



Pelatihan Digital Marketing Dan Pemberdayaan Usaha Kepada UMKM dan Calon Wirausaha Muda NTB

Ahmad Muslim*, M. Rasyid Ridlo, Lukmanul Hakim

Program Studi Administrasi Pendidikan, FIPP UNDIKMA

*Corresponding Author. Email: ahmadmuslim@undikma.ac.id

Abstract

The existence of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) has a very important place in driving the regional economy. The purpose of this community service activity is to empower MSMEs in prospective young NTB entrepreneurs in running their business, both in the marketing aspect through digital marketing, empowering and strengthening business capital and coaching prospective young entrepreneurs. So that with this service it can increase sales results as well as business competitiveness and maintain business continuity. The method used in this service is the identification of problems, training and continuous empowerment (coaching). The results of this activity are NIB management service facilities, strengthening marketing skills, forming business networks and partnerships as well as coaching from the NTB provincial government.

Abstrak

Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki tempat yang sangat penting dalam menggerakkan ekonomi daerah. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberdayakan UMKM dalam calon wirausaha muda NTB dalam menjalankan usahanya, baik pada aspek pemasaran melalui digital marketing, pemberdayaan dan penguatan modal usaha serta pembinaan kepada calon wirausaha muda. Sehingga dengan adanya pengabdian ini dapat meningkatkan hasil penjualan sekaligus daya saing usaha serta menjaga keberlangsungan usaha. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah identifikasi persoalan, pelatihan dan pemberdayaa (pembinaan) yang berkesinambungan. Hasil dari kegiatan ini adalah adanya fasilitas layanan pengurusan NIB, penguatan keterampilan marketing, terbentuknya jaringan dan kemitraan usaha serta pembinaan dari pemerintah provinsi NTB.

Article History

Received: 31-12-22

Reviewed: 03-01-23

Published: 30-01-23

Key Words

Digital Marketing,
Empowerment, MSMEs,
Young Entrepreneurs

Sejarah Artikel

Diterima: 31-12-22

Direview: 03-01-23

Dipublikasi: 30-01-23

Kata Kunci

Digital Marketing,
Pemberdayaan, UMKM,
Wirausaha Muda

Pendahuluan

Era globalisasi yang merupakan era perkembangan teknologi dan komunikasi yang semakin modern dan canggih, mengharuskan para pelaku UMKM untuk dapat memanfaatkan media digital (media sosial) menjadi sarana pemasaran dalam mempromosikan dan memasarkan produk pelaku usaha. Digital marketing merupakan satu sarana yang tepat untuk pemasaran atau mempromosikan sebuah produk sehingga diharapkan dapat menjangkau konsumen secara efektif dan sesuai kebutuhan. Pelaku UMKM harus dapat berinovasi sesuai dengan minat konsumen yang berarti para pelaku UMKM harus dapat berkreasi sesuai dengan kebutuhan konsumen (Bahtiar & Saragih, 2020).

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 media sosial saat ini sudah hampir semua orang menggunakannya, sehingga peluang untuk memanfaatkan sarana digital dapat menopang kemajuan suatu usaha. Sosial media memiliki ruang yang sangat besar untuk keberlangsungan usaha, dapat dimanfaatkan dengan baik, untuk melaksanakan aktifitas-



aktifitas usaha baik yang berupa home industri ataupun yang berupa produk makanan siap saji.

Maka dari itu, para pelaku usaha penting untuk memperdalam keterampilan digital marketing untuk keberlangsungan usaha. 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). Menurut (Pasaribu, 2020) media online memiliki dampak positif bagi kestabilan usaha. Inilah pentingnya melakukan pelatihan teknologi digital kepada para pelaku UMKM.

