
Edukasi Teknologi *Digital Marketing* Pada UMKM Produk Olahan Keripik Pisang

Muhammad Yuan Bintang¹, Rahayu Amalia², Nyimas Sopiah³,
Tri Oktarina⁴, Sunda Ariana⁵

Universitas Bina Darma, Jalan Ahmad Yani Nomor 3 Palembang^{1,2,3,4,5}

Email: nyimas.sopiah@binadarma.ac.id

ABSTRAK

Pemasaran penjumlah suatu produk sangat berperan di dalam meningkatkan penjualan. Pemasaran produk di UMKM keripik pisang sejauh ini belum menggunakan digitalisasi atau pemasarannya masih belum online, sehingga diperlukan metode *digital marketing* untuk mendukung kenaikan proses penjualan. Metode ini yang menerapkan proses pemasaran tidak hanya melalui *website* tetapi juga bisa melalui media sosial. Pelatihan yang diterapkan kepada masyarakat Desa Pegayut Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir adalah dengan menggunakan beberapa media sosial, diantaranya *Facebook*, *Instagram*, dan *Tik Tok*. kegiatan yang dilakukan dalam pengabdian ini adalah mulai dari meninjau lokasi sampai dengan melakukan pelatihan. Indikator keberhasilan dalam kegiatan ini adalah untuk melihat sejauh mana peserta dapat memasarkan produknya melalui digital. Pelaksanaan ini dianggap sudah berhasil dilakukan dan dianggap telah berjalan dengan baik dan lancar.

Kata kunci : pemasaran, *digital marketing*, media sosial

ABSTRACT

Marketing sales of a product plays a very important role in increasing sales. So far, product marketing in banana chips MSMEs has not used digitalization or the marketing is still not online, so digital marketing methods are needed to support the increase in the sales process. This method applies a marketing process not only through websites but also through social media. The training implemented for the people of Pegayut Village, Pemulutan District, Ogan Ilir Regency was by using several social media, including Facebook, Instagram, and Tik Tok. The activities carried out in this service range from inspecting locations to conducting training. The indicator of success in this activity is to see the extent to which participants can market their products via digital. This implementation is considered to have been carried out successfully and is considered to have run well and smoothly.

Keywords: marketing, *digital marketing*, social media

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis yang semakin tinggi menuntut setiap pelaku usaha melakukan strategi pemasaran yang sesuai dengan perkembangan zaman. Saat ini, internet sudah menjadi kebutuhan manusia dalam melakukan aktivitas termasuk dalam aktivitas bisnis, sehingga pelaku usaha harus menguasai pemasaran digital sebagai salah satu pemasaran produk dan jasa yang paling efektif saat ini.

Menurut Ramadhani et al. (2021) *Digitalisasi Marketing* merupakan sesuatu metode *marketing* yang menggunakan *digital* untuk melakukan proses pemasaran.

Pemasaran yang dilakukan tidak hanya melalui *website* namun juga melalui media sosial. Ada beberapa keunggulan *digital marketing* yaitu menjangkau target pasar yang lebih luas, mendongkrak angka penjualan, dan lebih hemat (GreatNusa, 2023). Tujuan *digital marketing* adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat (Andrian, 2019).

Hal-hal yang perlu diperhatikan untuk memulai *Digital Marketing* yaitu dengan mengenali konsumen dan mengikuti selera banyak konsumen, mengkomunikasikan produk dengan cara menarik perhatian konsumen melalui konten-konten yang mengikuti alur tren, serta melayani konsumen dengan sepenuh hati agar konsumen akan terus membeli. Hal yang paling penting juga mendengarkan dan standarisasi, setelah membuat suatu produk kita dapat menawarkan kepada customer serta meminta masukan dari konsumen kemudian menstandarisasi produk sesuai selera konsumen. Sebagai contohnya yaitu Indomie, rasa Indomie memiliki rasa yang berbeda pada setiap daerah karena mereka menstandarisasi produk mereka berdasarkan perbedaan lidah setiap daerah. Untuk mengkomunikasikan produk kita dapat melakukan identitas branding, keunggulan produk, benefit, serta platform. Identitas branding dapat mempermudah brand kita dikenali oleh konsumen dengan memperkenalkan keunggulan dari produk yang kita miliki pada *platform* yang kita gunakan. Setelah menerapkan semua hal untuk memulai *digital marketing* hal terpenting yaitu menyesuaikan gaya komunikasi usaha sesuai dengan pemahaman konsumen. Pada pelayanan suatu usaha juga sangat mempengaruhi peningkatan *Digital Marketing*. Dengan melayani konsumen dengan sepenuh hati, hal tersebut dapat membuat konsumen untuk merasa nyaman dan ada kemungkinan konsumen untuk membeli kembali. Perlu diperhatikan bahwa meningkatnya suatu marketing tidak hanya dari keunggulan produk, tapi juga melalui pelayanan yang membuat konsumen terkesan dan menjadi pelanggan tetap. Tidak hanya itu, yang paling penting yaitu konsisten, sabar, teliti dan lebih detail dalam bekerja yang kemudian hasilnya bisa sesuai dengan harapan konsumen (Wijaya et al., n.d. 2022).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Pegayut Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir adalah dengan mengolah bahan pisang menjadi keripik pisang yang bisa dikonsumsi. Sejauh ini pemasaran UMKM masih sebatas internal di sekitar Kabupaten saja. Untuk meningkatkan hasil dari usaha UMKM, maka dibuatlah pelatihan *Digital Marketing* bagi para UMKM supaya bisa memasarkan usahanya secara *online*.

METODE

Objek pengabdian kepada masyarakat ini adalah UMKM di Desa Pegayut Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 2 Oktober 2023 sampai dengan 4 Desember 2023. Mitra kegiatan ini adalah Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir Provinsi Sumatera Selatan. Kegiatan yang dilakukan adalah pelatihan *Digital Marketing*. Indikator keberhasilan dalam kegiatan ini adalah untuk melihat sejauh mana peserta yang terdiri dari pengusaha UMKM Desa Pegayut Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir dapat memasarkan produknya melalui digital. Pelaksanaan ini dianggap sudah berhasil dilakukan dan dianggap telah berjalan dengan baik dan lancar

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada Desa Pegayut Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir ini telah dilakukan dan dianggap telah berjalan dengan baik dan lancar. Kegiatan pengabdian ini dilakukan enam kegiatan, yaitu:

1. Melihat tempat kegiatan selama 6 jam.
2. Persiapan kegiatan dilakukan selama 10 jam.
3. Persiapan materi kegiatan dilakukan selama 10 jam.
4. Pembagian tugas anggota dilakukan selama 6 jam.
5. Persiapan alat dan bahan dilakukan selama 10 jam.
6. Acara kegiatan (penyampaian materi dan pelatihan) dilakukan selama 8 jam

Berdasarkan kegiatan di atas, maka total waktu yang dihabiskan untuk melakukan kegiatan pengabdian ini sebanyak 50 jam.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan keterampilan pelaku UMKM di dalam mengembangkan usahanya disisi pemasaran, sehingga diharapkan dapat meningkat penjualan. Berikut beberapa materi yang diberikan pada saat pelatihan:

- 1) Manfaat Transformasi Digital untuk UMKM.

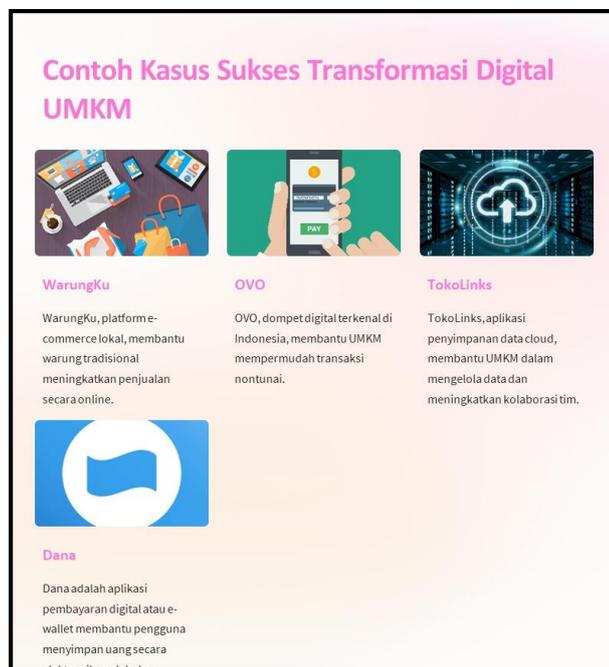
Menjelaskan tentang manfaat transformasi digital untuk pelaku UMKM.



Gambar 1. Manfaat Transformasi Digital untuk UMKM.

2) Contoh Transformasi Digital untuk UMKM

Materi menjelaskan beberapa contoh penggunaan transformasi digital di dalam marketing.



Gambar 2. Contoh Kasus Transformasi Digital

Berikut ini merupakan dokumentasi dari kegiatan edukasi UMKM produk olahan keripik pisang di Desa Pegayut Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan.



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan

SIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dilakukan di Desa Pegayut Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan. Kegiatan ini dilakukan mulai dari peninjauan ke lokasi, persiapan kegiatan persiapan materi, pembagian tugas, persiapan alat dan bahan serta acara kegiatan. Kegiatan dilakukan selama 50 jam dan mampu mendapat apresiasi peserta kegiatan pengabdian UMKM Keripik Pisang di Desa Pegayut Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kami berikan kepada Kepala Desa Pegayut Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan yang telah memberikan kesempatan kepada Dosen dan Mahasiswa Universitas Bina Darma di dalam melakukan kegiatan ini selama beberapa bulan

DAFTAR PUSTAKA

- Andrian. (2019). Digital Marketing dan Ragam Produk pada Minat Beli Konsumen Toko Online Shopee. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol.3 No.1 tahun 2019*.
- GreatNusa. (2023). *Digital marketing: Pengertian, Keunggulan, Jenis dan Tujuannya*. Online. Diakses di <https://greatnusa.com/artikel/digital-marketing-adalah/>.
- Ramadhani, M. F., Artikel, H., & Mojo, K. (2021). *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat) Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Digital Marketing Pada Keripik Pisang Banna-QU*. 2(2), 153–158.
- Wijaya, B. C., Wijaya, B. C.,(2022) Studi, P., Informatika, T., Teknik, F., Komputer, I., & Karawang, K. (n.d.). *Strategi Marketing & Digital Marketing Umkm*. 2(1), 650– 654