk melakukan promosi dan meningkatkan penjualan produk, salah satunya dengan memanfaatkan peluang dan teknologi informasi yang ada. Media promosi digital menjadi pilihan yang efektif untuk pelaku UMKM dalam mengembangkan bisnis dan menjangkau pasar nasional maupun internasional. Dengan menggunakan digital marketing, pelaku UMKM dapat menjangkau calon customer yang lebih luas dan lebih banyak, tidak hanya terbatas pada suatu wilayah promosi saja.

Menurut Hendriadi, Sari dan Padilah (2019), digital marketing merupakan salah satu usaha untuk memasarkan atau mempromosikan sebuah produk melalui media internet, agar dapat menjangkau konsumen maupun calon konsumen dengan cepat. Media internet yang sekarang ini populer digunakan untuk pemasaran produk antara lain Facebook, Instagram, Shopee dan media lainnya. Manfaat yang didapatkan dengan digital marketing selain dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan mengefektifkan biaya pemasaran, juga membuat ruang dan waktu pemasaran yang tidak terbatas. Selain itu, digital marketing bersifat real time, sehingga pengusaha dapat langsung memperhatikan minat dan feed back dari pasar yang dituju, serta dapat memutuskan strategi penyesuaian terkait konten iklan untuk hasil yang lebih baik dengan lebih cepat.

Media sosial secara sederhana diartikan sebagai salah satu platform media online untuk mendukung komunikasi secara interaktif. Media sosial banyak dimanfaatkan oleh masyarakat untuk pemasaran yang berbasis digital. Pemasaran berbasis digital (digital marketing) adalah terobosan terbaru dalam melakukan pemasaran produk secara online (Purwana, Rahmi, dan Aditya, 2017). Penelitian Pradiani (2018) pun sudah membuktikan bahwa pemasaran secara online memang dapat meningkatkan hasil penjualan produk, karena sekarang ini masyarakat cenderung lebih suka mencari referensi secara online bahkan membeli produk secara online. Pemasaran secara online juga dapat meningkatkan jangkauan pemasaran yang tidak dapat atau susah dijangkau oleh pemasaran offline (Febriyantoro dan Arisandi, 2018).

Menurut berbagai pengertian tentang digital marketing (E-Commerce) biasanya dikaitkan dengan pembelian dan penjualan melalui internet, atau melakukan transaksi apa pun yang melibatkan pengalihan kepemilikan atau hak untuk menggunakan barang atau jasa yang dimediasi dengan perangkat komputer maupun smartphone.

II. METODE

Metode pelatihan ini dilakukan dengan cara workshop tentang penggunaan digital marketing (E-Commerce) cara membuka toko di online store bagaimana cara melakukan digital branding Di Desa Kelindang Atas Kecamatan Merigi Kelindang Kabupaten Bengkulu Tengah.

III. TUJUAN

Agar para pelaku UMKM Di Desa Kelindang Atas Kecamatan Merigi Kelindang Kabupaten Bengkulu Tengah, mengetahui bagaimana penggunaan digital marketing (E-Commerce) yang baik dan benar serta tepat sasaran, sehingga, mampu meningkatkan penghasilan pelaku UMKM dan Dapat memasarkan produk dengan lebih baik dengan mengombinasikan pemasaran secara konvensional dan secara online.

IV. MANFAAT

Manfaat pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan :

- 1) Memberikan tambahan wawasan kepada para pelaku UMKM di Desa Kelindang Atas Kecamatan Merigi Kelindang Kabupaten Bengkulu Tengah tentang konsep digital marketing dan produk-produk teknologi yang dapat digunakan untuk pemasaran produk.
- 2) Melatih dan mensimulasikan penggunaan media digital dalam pemasaran produk.
- 3) Menyusun pesan persuasif efektif dan menarik sehingga calon pembeli semakin tertarik untuk membeli produk UMKM.
- 4) Memberikan solusi atau pemecahan masalah untuk mewujudkan keinginan para pelaku UMKM untuk mempromosikan produk mereka melalui media digital.

V. SASARAN

Team dosen Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Bengkulu, mempunyai sasaran yaitu, para pelaku UMKM di Desa Kelindang Atas Kecamatan Merigi Kelindang Kabupaten Bengkulu Tengah.

VI. HASIL DAN PEMBAHASAN

Workshop dilakukan dalam dua sesi. Dalam kegiatan ini, bagian pertama dilakukan pemaparan tentang definisi digital marketing (E-Commerce) dan cara penggunaan digital marketing. Sesi kedua pelaksanaan pembinaan berupa cara membuka toko online store di smartphone, seperti Shopee, Tokopedia, Lazada. Selanjutnya memberikan pelatihan digital branding, elemen digital branding serta pembuatan konten untuk branding agar menarik dan tidak monoton sehingga bisa mampu menarik minat pembeli.

Nama Kegiatan : Pelatihan Penggunaan Digital Marketing (E-Commerce) Untuk UMKM Jamur Tiram Berbasis Digital Di Desa Kelindang Atas Kecamatan Merigi Kabupaten Bengkulu Tengah
 Hari, Tanggal : 11 Desember 2023
 Waktu : 08.00- 11.00 WIB
 Tempat : Balai Desa, Desa Kelindang Atas Kecamatan Merigi Kelindang Kabupaten Bengkulu Tengah

Tabel 1. Rangkaian Kegiatan Pelatihan

No	Nama Kegiatan	Waktu	Pemateri
1.	Pembukaan	08.00-08.10 WIB	Host
2.	Kata Sambutan	08.10-08.30 WIB	Dosen dan perangkat Desa
3.	Pemateri Pertama	08.30-08.50 WIB	Dosen Dan Team Ahli
4.	Pemateri Kedua	08.50-09.10 WIB	Dosen Dan Team Ahli
5.	Sesi Tanya Jawab	09.10-09.40 WIB	Dosen Dan Team Ahli
6.	Praktek pembuatan Toko Online (Shopee,Tokopedia, Lazada	09.40-10.10 WIB	Team Ahli
7.	Praktek Pembuatan Digital Branding	10.10-10.40 WIB	Team Ahli
8.	Penutup	10.40-11.00 WIB	Host



Gambar 1. Pembukaan Acara



Gambar 2. Pemaparan Materi



Gambar 3. Sesi Tanya Jawab Dari Peserta



Gambar 4. Praktek Pembuatan Toko Online dan Branding



Gambar 5. Penutup



Gambar 6. Foto Bersama

VII. KESIMPULAN DAN SARAN

Secara keseluruhan pada Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berjalan dengan baik dan dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat secara baik. Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini sangat baik dan tepat sasaran. Melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, masyarakat mendapatkn point penting diantaranya :

- 1) Memahami konsep digital marketing dan produk-produk teknologi yang dapat digunakan untuk pemasaran produk UMKM,
- 2) Melakukan praktik/simulasi pemasaran produk UMKM dengan menggunakan media digital seperti facebook marketplace, instagram, dan shopee, lazada, dan Toko Pedia.
- 3) Menyusun pesan persuasif efektif dan menarik, sehingga calon pembeli semakin tertarik untuk membeli produk UMKM nya, dan
- 4) Membuat akun media sosial yang dikelola oleh para pelaku UMKM yang digunakan untuk mensosialisasikan dan mempromosikan produk UMKM nya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian Masyarakat mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung kegiatan pengabdian masyarakat ini khususnya masyarakat, perangkat desa dan kepala desa serta pelaku UMKM di Desa Kelindang Atas Kecamatan Merigi Kabupaten Bengkulu Tengah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, M Kwartono. 2007. *Analisis Usaha Kecil dan Menengah*. Yogyakarta ; Andi Offset.
- Azuwandri, A., Charolina, O., Hidayat, R. A., Hartono, R., & Akmal, S. (2022). Pembinaan Cara Pengemasan Dan Pemasaran Produk Agar Terlihat Lebih Menarik Di desa Pasar Pedati kecamatan Pondok Kelapa Kabupaten Bengkulu Tengah. *Jurnal Semarak Mengabdi*, 1(2), 41–46. Retrieved from <https://jurnal.stiabengkulu.ac.id/index.php/jsm/article/view/57>
- Febriyantoro, M. T. & Arisandi, D. (2018). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean*. JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara, 1(2), 61–76.
- Forka Indonesia. (2021). *Community-Based Media Movement During Pandemic Breakout*. <https://forka.id/media-movement.html>.
- Guna, M., Daya, M., Dalam, S., & Asean, M.E. (2013). *Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Komunikasi Berbasis E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah Guna Meningkatkan Daya Saing Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015*. Economics Development Analysis Journal, 2(2), 135–139.
- Hendriadi, Ade Andri., Sari, Betha Nurina., & Padilah, Tesa Nur. (2019). *Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang*. Jurnal Pengabdian Masyarakat J-DINAMIKA, 4(2), 120-124.
- Kasdi, B., Subiato, S., Purwanti, T. ., Ditasman, D., & Susanto, Y. (2023). Sosialisasi Upaya Menagani Penyalahgunaan Media Sosial di Kalangan Masyarakat Di Desa Sidorejo Kecamatan Pondok Kelapa Kabupaten Bengkulu Tengah. *Jurnal Semarak Mengabdi*, 2(2), 39 –. <https://doi.org/10.56135/jsm.v2i2.100> (Original work published July 31, 2023)
- Lieb, Rebecca. (2012). *Content Marketing: Think Like a Publisher- how to Use Content to Market Online and in Social Media*. Amerika Serikat : Que Publishing.
- Pradiani, T. (2018). *Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan*. Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia, 11(2), 46–53.
- Purwana, D., Rahmi, R., dan Aditya, S. (2017). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM), 1(1), 1–17.
- Rudjito. 2003. *Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Sinergi Bisnis, Dalam Makalah Yang Disampaikan Pada Seminar Peran Perbankan Dalam Memperkokoh Ketahanan Nasional Kerjasama Lemhamnas RI Dengan BRI*.
- Saleh, Y., Rahmalia, D., Tantriadisti S., & Mellya Sari .,I. (2021). *Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pemasaran Produk Para Pelaku UMKM Di Desa Paguyuban Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran*. SAKAI SAMBAYAN — Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Vol 5 No 3 November 2021.