

PELATIHAN PEMASARAN PRODUK BERBASIS DIGITAL DI KELURAHAN GEBANG, MASARAN, SRAGEN

Septiana Novita Dewi¹, Aris Tri Haryanto², Ambar Wariati³
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Adi Unggul Bhirawa Surakarta

Septianadewi25@yahoo.co.id¹, Arisharyanto26@yahoo.co.id², ambarwariati@yahoo.co.id³

Info Artikel

Masuk:

Revisi:

Diterima:

Terbit:

Keywords:

UMKM, Digital Marketing,
Kelurahan Gebang

P-ISSN: 2598-2273

E-ISSN: 2598-2281

DOI : 10.33061

Abstract

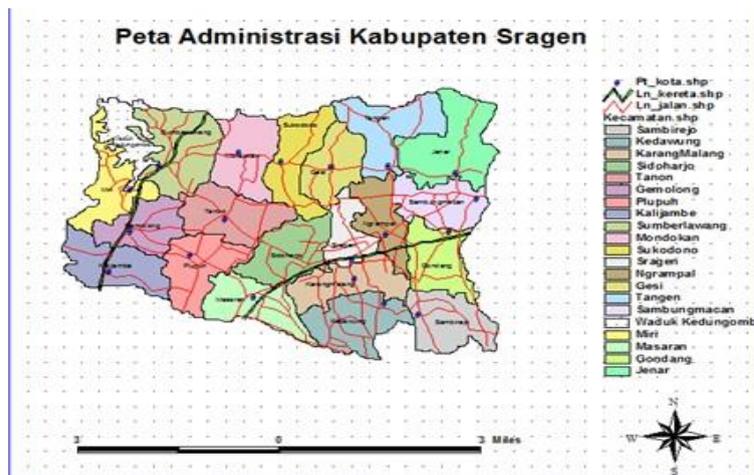
Pengabdian ini merupakan pengabdian lanjutan dari proses pengabdian sebelumnya bahwa di Kelurahan Desa Gebang memiliki potensi untuk ditingkatkan UMKM makanan ringan. Dengan adanya peningkatan UMKM di Kelurahan Gebang, akan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di lingkungannya. Akan tetapi dalam pemasaran produk UMKM masyarakat di Kelurahan Gebang belum diimbangi dengan adanya pemanfaatan alat teknologi, sehingga proses pemasaran belum optimal. Hal ini disebabkan karena rata-rata pelaku UMKM memiliki usia yang tidak muda lagi, sehingga perlu pendampingan yang lebih ekstra. Pada saat era milineal ini, semua disajikan secara praktis dan efisien yaitu dengan memanfaatkan teknologi informasi. Seperti pemasaran melalui akun facebook, Instagram, website, twitter dan lain-lain. Hal ini bertujuan bahwa dengan menggunakan teknologi informasi, semua informasi produk dapat tersampaikan secara luas, baik tingkat nasional maupun internasional. Permasalahan yang utama ketika UMKM tidak memanfaatkan teknologi informasi dengan baik adalah mereka hanya bisa menjual produknya secara lokal dan jenis-jenis produk yang dijual tidak tersampaikan secara luas. Dalam mensiati kompetensi bisnis di era digital diharapkan seluruh UMKM memahami dan menggunakan *digital marketing* dengan baik, agar mereka mampu bersaing dengan baik hingga mencapai keunggulan k;ompetitif lebih maksimal. Materi yang diberikan kepada UMKM di Kelurahan Desa Gebang adalah tujuh konsep pemasaran ampuh dengan metode digital, diantaranya adalah *Search Engine Optimization (SEO)*, *Search Engine Marketing (SEM)*, Pembuatan Konten, *Mobile Marketing*, *Email Marketing*, *Affiliate Marketing*, Pemasaran Media Sosial.

PENDAHULUAN

Salah satu desa di Kabupaten Sragen yang memiliki potensi UMKM adalah Kelurahan Gebang Kecamatan Masaran. Kecamatan Masaran adalah sebuah [kecamatan](#) sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Plupuh, di sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Karanganyar, di sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Kedawung dan di sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Sidoharjo. Kecamatan Masaran sekaligus sebagai pintu gerbang masuk ibu kota Kabupaten Sragen dari arah barat. Kecamatan Masaran terletak di sebelah barat daya ibu kota Kabupaten Sragen dan hanya berjarak 13 Km. Kecamatan Masaran terdiri atas tiga belas desa. Rata-rata penduduknya mempunyai mata pencaharian sebagai pegawai swasta, pedagang, petani, PNS, purnawirawan dan berbagai

profesi pengusaha kecil yang beragam mulai dari pengusaha pengusaha tahu, pengusaha jajanan sampai kerajinan kain bekas. Mata pencaharian sebagai pengusaha kecil dari masyarakat desa ini sangat memungkinkan karena letak lokasi yang sangat strategis yaitu dekat dengan pasar tradisional.

