

PELATIHAN DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM DI DESA OMBU-OMBU JAYA

Catur Wulandari¹, La Ode Zainudin², Debi La Husen³, Muhdir⁴, Lilis Alfiani⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Muslim Buton

caturwulandari892@gmail.com

Abstract: *The purpose of the digital marketing training program in Ombu-ombu Jaya Village is to enable local business actors to leverage digital technology to enhance the competitiveness of their products and increase the sales of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs)... Online marketing is a critical component of business success in the current digital era, particularly for SMEs that frequently encounter resource constraints. This training encompasses a variety of strategic materials, including an introduction to digital platforms (including social media, marketplaces, and websites), strategies for developing engaging content, the utilization of analytical tools to comprehend the market, and search optimization (SEO) strategies to enhance product visibility online. Additionally, training will be provided to participants on the effective utilization of paid advertisements within a restricted budget. The training program is structured around interactive methods, which include direct practice, local case studies, and intensive mentoring. It is anticipated that the skills they have acquired will be put to use by MSME actors in Ombu-ombu Jaya Village to expand markets, increase turnover, and create new employment in their community. The effectiveness of this training is evaluated by the number of products effectively marketed online, the growth in MSME income, and the improvement in digital skills of the participants over a specified period. Ombu-ombu Jaya Village has the potential to serve as a model for other regions in the use of digital technology to enhance the local economy through the implementation of this initiative.*

Keywords: *Digital Marketing, MSMEs, Increased Sales.*

Abstrak: Tujuan dari program pelatihan pemasaran digital di Desa Ombu-ombu Jaya adalah agar para pelaku usaha lokal dapat memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing produk mereka dan meningkatkan penjualan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)... Pemasaran online adalah komponen penting dari kesuksesan bisnis di era digital saat ini, terutama bagi UMKM yang sering mengalami kendala sumber daya. Pelatihan ini mencakup berbagai materi strategis, termasuk pengenalan platform digital (termasuk media sosial, marketplace, dan situs web), strategi untuk mengembangkan konten yang menarik, pemanfaatan alat analisis untuk memahami pasar, dan strategi pengoptimalan pencarian (SEO) untuk meningkatkan visibilitas produk secara online. Selain itu, pelatihan juga akan diberikan kepada para peserta mengenai pemanfaatan iklan berbayar secara efektif dengan anggaran yang terbatas. Program pelatihan ini disusun dengan metode interaktif, yang mencakup praktik langsung, studi kasus lokal, dan bimbingan intensif. Diharapkan keterampilan yang telah mereka peroleh dapat dimanfaatkan oleh para pelaku UMKM di Desa Ombu-ombu Jaya untuk memperluas pasar, meningkatkan omzet, dan menciptakan lapangan kerja baru di lingkungan mereka. Efektivitas pelatihan ini dievaluasi dari jumlah produk yang dipasarkan secara online, pertumbuhan pendapatan UMKM, dan peningkatan keterampilan digital para peserta selama

periode tertentu. Desa Ombu-ombu Jaya memiliki potensi untuk menjadi model bagi daerah lain dalam penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan ekonomi lokal melalui implementasi inisiatif ini.

Kata Kunci: Digital Marketing, UMKM, Peningkatan Penjualan.

I. PENDAHULUAN

Bahkan terobosan teknologi membantu orang untuk berkomunikasi satu sama lain, memainkan peran penting dalam eksistensi manusia (Yandra: 2018). Manusia harus mengikuti perkembangan teknologi yang cepat atau mereka akan tertinggal. Menurut Miarso (2011), teknologi adalah proses menambah nilai, memanfaatkan atau membuat barang, dan produk yang diciptakan selalu terkait dengan produk lain. Oleh karena itu, di era teknologi saat ini, segala sesuatu harus selalu didaur ulang atau diproduksi untuk memenuhi kebutuhan manusia, dan UMKM harus ikut serta dalam perkembangan teknologi ini.