Keberadaan UMKM di Nusa Tenggara Barat memiliki potensi tumbuh dan berkembang dengan baik. Hal ini dilihat dari keterlibatan dinas Koperasi dan UKM NTB dalam memberikan pemberdayaan dan pembinaan kepada UMKM yang ada. Berbagai jenis pelatihan keterampilan telah diberikan kepada UMKM yang ada, pembuatan NIB sebagai legalitas usaha UMKM, pemberian bantuan modal usaha, bantuan peralatan usaha serta penguatan jaringan dan kemitraan dengan perusahaan lokal dan nasional seperti Grab dan Go-Jek. Tentunya ini menjadi bagian penting untuk dapat saling menopang terus tumbuhnya aktifitas usaha yang berkesinambungan.

Usaha pemberdayaan dan pembinaan UMKM yang ada di NTB, juga mengalami berbagai hambatan-hambatan. Antara lain pada kualitas SDM yang masih rendah, keterbatasan biaya, dan juga terbatasnya kemampuan dalam hal digital marketing, keterbatasan akses program pemberdayaan dan pembinaan pemerintah daerah. Berdasarkan permasalahan ini, kami dari tim pengabdian mendorong Pemerintah melalui Dinas Koperasi dan UKM mempunyai tanggungjawab teknis bagi pengembangan sektor UKM di Provinsi NTB. Tentunya Program yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi dan UKM ini meliputi strategi pemberdayaan, pembinaan, pelatihan, dan penguatan jaringan usaha dan kemitraan dengan berbagai pelaku usaha lainnya, untuk dapat menjalin kerjasama antar bebrbagai aktifitas usaha yang ada.

Adapun tujuan pelaksanaan kegiatan ini adalah : 1) Memberikan pelatihan digital marketing kepada UMKM untuk dapat meningkatkan hasil pemasaran serta penjualan secara optimal. 2) Membantu UMKM mengurus Nomor Induk Berusaha di Dinas Koperasi dan UKM NTB. 3) Memberikan pemberdayaan dan pembinaan kepada UMKM maupun calon wirausaha muda untuk dapat memaksimalkan program pemerintah untuk mulai merintis usaha. 4) Membantu UMKM untuk membentuk jaringan dan kemitraan dengan pelaku usaha Platform Digital seperti Go-Jek dan Grab.

Pada pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, tim pengabdian memetakan beberapa kegiatan prioritas yakni pelatihan digital marketing, pemetaan potensi pasar dan jenis produk, Pembuatan Nomor Induk Berusaha, Pemberayaan UMKM melalui penguatan jaringan dan kemitraan, pembinaan calon wirausaha muda. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan bekerjasama dengan dinas Koperasi dan UKM Provinsi NTB yang dimana kegiatan ini diikuti oleh 50 peserta yang direkrut berdasarkan jenis usaha dan komunitas pemuda mahasiswa sebagai calon wirausaha muda yang tergabung dalam asosiasi UMKM Pesona Mandiri. 30 peserta merupakan pelaku UMKM yang sudah menjalankan usahanya dengan berbagai jenis usaha yang dijalankan. Sementara 20 peserta merupakan pemuda dan mahasiswa yang memiliki keinginan untuk menjalankan usaha Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk penyuluhan tentang dampak penggunaan gadget dilakukan pada hari senin tanggal 16 Januari 2023 di SMK Negeri 1 Janapria Lombok Tengah NTB. Adapun jumlah peserta ialah 87 orang siswa/I SMK Negeri 1 Janapria Lombok Tengah NTB. Penyuluhan dilakukan dengan penyampaian ceramah dan



dilengkapi dengan sesi diskusi atau tanya jawab untuk mengkonfirmasi tingkat pemahaman dan penerimaan peserta penyuluhan terhadap materi dampak penggunaan gadget yang telah dipaparkan oleh tim penyuluh.

Metode

Pelatihan Digital Marketing ini diperuntukkan bagi pelaku UMKM yang telah menjalankan usaha di bidang produk, dan pemuda mahasiswa yang akan membuka usaha baru yang tergabung dalam asosiasi UMKM Pesona Mandiri Mataram. Program pengabdian ini dimulai dari tahap perencanaan, sosialisasi program, Pelaksanaan Pelatihan dan tindak lanjut Hasil Program.

