

Pelatihan Digital Marketing Kepada UMKM di Banjar Pitik untuk Daya Saing Usaha

Kadek Novayanti Kusuma Dewi¹, Luh Putu Mahyuni^{*2}

^{1,2}Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pendidikan Nasional

email : novaksmdw@gmail.com¹, mahyuniluhputu@undiknas.ac.id²

Abstract

Pedungan Village, South Denpasar District is a densely populated village where most of the people depend more on the economy as MSME business actors. From the survey that has been conducted, many MSME players in Banjar Pitik are still taboo in using digital marketing as a marketing medium. Seeing the problems in this situation, it is necessary to hold digital marketing training for MSME players in Banjar Pitik for business competitiveness. The purpose of this community service activity is to help MSMEs in running their businesses so that they can increase sales results as well as business competitiveness. The methods used in collecting this data are observation, interviews, and documentation. The results of this training activity succeeded in reaping positive responses from the participants because in addition to being taught digital marketing training, this activity also succeeded in providing understanding and education on the importance of digital marketing in the era of globalization.

Keywords: Digital Marketing, Business Competitiveness, MSME.

Abstrak

Desa Pedungan, Kecamatan Denpasar Selatan merupakan desa padat penduduk yang sebagian besar masyarakatnya lebih banyak menggantungkan perekonomian sebagai pelaku usaha UMKM. Dari survey yang telah dilakukan, banyak pelaku UMKM di Banjar Pitik yang masih tabu dalam menggunakan digital marketing sebagai media pemasaran. Melihat permasalahan pada situasi ini, maka perlu untuk diadakan pelatihan digital marketing kepada para pelaku UMKM di Banjar Pitik untuk daya saing usaha. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk membantu UMKM dalam menjalankan usahanya sehingga dapat meningkatkan hasil penjualan sekaligus sebagai daya saing usaha. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari kegiatan pelatihan ini berhasil menuai tanggapan yang positif dari para peserta karena selain diajarkan pelatihan digital marketing, kegiatan ini juga berhasil memberikan pemahaman dan edukasi akan pentingnya digital marketing di era globalisasi.

Kata kunci : Digital Marketing, Daya Saing Usaha, UMKM.

1. PENDAHULUAN

1.1 Analisa Situasi

Pedungan merupakan salah satu kelurahan yang berada di wilayah Kecamatan Denpasar Selatan, Bali, Indonesia. Nama Pedungan berawal dari kata dung yang artinya senjata. Mendapatkan tambahan awalan 'Pe' dan akhiran 'An' sehingga menjadi 'Pedungan' yang berarti tempat untuk penyimpanan perlengkapan senjata. Kelurahan Pedungan saat ini dipimpin oleh seorang lurah bernama Anak Agung Gede Oka. Beliau memiliki visi agar terwujudnya masyarakat Kelurahan Pedungan yang kreatif, mandiri dan berbudaya serta meningkatkan pelayanan dalam keseimbangan menuju keharmonisan.

Desa Pedungan merupakan kawasan padat penduduk dengan jumlah masyarakatnya yang lebih banyak menggantungkan perekonomian sebagai pelaku usaha UMKM. Menurut (Rosita, 2020) pandemi COVID-19 menyebabkan beberapa masalah bagi para pelaku UMKM, namun di sisi lain ada pula kesempatan yang juga muncul apabila pelaku usaha pintar mengambil peluang. Dampak pandemi terhadap pelaku UMKM juga dialami oleh warga Pedungan khususnya Banjar Pitik, Kecamatan Denpasar Selatan, Bali. Ada beberapa UMKM yang ada di daerah Pedungan. Diantaranya terdiri atas kuliner, jasa perseorangan serta usaha dagang. Menurut survey yang

telah kami dilakukan, para pelaku UMKM di Banjar Pitik Pedungan mendapatkan dampak yang cukup serius dari pandemi COVID-19 ini. Penjualan semakin menurun, belum lagi ada pembatasan waktu untuk berdagang dikarenakan PSBB. Ini membuat para pelaku usaha UMKM di Banjar Pitik berada di ujung tanduk.

