



Pelatihan Pembuatan Konten Pemasaran Untuk Menunjang Promosi UMKM Di Kabupaten Malang

Jauharul Maknunah¹, Andri Prasetyo²

STMIK PPKIA Pradnya Paramita^{1,2}

Jauharul@stimata.ac.id¹

andri@stimata.ac.id²

Article History:

Received : 24-10-2022

Revised : 15-12-2022

Accepted : 16-12-2022

Publish : 16-12-2022

Kata Kunci: Internet;
Marketing ; Pelatihan

Abstrak: Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di era saat ini merupakan bidang usaha yang mampu bertahan untuk kelangsungan usahanya meskipun tidak secara maksimal. berisi tentang isu dan fokus pengabdian, UMKM di wilayah Kabupaten Malang dalam rangka untuk menjaga terus berlangsungnya usaha mengalami kendala di bidang pemasaran, terutama yang berkaitan dengan internet marketing (Digital Marketing) yaitu pengetahuannya yang masih terbatas tentang teknologi informasi dan bagi yang sudah memahami mengalami masalah untuk pembuatan konten yang menarik. Tim Dosen dan Mahasiswa melaksanakan Pengabdian Masyarakat dalam bentuk pelatihan dengan tujuan untuk membantu dan melakukan pendampingan dalam pembuatan akun bisnis dan konten yang menarik. Pelatihan ini dilaksanakan dengan metode memberikan teori dan praktek yang dilanjutkan dengan pendampingan untuk mengevaluasi perkembangan dari hasil pelatihan. Setelah dilakukannya pelatihan dan pendampingan peserta telah berhasil membuat akun bisnis dan dapat pula membuat konten yang menarik juga berhasil pula mengupload produknya ke dalam akun bisnis yang telah dibuat. Berdasarkan hasil angket yang telah disebar ke peserta sekitar 80% menyatakan bahwa pelatihan ini sangat memberikan manfaat guna mendukung promosi usahanya.

Keyword: Internet;
Marketing; Training

Abstract: Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) in the current era is a business field that is able to survive for its business continuity although not optimally. contains the issues and focus of service, UMKM in the Malang Regency area in order to maintain the continuity of the business experiencing problems in

the field of marketing, especially those related to internet marketing (digital marketing), namely their knowledge is still limited about information technology and for those who already understand experiencing problems to engaging content creation. The Lecturer and Student Team carries out Community Service in the form of training with the aim of assisting and providing assistance in creating business accounts and interesting content. This training is carried out using the method of providing theory and practice followed by mentoring to evaluate the progress of the training results. After the training and mentoring the participants have succeeded in creating a business account and can also create interesting content and also successfully upload their products to the business account that has been created. Based on the results of the questionnaire that was distributed to the participants, around 80% stated that this training was very beneficial to support the promotion of their business.

Pendahuluan

Pada era globalisasi yang mampu dapat bertahan untuk kelangsungan produksi salah satunya adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), walaupun kemampuannya tidak dapat secara optimal, karena usaha ini dijalankan oleh rumah tangga yang modalnya hanya mandiri dari pengusaha itu sendiri. Dalam menjalankan produksinya dengan memperkerjakan tenaga disekitarnya serta jumlahnya rata-rata kurang dari 8 pekerja. UMKM ini sepatutnya perlu diperhatikan untuk kelangsungan usahanya.

Perhatian Pemerintah Daerah Khususnya terhadap UMKM ini perlu terus ditingkatkan mengingat peran UMKM turut serta dalam menyumbang kemajuan pembangunan perekonomian. Selain Pemerintah Peran serta Perguruan Tinggi juga diperlukan untuk membantu memotivasi dalam pengembangan UMKM untuk meningkatkan mutu dan jumlah produksinya, meningkatkan ketrampilan Sumber Daya Manusia, perluasan pemasaran, dan inovasi dalam memasarkan produksinya. UMKM ini perlu diberikan tambahan ketrampilan dan pengetahuan untuk mengembangkan produksinya agar lebih dikenal oleh masyarakat dengan memiliki ciri khas.