Pemasaran digital, menurut Urban (2004:2), mencakup penggunaan internet dan teknologi informasi untuk meningkatkan dan memperluas fungsi pemasaran konvensional. Untuk menjangkau target pasar yang dituju, taktik pemasaran digital atau yang dikenal dengan istilah internet marketing dianggap semakin penting saat ini. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Pradiani (2018) menunjukkan bahwa internet marketing dapat meningkatkan hasil penjualan produk karena individu saat ini lebih suka memeriksa rekomendasi secara online daripada membeli barang secara langsung. Pemasaran online juga dapat meningkatkan jangkauan pemasaran yang sebelumnya tidak dapat atau sulit diperoleh melalui pemasaran offline.

Keuntungan dari pemasaran digital adalah dapat meminimalkan pengeluaran iklan. Teknik promosi menggunakan media digital jauh lebih murah daripada pendekatan tradisional seperti pamflet, papan iklan, atau iklan di radio dan televisi. Oleh karena itu, metode pemasaran digital merupakan alternatif terbaik bagi individu yang baru saja mendirikan perusahaan dan ingin mendapatkan perhatian publik dengan cepat.

Perusahaan mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam kemajuan ekonomi dan industri suatu negara. Kontribusi UMKM terhadap sektor bisnis global mendekati 80%, menunjukkan bahwa UMKM sangat bermanfaat bagi pembangunan ekonomi baik di tingkat nasional maupun regional (Febriyantoro & Arisandi, D. (2018).

Namun, pemasaran digital tidak terbatas pada penguasaan teknologi dasar; yang lebih penting adalah mengetahui cara orang menggunakan teknologi dan bagaimana menggunakannya untuk berkomunikasi dengan mereka agar lebih berhasil. Komunikasi harus didorong oleh kualitas, bukan kuantitas (Taiminen & Karjaluoto, 2014). Ada banyak upaya yang telah dilakukan untuk memperkuat kemampuan pemasar pemasaran digital. Mereka telah mengamati manfaat besar dari mendidik para pemasar untuk meningkatkan kemampuan dan pemahaman mereka. Seminar pemasaran digital menggabungkan praktik, penyampaian konten, dan percakapan. Hal ini membantu para pemasar belajar lebih banyak tentang penggunaan media digital untuk meningkatkan daya saing perusahaan mereka (Amsury, F., & Saputra, I. (2022).

UMKM di desa ombu-ombu jaya, kecamatan laeya, kabupaten konawe selatan, provinsi Sulawesi Tenggara belum memahami cara memanfaatkan pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan barang mereka. Banyak usaha kecil dan menengah (UMKM) mengalami penurunan aktivitas yang mengakibatkan penundaan proses produksi. Di sisi lain, turunnya permintaan akan produk dan jasa membuat banyak UMKM tidak dapat mengoptimalkan profitabilitas mereka. Hal ini berdampak pada UMKM di Desa Ombu-Ombu Jaya yang mengalami kesulitan untuk meningkatkan penjualan dan mencari solusi agar UMKM dapat bertahan dan berkembang. Salah satu opsi yang dapat kami berikan adalah pelatihan penggunaan media digital untuk membantu UMKM mempromosikan dan menjual barang-barang mereka di Penyuluhan Desa Ombu-Ombu Jaya dan kegiatan lain yang membutuhkan tatap muka.

Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk mengedukasi UMKM tentang bagaimana memanfaatkan media digital untuk meningkatkan profitabilitas dan reputasi perusahaan. Dengan perkembangan teknologi informasi yang pesat, masyarakat dapat membantu banyak perusahaan besar dan kecil menjadi lebih dikenal.

II. METODE PENELITIAN

Kegiatan ini dilakukan di Desa Ombu-ombu Jaya, Kecamatan Laeya, Kabupaten Konawe Selatan, dengan melibatkan masyarakat setempat. Tujuan dari pelatihan pemasaran digital untuk UMKM di Desa Ombu-ombu Jaya adalah untuk membantu mereka dalam meningkatkan eksposur dan penjualan dengan memanfaatkan media digital. Untuk

memastikan bahwa masyarakat Desa Ombu-ombu Jaya memahami pelatihan ini, maka digunakanlah metode penjelasan, presentasi, praktik, dan tanya jawab.

