

**PELATIHAN *DIGITAL MARKETING* UNTUK UMKM DALAM UPAYA
MENGATASI PERMASALAHAN PEMASARAN DI DESA GADEN
KECAMATAN TRUCUK KABUPATEN KLATEN**

Billy Cessar Bimara,

Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam,
Universitas Negeri Semarang,
billyexsa@students.unnes.ac.id;

Muhammad Quthbil Irsyad,

Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam,
Universitas Negeri Semarang,
quthbilirsyad@students.unnes.ac.id;

Alfattan Nur Hibatulloh,

Fakultas Teknik,
Universitas Negeri Semarang,
alfattan.nh@students.unnes.ac.id;

Fitriyah Muzdalifah

Fakultas Ekonomi,
Universitas Negeri Semarang,
fitriyahmuzdalifah@students.unnes.ac.id;

Rindia Fanny Kusumaningtyas,

Fakultas Hukum,
Universitas Negeri Semarang,
rindiafannykusumaningtyas@mail.unnes.ac.id;

ABSTRAK

Desa Gaden merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Trucuk, Kabupaten Klaten yang termasuk dalam desa miskin ekstrem. Mayoritas mata pencaharian masyarakat adalah petani dan terdapat beberapa UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di desa. Salah satu permasalahan UMKM di desa tersebut adalah dalam hal pemasaran. Oleh karena itu, tim KKN UNNES Giat 2 mengadakan pelatihan digital marketing menggunakan aplikasi Shopee dengan tujuan mengatasi permasalahan pemasaran dan diharapkan meningkatkan pendapatan UMKM. Kegiatan dalam pelatihan tersebut diantaranya sosialisasi pengenalan aplikasi shopee, tutorial foto produk yang lebih menarik, tutorial membuat akun shopee, dan tutorial berjualan dan mengirim produk yang dilaksanakan di Aula Balai Desa Gaden. Terdapat 16 UMKM yang tergabung dalam pelatihan dengan didampingi untuk membuat akun shopee, cara mendaftarkan usaha ke shopee, cara foto produk yang baik dan benar serta tips dan trik menjual produk di shopee.

Kata kunci: *Digital marketing, UMKM*

A. PENDAHULUAN

Desa Gaden merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Trucuk, Kabupaten Klaten. Desa ini merupakan desa dampingan Badan Pengelola Pendapatan Daerah (Bapenda) Jawa Tengah yang merupakan salah satu desa miskin ekstrem (Prakoso, 2022). Daerah Gaden merupakan dataran rendah dan lembab yang masyarakatnya mayoritas bermata pencaharian sebagai petani. Selain petani ada beberapa warga yang mempunyai bisnis UMKM.

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) merupakan salah satu kegiatan ekonomi produktif yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 (Kusumaningtyas, dkk, 2021). UMKM sangat diperlukan dan sebagai salah satu ketahanan ekonomi di masyarakat. Perkembangan UMKM cukup bagus dari tahun ke tahun dan harus diberdayakan karena mampu sebagai stabilator dan dinamisator perekonomian bangsa (Sarfiah, dkk, 2019). Beberapa kontribusi UMKM bagi perekonomian Indonesia diantaranya penciptaan ekonomi investasi nasional, kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, penyerapan tenaga kerja nasional dan penciptaan devisa nasional (Humaira & Sagoro, 2018). Oleh karena itu sangat penting untuk memberdayakan dan memecahkan permasalahan UMKM di desa.

Salah satu permasalahan yang dialami para pelaku UMKM di desa Gaden adalah pemasaran. Sebagian besar pemasaran masih di daerah lokal desa dan bersifat konvensional. Pemasaran belum merambah ke dunia digital sehingga target pasar masih bersifat lokal. Padahal di era Industri 4.0 penggunaan internet dalam dunia digital sangat penting. Masyarakat harus melek teknologi dan memanfaatkan peluang yang ada. Salah satu strategi pemasaran adalah *digital marketing*/ pemasaran digital. Menurut Wardhana (2015) dalam ES (2017) digital marketing berpengaruh hingga 78% pada keunggulan UMKM dalam memasarkan produknya.

Digital marketing merupakan suatu bentuk pemasaran sebuah *brand* atau produk melalui dunia digital atau internet (Warmayana, 2018). Pemasaran menggunakan teknik *digital marketing* dapat menjangkau konsumen secara cepat dan luas. Era industri 4.0 mendukung adanya pemasaran secara digital karena hal tersebut menjadi peluang yang tepat pada saat ini. Perkembangan teknologi digital yang sangat pesat dengan pengguna internet di dunia sebesar 3,6 miliar dan Indonesia termasuk dalam sepuluh besar populasi tersebut (Levani, dkk, 2020). Hal ini merupakan potensi pasar yang besar bagi UMKM yang merambah di dunia digital. Hasil penelitian (Hendrawan et al., 2019) menyatakan bahwa *digital marketing* berpengaruh positif dan dapat meningkatkan penjualan UMKM (Hardilawati, 2020). Salah satu bentuk *digital marketing*/ pemasaran digital yaitu menggunakan aplikasi e-commerce.