Pemasaran Online merupakan teknologi informasi yang dapat membantu

untuk memasarkan produk barang maupun jasa melalui internet. *Internet Marketing* memiliki pengaruh pada Citra dari produk, daya saing dan luasnya pemasaran [1]. Perkembangan Pemakai Internet di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada Januari 2020 mencapai 175,4 Juta pemakai dan paling banyak pengguna memanfaatkan mobile dari pada computer [2]. Hal ini dapat dijadikan dasar untuk memanfaatkan mobile sebagai sarana Internet marketing. Citra produk, persaingan dan perluasan wilayah pemasaran dapat dipengaruhi dengan melalui Internet Marketing [3].

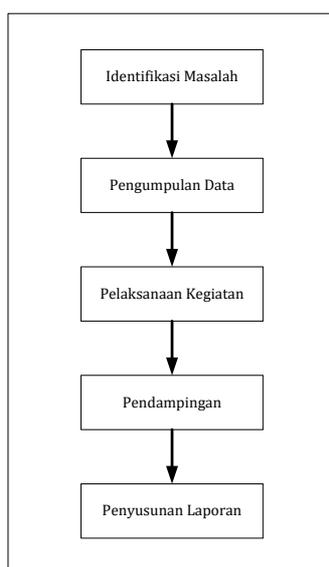
Pelatihan yang diberikan kepada UMKM dalam bentuk teori dan praktek dengan tujuan untuk membuat pemasaran online (*Digital Marketing*) dan membuat kontennya yang menarik agar dapat memperlus jangkauan pemasarannya serta dikenal masyarakat umum. Pemberian pelatihan bertujuan agar UMKM sebagai pelaku usaha dapat mengembangkan diri dengan menambah wawasan, meningkatkan pengetahuannya dalam menggunakan dan memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana untuk menunjang usahanya sehingga mampu bersaing dalam mengenalkan produknya.

Masalah

Pemasaran produk UMKM dilakukan dengan dijual di tempat tinggal pelaku usaha dan dititipkan ditoko-toko atau warung-warung. Daerah pemasarannya juga masih terbatas pada masyarakat di wilayah sekitarnya. Pemasaran yang terbatas ini akibatnya produk belum dikenal masyarakat secara luar. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk memperkenalkan produk lebih luas melalui pemarkan online. UMKM dalam memasarkan produknya sebenarnya sudah memanfaatkan media social, tetapi masih terbatas pada teman dekat misalnya melalui whatsapp, facebook, Instagram yang kesemuanya itu masih menggunakan akun pribadi bukan akun bisnis sehingga belum dikenal umum. UMKM belum menerapkan pemasarannya dengan menggunakan akun bisnis karena kendala pengetahuannya di dalam membuat konten pemasaran online dengan menggunakan akun bisnis [4]. Instagram merupakan salah satu sarana media sosial yang digunakan dalam *digital marketing*. Fitur Akun Bisnis yang ada dalam Instragram dapat membantu UMKM dalam pembuatan profil bisnis sehingga pelaksanaan bisnis dapat berlangsung optimal, juga dapat digunakan sebagai sarana promosi [5]. UMKM di Malang menghadapi masalah-masalah yaitu pertama pengetahuan yang terbatas dalam memanfaatkan teknologi informasi, masalah kedua kurangnya kemampuan untuk membuat konten yang menarik sebagai sarana promosi.

Metode

Penyelenggaraan Pelatihan dengan melibatkan tim dosen pengabdian masyarakat, mahasiswa dan pelaku usaha UMKM di Malang. Pelaksanaannya diawali dengan survey pendahuluan untuk mengetahui masalah yang dihadapi oleh mitra dan kebutuhan apa yang diperlukan. Partisipasi dan peran serta aktif mitra ini sangat diperlukan untuk keberhasilan dterlaksananya kegiatan serta kelanjutan programnya. Metode yang digunakan dijelaskan dengan gambar 1.



Gambar 1 Diagram Metode Pengabdian

1. Identifikasi untuk mengetahui kebutuhan UMKM dalam hubungannya dengan pemasaran produk
2. Pengumpulan data melalui, konsultasi, wawancara untuk menentukan materi yang dibutuhkan oleh peserta agar tepat sarannya.
3. Pelaksanaan pelatihan dengan materi yang sudah disepakati sesuai dengan temanya yaitu membuat akun bisnis dan konten menarik pada media social
4. Pendampingan mengetahui lebih lanjut dari hasil pelatihan yang sudah diikuti serta memantau perkembangannya
5. Penyusunan Laporan akhir kegiatan

Hasil

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan memberikan pelatihan kepada

pelaku usaha UMKM. Tahapan pelaksanaan pelatihan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan yaitu: Koordinasi dengan Pelaku Usaha, Meyusun materi pelatihan dan Membuat daftar hadir
2. Pelaksanaan pelatihan yaitu : Memberikan teori yang meliputi : pemasaran Online, membuat akun bisnis pada whatsapp, facebook dan Instagram, membuat konten menarik dengan cara edit dan mengunggah foto, dari produk yang dihasilkan untuk ditampilkan pada media sosial. memberikan tanggapan kepada konsumen. Praktek membuat konten menarik pada whatsapp, facebook dan Instagram dengan menggunakan akun bisnis . Akhir Pelatihan yaitu dengan memberikan kesempatan kepada peserta untuk berkonsultasi dalam membuat konten yang menarik dan dilakukan pendampingan agar apa yang telah diperoleh selama pelatihan tetap bisa dilanjutkan dan dilaksanakan secara berkesinambungan sehingga konten yang dibuat setiap waktu yang dibutuhkan dapat diupdate dan tidak berhenti hanya selama mengikuti pelatihan saja.

Penentuan materi dengan melibatkan tim pengabdian beserta UMKM. Tujuan melibatkan UMKM yaitu adanya kesesuaian materi pelatihan dengan kebutuhan mitra. Pelatihan diikuti oleh peserta sebanyak sepuluh orang. Gambar 2 suasana pada saat pelatihan.



Gambar 2 Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dan capaian pelatihan dijelaskan pada tabel 1.

Tabel 1 Kegiatan dan Capaian Pelatihan

Nomor	Kegiatan	Capaian
1.	Pelatihan	1. Peningkatan dan pemahaman tentang pemasaran online melalui media social 2. Mampu membuat konten menarik, mengedit, mengunggah foto dan video
2.	Pendampingan	Mempromosikan produk pada sosial media serta melakukan <i>update</i> konten secara berkala.

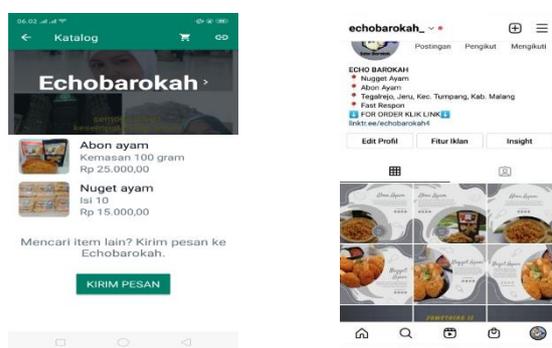
Pelatihan ini diterapkan dengan model *eksperiential learning* yaitu peserta aktif dalam pelatihan dan secara langsung terlibat pada setiap materi yang diberikan [6]. Tahap pelatihan diuraikan pada tabel 2.

Tabel 2 Tahap-tahap Pelatihan

Nomor	Nama Kegiatan
1.	Pelatihan meliputi : a. Pemasaran Online b. Membuat akun bisnis pada whatsapp, facebook dan Instagram c. Membuat konten menarik yaitu membuat deskripsi atau penjelasan produk, mengedit serta mengunggah foto dan video dari produk yang dihasilkan. d. Cara Memberikan Tanggapan kepada konsumen e. Praktek membuat konten menarik pada whatsapp, facebook dan Instagram dengan menggunakan akun bisnis

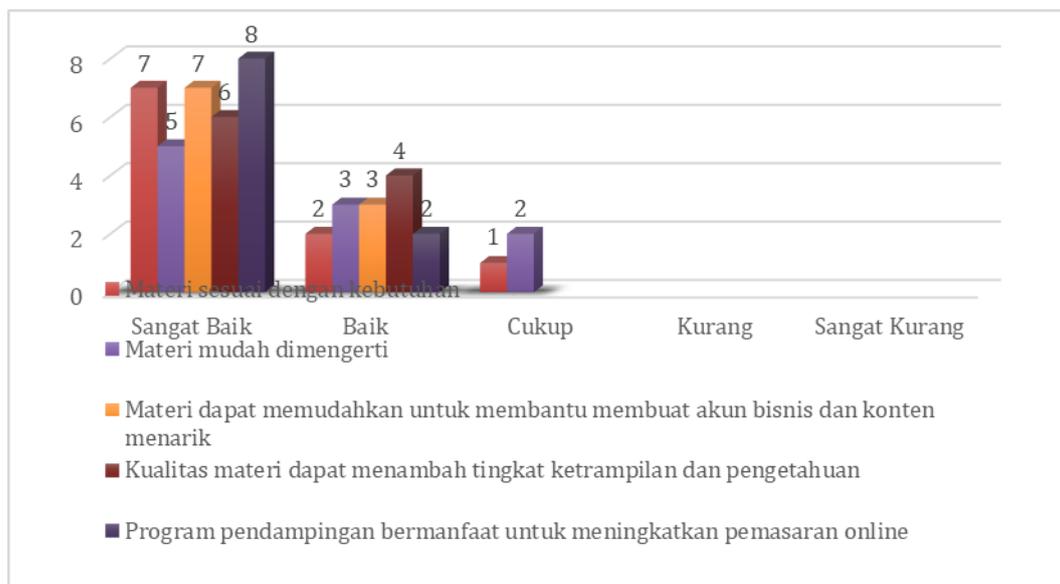
2. Pendampingan :
- a. Melibatkan mahasiswa untuk membantu dalam mengisi konten dan upload
 - b. Hasil dari pembuatan konten dipantau dan diberikan masukan oleh tim dengan tujuan konten yang sudah dibuat dilakukan perubahan tampilannya agar dapat memberikan kesan yang menarik pada calon pembeli terhadap produk yang dihasilkan.
 - c. Memberikan kesempatan untuk berkonsultasi
-

Awal pelatihan diberikan materi tentang pemasaran online. Pertemuan kedua cara untuk membuat akun bisnis, konten menarik dan memberikan penjelasan gambar. Pertemuan ketiga Praktek membuat konten menarik pada whatsapp, facebook dan instagram. Gambar 3 adalah contoh hasil praktek pelatihan.



Gambar 3 Contoh Hasil Pendampingan Akun bisnis Whatsapp dan Instagram

Pada akhir kegiatan peserta diberikan angket kuesioner untuk mengetahui tingkat pemahaman dan manfaat yang diperoleh dari pelatihan. Hasil dari angket dapat diketahui pada gambar 4.



Gambar 4 Hasil Angket Peserta Pelatihan

Diskusi

Pelatihan *digital marketing* yang dilakukan oleh Ginanjar Abdurahman dkk, 2020 mitra yang terlibat di dalam pelatihan mampu meningkatkan wawasannya yang berhubungan dengan konsep *digital marketing* dan memahami lingkungnya serta optimal dalam menggunakannya untuk komunikasi dan penjualan [7]. Pelatihan kewirausahaan bisnis online dengan memanfaatkan smartphone ditujukan untuk mengubah penggunaannya yang kurang produktif menjadi lebih produktif. Salah satu aplikasi *digital marketing* dilakukan melalui bisnis online dapat meningkatkan produktifitas dan kesejahteraan penggunanya [8]. Kegiatan Pelatihan dan pendampingan *digital marketing* bagi UMKM sangat baik dan tepat sasaran. Peserta ada peningkatan dalam pemahaman konsep dan simulasi pemasaran melalui *Facebook Ads* [9]. Pemasaran Online dapat dilakukan dengan memanfaatkan platform *Facebook* ini yang dapat membantu pelaku usaha untuk berinteraksi dengan konsumen, memperluas pasar dan mempromosikan produk usaha [10].