1. Perencanaan Program

Untuk melaksanakan kegiatan pengabdian ini, diawali dengan perencanaan sasaran peserta, rencana observasi dan wawancara, perencanaan pelaksanaan, perencanaan kerjasama (mitra) juga perencanaan tindak lanjut atau luaran kegiatan.

Tabel 1. Perencanaan Kegiatan Pengabdian

| Kegiatan | Tujuan | Capaian |
|--|---|--|
| Perencanaan sasaran peserta | Untuk menentukan peserta dan juga kepastian kehadiran jumlah peserta pelatihan | Terdatanya peserta yang akan mengikuti pelatihan ini. Yakni sebanyak 50 orang peserta yang terdiri dari pelaku UMKM dan Pemuda calon wirausaha |
| Perencanaan Observasi Lapangan dan wawancara | Untuk mengetahui kendala dan media digital yang digunakan dalam pemasaran produk | Didapatkan referensi kendala pemasaran, baik jenis produk maupun pilihan media pemasaran yang digunakan. |
| Rencana Pelaksanaan Kegiatan | Untuk menentukan waktu pelaksanaan kegiatan, baik hari tanggal dan bulan pelaksanaan. | Ditetapkannya waktu pelaksanaan kegiatan yakni tanggal 30 s/d 31 Desember 2022 |
| Rencana mitra pelaksanaan kegiatan dan narasumber kegiatan | Untuk menentukan mitra yang dilibatkan dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan digital marketing dan pemberdayaan UMKM | Mitra Pelaksanaan kegiatan ini adalah Dinas Koperasi dan UKM Provinsi NTB dan Owner Crystal Printing |
| Rencana tindak Lanjut | Menentukan program yang harus ditindak lanjuti dalam pemberdayaan UMKM | Adanya rumusan tindak lanjut yakni akses untuk pengurusan NIB, akses layanan bantuan usaha dan pemberdayaan di dinas |



2. Kegiatan Pelatihan

Kegiatan ini dilaksanakan dengan dibagi dalam tiga sesi yakni :

- a. Sesi pertama terkait dengan materi program Dinas Koperasi dan UKM NTB, mulai dari pengurusan Ijin Usaha sebagai legalitas usaha, akses program pemberdayaan dan bantuan modal usaha pada dinas koperasi, juga tentang jaringan kemitraan usaha yang dapat dilakukan melalui program dinas koperasi. Pada materi sesi satu ini akan di sampaikan oleh Kepala Bidang UMKM Dinas Koeparsi NTB.
- b. Untuk sesi kedua yakni pelatihan digital marketing, sesi ini akan di sampaikan oleh narasumber yakni owner crystal printing mataram. Akan memaparkan terkait penggunaan media sosial dalam pemasaran produk secara efektif. Penyesuaian pemilihan media pemasaran berdasarkan jenis produk. Kemudian melihat potensi pasar dan potensi pemasaran yang ada berbasis sektoral.
- c. Pada sesi ketiga ini akan mengerucut kepada rencana tindak lanjut dari hasil pelatihan. Pada sesi ini akan membuat rekomendasi terkait kegiatan yang harus di perkuat setelah pelatihan. Salah satunya pengurusan NIB secara Kolektif, pengajuan bantuan usaha serta tindak lanjut mitera kerjasama. Sesi ini akan dipandu langsung oleh Tim pengabdian masyarakat. Tentunya untuk merumuskan langkah-langkah konkrit untuk program pemberdayaan yang berkelanjutan.