E-commerce merupakan sistem penjualan, pembelian, dan pemasaran produk dengan memanfaatkan elektronik (Hardilawati, 2020). Salah satu *e-commerce* yang ada di Indonesia adalah *marketplace shopee*. *Shopee* merupakan *platform e-commerce* yang diminati masyarakat dengan menepati peringkat 2 yang mengantongi kunjungan bulanan 116 juta kali (Ramadhani, dkk, 2022). Hal ini menjadi peluang besar untuk UMKM di desa Gaden. Oleh karena itu, peneliti yaitu tim KKN UNNES Giat 2022 mengadakan pelatihan *digital marketing*

menggunakan *marketplace Shopee* dengan tujuan mengatasi permasalahan pemasaran dan diharapkan dapat meningkatkan pendapatan UMKM.

B. METODE DAN PELAKSANAAN

Metode

Kegiatan Pelatihan *Digital Marketing* Untuk UMKM Dalam Upaya Mengatasi Permasalahan Pemasaran Di Desa Gaden Kecamatan Trucuk Kabupaten Klaten ini meliputi kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

- a. Sosialisasi pengenalan aplikasi shopee;
- b. Tutorial foto produk yang lebih menarik;
- c. Tutorial membuat akun shopee;
- d. Tutorial berjualan dan mengirim produk.

Pelaksanaan Kegiatan

Nama Kegiatan: Pelatihan Digital Marketing Pembelajaran Mudah Berjualan Online di Shopee.

Waktu pelaksanaan Kegiatan

Waktu pelaksanaan kegiatan Pelatihan *Digital Marketing* Untuk UMKM Dalam Upaya Mengatasi Permasalahan Pemasaran Di Desa Gaden Kecamatan Trucuk Kabupaten Klaten ini dilaksanakan selama 1 (satu) hari yaitu pada hari Rabu, tanggal 31 Agustus 2021 pukul 09.00 s/d 12.00. Sebelumnya kami melakukan koordinasi dengan Kepala Desa Gaden dan dosen pembimbing KKN Unnes Giat 2 desa Gaden terkait kendala yang dialami pemilik UMKM di desa Gaden selama menjalankan usahanya.

Tempat Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan Pelatihan *Digital Marketing* untuk UMKM ini diselenggarakan di Aula Balai Desa Gaden Kecamatan Trucuk Kabupaten Semarang.

Tim Pendamping

Rindia Fanny Kusumaningtyas, S.H., M.H.

Tim Pengabdian

KKN UNNES GIAT 2 Desa Gaden.

Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Jadwal pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di daerah desa Gaden dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

- a. Pelaksanaan koordinasi yang dilakukan oleh Tim Pengabdian dilaksanakan pada minggu kedua bulan Agustus 2021.
- b. Publikasi kegiatan melalui media online dan melalui perangkat desa pada tanggal 15 Agustus 2022
- c. Pendataan peserta pelatihan digital marketing sebelum tanggal 31 Agustus 2022
- d. Persiapan perlengkapan dan materi pelatihan sebelum tanggal 31 Agustus 2022
- e. Pelaksanaan kegiatan pelatihan digital marketing menggunakan aplikasi shopee pada tanggal 31 Agustus 2022.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pelatihan Digital Marketing dengan tema Pembelajaran mudah berjualan online di *shopee* yang dilakukan oleh kelompok KKN UNNES GIAT 2 PERSIMMON249 diikuti oleh 20 peserta pelaku UMKM. Masalah yang dialami kebanyakan UMKM di Desa Gaden adalah kurangnya pemahaman terhadap pemasaran barang secara online. Pelaku UMKM di desa ini hanya melakukan transaksi secara konvensional dengan sistem COD (*Cash On Delivery*), yang menyulitkan ketika tidak ada waktu luang untuk bertemu dengan pembeli. Selain itu terdapat beberapa UMKM yang memasarkan produknya kepada pengepul sehingga laba yang didapatkan dari penjualan hanya sedikit dan kurang maksimal.

Pelatihan digital marketing ini dilakukan dengan metode penyuluhan, diskusi, dan praktik secara langsung. Sasaran utama dari pelatihan ini adalah pelaku UMKM Desa Gaden dapat memanfaatkan aplikasi *shopee* sebagai sarana memasarkan produk secara online sehingga mitra akan menghasilkan luaran berupa pengembangan pangsa pasar yang lebih jauh dan meningkatkan pendapatan.