Berikut ini adalah penjelasan mengenai pendekatan umum yang dapat digunakan.

1. Analisis Kebutuhan dan Profil UMKM

Sebuah studi dilakukan sebelum pelatihan untuk menilai jenis perusahaan, barang, dan keterampilan digital para peserta. Data ini digunakan untuk memodifikasi materi pelatihan agar sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM setempat.

2. Pengenalan Dasar Digital Marketing

Dimulai dengan pemahaman mendasar tentang apa itu pemasaran digital dan mengapa hal itu penting bagi UMKM. Ini juga menguraikan keuntungannya, seperti meningkatkan eksposur merek dan menjangkau pasar yang lebih besar.

3. Optimalisasi Media Sosial

Pelatihan ini memberikan penjelasan tentang cara menggunakan media sosial sebagai alat promosi karena media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp sangat populer. Pelatihan ini juga membahas cara mengembangkan konten yang menarik, rencana publikasi, dan menangani hubungan dengan calon konsumen.

4. Pembuatan dan Pengelolaan Konten

Pendekatan dasar untuk mengembangkan konten yang menarik untuk produk UMKM dipresentasikan kepada para peserta. Hal ini mencakup cara mengambil foto produk yang baik, membuat judul yang relevan, dan menyusun jadwal konten agar lebih sering dipublikasikan

5. Strategi Marketplace

Program ini juga mengajarkan cara memposting barang di platform e-commerce (seperti Tokopedia dan Shopee), mengoptimalkan nama dan deskripsi produk, serta cara meningkatkan peringkat dan ulasan.

6. Pengelolaan Iklan Berbayar (Ads)

Pelatihan ini juga mencakup prinsip-prinsip iklan berbayar di media sosial, terutama Facebook dan Instagram, untuk membantu UMKM yang ingin memperluas jangkauan mereka. Materi pelatihan membahas cara menargetkan konsumen dengan benar, membuat anggaran untuk iklan, dan mengukur efektivitas iklan.

7. Evaluasi dan Monitoring

Para peserta diberitahu tentang cara menilai kinerja teknik pemasaran digital yang telah diadopsi dalam sesi ini. Tahapan-tahapan berikut dipilih dengan menggunakan analisis data dasar seperti jumlah pengikut, tingkat keterlibatan, dan penjualan.

8. Pendampingan Berkelanjutan

Pendampingan dan penilaian diperlukan secara berkala untuk menjamin bahwa pelatihan ini efektif. Peserta dapat mengajukan pertanyaan dan berdiskusi tentang masalah yang mereka alami dalam menjalankan rencana pemasaran digital mereka.

Pelatihan ini diyakini dapat membuat UMKM di Desa Ombu-ombu Jaya lebih percaya diri dan mahir dalam mempromosikan produk mereka secara online.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Ombu-ombu Jaya di Kecamatan Laeya, Kabupaten Konawe Selatan mendapatkan pelatihan pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan produk UMKM tersebut.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan Digital Marketing

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini akan dibentuk dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan dan melatih UMKM bagaimana membangun perusahaan yang profesional dan berdaya saing di pasar global. untuk membangun kelompok umkm unggulan di Desa Ombu-ombu Jaya, Kecamatan Laeya, Kabupaten Konawe Selatan, dan di seluruh dunia. Terkait dengan hal berikut: a) Dapat menghasilkan ide-ide untuk mendirikan perusahaan yang profesional dan bersaing di pasar global. b) Dapat mengembangkan merek yang terhubung dengan keunggulan sehingga konsumen dapat dengan cepat mengetahui manfaat apa yang dirasakan setelah menggunakan produk tersebut. c) Dapat menetapkan aturan tentang keharusan menciptakan barang dengan kemasan dan merek dagang yang indah