3. Tindak Lanjut Program

Tindak lanjut kegiatan peatihan digital marketing dan pemberdayaan bagi calon wirausaha muda NTB akan diwujudkan dalam kegiatan setelah pelatihan. Rencana tindak lanjut ini sebagai bentuk pelaksanaan langsung berdasarkan hasil rekomendasi yang dirumuskan pada saat pelatihan. Pada tahap tindak lanjut, tim pengabdian masyarakat akan mendampingi UMKM untuk mengurus Nomor Induk Berusaha di Dinas Koperasi dan UKM NTB.

Selanjutnya, kegiatan tindak lanjut ini sebagai kegiatan untuk mendampingi UMKM dalam mendapatkan bantuan modal usaha. modal usaha yang menjadi bagian dari program Dinas Koperasi yang berupa bantuan alat maupun bantuan modal usaha. berikutnya yakni untuk mendampingi UMKM dalam rangka kerjasama kemitraan dengan pihak usaha lain seperti Go-Jek, Grab, sebagai bagian dari instrument pemasaran yakni COD ataupun kurir jasa antar.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Pengabdian

Pelaksanaan digital marketing ini dibagi dalam tiga kegiatan yang dilaksanakan dan disesuaikan dengan penyampain materi oleh masing-masing narasumber. Sebelum kegiatan sesi I dimulai, peserta pelatihan melakukan registrasi pada panitian yang sudah disiapkan dilokasi kegiatan. Berdasarkan absensi peserta yang mengisi daftar hadir, sebanyak 58 orang peserta yang mengikuti kegiatan pelatihan digital marketing ini. Jumlah peserta lebih 8 orang dari target peserta awal yang sudah dirnecanakan sebanyak 50 peserta.

Pada saat pelaksanaan kegiatan setelah semua peserta selesai melakukan registrasi, kegiatan dilanjutkan ke sesi I, II dan sesi III. Materi kegiatan pelatihan digital marketing pada semua sesi ditampilkan pada table dibawah ini :



Tabel 2 : Materi Pelatihan Digital Marketing dan Pemberdayaan UMKM

| Materi Sesi I | Pembahasan | Pemateri |
|---|---|---|
| Sosialisasi Program dan Pemberdayaan UMKM di NTB | <ul style="list-style-type: none">• Sosialisasi program pemberdayaan UMKM dinas Koperasi dan UKM NTB• Prosedur Pengurusan NIB• Prosedur pengajuan bantuan modal usaha dan bantuan usaha lainnya• Jenis Produk Usaha dan Peluangnya | Dr. H. Basuki Rahman, M.Pd. (Kabid UMKM Dinas Koperasi dan UKM NTB) |
| Materi Sesi II Digital Marketing untuk Pemasaran Usaha | <ul style="list-style-type: none">• Pengenalan Basic Digital marketing dan Karakteristik digital Marketing• Memilih media pemasaran sesuai produk dan peluang pasar.• Pandai membaca peluang pasar pada lingkup sektoral•• Rekomendasi Pengurusan NIB | Liyanto (Owner Crystal Printing Mataram) |
| Materi Sesi III Rencana Tindak Lanjut | <ul style="list-style-type: none">• Rekomendasi pengurusan bantuan usaha bagi UMKM• Rekomendasi penguatan kerjasama dan kemitraan pemasaran produk | Tim Pengabdian |

Pembahasan

Sesi I, Dinas Koperasi dan UKM menyusun strategi untuk mengembangkan potensi sektor UKM. Strategi yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi dan UKM ini meliputi strategi pertumbuhan, pengembangan, perlindungan, dan jaringan usaha dan kemitraan. Strategi tersebut kemudian diimplementasikan melalui pelaksanaan beberapa program dan kegiatan yang telah disusun. Dengan adanya kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan program tersebut, diharapkan eksistensi sektor UKM di Provinsi NTB ini akan dapat lebih dikembangkan. Sehingga pemerintah melakukan 4 strategi, yakni :

1. Strategi Penumbuhan, yakni strategi yang bertujuan untuk memperkuat jalannya usaha sektor UKM serta legalitas usaha NIB, agar keberadaannya dapat selalu eksis dan bertahan di tengah perkembangan jaman.
2. Strategi Pengembangan, yakni strategi untuk melakukan usaha-usaha dalam rangka untuk memberdayakan segala sumber daya yang mendukung keeksistensian sektor UKM.
3. Strategi Perlindungan, yakni strategi yang dimaksudkan untuk melindungi jalannya usaha kecil dan menengah, agar hambatan-hambatan dalam perjalanan usahanya dapat diminimalisir.