Era globalisasi mendorong pelaku UMKM untuk mau tidak mau harus memahami dan memanfaatkan *E-commerce*. Shopee sendiri adalah salah satu *E-commerce* dengan beberapa kelebihan seperti kemudahan upload gambar, fitur yang memudahkan para penjual, fitur varian produk, fitur chat, serta berbagai promo yang ditawarkan oleh shopee. Selain kelebihan, shopee juga memiliki kekurangan antara lain syarat mendapatkan gratis ongkos kirim yang cukup sulit, situs terkadang mengalami error, upload gambar yang terkadang bisa gagal, serta pencairan dana yang cukup lama. Shopee adalah sebuah aplikasi yang bergerak dibidang jual beli secara online dan dapat diakses secara mudah dengan menggunakan *Smartphone* atau *Handphone*. Pelaku UMKM di Desa Gaden, hampir seluruhnya memiliki *smartphone*, namun belum ada yang memasarkan produknya secara online. Hal ini karena para pelaku UMKM beranggapan bahwa berjualan online itu rumit dan sulit untuk dilakukan.



Gambar 1. Pelatihan digital marketing oleh Tim KKN UNNES GIAT 2



Gambar 2. Antusias pelaku UMKM dalam mengikuti kegiatan pelatihan digital marketing



Gambar 3. Hasil foto produk UMKM kopi kemasan



Gambar 4. Hasil foto produk UMKM rak bambu

Pelatihan digital marketing diikuti dengan antusias oleh para pelaku UMKM. Pelaku UMKM diajarkan dari awal cara mulai dari pembuatan akun. Pelaku UMKM didampingi mendaftarkan usaha mereka ke shopee. Mereka juga diajarkan bagaimana memfoto produk yang baik dan benar. Foto yang bagus adalah foto yang jelas dan menarik. Foto dapat dilakukan dengan *smartphone* dan *background* putih, dapat menggunakan manila atau kain putih. Foto yang bagus dan menarik akan membuat pembeli memiliki kesan yang baik terhadap produk sehingga akan tertarik untuk membeli. Pelaku UMKM dituntut untuk memiliki produk yang unik yang berbeda dari penjual lain. Selain itu penting untuk memilih kata kunci ketika mengupload produk karena kata kunci inilah yang akan mempengaruhi algoritma pada shopee ketika pembeli mencari produk pada kolom pencarian. Pelaku UMKM diajarkan bagaimana cara promosi produknya, yaitu dengan cara melakukan pembelian oleh teman dan kerabat dekat. Hal ini dapat menaikkan rating dan memperlihatkan berapa produk yang telah terjual. Penjualan dan rating ini dapat mempengaruhi algoritma pencarian shopee, sehingga ketika pembeli mencari produk dengan nama yang sama, produk kitalah yang akan terlihat terlebih dahulu. Pelaku UMKM juga diajarkan cara pengemasan produk yang baik agar tidak rusak ketika berada dalam ekspedisi, sehingga tidak ada komplain yang datang dari para pembeli.

D. SIMPULAN

Desa Gaden yang merupakan desa miskin ekstrem yang memiliki UMKM dengan pemahaman terhadap pemasaran yang rendah dan belum merambah ke dunia digital diberi pelatihan digital marketing dengan menggunakan aplikasi

shopee. Metode yang diberikan yaitu penyuluhan, diskusi dan praktik secara langsung. Pelatihan diikuti oleh 16 UMKM yang berhasil membuat akun shopee, menjual produk di shopee, dan cara branding serta foto produk yang baik. Berdasarkan kegiatan tersebut seluruh peserta telah mengetahui dan memahami pemasaran digital menggunakan aplikasi shopee, cara foto produk yang baik dan benar, tips dan trik pemasaran produk serta pengemasan yang baik dan benar.

DAFTAR PUSTAKA

- ES, D.P., Rahmi, & 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), 2.
- Hardilawati, W. L. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*. 10(1).
- Humaira, I., & Sagoro, E. M. (2018). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku Umkm Sentra Kerajinan Batik Kabupaten Bantul. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1).
- Kusumaningtyas, R.F., Rahayu, S.A.P., Latifiani, D., Ristanti, D., & Wahyuni, N. (2021). FASILITASI KLINIK KI DAN SOSIALISASI KEKAYAAN INTELEKTUAL BAGI UMKM TERAS BULAN DI KOTA SEMARANG. *Abdi MASSA: Jurnal Pengabdian Nasional*, 1(4).
- LEVANI, Y., HAKAM, M. T., & UTAMA, M. R. (2020). Potensi Adiksi Penggunaan Internet pada Remaja Indonesia di Periode Awal Pandemi Covid 19. *Hang Tuah Medical Journal*, 17(2), 102.
- Ramadhani, S., Suswanto, S., Maria, E., & ... (2022). Penggunaan Platform Shopee untuk Berbelanja di Lingkungan Kelurahan Rapak Dalam Kota Samarinda. *Pubarama: Jurnal ...*, 2(1), 48–56.
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189.
- Solopos.com. (2022, 11 Agustus). Wagub Taj Yasin Datangi Desa Miskin Ekstrem di Trucuk Klaten, Ada Apa?. Diakses pada 2 September 2022, dari <https://www.solopos.com/wagub-taj-yasin-datangi-desa-miskin-ekstrem-di-trucuk-klaten-ada-apa-1391722> .
- Warmayana, I. G. A. K. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Promosi Pariwisata pada Era Industri 4.0. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 3(2), 81.