
**PELATIHAN DIGITAL MARKETING PRODUK LOKAL
DI DESA HARJOSARI KIDUL KAB. TEGAL**

Sri Lestari¹, Yuli Nurasi², Muhammad Nursyams Hilmi³, Sonhaji⁴

Program Study Teknik Informatika, Teknik Mesin Politeknik Purbaya Tegal

1srilestarislw18@gmail.com, 2yulinura2207@gmail.com, 3nursyams.hilmi@gmail.com, 4sonhaji98@gmail.com

ABSTRACT

The development of industry 4.0 and digital transformation are currently main of keys for the movement of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Indonesia. However, they are still three complicated barriers, those are the lack of digital literacy for marketing, required business capital and difficulties in logistics distribution. The market opportunities in the digital system look more open and will generate many benefits that will be obtained if only smart MSMEs transform to take advantage of the digitalization trend. The market of digital would not only helps MSMEs increase sales, but also helps them to build brands, increase visibility, and build better of relationships with customers. Apart from having a good understanding of digital marketing, MSMEs can also take advantage of the Business Model Canvas (BMC) tool to provide an overview of the businesses that will be carried out by MSMEs.

Keywords : *MSMEs, Digital Marketing, BMC*

ABSTRAK

Perkembangan industri 4.0 dan transformasi digital saat ini menjadi kunci utama bergeraknya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. Namun mereka masih menghadapi tiga persoalan pelik yakni minimnya literasi digital untuk pemasaran, perlunya modal usaha dan kesulitan dalam distribusi logistik. Peluang pasar di era digital terlihat semakin terbuka dan akan menghasilkan banyak keuntungan yang akan diperoleh jika saja UMKM cerdas bertransformasi memanfaatkan tren digitalisasi. Digital marketing tidak hanya membantu UMKM meningkatkan penjualan, tetapi juga membantu mereka membangun merek, meningkatkan visibilitas, dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. Selain memiliki pemahaman digital marketing yang baik, UMKM juga dapat memanfaatkan tool Business Model Canvas untuk memberikan gambaran terkait usaha yang akan dan yang sedang dijalankan oleh UMKM.

Kata Kunci: *UMKM, Digital Marketing, BMC*

I. PENDAHULUAN

Peranan dan kontribusi kaum perempuan kini menjadi faktor penting dalam menghadapi berbagai tantangan dan kesulitan, upaya pemulihan, reformasi, serta transformasi ekonomi. Maka, sangat penting untuk memberikan kesempatan yang setara kepada perempuan untuk berkontribusi lewat kegiatan perekonomian. Di Indonesia,

peranan perempuan dalam perekonomian semakin hari makin signifikan. Pada sektor Usaha Menengah, Kecil, dan Mikro (UMKM), 53,76% pelakunya perempuan dan 97% pekerjanya pun perempuan. Sementara itu, kontribusi UMKM dalam perekonomian nasional ialah 61%. Pada bidang investasi, kontribusi perempuan 60% (Indonesia.go.id, 2021).

Perkembangan teknologi digital saat ini menjadi kunci utama bergeraknya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. Namun mereka masih menghadapi tiga persoalan pelik yakni minimnya literasi digital untuk pemasaran, perlunya modal usaha dan kesulitan dalam distribusi logistik. peluang pasar di era digital terlihat semakin terbuka dan akan menghasilkan banyak keuntungan yang akan diperoleh jika saja UMKM cerdas bertransformasi memanfaatkan tren digitalisasi.

Pelaku bisnis khususnya UMKM sebaiknya mulai menyiapkan masa depan dengan investasi pada pengembangan keahlian digital serta responsif terhadap industri, bisnis dan perkembangan teknologi (tribunnews.com, 2023). Seperti yang telah disebutkan di atas, salah satu tantangan digitalisais UMKM di Indonesia adalah rendahnya tingkat literasi digital, literasi keuangan, dan literasi keuangandigital. Walaupun hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang digelar OJK di tahun 2022 menunjukkan peningkatan, tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia masih di angka 49,68 persen. Hasil survei tersebut juga menunjukkan bahwa indeks literasi di wilayah pedesaan masih di belakang indeks wilayah perkotaan, dengan angka 48,43 persen dibandingkan wilayah perkotaan di angka 50,52 persen.

Desa Harjosari Kidul, dengan jumlah penduduk 11.299 jiwa, terdiri dari jumlah laki-laki 58.58 jiwa dan jumlah perempuan 5.441 jiwa (data tahun 2021). Berdasarkan survey lapangan, diketahui hampir sebagian besar ibu rumah tangga di desa Harjosari Kidul menjadi pelaku UMKM baik di bidang jasa maupun produksi. Beberapa UMKM bahkan telah berhasil melakukan penjualan hingga ke luar pulau jawa. Temuan lain dari hasil survey menunjukkan bahwa dalam menjalankan usahanya, UMKM yang dilakukan oleh ibu rumah tangga di desa Harjosari Kidul belum memanfaatkan teknologi secara maksimal. Sebagai gambaran, pada saat menentukan usaha apa yang akandijalankan atau produk apa yang akan dijual, hanya sebatas pada melihat peluang yang adadisekitar tempat tinggal, tanpa melakukan survey lebih mendalam. Sedangkan untuk usaha yang telah berjalan,

teknologi yang dimanfaatkan baru sebatas pada menggunakan media sosial (seperti *facebook* dan *whatsapp*) sebagai sarana berjualan. Fitur-fitur teknologi lainnya (seperti memunculkan lokasi usaha di *Google Maps*) belum dimanfaatkan secara maksimal.

II. TARGET DAN LUARAN

Dengan diadakannya Pelatihan Digital Marketing Produk Lokal di desa Harjosari Kidul dengan materi penyusunan rencana usaha menggunakan Business Model Canvas (BMC) dan bagaimana memunculkan usaha dengan memanfaatkan google maps serta memunculkan produk usaha dengan memanfaatkan mesin pencarian google, maka diharapkan :

1. Peserta pelatihan sebagian besar adalah ibu rumah tangga pelaku UMKM melalui tool BMC ; mendapatkan tambahan pengetahuan yang lebih baik dalam menjalankan usaha, salah satunya mampu melihat gambaran usaha yang sedang dijalankan secara umum namun lengkap dan detail apa saja elemen-elemen kunci (9 elemen kunci BMC) yang terkait dengan usaha mereka.
2. Peserta pelatihan mampu mengevaluasi satu demi satu elemen-elemen kunci BMC sehingga lebih mudah menganalisis apa yang kurang tepat dan pada akhirnya dapat mengambil Langkah untuk mencapai tujuan usahanya.
3. Peserta pelatihan mampu memunculkan lokasi usaha di Google Maps dengan mendaftarkan bisnis di Google Bisnisku, sehingga lokasi usaha akan secara otomatis muncul di Google Maps dan akan memudahkan pelanggan yang ingin datang.
4. Peserta Pelatihan belajar memunculkan nama produk di Mesin Pencarian Google.
5. Peserta pelatihan dapat memanfaatkan fitur Review dari Pelanggan yang ada di Google Bisnisku..
6. Publikasi Jurnal berupa artikel tentang Pelatihan Digital Marketing Produk Lokal di Desa Harjosari Kidul, Kab. Tegal

III. METODE PELAKSANAAN

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Harjosari Kidul, Kabupaten Tegal dengan jumlah peserta yang hadir sebanyak 37 orang.



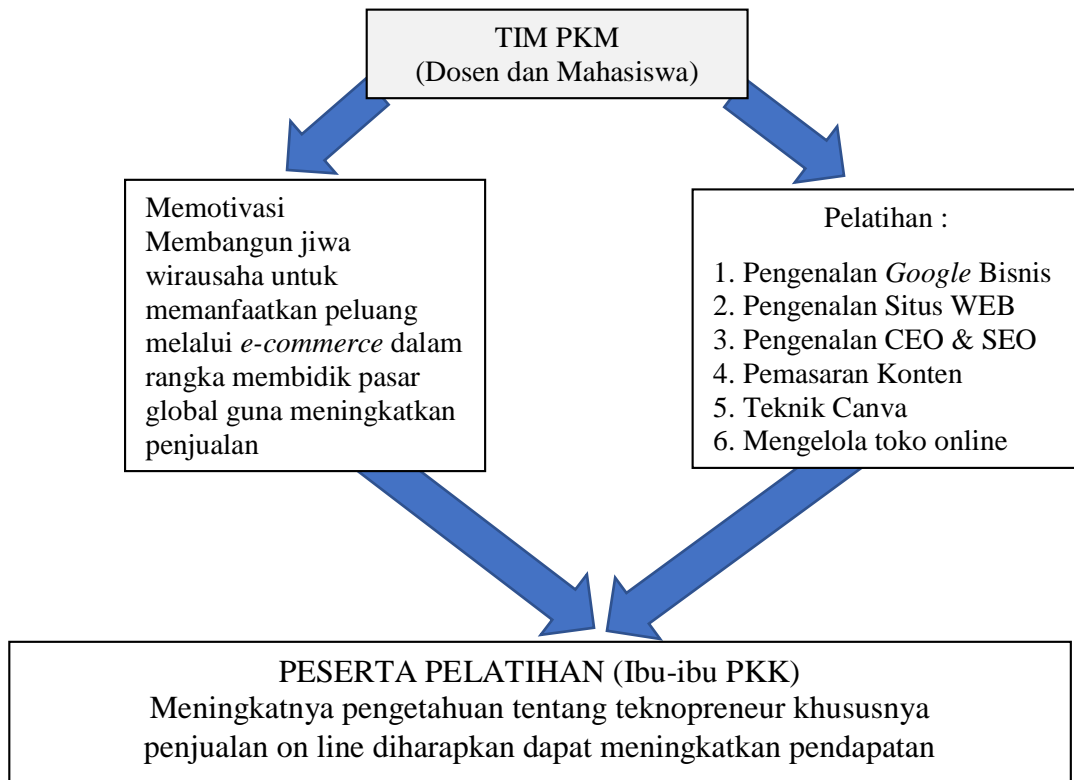
Gambar 1. Peserta Pelatihan Digital Marketing Produk Lokal di Desa Harjosari Kidul Kegiatan Pengabdian ini beranggotakan Dosen dan dibantu oleh beberapa mahasiswa.



Gambar 2: Penyampaian materi dan tanya jawab

Adapun metode yang digunakan adalah :

1. Pemberian materi
2. Melakukan praktik sesuai dengan materi yang diberikan
3. Tanya jawab dan diskusi



Gambar 3. Alur Kegiatan PKM



Gambar 4. Praktik *Google Map* dipandu oleh Mahasiswa

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada tanggal 16 Maret 2023 bertempat di Desa Harjosari Kidul, Kab. Tegal mendapatkan capaian hasil sebagai berikut :

1. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema “Pelatihan Digital Marketing Produk Lokal “ di Desa Harjosari Kidul, Kabupaten Tegal yang dilaksanakan pada tanggal 16 Maret 2023, di dukung oleh LPPM Politeknik Purbaya, Kepala Desa Harjosari Kidul Ibu Sunitah dan Jajarannya, Pengurus PKK Desa Harjosari Kidul. Bentuk kegiatan berupa pemberian informasi kepada ibu rumah tangga pelaku UMKM di desa Harjosari Kidul dalam bentuk ceramah, tanya jawab dan diskusi.

2. Capaian Hasil

Peserta pelatihan yang ikut dalam kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema Pelatihan Digital Marketing Produk Lokal di Desa Harjosari Kidul, Kabupaten Tegal mampu :

- a. Memahami Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas dan mempraktikannya.
- b. Memahami Digital Marketing untuk UMKM Produk Lokal

3. Analisa Terhadap Capaian Hasil

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari kegiatan ini, diperoleh kesimpulan bahwa peserta pelatihan mendapatkan tambahan ilmu dan pemahaman yang baik terkait literasi digital terutama untuk pemasaran produk/jasa. Indikator ini dilihat dari respon positif yang ditunjukkan selama sesi kegiatan berlangsung serta banyaknya peserta yang antusias memberikan pertanyaan kepada pemateri. Indikator lainnya adalah sebagian besar peserta berhasil melakukan praktik sesuai materi yang disampaikan.

V. SIMPULAN

Dari hasil Pelatihan Digital Marketing Produk Lokal di Desa Harjosari Kidul dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Peserta aktif mengikuti pelatihan yang diberikan oleh pemateri karena tema yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan para peserta yang sebagian besar adalah pelaku UMKM.
2. Peserta aktif melakukan diskusi dan tanya jawab pada saat materi disampaikan dan di akhir sesi pelatihan.
3. Peserta pelatihan berkomitmen akan memanfaatkan ilmu yang diperoleh selama

pelatihan dengan harapan ilmu yang diperoleh dapat meningkatkan usaha/ bisnis yang saat ini telah dijalankan oleh peserta.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan Syukur alhamdulillah, atas dulungan dari berbagai pihak sehingga kami dapat melaksanakan pengabdian masyarakat dengan judul “Pelatihan Digital Marketing Produk Lokal di Desa Harjosari Kidul, Kabupaten Tegal.

Pengabdian masyarakat ini disusun sebagai kegiatan pada tri dharma perguruan tinggi di Politeknik Purbaya Tegal. Tak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Direktur Politeknik Purbaya Tegal
2. Kepala Desa Harjosari Kidul
3. Ketua LPPM Politeknik Purbaya Tegal
4. Dosen Program Studi Informatika dan Teknik Mesin atas kerjasamanya
5. Para peserta Pelatihan dalam hal ini ibu-ibu PKK Desa Harjosari Kidul

Kami menyadari bahwa dalam menyusun laporan pengabdian ini masih belum sempurna, kami mohon dan berharap dapat saran dan kritik untuk kesempurnaan pada pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Indonesia.go.id - Kontribusi Ekonomi Kaum Perempuan untuk Negeri
- UMKM Indonesia Masih Hadapi Kendala Rendahnya Literasi Digital - TribunNews.com
- Rendahnya Tingkat Literasi Digital Jadi Tantangan Digitalisasi UMKM - Gaya Tempo.co
- Profil Desa Harjosari Kidul 2023 Kecamatan Adiwerna Kabupaten Tegal (slawiayu.com)
- 7 Manfaat Penggunaan Google Bisnisku dalam Mengoptimalkan Strategi Pemasaran BINUS UNIVERSITY BANDUNG - Kampus Teknologi Kreatif
- Teknokreatipreneur.com: Menerapkan Business Model Canvas untuk UMKM
- Betabisnis.com : Digital Marketing untuk UMKM