4. Jaringan usaha dan Kemitraan

Kerjasama dalam keterkaitan usaha baik secara langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat dan menguntungkan yang melibatkan pelaku UMKM dengan usaha Besar.

Gambar 1. Kegiatan Sesi I Penyampain Materi oleh Dinas Koperasi dan UKM



Sesi II, Berdasarkan hasil penyampaian materi dan diskusi dengan peserta pelatihan pada materi Digital Marketing. Bahwa para pelaku UMKM masih belum memahami secara utuh pemanfaatan media sosial yang digunakan dalam pemasaran usaha. berikut beberapa hasil diskusi pada sesi dua yang dijadikan kesimpulan pada kegiatan pengabdian ini :

1. Peserta belum bisa memahami penggunaan media sosial sebagai media pemasaran yang efektif. Sehingga diberikan solusi untuk menggunakan media sosial baik WhatsApp, FB, Instagram maupun website harus disesuaikan dengan jenis produk juga disesuaikan dengan target pasar yang akan disentuh.
2. Peluang pasar tingkat sektoral(rumah tangga) bisa diraih dengan WhatsApp Group dengan menampilkan secara digital produk-produk usaha.
3. Konten produk yang dibuat dan di promosikan melalui media sosial masih standar, sehingga tidak menarik minat konsumen.
4. Tidak adanya kerjasama dengan platform jasa antar seperti Go-Jek dan Grab, sehingga kedepannya para pelaku usaha harus menjalin kemitraan dengan platform jasa antar yang ada.

Gambar 2 : Penyampaian Materi sesi II Desain Digital Marketing



Sesi III, Rencana Tindak lanjut yang berhasil dirumuskan pada kegiatan pelatihan ini dan akan ditindaklanjuti ke Dinas Koperasi dan UKM NTB yakni :

1. Pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) yang didampingi oleh tim pengabdian masyarakat.
2. Pengajuan bantuan modal usaha dan peralatan usaha kepada Dinas Koperasi dan UKM NTB akan didampingi oleh tim pengabdian masyarakat.
3. Menyepakati kerjasama kemitraan dengan Go-Jek dan Grab sebagai mitra pada jasa antar hasil produk UMKM.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan dapat disimpulkan bahwa masih banyak para pelaku UMKM tidak dapat memanfaatkan media digital secara tepat sebagai sarana pemasaran, konten peroduk belum dapat menarik konsumen, belum secara tepat membaca peluang pasar dengan produk yang dihasilkan, masih banyaknya pelaku usaha yang tidak memiliki NIB serta sulitnya mengakses program bantuan modal usaha dari Pemerintah, serta tidak adanya kerjasama dan kemitraan dengan platform jasa antar.

Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil pelatihan ini adalah bagun kerjasama dan kemitraan yang terintegrasi dengan pemerintah dan dunia usaha lainnya. Membuat konten pemasaran yang menarik dan berkualitas serta memilih media sosial untuk pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.



Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Dinas Koperasi dan UKM Provinsi NTB yang telah memfasilitasi tempat pelaksanaan kegiatan serta memberikan informasi terkait kegiatan program pemberdayaan pemerintah. Juga ucapan terimakasih disampaikan kepada Bank NTB syariah yang telah membantu tim pengabdian dalam penyediaan konsumsi kegiatan tersebut

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.
- 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.
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98.
- 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.
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa