

**PELATIHAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI UPAYA PERLUASAN
PEMASARAN PRODUK PEMBIBITAN BUAH DAN PEYEK DI KECAMATAN
SRENGAT**

Gigih Sayekti Nur Rosyadi¹, Iqbal Baihaqi², Danang Eko Widyanto³, Dino Esza Puji Utama⁴, Puspita Crinum Amabil⁵, Rizky Pustpita Ningrum⁶

¹ Program Studi Teknik Sipil, Universitas Islam Balitar, Kota Blitar

² Universitas Islam Balitar, Kota Blitar

³ Program Studi Teknik Informatika, Universitas Islam Balitar, Kota Blitar

⁴ Program Studi Teknik Informatika, Universitas Islam Balitar, Kota Blitar

⁵ Program Studi Agribisnis, Universitas Islam Balitar, Kota Balitar

⁶ Program Studi Administrasi Publik, Universitas Islam Balitar, Kota Balitar

Email : gigih52@gmail.com

Article History:

Received: 10 September

Revised: 13 September

Accepted: 16 September

Keywords: *Economic Recovery,
Digital Marketing Training,
COVID-19*

Abstract: *The COVID-19 pandemic has had a negative impact on the economy, especially for SMEs. As one of the problems of the Wonorejo village community, namely the sale of fruit seeds and the dent business. Lack of public awareness of the potential that exists around them that might be used as additional resources to be useful for the MSMEs of the Wonorejo village community. The purpose of this activity is to accelerate the community's economic recovery by optimizing technology, as well as strengthening the MSME sector affected by Covid-19 to rise and develop their business well. The result of the KKN program is helping the community to develop business governance by creating social media accounts and adding logos to products.*

Abstrak

Pandemi covid-19 memberikan dampak buruk pada perekonomian, khususnya pada pelaku UMKM. Seperti salah satu permasalahan masyarakat desa Wonorejo yaitu penjualan bibit buah dan usaha peyek. Kurangnya kesadaran masyarakat terhadap adanya potensi yang ada disekitar mereka yang mungkin bisa digunakan sebagai sumber daya tambahan supaya berguna bagi UMKM masyarakat desa Wonorejo. Tujuan kegiatan ini adalah untuk mempercepat pemulihan ekonomi masyarakat dengan mengoptimalkan teknologi, serta penguatan bidang pelaku UMKM yang terdampak Covid-19 bangkit dan mengembangkan usahanya dengan baik. Hasil dari program KKN adalah membantu masyarakat untuk mengembangkan tata Kelola usaha dengan membuat akun media sosial serta menambahkan logo pada produk.

Kata kunci : Pemulihan Ekonomi, Pelatihan Digital Marketing, COVID-19

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang telah terjadi sejak awal 2020 dengan dampak signifikan pada urutan kehidupan sosial dan penurunan kinerja ekonomi di sebagian besar negara di dunia, termasuk Indonesia. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Ekonomi nasional memiliki peran penting dan strategis. Kondisi ini sangat memungkinkan karena keberadaan UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia, dengan alasan mengapa jumlah industri penting dan terkandung di semua sektor ekonomi; Potensi besar untuk penyerapan pekerjaan dan kontribusi UMKM dalam pembentukan produk domestik bruto (PDB) sangat dominan.

Pandemi Covid 19 memberikan dampak buruk pada keberlangsungan kehidupan ekonomi Indonesia, khususnya bagi pelaku UMKM. Penelitian Thaha (2020) melaporkan bahwa 163.713 pelaku UMKM pada sektor makanan dan minuman terkena dampak pandemi Covid-19. Hasil laporan penelitian tersebut ditambah dengan data Kemenkop UMKM yang melaporkan bahwa 56% pelaku UMKM mengalami penurunan penjualan, 22% pada aspek pembiayaan, 15% pada aspek distribusi barang, dan 4% mengalami kesulitan mendapatkan bahan baku mentah. Penelitian Soetjipto (2020) menjelaskan mengenai penyebab penurunan omzet pelaku UMKM, yang meliputi 63% disebabkan oleh daya beli konsumen menurun, 46% konsumen takut membeli disertai adanya aturan PSBB, dan 42% adanya aturan jam operasional toko

Pandemi Covid 19 memberikan dampak buruk pada keberlangsungan kehidupan ekonomi Indonesia, khususnya bagi pelaku UMKM. Penelitian Thaha (2020) melaporkan bahwa 163.713 pelaku UMKM pada sektor makanan dan minuman terkena dampak pandemi Covid-19. Hasil laporan penelitian tersebut ditambah dengan data Kemenkop UMKM yang melaporkan bahwa 56% pelaku UMKM mengalami penurunan penjualan, 22% pada aspek pembiayaan, 15% pada aspek distribusi barang, dan 4% mengalami kesulitan mendapatkan bahan baku mentah. Penelitian Soetjipto (2020) menjelaskan mengenai penyebab penurunan omzet pelaku UMKM, yang meliputi 63% disebabkan oleh daya beli konsumen menurun, 46% konsumen takut membeli disertai adanya aturan PSBB, dan 42% adanya aturan jam operasional toko

