

## Pelatihan Strategi Digital Marketing Terhadap UMKM Desa Lerep Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang

Sutrisno<sup>1</sup>, Rifki Hermana<sup>2</sup>, Aan Burhanudin<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Universitas PGRI Semarang

email: [sutrisno@upgris.ac.id](mailto:sutrisno@upgris.ac.id)<sup>1</sup>, [rifkiabuhafidz@gmail.com](mailto:rifkiabuhafidz@gmail.com)<sup>2</sup>, [aanburhanudin@upgris.ac.id](mailto:aanburhanudin@upgris.ac.id)<sup>3</sup>

### Info Artikel :

Diterima :  
4 Maret 2023  
Disetujui :  
20 Maret 2023  
Dipublikasikan :  
29 Maret 2023

### ABSTRAK

Tujuan kegiatan PkM ini agar memberikan keberadaan UMKM mampu mendorong perekonomian seiring berkembangnya era persaingan bebas, seperti WTO, AFTA, APEC, dan AEC, dan agar selalu siap menghadapi krisis ekonomi global. Berkaitan dengan era persaingan tersebut, maka UMKM dituntut untuk selalu meningkatkan daya saingnya agar dapat terus berjalan dan berkembang. Metode kegiatan Pk Mini menggunakan metode sosialisasi. Salah satunya adalah dengan menerapkan Teknologi Informasi dan Komunikasi sebagai penunjang kegiatan usahanya. Digital marketing adalah sebuah produk teknologi informasi dimana berupa kegiatan mempromosikan produk dan atau jasa melalui media internet. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah menyatakan bahwa dari 58 juta UMKM baru 3.78 juta saja atau sekitar 8% yang sudah memanfaatkan digital marketing dalam menunjang kegiatan bisnisnya sedangkan fakta menunjukkan bahwa pemanfaatan digital marketing untuk pemasaran produk dan jasa terbukti mampu meningkatkan penghasilan UMKM hingga sampai 26% (bisnis.com)

**Kata kunci:** UMKM, teknologi informasi, digital marketing

### ABSTRACT

*The existence of UMKM is expected to be able to boost the economy along with the development of free competition era, such as WTO, AFTA, APEC, and AEC, and to always be ready to face the global economic crisis. In connection with the era of competition, the SMEs are demanded to always improve their competitiveness to continue running and developing. One of them is by applying Information and Communication Technology to support its business activities. Digital marketing is an information technology product in the form of activities promoting products and or services through internet media. The Ministry of Cooperatives and Small and Medium Enterprises stated that out of 58 million new MSMEs only 3.78 million or around 8% had used digital marketing to support their business activities while the facts showed that the use of digital marketing for marketing products and services was proven to be able to increase MSME income by up to 26% (bisnis.com)*

**Keywords:** UMKM, information technology, digital marketing



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Sabajaya Publisher. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi Creative Commons Attribution NonCommercial 4.0 International License. (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

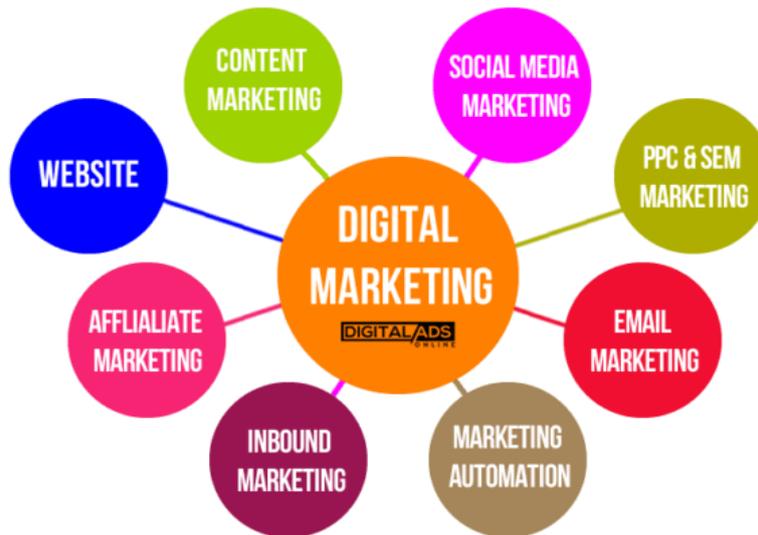
## PENDAHULUAN

Digitalisasi saat ini sudah merupakan keharusan, termasuk didalamnya aspek pemasaran. Beralih digital itu juga harus disertai jiwa kewirausahaan yang terus meningkatkan kapasitasnya, cerdas, dan cermat dalam memilih produk yang akan dipasarkan serta jangan cepat berpuas diri.

Sekretaris Kementerian Koperasi dan UKM Sutrisno menandatangani hal itu dalam pengarahannya pada Pelatihan Usaha Mikro Berbasis Kompetensi di Bidang Digital Marketing di Semarang, Sabtu (9/4/2022).

“Pelatihan *digital marketing* menjadi alternatif pilihan yang tepat dalam rangka menjembatani pelaku UMKM khususnya usaha mikro. Yang pada masa pandemi mengalami kesulitan dalam pemasaran secara langsung (*offline*) sehingga diperlukan strategi pemasaran secara *online* melalui digitalisasi pemasaran.” Kata SesKemenKopUKM, dalam pelatihan yang diikuti anak-anak muda yang merupakan pelaku usaha mikro se-Semarang.

Turut hadir dalam pelatihan tersebut, Sekretaris Kadinis Koperasi dan UKM Semarang, Kabiro Komunikasi dan Teknologi dan Informasi (KTI). Serta KemenKop UKM Asdep Pengembangan Kapasitas Usaha Mikro, Deputi Usaha Mikro KemenKop UKM dan puluhan pelaku usaha dari beragam produk mulai dari kuliner, fashion, ekonomi kreatif, agribisnis, dan kerajinan.



**Gambar 1.** Bidang Digital Marketing

“Saya kagum pada para peserta pelatihan, karena di usia yang masih sangat muda, sudah mulai menciptakan lapangan pekerjaan. Ini sungguh hal yang baik, dan kami dari generasi yang lebih senior wajib memberikan pendampingan dan informasi agar usaha saudara bisa naik kelas.” kata Arif R Rahman. “Tentu ini harapan kita semua, pelaku usaha yang awalnya mikro, bisa tumbuh jadi usaha kecil, lalu menengah dan besar. Banyak pelaku yang awalnya dari kecil mikro berkembang seperti Bob Sadino,” kata Sutrisno memaparkan menjadi wirausaha sukses, memerlukan adanya sikap semangat dan pantang menyerah. Kedua, ilmu pengetahuan juga harus bertambah karena tantangan akan terus bertambah seiring perkembangan jaman. Lebih jauh Sutrisno menguraikan, pemerintah terus memberikan dukungan kepada UMKM dan bertumbuhnya wirausaha. Dalam e-katalog LKPP, pemerintah mengalokasikan 40 persen belanja pemerintah untuk UMKM. “Syarat bagi UMKM juga diperlonggar dengan tidak wajib bersertifikat SNI. Hal ini karena penyerapan UMKM atas belanja pemerintah di 2021 yang Rp 370 triliun itu masih rendah, baru 30 persen,” kata Sutrisno.

Lebih lanjut Sutrisno memaparkan, Indonesia saat ini mulai memasuki era bonus demografi. Dimana pertumbuhan penduduk usia kerja semakin meningkat seiring dengan laju pertumbuhan penduduk. Berdasarkan data (BPS, 2020), jumlah penduduk Indonesia sebanyak 270,20 juta jiwa. Dan dari jumlah tersebut sebanyak 140,22 juta orang merupakan usia produktif/angkatan kerja. Dari data tersebut, jika diklasifikasikan menurut kriteria pelaku usaha, sebagian besar merupakan pelaku usaha mikro yang mencapai 64,60 juta unit atau 98,67% dari total pelaku usaha nasional.



**Gambar 2.** Benefit of digital marketing  
Sumber: Windzoon

“Berbagai permasalahan internal yang dihadapi selama ini seperti SDM, kelembagaan usaha, produksi, pemasaran, pembiayaan, teknologi, jaringan kerja sama usaha, dan sebagainya. Secara eksternal, dihadapkan pada tantangan persaingan yang semakin terbuka dan kompetitif baik didalam dan luar negeri,” kata Arif. Atas kondisi tersebut, perlu upaya pemberdayaan KUMKM. Khususnya usaha mikro untuk ditingkatkan kapasitasnya melalui pelatihan berbasis kompetensi. Pelatihan SDM usaha mikro berbasis kompetensi telah diamanatkan dalam Permenkop dan UKM Nomor 18/Per/M.KUKM/IX/2015 Tentang Pedoman Pendidikan dan Pelatihan Bagi Sumber Daya Manusia Koperasi, Pengusaha Mikro, Kecil dan Menengah. Selain itu, pelaksanaan kegiatan pelatihan berbasis kompetensi perlu terus diimplementasikan dan dikembangkan berdasarkan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI). Baik SKKNI yang ada pada Kementerian Koperasi dan UKM maupun mengadopsi SKKNI Kementerian/Lembaga lainnya baik melalui uji dan non uji.

### **Tiga Agenda Pemulihan dari KemenKopUKM**

Dalam era globalisasi, persaingan di pasar bebas dan masuk pada era revolusi industri 4.0, serta prediksi bonus demografi/pertumbuhan penduduk Indonesia ditingkat usia produktif. Maka perlu dioptimalkan sebesar-besarnya potensi sumber daya yang ada. Sehingga memberikan manfaat terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan peningkatan pendapatan, dan kesejahteraan masyarakat. Untuk itu, KemenKopUKM melakukan tiga agenda pemulihan transformatif, yaitu 70% program KemenKopUKM akan menysasar langsung kepada pelaku UMKM dan koperasi, anak muda, perempuan, dan fokus untuk mendukung pengembangan usaha ramah lingkungan. Selain itu, KemenKopUKM juga mendorong pembiayaan UMKM dan koperasi bergeser dari sektor perdagangan ke sektor riil. Dan juga meningkatkan UMKM masuk ke ekosistem digital sebesar 30 juta UMKM ditargetkan *go digital*. “Dengan demikian pelatihan *digital marketing* yang dilaksanakan di Kota Bandung ini menjadi bagian dari upaya mencapai target UMKM *go digital*. Semoga pelatihan ini dapat memberikan manfaat dan berkontribusi dalam meningkatkan produktivitas dan nilai tambah bagi kesejahteraan UMKM khususnya di Jabar,” harap Arif R Hakim. [Sumber : Siaran Pers KemenKopUKM]

“Tujuan Pengabdian masyarakat ini adalah bermaksud memberikan ketrampilan melalui pelatihan digital marketing. Penggunaan strategi digital marketing akan merubah perilaku pemasaran dari konvensional ke digital sehingga memberi penguatan bagi para pelaku dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif ini,” kata Sugiyah dalam rilis yang diterima, Selasa (20/9).

## **METODE PENELITIAN**

Metode pelaksanaan yang digunakan yaitu kualitatif. Data yang dibutuhkan didapatkan dari kegiatan survei pemilihan UMKM Desa Lerep Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang, sosialisasi, praktek dan diskusi dengan salah satu warga Desa Lerep yang terpilih sebagai sasaran untuk melakukan pelatihan UMKM. Hasil dari survei menjadi data penting untuk melakukan kegiatan yang tepat dalam masyarakat..

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kinclong Laundry yang beralamat di RT.02 RW.26 Kelurahan Tegal Besar Kecamatan Kaliwates 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, yakni konsep digital marketing dan konsep e-commerce. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari selasa, tanggal 14 april 2022 dimulai dari jam 09.00 sampai jam 10.00 dihadiri oleh 20 peserta.

Peserta mengikuti kegiatan dengan antusias, hal ini dapat dilihat dari peserta yang menyimak penjelasan dengan baik. Peserta juga melanjutkan berdiskusi dengan pemateri setelah acara selesai. Sehingga dapat diindikasikan bahwa peserta sosialisai menyambut positif kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

### **b. Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing**

Pada kegiatan ini, peserta diharapkan mempunyai keterampilan penggunaan dan optimalisasi produk teknologi informasi. Kegiatan yang dilaksanakan pada kegiatan ini yaitu pelatihan penggunaan produk teknologi informasi, praktek pembuatan blog, dan praktek pembuatan konten digital. Kegiatan pelatihan dna pendampingan digital marketing dilaksanakan pada hari rabu, tanggal 15 april 2022 dimulai dari jam 09.00 – 13.00. Kegiatan dilaksanakan dengan metode ekspositori (ceramah) dikombinasikan dengan diskusi jika ada hal-hal yang perlu ditanyakan oleh peserta. Selama kegiatan pelatihan dan pendampingan, peserta beberapa kali mengajukan pertanyaan terkait teknis pembuatan blog dan konten digital, hal ini mengindikasikan rasa ingin tau peserta tinggi dan minat dalam mengikuti pelatihan peserta sangat baik. Adapun dokumentasi kegiatan disajikan pada gambar-gambar berikut ini:



**Gambar 3** Pertemuan dalam rangka pelatihan UMKM



**Gambar 4.** Tempat pemasaran hasil UMKM



**Gambar 5.** Bentuk Jajanan Tradisional



**Gambar 6.** Ketua Tim PKM

## KESIMPULAN

1. Wawasan mitra tentang konsep digital marketing semakin luas, mitra menjadi paham bahwa lingkup digital marketing tidak hanya pada kajian promosi dan pemasaran saja, tetapi juga mencakup pada penggunaan dan optimalisasi media internet dalam proses komunikasi dan penjualan.
2. Mitra dapat menggunakan beberapa teknologi informasi, sebagai penunjang kegiatan promosi dan pemasaran selain pemanfaatan media sosial saja

#### **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>