Pada Program Pelatihan Tim Pengabdian mendapatkan umpan balik dari kegiatan yang telah dilakukan berdasarkan hasil angket yang diperoleh tentang materi sesuai dengan kebutuhan hasilnya sangat baik. Materi yang diberikan dalam pelatihan mudah dimengerti hal ini ditunjukkan dari kuesioner sangat baik untuk dimengerti. Materi memudahkan untuk membantu membuat akun bisnis dan konten menarik sangat baik. Penilaian peserta dari kualitas materi yang

diberikan memberikan pernyataan sangat baik. Program Pendampingan yang diberikan pada UMKM sangat bermanfaat hal ini berdasarkan pada hasil penilaiannya menunjukkan bahwa 80% UMKM sangat membutuhkan pendampingan

Kesimpulan

Kegiatan pelatihan oleh Tim Pengabdian Masyarakat telah dilaksanakan, peserta bersemangat dalam mengikutinya. Hasil dari pelatihan yang telah diberikan dapat membantu peserta untuk menambah pengetahuan dan ketrampilan dalam membuat akun bisnis dan konten yang menarik. Pada kegiatan ini peserta mampu untuk mengerti dan memahami materi serta pelatihan yang telah diikutinya bermanfaat dalam menunjang promosi produknya.

Pengakuan/Acknowledgements

Terimakasih kepada Pimpinan STMIK PPKIA Pradnya Paramita dan Pelaku UMKM Kabupaten Malang yang telah memberikan kesempatan kepada Tim kami untuk berbagi ilmu agar dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan menunjang promosi.

Daftar Pustaka

- [1] Ni Nyoman Kusuma Dewi dan I Gde Ketut Warmikat, "Pengaruh Internet Marketing, Brand Awareness, Dan Wom Communication Terhadap Keputusan Pembelian Produk Spa Bali Alus," *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, vol. VI, no. 10, pp. 5580-5606, 2017.
- [2] Hadion Wijoyo, Haudi, Aris Ariyanto, Denok Sunarsi, Mada Faisal Akbar, "Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan," *IKRAITH-ABDIMAS*, vol. III, no. 3, pp. 169-175, 2020.
- [3] Rizki Wahyudi, Andi Dwi Riyanto, Berlilana, "Pelatihan Aplikasi Teknis Pengembangan Online Marketing Bagi UKM Se-Balingmascakeb," *Jurnal Pengabdian Mitra Masyarakat*, vol. I, no. 1, pp. 21-30, 2019.

- [4] Theresia Intan, Brigitta Revia dan Adjeng Erwita, "Peningkatan daya saing produsen minuman herbal melalui pembuatan konten kreatif media sosial berbasis pemasaran e-marketing," *Jurnal Komunikasi Profesional*, vol. III, no. 2, 2019.
- [5] Rahmatul Jannatin N, M. Wahyu Wardhana, RudiHaryanto, AgusPebriyanto, "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM," *Jurnal Impact : Implementation and Action*, vol. II, no. 2, 2020.
- [6] Riandhita Eri Werdani, Nurul Imani Kurniawati, Johan Bhimo Sukoco, Anafil Windriya, Dian Iskandar, "Pelatihan Pemasaran Produk Homemade Melalui Sosial Media," *PPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, vol. IV, no. 1, pp. 1-5, 2020.
- [7] Ginanjar Abdurrahman, Hardian Oktavianto, Ega Yusni Habibie, Anggar Wahyu Hadiyatullah, "Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, vol. I, no. 2, pp. 88-92, 2020.
- [8] Yuli Sudarso, Doddy Setyadi, M. Nahar, Rif'ah Dwi Astuti, Saptianing Saptianing, Rr. Ririn BU, Rustono Rustono, Erika Devie, "Pelatihan Kewirausahaan Bisnis Online Pada Pondok Pesantren Mahasiswa Muiz Pedalangan Semarang," in *novasi dan Komersialisasi Riset Terapan Berbasis Kebutuhan Masyarakat dan Industri*, Semarang, 2020.
- [9] Abdul Karim, Fadlina dan Garuda Ginting, "Pemanfaatan Digital Marketing Dengan Facebook Ads Bagi Pelaku UMKM Di Labuhanbatu," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)*, vol. II, no. 19, pp. 12-16, 2022.
- [10] J. Helianthusonfri, *Facebook Marketing*, Jakarta: PT Elex Media, 2016.