Kedaaan geografis di Kabupaten Sragen memiliki keadaan alam dengan relief yang beraneka ragam. Kabupaten sragen merupakan daerah pegunungan kapur yang membentang dari timur ke barat yang terletak di sebelah utara bngawan Solo. Kabupaten sragen yang terletak di Provinsi [Jawa Tengah](#), [Indonesia](#). Memiliki 20 kecamatan, 12 kelurahan, dan 196 desa. Pada tahun 2017, jumlah penduduknya mencapai 981.416 jiwa dengan luas wilayah 941,54 km² dan sebaran penduduk 1.042 jiwa/km. peta administrasi Kabupaten Sragen adalah sebagai berikut:



Sumber Peta Kab. Sragen: www.google.kab.sragen.co.id (Diakses pada tanggal 18 April 2019)

Dengan banyaknya UMKM di Kelurahan Gebang perlu di dorong agar dapat memanfaatkan pemasaran secara digital di era milineal saat ini. Bebrapa manfaat yang diperoleh ketika menggunakan pemasaran secara digital diantaranya adalah mampu menghubungkan UMKM dengan konsumen secara luas dengan jaringan internet, menghasilkan penjualan lebih tinggi karena pemasaran dilakukan secara luas, dapat menghemat proses penjualan, menghasilkan pendapatan yang lebih besar, mempertahankan pelanggan dan memberikan kepuasan layanan terhadap konsumen.

Selain itu pemasaran digital dapat memanfaatkan mobile smartphone yang dimiliki yang mudah diakses kapanpun diwaktu luang. Dan dengan menggunakan *digital marketing* akan membuat UMKM bersaing dengan perusahaan besar. Karena dengan memanfaatkan media sosial internet siapapun bisa mengakses dan melihat produk-produk UMKM yang ditayangkan untuk umum. Alasan lain kenapa UMKM perlu memanfaatkan *digital marketing* adalah agar UMKM dapat menyambut era milineal ini dengan cepat dan mampu mengikuti perkembangan pemasaran produk dengan baik.

Hasil evaluasi yang disampaikan oleh Gartner bahwa pada tahun 2020 diperkirakan adanya 26 miliar gadget, smartphone, tablet, jam tangan, kacamata, sepatu dan peralatan lainnya yang akan saling terhubung dalam ekosistem online secara global yang akan membentuk era *Internet of Things*.

Fakta Infografis Hasil Digital Marketing bahwa tingkat kepercayaan terhadap iklan online atau dengan kata lain hasil dari pemasaran digital di kawasan Asia Tenggara: Search engine : 57%, Sosial media : 53%, Video online : 52%, Online banner : 47%. Saat ini, iklan-iklan yang tersedia di *search engine* meraih kredibilitas tertinggi. Hampir 6 dari 10 orang (57%) konsumen mengindikasikan percaya pada saluran ini. Thailand meraih skor kepercayaan tertinggi yakni 63%, Indonesia 61%, Filipina 56% dan Vietnam 55%. Sementara itu, kredibilitas iklan di jejaring sosial dan iklan video online mendapatkan skor kepercayaan masing-masing 53% dan 52%. Kepercayaan iklan video meningkat di empat negara Asia Tenggara, tertinggi di Filipina dan Thailand dengan skor 56%, Vietnam dan Indonesia dengan angka 52%, Singapura 47% dan Malaysia 41%. (Sumber: Business2Community: [Top 10 Benefits of Digital Marketing for Small Business \(Infographic\)](#))

Berdasarkan data di atas, diketahui bahwa banyak masyarakat yang menggunakan media sosial di setiap harinya, hal ini sebesar 53% masyarakat mengakses media social dalam aktivitas-aktivitas setiap hari. Dengan adanya data tersebut UMKM dapat mengambil strategi yang tepat dengan cara memahami dan menggunakan *digital marketing* dalam pemasaran produknya

RUMUSAN MASALAH

Permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM di Kelurahan Gebang Kecamatan Masaran Kabupaten Sragen adalah bagaimana caranya dapat menggunakan *digital marketing* dengan memanfaatkan media social dalam memasarkan produk-produk yang mereka hasilkan. Dengan adanya permasalahan pada UMKM tersebut, maka gagasan solusi berdasarkan teori dan hasil penelitian yang ada, maka prioritas utama yang perlu untuk dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Memberikan gambaran apa yang dimaksud dengan media sosial.
2. Memberikan penjelasan tentang manfaat pemasaran produk menggunakan media sosial.
3. Mendampingi UMKM untuk mendaftar di media sosial.
4. Memberikan penjelasan serta mendampingi cara mengakses dan menampilkan produk-produk UMKM yang telah dihasilkan.