Pandemi Covid 19 memberikan dampak buruk pada keberlangsungan kehidupan ekonomi Indonesia, khususnya bagi pelaku UMKM. Menurut Thaha (2020) melaporkan bahwa 163.713 pelaku UMKM pada sektor makanan dan minuman terkena dampak pandemi Covid-19. Hasil laporan penelitian tersebut ditambah dengan data Kemenkop UMKM yang melaporkan bahwa 56% pelaku UMKM mengalami penurunan penjualan, 22% pada aspek pembiayaan, 15% pada aspek distribusi barang, dan 4% mengalami kesulitan mendapatkan bahan baku mentah. Penelitian Soetjipto (2020) menjelaskan mengenai penyebab penurunan omzet pelaku UMKM, yang meliputi 63% disebabkan oleh daya beli konsumen menurun, 46% konsumen takut membeli disertai adanya aturan PSBB, dan 42% adanya aturan jam operasional toko

Program KKN adalah Program Kuliah Kerja Nyata. Dengan Program KKN ini mahasiswa diharapkan dapat mengaktualisasikan ilmu yang didapat selama di bangku perkuliahan. Selain itu, Kuliah Kerja Nyata ini diharapkan dapat mengembangkan keterampilan dalam mengatasi masalah-masalah yang ada terjadi di masyarakat. Dalam program KKN ini bertepatan Pemulihan Ekonomi Berbasis Teknologi.

Sebagai bentuk pengabdian mahasiswa KKN kepada masyarakat serta untuk membantu UMKM terdampak Covid-19, perlu adanya inovasi baru untuk mempromosikan produk, mengingat UMKM di Desa Wonorejo juga masih belum begitu menonjol dibandingkan sektor pertaniannya. Kegiatan KKN yang dilaksanakan selama 30 hari pastinya tidak dapat menjangkau seluruh UMKM yang ada di Kelurahan Wonorejo. Namun, dengan dua UMKM yang menjadi target utama KKN ini, diharapkan dapat dijadikan contoh dan motivasi oleh masyarakat sekitar untuk mempromosikan produk UMKM mereka.

Pada umumnya sosial ekonomi pada masyarakat desa Wonorejo berupa usaha pertanian dan perdagangan karena memiliki tanah persawahan yang produktif dan dekat dengan pasar kecamatan sehingga mudah untuk menjual hasil pertanian sebagai sarana ekonomi yang menjadi tulang punggung ekonomi masyarakat Desa Wonorejo dan masyarakat diluar desa lainnya, selain itu banyak pula yang bergerak dalam bidang peternakan. Artikel ini dibuat khusus untuk membahas Desa Wonorejo pada sektor Ekonomi khususnya tentang UMKM yang berada didalam wilayah ini. Hal ini disebabkan karena masyarakat di Desa Wonorejo mempunyai dua potensi UMKM yang perlu dikembangkan.

Diantara mata pencaharian di atas, Desa Wonorejo pada sektor Ekonomi khususnya tentang UMKM yang berada didalam wilayah ini. Hal ini disebabkan karena masyarakat di Desa Wonorejo mempunyai dua potensi UMKM yang perlu dikembangkan. UMKM di Desa Wonorejo ini yang kami kembangkan ada 2 yaitu UMKM pembibitan buah yang diberi nama Berkah Bibit dan UMKM produksi peyek yang diberi nama Bintang Mulya Jaya. Dalam menghadapi era pasca pandemi Covid-19 dan persaingan ekonomi berbasis digital kedua UMKM ini sama sekali belum tersentuh digitalisasi. Menurut Dedi Purwana (2017:2) digital marketing merupakan kegiatan promosi melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai media misalnya jejaring sosial.

Tujuan diselenggarakannya program KKN ini adalah untuk mengetahui prosedur pelaksanaan program KKN UNISBA Blitar di Desa Wonorejo dan untuk mengetahui kendala kendala yang dihadapi oleh mahasiswa selama melaksanakan kegiatan KKN.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan KKN di Desa Wonorejo dilaksanakan pada tanggal 10 Agustus 2022 sampai dengan 8 September 2022. Metode pelaksanaan yang diterapkan dalam pelaksanaan KKN di Desa Wonorejo dimulai dengan metode persiapan, observasi, dan juga pembinaan. Selain metode pelaksanaan juga dilakukan dengan metode evaluasi pelaksanaan program kegiatan KKN ditinjau dari keberlangsungan program kerja dan keefektifan keberlangsungan program pada sarana dari setiap program kerja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Wonorejo, diperlukan sebuah penyusunan program kerja yang dijadikan sebagai pedoman dasar dalam melaksanakan

kegiatan. Dengan demikian, program kerja yang telah disusun dapat terlaksana dan mampu mencapai tujuan yang telah diinginkan. KKN ini dimulai dari mencari potensi yang ada di Desa Wonorejo sampai dengan pengolahan dan pemasaran produk hasil potensi yang ada di desa tersebut menjadi sesuatu yang bermanfaat dan memiliki nilai jual yang tinggi. Setelah adanya COVID-19 yang telah terjadi, perlu adanya pemulihan ekonomi bagi masyarakat salah satunya yang dilakukan terhadap UMKM.

Tujuan dari program kerja yang disusun akan memberikan pengetahuan dan sosialisasi kepada sasaran supaya dapat menjalankan kegiatan yang dimulai dari pengenalan potensi, cara mempromosikan produk, pengenalan platform digital, branding produk, dan cara memasarkan produk dengan digital marketing.

Kegiatan KKN ditujukan supaya peningkatan ekonomi lokal masyarakat dengan memberikan sosialisasi tentang manajemen usaha UMKM yang terdiri dari aspek perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta strategi distribusi pemasaran yang terdiri dari perizinan usaha, promosi dan pemasaran online, serta peningkatan kompetensi sumber daya pelaku UMKM. Aspek pelatihan tentang digital marketing untuk UMKM menggunakan sosial media terutama Whatsaap business. Manajemen usaha dan strategi distribusi pemasaran produk UMKM dilakukan secara kontinyu.

Keunggulan dari Desa Wonorejo ini mempunyai pemilik usaha yang banyak dan beragam. Namun terdapat beberapa permasalahan mendasar yaitu rata-rata pelaku usaha belum memiliki SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan), pemasaran yang tertinggal di era digital seperti saat ini, dan juga branding produk yang kurang menarik. Menurut penulis dari kelemahan-kelemahan tersebut UMKM di Desa Wonorejo ini kurang memiliki daya saing sehingga banyak usaha yang hanya berjalan ditempat. Jadi Penulis melakukan inovasi pada produk sasaran dengan melakukan re-branding produk. Re-branding produk merupakan upaya untuk pembaharuan produk mulai dari logo, kemasan, dan pemasaran.

Selain sasaran mendapatkan pendampingan dalam memasarkan produk, sasaran juga mendapatkan sosialisasi yang diberikan oleh pengabdian dengan tema “Digital Marketing: Pemulihan Ekonomi Berbasis Teknologi”.

Hasil dari sosialisasi yang telah dilakukan tersebut adalah sasaran memilih sosial media *WhatsApp Business* sebagai media pemasaran produknya, sehingga pengabdian melakukan pendampingan dalam mendaftarkan akun *WhatsApp Business*, sekaligus pengaplikasiannya. Pengabdian juga melakukan pendampingan promosi. Sasaran menjelaskan bahwa sebelumnya beliau tidak pernah menggunakan sosial media dengan maksimal, tetapi setelah mengikuti sosialisasi dan mendapat pendampingan beliau mulai bisa menggunakan sosial mediana dengan baik, dan penjualan juga lebih maksimal.

KESIMPULAN

Hasil setelah melakukan program kerja KKN Universitas Islam Balitar Blitar yang diterapkan pada UMKM Desa Wonorejo berjalan dengan lancar, walaupun terdapat beberapa kendala

Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains dan Teknologi**Vol. 2, No. 3 September 2022**

e-ISSN: 2961-9254; p-ISSN: 2961-9246, Hal 01-09

tetapi dapat diatasi dengan baik. Perubahan yang terjadi setelah diadakannya KKN pada UMKM Desa Wonorejo adalah pelaku UMKM dapat melakukan re-branding terhadap produknya, serta memasarkan produknya secara online melalui media sosial yang telah dibuatnya. Pada awalnya, pelaku UMKM ini hanya melakukan promosi dari mulut ke mulut dan kerabat secara offline. Pasar yang didapatkan oleh pelaku UMKM pun bertambah luas.

SARAN

Dengan potensi yang ada di Desa Wonorejo diharapkan masyarakat dapat berinovasi dalam memanfaatkannya, dan dijadikan sebuah produk yang mempunyai nilai jual yang tinggi serta dapat bersaing di era saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

“Kuliah Kerja Nyata”. Universitas Gadjah Mada. Diakses pada tanggal 12 September 2021.

Andayani, Indah, Maria Veronika Roesminingsih, dan Wiwin Yulianingsih. 2021.

Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid 19.

Febriantoro, Mohammad Trio, dan Debby Arisandi. 2018. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean.

Nabila, Sharfina, Muhammad Nursan, dan Komang Suparyana. 2021. Dampak Pandemi Covid 19

Terhadap UMKM.