



Hasil Pelatihan Digital Marketing Pada Umkm Desa Kaliacar Gading Probolinggo

Maghfirotul Hamdiah¹, Yulida Fithriyatul Maini²

^{1,2} Universitas Islam Zainul Hasan Genggong.

* Korespondensi Penulis. Email: magfirohhamdiah@gmail.com

Abstrak

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dari waktu ke waktu mengalami perkembangan yang signifikan. Para pelaku bisnisnya pun menghasilkan berbagai jenis, produk dan jasa yang beragam. Usaha mikro, kecil dan menengah juga menjadi salah satu terobosan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat untuk mencapai kesejahteraan hidup yang memadai. Diharapkan pelaku UMKM mampu mengurangi angka pengangguran di tengah-tengah persaingan ekonomi global. Salah satu contoh keberadaan UMKM Es Puter Kaliacar diharapkan mampu menunjang perekonomian baik perorangan maupun berkelompok dengan mengikuti trend zaman agar selalu siap menghadapi persaingan global. Salah satunya dengan menerapkan teknologi informasi dan komunikasi sebagai penunjang kegiatan usahanya. Metode kegiatan ini menggunakan metode ABCD (Asset Based Communities Development) yang merupakan model pendekatan dalam pengembangan masyarakat. Pendekatan ini menekankan pada inventarisasi asset yang terdapat di dalam masyarakat yang dipandang mendukung pada kegiatan pemberdayaan masyarakat. Digital marketing adalah sebuah produk teknologi informasi dimana berupa kegiatan mempromosikan produk melalui internet. Dengan memanfaatkan digital marketing dalam menunjang kegiatan bisnis terbukti mampu meningkatkan penghasilan UMKM es puter Kaliacar dan mampu memberi inovasi yang baru bagi pembuat produk es puter Kaliacar.

Kata Kunci : UMKM, Es Puter dan Metode ABCD

Abstract

Micro, small and medium enterprises have experienced significant developments from time to time. The business people also produce various types, various products and services. Micro, small and medium enterprises are also one of the breakthroughs to improve the community's economy to achieve adequate living welfare. It is hoped that MSME actors will be able to reduce unemployment in the midst of global economic competition. One example of the existence of UMKM Es Puter Kaliacar is expected to be able to support the economy both individually and as a group by following the trend of the times so that they are always ready to face global competition. One of them is by applying information and communication technology to support its business activities. This activity method uses the ABCD (Asset Based Communities Development) method which is an approach model in community development. This approach emphasizes an inventory of assets in the community that are seen as supporting community empowerment activities. Digital marketing is an information technology product in the form of product promotion activities via the internet. Utilizing digital marketing to support business activities has proven to be able to increase the income of UMKM Kaliacar es puter and able to provide new innovations for makers of Kaliacar es puter products.

Keywords: UMKM, Es Puter and ABCD Method

PENDAHULUAN

Usaha Mikro kecil Menengah atau disingkat menggunakan UMKM mempunyai peranan penting pada pertumbuhan ekonomi dan industri suatu negara, sebab faktanya, selain sebagai asal terciptanya lapangan kerja dengan mengurangi pengangguran, donasi UMKM pada bidang usaha di semua global mencapai 80%, hal ini memberikan bahwa UMKM sangat menunjang pertumbuhan ekonomi baik pada lingkup nasional juga regional (Lin, 1998). di Indonesia khususnya Jawa Timur, jumlah UMKM mencapai 6.825.931 unit usaha, dimana 85% adalah usaha mikro, 14% artinya usaha kecil, 0.6% merupakan usaha menengah, serta hanya 0.15% berupa usaha skala besar. Sektor UMKM telah membantu pertumbuhan ekonomi pada Jawa Timur dengan menyumbang Produk Domestik Regional Bruto sebanyak 1.012 trilyun (Nurfriani, Paramu, & Utami, 2014). eksistensi UMKM dengan jumlah yang besar ini membuat UMKM dijadikan menjadi salah satu sektor usaha yg diperlukan mampu mendongkrak perekonomian seiring berkembangnya era persaingan bebas, seperti WTO, AFTA, APEC, dan AEC, dan agar selalu siap menghadapi krisis ekonomi dunia (Lubis & Junaidi, 2016). Berkaitan dengan era persaingan tersebut, maka UMKM dituntut untuk selalu mempertinggi daya saingnya agar bisa terus berjalan dan berkembang. salah satunya ialah dengan menerapkan Teknologi informasi dan Komunikasi sebagai penunjang kegiatan usahanya (Dinas Koperasi dan usaha Mikro Kabupaten Jember, 2017).

Digital marketing ialah sebuah produk teknologi informasi dimana berupa kegiatan mempromosikan produk serta atau jasa melalui media internet. Penerapan digital marketing meningkat seiring meningkatnya nomor pertumbuhan pengguna internet dan smartphone setiap tahunnya. Digital marketing ialah salah satu solusi yg tepat bagi UMKM pada mengembangkan jaringan pemasaran baik nasional juga internasional. Digital marketing memungkinkan pelanggan atau pembeli mendapatkan berita tentang suatu produk atau jasa melalui internet, sehingga memungkinkan penjual atau pemilik usaha dapat berinteraksi menggunakan calon pembeli tanpa batasan saat serta lokasi (Diansyah, Syahril, Aryanto, Arribe, & Winarso, 2017). Kementrian Koperasi serta usaha kecil Menengah menyatakan bahwa berasal 56 juta UMKM baru tiga.75 juta saja atau lebih kurang 8% yang telah memanfaatkan digital marketing dalam menunjang aktivitas bisnisnya sedangkan keterangan memberikan bahwa pemanfaatan digital marketing untuk pemasaran produk serta jasa terbukti bisa menaikkan penghasilan UMKM sampai sampai 26% (Syarizka, 2018). Manfaat digital marketing adalah dapat menghemat biaya promosi, strategi promosi menggunakan media internet memang jauh lebih murah jika dibandingkan dengan menggunakan cara konvensional seperti brosur, baliho, atau membuat iklan di radio dan televisi. Oleh sebab itu yang baru memulai bisnis dan ingin bisnis bisa cepat dikenal banyak orang, sebaiknya pilihlah strategi digital marketing untuk melakukan promosi. Digital marketing tidak hanya dapat membantu pemilik bisnis dalam menghasilkan klien. Tapi Digital marketing dapat pula menghemat nggaran iklan. Pelanggan atau customer merupakan salah satu hal penting dalam suksesnya sebuah bisnis. Oleh sebab itu, membangun kedekatan yang baik dengan pelanggan tentunya sangat penting, manfaat digital marketing yang berikutnya adalah dapat menjadi sarana penghubung yang baik dengan konsumen. (Pranoto, 2019).

Es puter kaliacar mempunyai lokasi di Rt 06 RW 08 pada desa kaliacar kecamatan gading ialah salah satu UMKM yang berkecimpung di jasa Minuman dan mulai di dirikan pada tahun 2008- 2012. tetapi sempat mengalami kebangkrutan serta memulai kembali pada bulan Oktober tahun 2014- sekarang. Es puter kaliacar ini artinya minuman khas Zaman dulu namun masih berkembang di desa kaliacar ini. Es puter kaliacar ini Terbuat dari santan kelapa yang di olah dengan Air gula, tepung tapioka dan susu. Berdiri nya UMKM es puter ini sudah lumayan lama maka jumlah karyawan dan omsetnya lumayan banyak. Karyawan di dapur 2 karyawan 2, serta pedagang keliling 10 orang. Omset rata2 per bulan kurang lebih 6.000.000.

Es puter kaliacar di pilih menjadi mitra pada Pkm ini sebab mitra masih minim pada memanfaatkan teknologi gosip menjadi penunjang operasional bisnis nya, yaitu hanya memanfaatkan tenaga kerja manusia atau mampu di sebut dagang keliling. aktivitas pemasaran selama ini di lakukan mitra menggunakan berdagang ke berbagai wilayah seperti krejengan, tiris, krucil dan sekitarnya. Selain dijual pada pinggir jalan, es ini mudah dijumpai karena pedagangnya tak jarang kali berjualan menggunakan cara berkeliling sambil membunyikan gong kecil. Inilah yang membuatnya mempunyai nama julukan lain, yakni es dung-dung atau es tung-tung. sebab, waktu gong kecil tersebut dibunyikan akan terdengar bunyi seperti tung atau dung.

Salah satu bahan pembuatan es krim yg sulit didapat oleh masyarakat Indonesia. Harganya terbilang mahal ialah susu. Susu ini yg akan digantikan menggunakan santan. Santan sangat praktis didapat dan harganya pula murah meriah sehingga mampu dijangkau oleh warga Indonesia yang ingin menghasilkan es krim ala Indonesia. Es krim ala Indonesia ini lebih dikenal dengan nama es puter. Es puter taruk pada sebuah wadah tabung, lalu saat ada pembeli, penjual merogoh es puter sembari di putar. Inilah yg membuat makanan ini akhirnya dinamakan dengan es puter.