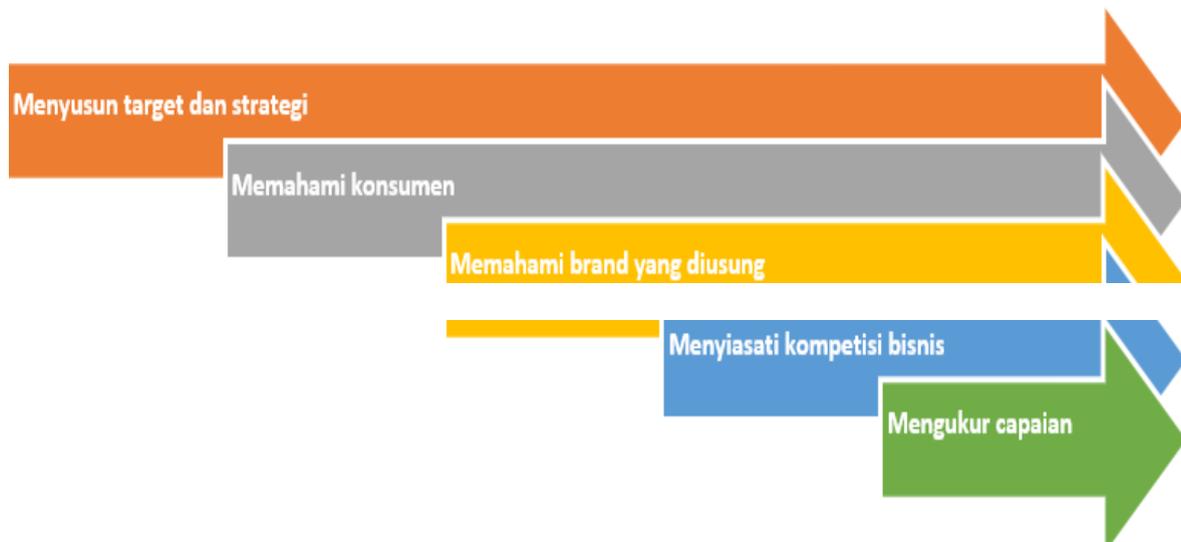
METODE PENELITIAN

Sasaran dalam kegiatan ini adalah UMKM di Kelurahan Gebang Kecamatan Masaran Kabupaten Sragen, yang telah mengikuti kegiatan pengabdian, melalui praktik dan penyampaian materi oleh Tim Pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan di Kelurahan Gebang dengan cara memberikan sosialisasi kepada pelaku UMKM di Kelurahan Gebang Kecamatan Masaran Kabupaten Sragen.

Metode penyelesaian untuk mengatasi permasalahan diatas yaitu dengan memberikan pengetahuan, pemahaman dan ketrampilan kepada mitra yaitu UMKM

Kelurahan Gebang, Masarag, Sragen berupa pengenalan teknologi informasi. Dengan mengenalkan kepada mereka *digital marketing* dengan mendaftarkan UMKM agar memiliki akun facebook, Instagram maupun website untuk dapat digunakan sebagai media pemasaran.

Tahapan yang ingin dicapai dari proses pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut:



HASIL DAN PEMBAHASAN

Menyusun Target Strategi

Jika melihat karakteristik konsumen modern yang ada saat ini, tidak diragukan lagi bahwa pendekatan strategi pemasaran digital menjadi sesuatu yang sangat layak dipertimbangkan, terlebih untuk startup digital. Strategi pemasaran digital dapat didefinisikan sebagai serangkaian tindakan yang didesain untuk membantu bisnis mencapai tujuan menggunakan medium internet (online). Dalam hal ini UMKM di Kelurahan Gebang Kecamatan Masaran Kabupaten Sragen berupaya mencoba untuk menerapkan pemasaran melalui *digital marketing*. Jika dilihat secara kasat mata mungkin akan tampak mudah, bahkan sebagian berpikiran bahwa pemasaran digital sama dengan mempublikasi konten melalui media sosial, lalu mempercepat dengan iklan. Namun kenyataannya tidak sesederhana itu, perlu berbagai perencanaan untuk menghasilkan kampanye pemasaran yang efektif.