Di era modern ini dimana efek dari globalisasi yang menyebabkan perkembangan teknologi dan komunikasi menjadi semakin canggih, menggunakan pemasaran digital marketing melalui media sosial menjadi pilihan utama yang dilakukan oleh para pelaku usaha. *Digital marketing* adalah salah satu media yang tepat untuk pemasaran atau mempromosikan sebuah produk sehingga diharapkan dapat menjangkau konsumen dengan tepat serta cepat. (Hendriadi et al., 2019). Penggunaan digital marketing saat ini telah menjadi pilar utama di Masyarakat. Bagaimana tidak, jika kita melihat saat ini hampir semua orang menggunakan social media sebagai salah satu pengenalan identitas diri. Tidak hanya itu, kelebihan social media adalah memiliki beragam potensi untuk suatu kemajuan usaha. Dengan berkomunikasi dengan pelanggan serta pemasok, untuk penjualan online, dan lain sebagainya, media social tentu dapat digunakan untuk melakukan pemasaran produk serta jasa. Fitur khusus untuk bisnis saat ini bahkan telah ada di Instagram dan Facebook. Ini berarti social media memiliki dampak yang cukup besar untuk keberlangsungan usaha. Jika dapat memanfaatkannya dengan baik, bisnis yang awalnya kecil sekalipun dapat memiliki peluang menuju kesuksesan.

Namun, untuk permasalahan pelaku UMKM di Banjar Pitik yang dimana para pelaku usaha nya kurang memiliki keterampilan dalam menggunakan teknologi digital sungguh miris dan sangat disayangkan. Apalagi masih banyak para pelaku UMKM di Banjar Pitik yang menjalankan UMKM hanya secara offline tanpa sentuhan teknologi digital (Susanti, 2020). Inilah sebab mengapa penting untuk permasalahan tersebut diatasi dan ditindak lanjuti. Memang benar dalam menjalankan bisnis, salah satu resiko yang harus dihapai adalah adanya persaingan bisnis. Itu tidak dapat dipungkiri karna memang banyaknya minat yang cukup besar dari berbagai kalangan untuk menjalankan bisnis yang serupa. Inilah kenapa dalam bisnis dibutuhkan pula inovasi dan kreatifitas sehingga usaha yang kita jalani memiliki keunikan. Para pelaku usaha harus dapat mengkomunikasikan produk mereka secara konsisten dengan melakukan pemasaran produk menggunakan media social agar dapat dengan mudah menjangkau konsumen. (Hardilawati, 2020). Maka dari itu, digital marketing memiliki banyak keuntungan apabila dapat dimanfaatkan dengan baik. Jika konsisten, media social dapat menjangkau pelanggan dengan lebih efisien sesuai dengan target market yang ada. Dengan begitu, dengan menggunakan digital marketing (media social) diharapkan para pelaku usaha dapat menjangkau konsumen secara lebih cepat, tepat dan luas.

Melihat latar belakang permasalahan yang dihadapi oleh UMKM yang berada di Banjar Pitik, akhirnya solusi yang tepat diberikan kepada pelaku usaha UMKM di Banjar Pitik adalah dengan melakukan pelatihan digital marketing. Persaingan adalah hal yang sangat wajar dalam dunia bisnis dan setiap orang pun sangat menyadari akan risiko tersebut. Maka, sudah sewajarnya pelaku bisnis UMKM paham akan strategi marketing dengan cerdas. Salah satu strategi yang cukup ampuh di perkembangan era saat ini adalah dengan memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran produk atau usaha. Diharapkan dengan adanya pelatihan promosi digital kepada para pelaku UMKM di Banjar Pitik dapat memberikan manfaat kepada UMKM yang terdampak pandemi Covid 19.

Kegiatan ini memiliki tujuan sebagai berikut :

- 1) Membantu UMKM dalam meningkatkan hasil pemasaran serta penjualan secara optimal.
- 2) Membantu UMKM memahami digital marketing dalam peningkatan daya saing usaha.
- 3) Berinteraksi langsung kepada masyarakat dengan mempraktikan ilmu yang telah di dapat selama pembelajaran dikampus.
- 4) Memecahkan permasalahan yang ada di Masyarakat.

1.2 Identifikasi Permasalahan Mitra

Dari hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan dengan beberapa pelaku UMKM di Banjar Pitik, diketahui bahwa permasalahan yang muncul lebih banyak berkaitan dengan :

a. Aspek Pemasaran

Kurangnya pengetahuan terhadap aspek pemasaran dalam menggunakan teknologi digital seperti strategi marketing dan promosi sangat berpengaruh pada hasil penjualan yang semakin menurun tiap harinya diakibatkan pandemi covid 19. Bahkan banyak UMKM di Banjar Pitik yang menjalankan usaha tanpa bantuan teknologi digital sebagai media pemasaran.

b. Aspek Teknologi di Bidang Komunikasi

Masih banyaknya pelaku UMKM di Banjar Pitik dengan keterbatasan teknologi seperti laptop. Sehingga, dikarenakan keadaan ini maka pelatihan kepada UMKM terpaksa dilakukan secara langsung / tatap muka namun tetap menerapkan protokol kesehatan.

1.3 Permasalahan Prioritas yang Disepakati Bersama

a. Aspek Produksi

1. Memberikan edukasi dan pemahaman tentang digital marketing.
2. Melakukan Pelatihan digital marketing.

b. Aspek Management

Melakukan promosi dengan menggunakan teknologi digital untuk peningkatan daya saing usaha.

1.4 Kajian Literatur

Pandemi COVID-19 yang mengguncang dunia sejak Maret 2020 memberikan dampak yang cukup memprihatinkan terhadap perekonomian negara, salah satu yang sangat terkena dampaknya adalah UMKM. Seperti halnya yang dirasakan para pelaku UMKM di Banjar Pitik, Desa Pedungan, Kecamatan Denpasar Selatan dimana penjualan yang merosot drastis dikarenakan adanya wabah tersebut. Pelaku UMKM harus dapat berinovasi sesuai dengan minat konsumen yang berarti para pelaku UMKM harus dapat berkreasi sesuai dengan kebutuhan konsumen (Bahtiar & Saragih, 2020).

Pemerintah saat ini sangat membatasi kegiatan masyarakat di luar rumah, maka hal ini juga berdampak pada penurunan jumlah pembeli pada UMKM. Apalagi saat ini pemerintah memberlakukan PSBB di beberapa wilayah yang dimana adanya pembatasan waktu untuk berjualan. Tak heran para pelaku UMKM mengeluh karena drastisnya penurunan pendapatan. Anjuran pemerintah dengan cara melakukan social distancing maupun physical distancing dapat dikatakan menghambat pertumbuhan bisnis UMKM (Marlinah, 2020). Namun kondisi ini dapat dikatakan tak terelakan lagi karena solusi yang di gencarkan pemerintah adalah yang terbaik untuk dapat menekan angka penyebaran covid 19.

Maka perlu hal nya UMKM mensiasati dengan baik apabila masih ingin tetap survive. Para pelaku UMKM harus dapat berinovasi dengan cara memberikan suguhan layanan online. Sembari menunggu kondisi stabil, UMKM diharapkan mampu untuk beradaptasi dengan situasi yang ada. Para pelaku usaha tidak perlu lagi mengandalkan kontak secara langsung dengan konsumen dan beralih ke digital untuk melakukan transaksi pembayaran. Menurut (Pasaribu, 2020) media

online memiliki dampak positif bagi kestabilan usaha. Inilah pentingnya melakukan pelatihan teknologi digital kepada para pelaku UMKM.

Para pelaku usaha perlu untuk memperdalam digitalisasi untuk keberlangsungan usaha mereka karna manfaatnya tidak sebatas saat pandemic berlangsung tetapi berkepanjangan. Secara umum, para pelaku UMKM pasti mempunyai strategi tersendiri sehingga tidak bersaing dengan produk dari usaha yang sudah besar (Sarfiah et al., 2019). Inilah pentingnya para pelaku UMKM untuk melek teknologi. Dengan memaksimalkan penggunaan beberapa aplikasi yang dapat membantu UMKM, diharapkan bisnis lokal siap menghadapi globalisasi. UMKM memiliki peran besar dalam menopang perekonomian negara. Maka dari itu, peran UMKM yang vital sangat diharapkan dalam perkembangan perekonomian suatu Negara (Srijani, 2020).

2. METODE

Hasil pengabdian dapat diukur secara deskriptif. Terdapat beberapa kegiatan yang kami lakukan untuk menentukan ketepatan metode yang akan kami realisasikan pada program kerja, yaitu :

1. Melakukan pengamatan tentang permasalahan di Desa Pedungan, Kecamatan Denpasar Selatan

Kegiatan ini merupakan kegiatan yang melakukan pengamatan langsung pada titik lokasi. Pengamatan dilakukan untuk melihat langsung permasalahan yang terjadi di Desa setempat. Akhirnya, setelah mengamati dan melakukan interview kepada beberapa warga, permasalahan pun telah di ketahuai dan lantas dicarikan solusi untuk strategi pemecahan permasalahan tersebut. Permasalahan yang ada di Desa Pedungan, khususnya Banjar Pitik adalah kurangnya pengetahuan warga setempat selaku pemilik UMKM mengenai pentingnya digital marketing pada era modern ini. Belum lagi adanya pandemic covid 19 yang membuat diberlakukannya PSBB saat ini. Maka dari itu, solusi yang dapat ditawarkan adalah dengan melakukan pelatihan digital marketing kepada beberapa pelaku UMKM di Banjar Pitik, Desa Pedungan, Kecamatan Denpasar Selatan. Dengan harapan para pelaku UMKM dapat menambah wawasan dan meningkatkan daya saing di era globalisasi ini.

2. Identifikasi penggunaan media pemasaran pada pelaku UMKM di Banjar Pitik, Desa Pedungan

Dalam kegiatan identifikasi penggunaan media pemasaran pada UMKM di Desa Pedungan dilaksanakan agar dapat mengetahui kondisi yang terjadi dari para pelaku usaha dalam pemanfaatan teknologi digital dalam mengembangkan usahanya. Berikut metode yang diterapkan dalam melakukan identifikasi penggunaan media pemasaran dan merealisasikan program kerja pada UMKM di Banjar Pitik, Desa Pedungan :

- a. Observasi

Kegiatan observasi ini dilakukan kepada beberapa UMKM di Banjar Pitik, Desa Pedungan, Kecamatan Denpasar Selatan untuk mengetahui cara para pelaku UMKM ini melakukan usaha pemasaran. Penulis sebisa mungkin mengamati dan mencari solusi terkait permasalahan yang terjadi di Desa setempat.



Gambar 1. Observasi



Gambar 2. Observasi

b. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada beberapa pelaku UMKM di Banjar Pitik, Desa Pedungan. Dari wawancara yang telah dilakukan, kami memperoleh informasi secara konkrit karena bertanya secara langsung kepada narasumber. Dengan harapan, dapat mengetahui berbagai persoalan yang saat ini dihadapi UMKM dalam berwirausaha. Wawancara yang dilakukan menggunakan in-depth interview. Informasi yang diperoleh dari wawancara dan penyebaran kusioner adalah mengenai: penggunaan teknologi digital dalam melakukan usaha, media sosial apa saja yang dimiliki dalam menjalankan usaha, marketplace yang telah digunakan, strategi pelaku UMKM dalam keberlangsungan usaha, kendala yang dihadapi dalam melakukan usaha, dan dampak pandemi covid 19 terhadap usaha yang dijalani.



Gambar 3. Wawancara

c. Dokumentasi

Metode ini digunakan untuk memperoleh data berupa dokumentasi kegiatan observasi , wawancara , serta pelatihan di Banjar Pitik , Desa Pedungan , Kecamatan Denpasar Selatan. Pengambilan data ini meliputi rekaman gambar yang bisa digunakan untuk menyimpulkan hasil penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Banjar Pitik , Desa Pedungan , Kecamatan Denpasar Selatan dilakukan sesuai dengan program kerja yang telah dirancang sebelumnya. Dikarenakan pandemic covid 19 dimana harus menjaga jarak serta menerapkan protocol kesehatan. Maka , penulis berinisiatif untuk melakukan pelatihan secara daring. Akan tetapi permasalahan muncul saat para pelaku UMKM di Desa setempat menolak dikarenakan kurangnya teknologi yang mumpuni seperti laptop dan tidak dapat memastikan waktu luang yang tersedia untuk melakukan pelatihan secara daring. Akhirnya , dilakukanlah pelatihan secara langsung kepada beberapa pelaku UMKM dengan tetap mentaati protokol kesehatan yang berlaku. Berikut hasil dan pembahasan yang akan kami jabarkan :

1. Edukasi dan Pelatihan Pendidikan Masyarakat

Dalam pelatihan edukasi dan Pendidikan masyarakat ini dimulai dengan memberi sedikit gambaran mengenai pentingnya digital marketing untuk kelangsungan usaha , terutama di era pandemic ini. Para peserta yang kami datangi terlihat sangat antusias mendengar penjelasan yang kami paparkan. Beberapa peserta juga sekaligus memaparkan keluhan kesah mereka berjualan di era pandemic ini. Kegiatan ini bertujuan untuk menumbuhkan wawasan pelaku usaha UMKM mengenai kewirausahaan, terutama berbisnis secara online dengan pemasaran melalui media social. Selain itu , beberapa pertanyaan telah kami ajukan yang dapat dilihat pada Tabel 1. Diharapkan selain menambah wawasan , para pelaku UMKM juga dapat meningkatkan daya saing usaha setelah mendapat edukasi dari kami sehingga meningkat pula penjualan para pelaku UMKM di Banjar Pitik , Desa Pedungan.