Pada gerobak es puter ini, pemilik UMKM ini mencantumkan nomer whatsapp yang mana es puter ini dapat di pesan buat acara nikahan, Lamaran, Ulang tahun dll. Kelemahan dari penggunaan whatsapp menjadi media promosi ialah keterbatasan segmen yg ingin di jangkau. Justifikasi pengusul beserta mitra tentang permasalahan dalam program kemitraan warga stimulus kali ini merupakan:

1. Masih kurangnya wawasan mitra terutama tentang konsep digital marketing, Dimana lingkup digital marketing tidak hanya di kajian promosi serta pemasaran saja, tetapi pula mencakup pada penggunaan serta optimalisasi media internet pada proses komunikasi dan penjualan.

2. Masih terbatasnya produk teknologi informasi yang pada gunakan, sedangkan waktu ini terdapat banyak produk teknologi yang bisa dipergunakan menjadi penunjang kegiatan promosi dan pemasaran, dimana tidak hanya terbatas pada pemanfaatan media sosial saja.

Adapun Solusi berdasarkan permasalahan mitra yang ada, diajukan solusi sebagai berikut:

1. memberikan tambahan wawasan kepada mitra perihal konsep digital marketing serta produk – produk teknologi yg bisa digunakan menjadi penunjang aktivitas promosi serta pemasaran.

2. memberikan pembinaan tentang penggunaan dan optimalisasi media internet dalam proses komunikasi dan penjualan program Kemitraan masyarakat ini diharapkan bisa menyampaikan donasi di penyelesaian informasi – isu strategis tadi, khususnya pada info angka 2 yaitu “rendahnya daya saing koperasi serta UMKM dalam hal akses bahan standar, pemasaran, penguasaan teknologi, dan sumber daya manusia”.

METODE

Metode yang digunakan pada penelitian ini, menggunakan metode *Asset-based Community Development* (ABCD) yang bertujuan untuk menggunakan metode Aset Based Community Development karena harapannya adalah mewujudkan sebuah tatanan kehidupan sosial di mana masyarakat menjadi pelaku dan penentu dalam mengupayakan pengembangan di lingkungannya atau di sebut dengan *Community Driven Development*. Aset Based Community Development sebagai pendekatan yang tepat karena berorientasi pengabdian kepada masyarakat supaya para pengabdian akan mendapatkan pembelajaran mengingat betapa pentingnya kehidupan ini supaya berubah menjadi lebih baik. Dalam pendekatan ABCD mempunyai prinsip yang mengarah pada konteks pemahaman aset, potensi, dan kekuatan secara mandiri serta maksimal dalam mengabdikan kepada masyarakat. Pendekatan ABCD terdiri atas lima metode salah satunya *Appreciative Inquiry*. *Appreciative Inquiry* adalah cara untuk

melakukan perubahan organisasi berdasarkan asumsi untuk memiliki sesuatu yang menjadikan organisasi lebih hidup, efektif dan sesuai tujuan yang telah di rencanakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Es Puter Kaliacar yang beralamat di Dusun Krajan RT.06 RW.08 Desa Kaliacar Kecamatan Gading berjalan dengan lancar. Berikut ini adalah hasil-hasil yang telah diperoleh pada kegiatan pengabdian tersebut.

a. Kegiatan Sosialisasi Digital Marketing

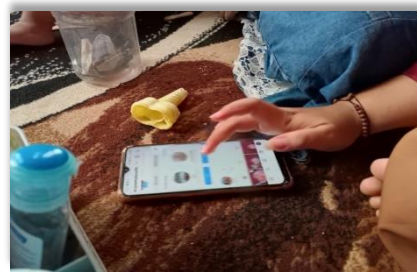
Pada kegiatan ini, peserta diharapkan mempunyai pengetahuan tentang konsep digital marketing. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Jum'at, tanggal 10 Maret 2023 dimulai dari jam 08.30 sampai jam 10.30 di tempat pemilik Es Puter Kaliacar. Pemilik Es Puter mengikuti kegiatan dengan antusias, hal ini dapat dilihat dari pemilik es puter yang menyimak contoh yang diberikan dan penjelasan yang di paparkan dengan baik. Pemilik es puter juga melanjutkan berdiskusi dan mempraktekkan dengan pemateri setelah memaparkan contoh dan penjelasan. Sehingga dapat diindikasikan bahwa pemilik es puter Kaliacar menyambut positif kegiatan sosialisasi pengabdian kepada masyarakat.

b. Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing

Pada kegiatan ini, pemilik diharapkan mempunyai keterampilan penggunaan dan optimalisasi produk teknologi informasi. Kegiatan yang dilaksanakan pada kegiatan ini yaitu pelatihan penggunaan produk teknologi informasi, praktek pembuatan akun, dan praktek pembuatan konten digital. Kegiatan pelatihan dan pendampingan digital marketing dilaksanakan pada hari Jumat, tanggal 10 Maret 2023 dimulai dari jam 08.30 – 10.30. Kegiatan dilaksanakan dengan metode ekspositori (ceramah) dikombinasikan dengan diskusi jika ada hal-hal yang perlu ditanyakan oleh pemilik es puter. Selama kegiatan pelatihan dan pendampingan, pemilik es puter beberapa kali mengajukan pertanyaan terkait teknis pembuatan akun dan konten digital, hal ini mengindikasikan rasa ingin tau pemilik es puter Kaliacar tinggi dan minat dalam mengikuti pelatihan pemilik es puter Kaliacar sangat baik.



gambar 1



gambar 2

SIMPULAN

Es puter adalah minuman yang berbahan dasar santan kelapa. tahapan pembuatan es puter pada prinsipnya sama dengan es krim hanya saja ada perbedaan alat yang digunakan dalam tahap pembekuan es puter yakni masih menggunakan cara yang manual dan proses pengolahan es puter harus diterapkan oleh produsen agar olahan pangan yang dihasilkan kualitasnya terjaga.

dalam pelatihan digital marketing ini penjual dapat lebih mudah mempromosikannya hanya dengan menggunakan handphone saja. dengan menggunakan teknik promosi instagram ini akan memudahkan masyarakat mengetahui es puter ini. Dalam pelatihan digital marketing pada es puter ini menggunakan metode yaitu abcd atau aset based community development yang bertujuan untuk menggunakan metode aset based community karena harapannya adalah

mewujudkan sebuah tatanan kehidupan sosial dimana masyarakat menjadi pelaku dan penentu dalam mengupayakan pengembangan di lingkungannya atau disebut dengan community driven development. UKM es puter kaliajar merupakan UKM yang bergerak pada bidang minuman khususnya es puter es puter kaliacar adalah UKM yang memproduksi dan menjual es Putri yang berada di dusun Krajan RT 6 RW 8 desa kaliacar kecamatan Gading kabupaten Probolinggo.

DAFTAR PUSTAKA

- Diansyah, R., Syahril, Aryanto, Arribe, E., & Winarso, D. (2017). PENGUATAN UMKM MELALUI PELATIHAN BLOG. Jurnal Pengabdian Untuk Mu negeRI. Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jember. (2017). Perubahan Rencana Strategis Tahun 2016-2021. Jember: Pemerintah Kabupaten Jember.
- Lin, C. Y.-Y. (1998). Success Factors of Small- and Medium-Sized Enterprises in Taiwan An Analysis of Cases. Journal of Small Business Management, XXXVI, 43-56.
- Lubis, T. A., & Junaidi. (2016). Pemanfaatan Teknologi Informasi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Jambi. Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah, 163-174.
- Nurfriani, V., Paramu, H., & Utami, E. S. (2014). Analisis Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Dengan dan Tanpa Pinjaman Di Kabupaten Jember. Jember, Jawa Timur, Indonesia.
- Syarizka, D. (2018, February 28). bisnis.com. Diambil kembali dari ekonomi.bisnis.com:<https://ekonomi.bisnis.com/read/20180228/12/744047/pemerintah-targetkan-6-jutaumkm-go-digital-tahun-ini>
- G Farell, T Thamrin, I Novid - Suluah Bendang. 2019. Pelatihan pemanfaatan digital marketing dalam pengembangan pemasaran dan kewirausahaan UKM pada Kota Sawahlunto. Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat, 19 (1)
- E Efendi, ND Ati, ES Zulmida, CN Chofifah, FA Astuti. 2021. Pentingnya Digital Marketing dalam Memajukan UMKM di Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat, 2 (3)
- M Rizal, AN Laila, N Ali, N Rohmah, MHN Maula. 2021. Sosialisasi Digital Marketing bagi Pelaku UMKM di Desa. Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat, 2 (4)