Penelitian mengungkapkan bahwa bisnis UMKM dapat lebih memahami taktik pemasaran digital melalui pelatihan pemasaran digital. Memanfaatkan platform e-commerce

dan media sosial untuk menjual produk mereka dapat meningkatkan penjualan, menurut sebagian besar responden. Selain itu, bisnis UMKM merasa lebih percaya diri untuk bersaing di pasar yang lebih besar

Setelah pelatihan pemasaran digital diberikan, para peserta UMKM di Desa Ombu-ombu Jaya memperoleh hasil sebagai berikut:

1. Peningkatan Pemahaman dan Keterampilan Digital

Peserta pelatihan lebih memahami ide-ide dasar pemasaran digital seperti penggunaan media sosial, optimisasi pencarian (SEO), dan pemasaran pasar.

2. Penggunaan Media Sosial sebagai Alat Promosi

85 persen peserta mulai menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk mempromosikan produk mereka. Materi yang diberikan oleh peserta menjadi lebih menarik dan memiliki kekuatan untuk meningkatkan hubungan dengan konsumen.

3. Peningkatan Penjualan Produk

Penjualan produk UMKM peserta meningkat rata-rata 35% dalam tiga bulan setelah program. Beberapa produk yang luar biasa bahkan berhasil menarik klien dari luar daerah.

4. Peningkatan Akses Pasar melalui Marketplace

Sebagian besar peserta (70%) berhasil menempatkan produk mereka di pasar online nasional seperti Shopee dan Tokopedia, sehingga memungkinkan pembeli di luar Desa Ombu-ombu Jaya untuk mengaksesnya.

5. Peningkatan Penghasilan UMKM

Pendapatan UMKM peserta tumbuh rata-rata 25-40%, dengan beberapa perusahaan mencatatkan keuntungan dua kali lipat per bulan dibandingkan sebelum pelatihan.

6. Kesadaran akan Pentingnya Analisis Data

Para peserta mulai menggunakan alat analisis dasar seperti Facebook Insights dan Google Analytics untuk memantau efektivitas konten mereka, memahami preferensi konsumen, dan mengubah strategi pemasaran mereka.

7. Komunitas Digital Marketing Lokal

Di Desa Ombu-ombu Jaya, ada jaringan pelaku UMKM yang saling mendukung dan bertukar pengalaman sambil membangun taktik pemasaran internet.

IV. KESIMPULAN

Terbukti bahwa pemberdayaan masyarakat melalui pemasaran digital meningkatkan penjualan produk UMKM. Pelatihan pemasaran digital membantu bisnis UMKM untuk belajar lebih banyak dan merespons perkembangan pasar dan teknologi. Diharapkan pemerintah dan organisasi terkait terus mendukung program pelatihan ini untuk mendorong perkembangan UMKM di era digital. Pelatihan pemasaran digital dapat membantu para pelaku UMKM untuk lebih memahami taktik pemasaran digital. Memanfaatkan platform e-commerce dan media sosial untuk menjual barang-barang mereka dapat meningkatkan penjualan, menurut sebagian besar responden. Selain itu, pelaku UMKM merasa lebih percaya diri untuk bersaing di pasar yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- [BPS] Badan Pusta Statistik. (2014). Konawe Selatan dalam angka. Konawe Selatan: BPS
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*,
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean.
- Fahdia, M. R., Kurniawati, I., Amsury, F., & Saputra, I. (2022). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi UMKM Tajur Halang Makmur. *Abdifomatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 34-39.
- Yandra, A., & Febriadi, B. (2018). pelatihan penggunaan aplikasi pendeteksi palgiat untuk dosen universitas lancang kuning.dinamisia: jurnal pengabdian kepada masyarakat,2(2), 283-286
- Rizal, M., Aslinda, A., Firman, M. J., & ... (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Malakaji Kabupaten Gowa.