

**PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN PEMASARAN
ONLINE BAGI UMKM DESA BANJARSARI – GRESIK**

¹Ferry Hariawan, ²Taudlikhul Afkar, ³Fauziah, ⁴Teguh Purwanto

¹Program Studi Manajemen - Fakultas Ekonomi dan Bisnis – Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

^{2,3,4}Program Studi Akuntansi - Fakultas Ekonomi dan Bisnis – Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

¹ferry@unipasby.ac.id, ²afkar@unipasby.ac.id, ³basta.fauziah@unipasby.ac.id,

⁴teguhplt@gmail.com

Abstrak

Tujuan dilaksanakan program kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberdayakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di desa Banjarsari-Gresik melalui pelatihan pemasaran secara online dari produk-produk yang menjadi ciri khas daerah tersebut. Pelatihan pemasaran secara online ini sebenarnya merupakan lanjutan dari program pengabdian masyarakat sebelumnya yang sudah dilakukan sebelum pandemi, untuk itu sekarang disaat mulai endemi mulai diberdayakan kembali dengan harapan dapat meningkatkan pendapatan UMKM. Teknik pelatihan pemasaran online ini dipilih karena kebutuhan dan melihat permasalahan yang terjadi. Kebutuhan yang dimaksud adalah untuk memberikan manfaat pada pelaku UMKM agar dapat menggunakan media online, serta permasalahan yang terjadi berupa pemasaran yang masih konvensional karena kurang pemahaman penggunaan media online untuk pemasaran. Hasil program kegiatan ini menunjukkan bahwa adanya antusiasme pelaku UMKM untuk menggunakan media online secara sederhana melalui aplikasi yang paling dekat dengan kegiatan sehari-hari seperti whatsapp, facebook, Instagram.

Kata Kunci : UMKM, pemasaran online, pemberdayaan masyarakat, pengabdian masyarakat

Abstract

The aim of this community service activity program is to empower Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the village of Banjarsari-Gresik through online marketing training of products that are characteristic of the area. This online marketing training is actually a continuation of the previous community service program that was carried out before the pandemic, for that now when the endemic is starting to be empowered again in the hope of increasing MSMEs income. This online marketing training technique was chosen because of the need and seeing the problems that occur. The intended need is to provide benefits to MSMEs actors so they can use online media, as well as problems that occur in the form of conventional marketing due to a lack of understanding of the use of online media for marketing. The results of this activity program show that there is enthusiasm for MSMEs actors to use online media in a simple way through applications that are closest to daily activities such as WhatsApp, Facebook, Instagram.

Keywords: MSMEs, online marketing, community empowerment, community service

PENDAHULUAN

Pelaku UMKM saat ini tentunya membutuhkan penguasaan pada media-media online agar dapat memberikan kemampuan sesuai dengan perkembangan jaman, hal ini seperti hasil penelitian bawa pelatihan pemasaran secara digital memberikan pengaruh pada kinerja UMKM (Marjukah, 2022). Kemampuan para pelaku UMKM dalam mengelola usahanya untuk menjadi lebih maju serta mendapatkan keuntungan. Ada pula desain yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM melalui model penguatan modal melalui skema bagi hasil dengan cara kemitraan atau lebih dikenal dengan nama musyarakah (Afkar et al., 2021). Selain penguatan modal, masih banyak yang mungkin perlu diperhatikan seperti dalam pemasaran produk. Pada umumnya

pelaku UMKM sangat produktif dalam membuat produk namun kebingungan ketika harus memasarkan produknya.

Bisnis saat ini sudah berkembang pesat teknik pemasarannya seperti dilakukan dengan menggunakan marketplace, sehingga calon konsumen mudah untuk mengetahui produk-produk yang dijual tanpa harus mencari dan datang ke toko langsung. Pernyataan itu sesuai dengan yang disampaikan (Taufiqurrochman et al., 2022) bahwa selama terjadi pandemi para pelaku UMKM kesulitan menjalankan usahanya secara konvensional sehingga diperlukan pendampingan pelatihan pemasaran secara online atau digital. Hal ini dapat dilihat usaha yang sudah dilakukan oleh para pelaku UMKM di desa Banjarsari – Gresik pada bulan Mei 2022 melakukan kerjasama untuk memasarkan penjualan produknya melalui inovasi dari olahan sampah plastik yang dijadikan tas dan sandal di Hotel (Salim, 2022).

Teknik pemasaran secara online saat ini memang sudah banyak dan sangat berkembang sangat pesat dengan berbagai macam strategi pemasaran seperti diskon, bebas biaya kirim, dan lain sebagainya. Perkembangan ini tentunya ditangkap para pelaku UMKM yang menjadi suatu keharusan untuk menguasai teknologi dalam pemasaran digital ini. Potensi di desa Banjarsari-Gresik ini sebenarnya pada produktivitas dalam membuat produk-produk yang dapat dijual seperti kuliner, sepatu, dan tas. Permasalahan yang terjadi adalah kurangnya para pelaku UMKM di Desa Banjarsari-Gresik belum secara aktif memanfaatkan teknologi pemasaran secara online, meskipun sebenarnya sudah ada beberapa yang memanfaatkannya. Tentunya ini sesuai dengan yang disampaikan oleh (Widhajati et al., 2021) bahwa dengan pemasaran online melalui media sosial bisa meningkatkan penjualan UMKM, namun tetap tidak boleh melupakan tentang tertib administrasi (Afkar et al., 2018).

Permasalahan-permasalahan yang terjadi sebenarnya cukup beragam selain para pelaku UMKM di Desa Banjarsari-Gresik belum aktif menggunakan media online, seperti kemampuan untuk memasarkan secara online dengan media sosial seperti facebook, Instagram, ataupun lainnya. Para pelaku UMKM di Desa Banjarsari – Gresik ini relatif lebih banyak menggunakan media whatsapp karena lebih familiar dan lebih mudah digunakan. Mungkin dengan pemahaman pemasaran digital disampaikan secara verbal dan diikuti dengan penjelasan yang lebih mendalam akan mempermudah bagi pelaku UMKM untuk menerapkan pemasaran (Thaha et al., 2021) sehingga harapannya dapat meningkatkan penjualan. Hal ini menarik untuk disampaikan kepada para pelaku UMKM di Desa Banjarsari – Gresik supaya lebih memahami pemasaran online sehingga mereka akan mendapatkan bekal lebih banyak untuk dapat melakukan berbagai macam inovasi dalam strategi penjualan.

Potensi dan permasalahan yang ada pada para pelaku UMKM Desa Banjarsari-Gresik menjadi pertimbangan tim Dosen dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis – Universitas PGRI Adi Buana Surabaya untuk memberikan bantuan program pengabdian kepada masyarakat sesuai dengan kebutuhannya. Pada akhirnya diputuskan untuk memberikan bantuan berupa pelatihan pemasaran online bagi pelaku UMKM di Desa tersebut, tujuannya supaya masyarakat desa tersebut dapat mempelajari pemasaran secara online kemudian menjalankannya dengan harapan selanjutnya dapat memperoleh peningkatan omset penjualan. Kegiatan ini tentunya melibatkan mahasiswa untuk membantu dalam pelaksanaan pelatihan pemasaran online dan selama pendampingan di lapangan, sekaligus memberikan pengalaman bagi mahasiswa untuk berperan aktif dalam kehidupan sosial bermasyarakat.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan pada kegiatan ini dilakukan dengan cara memberikan pelatihan metode pemasaran online secara langsung kepada para pelaku UMKM di Desa Banjarsari-Gresik. Kegiatan ini dilakukan di balai Desa Banjarsari – Gresik secara bersamaan dengan beberapa alat yang digunakan untuk praktik pemasaran online seperti Laptop, LCD proyektor, dan pengeras suara. Pelaksanaan ini dibantu beberapa mahasiswa, tujuannya untuk memberikan bantuan tenaga dan pemikiran pada saat di lapangan dengan memperhatikan kebutuhan pelaku UMKM untuk koordinasi lebih mudah dan pelaksanaan juga lebih bisa dikendalikan. Secara keseluruhan pelaksanaan ini diawali dengan tahapan survey potensi Desa kemudian dilaksanakan pelatihan di Desa Banjarsari dengan tim Dosen dan Mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Tahap pertama dilakukan dengan cara survey ke lokasi yang akan dijadikan tempat pelaksanaan kegiatan tersebut. Survey di lokasi ini dibantu oleh mahasiswa dengan melakukan penggalian informasi mengenai masalah dan potensi di Desa Banjarsari – Gresik. Selanjutnya mahasiswa melakukan koordinasi dengan Dosen untuk menindaklanjuti program yang harus dilakukan sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat di desa tersebut. Setelah mendapatkan informasi kondisi terkait dengan masalah dan potensi yang ada di desa tersebut, tim Dosen melakukan rekapitulasi data selanjutnya melakukan perencanaan program pelaksanaannya.

Tahap kedua tim Dosen melakukan koordinasi dengan pimpinan fakultas untuk segera melaksanakan program kegiatan pengabdian di Desa Banjarsari – Gresik. Hasil yang diperoleh dari survey yang dilakukan oleh mahasiswa bahwa potensi yang dapat dibantu dari tim Dosen adalah bantuan berupa pelatihan dan pendampingan tentang pemasaran online karena permasalahan yang ada di desa tersebut bahwa masyarakat masih belum optimal dalam menggunakan media sosial yang sebenarnya sudah ada di sekitar mereka namun belum benar-benar dimanfaatkan, oleh karena itu perlu adanya tindakan lanjutan untuk pelaksanaannya.

Tahap ketiga atau tahap terakhir adalah pelaksanaan kegiatan di lokasi tepatnya di desa Banjarsari-Gresik yang selanjutnya juga akan dilakukan evaluasi setelah pelaksanaan di lapangan. Tentunya pada tahap ini membutuhkan bantuan tim Dosen dan mahasiswa untuk merealisasikan kegiatannya di lapangan. Oleh karena itu selama proses pelaksanaan kegiatan ini selalau dibantu mahasiswa, hal ini sekaligus memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang pentingnya hidup bermasyarakat itu saling memberikan manfaat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh tim Dosen dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dibantu dengan mahasiswa dilaksanakan di Desa Banjarsari – Gresik. Pelaksanaannya dilakukan di balai Desa karena para pelaku UMKM tersebut dan tim Dosen diberikan fasilitas oleh pihak desa untuk menggunakan balai Desa dalam kegiatan tersebut. Pihak aparat desa sangat baik dan mendukung kegiatan ini sehingga dapat dilaksanakan dengan baik dan seijin dari desa. Selain itu masyarakat yang menjadi pelaku UMKM juga mengikuti kegiatan ini dengan baik, tidak ketinggalan juga diikuti oleh masyarakat yang ingin belajar mengenai pemasaran secara online.

Kegiatan ini dilakukan dengan cara beberapa kali memberikan penyuluhan atau penyampaian materi sekaligus praktikum teknik pemasaran secara online melalui berbagai macam media sosial yang sudah sering digunakan oleh masyarakat. Seperti yang dilakukan (Widiastuti et al., 2022) bahwa pemasaran online membutuhkan praktik tidak hanya teori saja. Tim Dosen memberikan materi tersebut dengan cara langsung memberikan praktiknya secara sederhana yang mudah dipahami, hal ini dilakukan karena tujuannya dilakukan secara bertahap supaya tidak membuat masyarakat kebingungan. Pada saat penyampaian materi oleh tim Dosen mengenai pemasaran online pada awalnya masyarakat kurang antusias karena hanya bersifat materi dari power point, namun selanjutnya tidak demikian karena penyajiannya menjadi lebih menarik ketika ada beberapa yang dipresentasikan dengan cara praktik. Oleh karena itu menariknya sebuah penyampaian materi diperlukan hal-hal yang membuat peserta ikut mengerjakan atau praktik (Mulyantomo et al., 2021).