Tabel 1. Wawancara

No.	Nama UMKM	Apakah Menggunakan Media Sosial / Marketplace Dalam Pemasaran?	Apakah Terkena Dampak Dari Pandemi Covid 19 ?
1.	Dian Lita Salon	YA	YA
2.	Cuci Apaya	TIDAK	YA
3.	Toko Roti Abasan	YA	YA
4.	Baby Ukiyo Hampers	YA	YA
5.	Semoga Jaya Aluminium	YA	YA

2. Pelatihan Digital Marketing

Setelah para peserta diberikan edukasi dan pelatihan Pendidikan masyarakat, kegiatan dilanjutkan dengan melakukan praktek pembuatan media social seperti Instagram, tiktok, serta pendaftaran go-food. Pengajaran yang dilakukan tergantung kepada kebutuhan para peserta UMKM (dapat dilihat pada Tabel 2). Di ajarkan pula cara menggunakan aplikasi tersebut dan cara memasarkan produk menggunakan platform media social.



Gambar 4. Pelatihan



Gambar 5. Selesai Pelatihan



Gambar 6. Selesai Pelatihan



Gambar 7. Pelatihan

3. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui feedback dari para warga, berupa tanggapan dari pelaku usaha UMKM di Banjar Pitik, Desa Pedungan, Kecamatan Denpasar Selatan terhadap kegiatan pelatihan serta pembelajaran yang telah dipaparkan. Tanggapan terhadap pelatihan (perhatikan Tabel 2.) dari para peserta UMKM kami kumpulkan melalui whatsapp dengan menghubungi para peserta menggunakan telepon.

Tabel 2. Pelatihan dan Tanggapan

No.	Nama UMKM	Media Sosial / Marketplace Yang Digunakan	Pelatihan Yang Di Ajarkan	Tanggapan Terhadap Pelatihan
1.	Dian Lita Salon	Instagram dan Facebook	Tiktok	Sangat bermanfaat dan menambah wawasan.
2.	Cuci Apaya	-	Instagram dan Tiktok	Sangat bagus karna menambah tambahan ilmu untuk mengembangkan usaha.
3.	Toko Roti Abasan	Whatsapp	Go-Food dan Grab-Food	Sangat membantu perekonomian rakyat di masa pandemi.
4.	Baby Ukiyo Hampers	Instagram dan Whatsapp	Shopee	Menambah ilmu yang sangat berguna dan menaikkan semangat dalam usaha.
5.	Semoga Jaya Aluminium	Facebook	Instagram	Menarik dan edukatif , semoga kedepannya usaha dapat lebih baik lagi.

4. KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Dari kegiatan pengabdian masyarakat yang berjudul Pelatihan Digital Marketing Kepada UMKM di Banjar Pitik untuk Daya Saing Usaha , Kecamatan Denpasar Selatan ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Program kerja yang kami lakukan berhasil dilaksanakan walaupun ada sedikit kendala karena pandemi covid 19.
2. Peserta pelatihan mendapat edukasi dan pemahaman tentang pentingnya digital marketing pada era globalisasi ini.
3. Peserta pelatihan telah berhasil melakukan pemasaran melalui media social / aplikasi digital berbasis teknologi.
4. Peserta pelatihan memeberikan tanggapan yang positif melalui pelatihan dan edukasi yang diberikan.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil pengabdian kepada masyarakat yang telah diperoleh ,saran yang dapat direkomendasikan adalah sebagai berikut :

1. Kegiatan pelatihan digital marketing kepada UMKM di Banjar Pitik masih sangat terbatas dilakukan mengingat adanya pandemi covid 19 , diharapkan kedepannya makin banyak

peserta UMKM yang bisa untuk dilatih. Untuk kegiatan pengabdian selanjutnya diharapkan dapat diarahkan pada pengembangan sosialisasi dan pengembangan pelatihan teknologi marketing dengan masyarakat yang lebih banyak.

2. Setiap UMKM diharapkan memiliki teknologi yang mumpuni sehingga dapat menunjang keberhasilan usaha, selain itu, dapat pula meningkatkan penjualan mengingat strategi marketing tidak lepas dari kaitan teknologi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahtiar, R. A., & Saragih, J. P. (2020). Dampak Covid-19 terhadap perlambatan ekonomi sektor umkm. *Jurnal Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 7(6), 19–24.
- Hardilawati, W. Laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Hendriadi, A. A., Sari, B. N., & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 120–125. <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v4i2.1133>
- Marlinah, L. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 118–124.
- Pasaribu, R. (2020). Optimalisasi Media Online Sebagai Solusi Promosi Pemasaran Umkm Di Semarang Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 1(1), 33. <https://doi.org/10.24167/jkm.v1i1.2848>
- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Srijani, K. N. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 8(2), 191. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v8i2.7118>
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1(2), 36. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>