Penyusunan target dan strategi yang dilakukan dalam proses Pengabdian Kepada Masyarakat ini diawali dengan memulai strategi sendiri berupa rencana tindakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan, dan disarankan tujuan tersebut harus dapat diukur dengan baik. Sebagai contoh yang telah dilakukan : melalui kampanye pemasaran digital yang dijalankan selama 2 bulan bagi UMKM di Kelurahan Gebang Kecamatan Masaran Kabupaten Sragen, dengan memanfaatkan teknologi yang telah dimiliki seperti handphone.

Namun strategi ini juga akan sangat bergantung dengan skala bisnis. Di tingkat startup, memiliki tujuan yang fokus dan sederhana sangat disarankan. Cara paling mudah ialah dengan membuat *schedule plan* berisi aktivitas apa saja yang akan dilakukan secara online.

Hal yang harus dilakukan dalam menyusun strategi pemasaran bagi UMKM di Kelurahan Gebang Kecamatan Masaran Kabupaten Sragen adalah :

1. Pastikan target sudah didapat, sehingga ada angka yang bisa digunakan untuk mengukur hasil akhir.
2. Tentukan kerangka waktu pelaksanaan kegiatan pemasaran digital dan aktivitas yang akan dilakukan.
3. Identifikasi untuk mengetahui efektivitas pelaksanaan acara di waktu yang telah ditentukan tersebut. Misalnya jangan sampai melakukan promo *hard-selling* untuk konversi penjualan ketika tanggal tua dll.
4. Tentukan kanal online yang akan digunakan untuk promosi.

Memahami konsumen

Memahami konsumen sangatlah penting dalam mengembangkan usaha bisnis, khususnya bagi UMKM di Kelurahan Gebang Kecamatan Masaran Kabupaten Sragen. Beberapa hal, yang perlu diketahui dalam memahami konsumen adalah melakukan segmentasi minat beli sebuah produk yang dilakukan oleh konsumen, serta memahami factor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Misalnya kualitas produk, tampilan produk, variasi harga, serta kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh UMKM di Kelurahan Gebang Kecamatan Masaran Kabupaten Sragen.

Selain itu, UMKM di Kelurahan Gebang Kecamatan Masaran Kabupaten Sragen perlu memahami betul latar belakang konsumen, hal ini bisa dilihat dari pendapatan rata-rata penduduk, tingkat pendidikan, selera masyarakat sekitar. Dengan mengenali konsumen serta latar belakang konsumen, maka UMKM di Kelurahan Gebang Kecamatan Masaran Kabupaten Sragen akan mendapatkan cara yang efektif untuk menyampaikan promosi. Namun hal ini juga menjadi kendala, dikarenakan rata-rata UMKM di Kelurahan Gebang Kecamatan Masaran Kabupaten Sragen sudah memiliki usia diatas 40 tahun, sehingga perlu pendampingan bagi penerusnya, hal ini bisa dibantu oleh keluarga atau anak-anak mereka. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini berupaya melakukan pendampingan agar kegiatan bisnis dapat didampingi oleh kaum milenial yang dapat memahami perkembangan teknologi dan selera konsumen saat ini.

Memahami Brand yang Diusung

Hal yang paling diperhatikan oleh pelaku bisnis adalah sebuah merek yang telah diciptakannya. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan, Arifin dan Fanani, (2018) menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hal tersebut, proses Pengabdian Kepada Masyarakat ini berupaya menyampaikan kepada UMKM di Kelurahan Gebang Kecamatan Masaran Kabupaten Sragen bahwa penciptaan merek yang menarik itu adalah penting. Hal yang dapat dilakukan adalah bagaimana nama merek yang kita pilih dengan mudah dapat diingat oleh seluruh konsumen, dan bagaimana upaya yang dilakukan agar konsumen tidak berpindah kepada merek lain. Salah satu

strategi yang diterapkan dalam proses Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah dengan menciptakan nama merek yang singkat, unik dan mudah diingat.

Menyiasati Kompetisi Bisnis

Dalam masa modern saat ini, kita selaku pelaku bisnis perlu berfikir lebih keras bagaimana tindakan yang dapat dilakukan untuk menyiasati kompetisi bisni. UMKM di Kelurahan Gebang Kecamatan Masaran Kabupaten Sragen disarankan dapat melakukan hal-hal sebagai berikut:

1. Amati dan pelajari pesaing usaha dengan mengamati perilaku pesaing atau kompetitor yang menjual produk yang sama, sehingga UMKM di Kelurahan Gebang Kecamatan Masaran Kabupaten Sragen perlu menciptakan inovasi produk yang unik dan menarik dibandingkan kompetitornya.
2. Pahami karakteristik usaha anda, memahami posisi usaha khususnya UMKM di Kelurahan Gebang Kecamatan Masaran Kabupaten Sragen adalah sangat penting, agar kita bisa lebih fokus dalam menjalankan usaha bisnis.
3. Amati, tiru dan perbarui, slogan ini bisa diterapkan bagi UMKM di Kelurahan Gebang Kecamatan Masaran Kabupaten Sragen agar mampu menciptakan inovasi-inovasi produk baru.
4. Cari mitra usaha, ini merupakan hal yang penting dengan kita mencari mitra usaha kita bisa saling bekerjasama dalam menjual produk.
5. Beri potongan harga dan diskon, ini adalah salah satu bentuk promosi agar dapat menarik konsumen untuk membeli sebuah produk.
6. Keramahan dalam komunikasi terhadap konsumen.
7. Jujur

Mengukur Capaian

Dengan dilaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dan ketrampilan UMKM i Kelurahan Gebang Kecamatan Masaran Kabupaten Sragen dalam meningkatkan usahanya dan mampu memanfaatkan kemajuan teknologi yang berkembang saat ini. Tingkat pengukuran capaian kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah sebagai berikut:

No	Sasaran	Indikator Capaian Utama			
		Uraian	Target	Realisasi	%
1	Mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM tentang proses pemasaran produk dengan efektif dan efisien	Menganalisa proses pemasaran yang dilakukan oleh UMKM	Menciptakan strategi pemasaran yang tepat	Mampu menciptakan strategi pemasaran yang baik	80%

2	Memberikan gambaran kepada UMKM apa yang dimasud dengan media sosial	Memberikan sosialisasi dengan metode ceramah dan presentasi tentang media sosial	UMKM mampu memahami apa itu pentingnya media social dalam proses pemasaran	Sebagian UMKM dapat memahami pentingnya media social dalam proses pemasaran	75%
3	Memberikan penjelasan tentang manfaat pemasaran produk menggunakan media sosial	Melakukan diskusi tanya jawab tentang gambaran bagaimana cara mengaplikasikan media sosial	UMKM dapat menggunakan media social dan sudah mendaftar misalkan facebook atau instagram	Sebagian UMKM dapat mendaftar media social facebook atau instagram	75%
4	Mampu menciptakan startegi dalam menyiasati kompetisi bisnis	Memberikan penjelasan bagaimana cara menyiasati kompetisi bisnis	UMKM dapat menganalisa dan menciptakan startegi dalam menyiasati kompetisi bisnis	UMKM mampu menganalisa latar belakang konsumen dan menciptakan startegi dalam menyiasati kompetisi bisnis	80%

KESIMPULAN

Kesimpulan dalam pengabdian masyarakat ini adalah UMKM di Kelurahan Gebang Kecamatan Masaran Kabupaten Sragen mampu memanfaatkan media social dalam mengembangkan bisnisnya. UMKM di Kelurahan Gebang Kecamatan Masaran Kabupaten Sragen sudah memulai metode pemasaran dengan memanfaatkan tekhnologi terbaru, yaitu dengan memperhatikan tujuh konsep pemasran ampuh dengan metode digital, diantaranya adalah *Search Engine Optimization (SEO)*, *Search Engine Marketing (SEM)*, Pembuatan Konten, *Mobile Marketing*, *Email Marketing*, *Affiliate Marketing*, Pemasaran Media Sosial. Pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat dilakukan secara kesinambungan, setelah melakukan pengabdian tentang pentingnya pemasaran digital bagi pengembangan bisnis khususnya di UMKM di Kelurahan Gebang Kecamatan Masaran Kabupaten Sragen. Diharapkan kegiatan kedepan adanya pendampingan tentang bagaimana memberikan merk produk atau HAKI

REFERENCES

- Febriyantoro, (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Manajemen Dewantara Vol 1 No 2, Desember 2018*
<http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view/32>
- Kurniawan, Arifin dan Fanani, (2018). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei kepada para siswa SMAN 15 Surabaya kelas XII yang menggunakan Laptop ber Merek ASUS). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)[Vol. 56 No. 1 Maret 2018]* administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Peta Kab. Sragen: www.google.kab.sragen.co.id (Diakses pada tanggal 18 April 2019)
- Purwana, Rahmi dan Aditya, (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM) E-ISSN: 2580-4332 Vol. 1 No. 1 Juli 2017 DOI: doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01*
<https://drife.co.id/blog/7-konsep-pemasaran-ampuh-di-era-digital/> diakses 04 Mei 2019
- Wardhana. (2015). *Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMKdi Indonesia. In Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV (pp. 327–337)*. Universitas Pendidikan Indonesia.