Pemasaran online yang diberikan pemahamannya kepada masyarakat Desa Banjarsari ini tidak menggunakan teknologi yang membutuhkan perangkat banyak namun sederhana saja dengan menggunakan telepon genggam yang memiliki koneksi internet baik menggunakan wifi maupun paket data. Paling mudah yang disampaikan kepada masyarakat adalah penggunaan media sosial whatsapp untuk dilakukan pemasaran online. Selanjutnya menggunakan media sosial yang lainnya seperti facebook karena didalam facebook ada marketplace yang digunakan untuk tempat transaksi jual beli melalui online. Seperti yang disampaikan (Purnomo et al., 2021) bahwa efektifitas dalam pelatihan digital marketing diperlukan pemahaman yang baik mengenai teknologi. Pada pelatihan ini tidak menggunakan web profesional yang berbayar karena diasumsikan terlalu berat dan membutuhkan waktu lama untuk mempelajarinya terlebih dahulu kemudian menerapkannya. Oleh karena itu pilihan dalam memberikan pelatihan ini adalah pada media sosial yang paling dekat dengan masyarakat dan pada umumnya digunakan oleh mereka.



Gambar 1. Penyampaian Materi Pemasaran Online

Kegiatan yang berlangsung selama kurang lebih 4(empat) bulan dengan penyampaian materi dan pendampingan tentunya memberikan gambaran bahwa pelatihan mengenai pemanfaatan media sosial untuk pemasaran online itu menjadi sangat penting karena sekaligus memberikan motivasi kepada masyarakat untuk bangkit dari permasalahan ekonomi yang disebabkan karena permasalahan covid-19 yang sempat terjadi selama 2 tahun. Seperti yang dilakukan (Prima Prihatini, 2022) untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga sehingga memberikan manfaat finansial.



Gambar 2. Praktik Pemasaran Online

DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Dampak Kegiatan

Kegiatan yang dilakukan oleh tim Dosen ini memberikan dampak positif kepada masyarakat dan para pelaku UMKM di Desa Banjarsari – Gresik, dimana masyarakat sekarang lebih mudah memahami dan memanfaatkan media sosial untuk melakukan pemasaran online. Secara keseluruhan memang belum maksimal dalam pelatihan dan pendampingan mengenai pemasaran online karena secara waktu masih belum dapat menunjukkan hasil yang optimal. Namun, prinsipnya sudah tersampaikan kepada masyarakat selaku pelaku UMKM bahwa pemasaran tidak hanya melalui secara langsung namun dapat dilakukan secara online dengan menunjukkan gambar atau produk yang akan dijual.

Manfaat Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh tim Dosen dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dibantu dengan mahasiswa ini tentunya memberikan manfaat bagi tim Dosen, mahasiswa, dan masyarakat Desa banjarsari-Gresik baik yang memiliki bisnis UMKM maupun belum yang pada saat pelatihan ikut hadir. Bagi tim Dosen tentunya bermanfaat untuk menjalankan tugasnya dalam Tri Dharma yaitu salah satunya adalah pengabdian pada

masyarakat. Bagi mahasiswa bermanfaat untuk menambah pengalaman dilapangan dalam rangka hidup bermasyarakat untuk saling melengkapi dan memberikan manfaat bersama. Bagi masyarakat Desa Banjarsari-Gresik tentunya bermanfaat menabahnya ilmu maupun strategi dalam pemasaran secara online serta menambah jaringan bisnis.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan dengan mengangkat tema tentang pemasaran online memberikan dampak positif dan manfaat bagi masyarakat Desa Banjarsari-Gresik karena mereka sekarang lebih dimudahkan dalam menjalankan strategi pemasarannya melalui media sosial yang paling dekat dengan masyarakat yaitu Whatsapp maupun Facebook. Oleh karena itu masyarakat sudah tidak hanya menggunakan media sosial tersebut hanya untuk melakukan posting untuk kegiatan sehari-hari yang kurang bermakna, namun lebih pada pengembangan untuk bisnis yang memperoleh pemasukan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada LPPM Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah memberikan dukungan materi. Selain itu kepada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis yang telah membantu selama pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan

DAFTAR PUSTAKA

- Afkar, T., Purwanto, T., Fauziyah, F., Hariawan, F., & Istikhoro, S. (2021). DESIGN OF MSMEs DEVELOPMENT THROUGH PROFIT SHARING SCHEMES. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(3), 463. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v10i3.36996>
- Afkar, T., Waryanto, R. B. D., Istikhoro, S., Subakir, Sugijanto, & Fauziyah. (2018). Upaya Peningkatan Penghasilan UKM dengan Tertib Administrasi Keuangan di Desa Kenongo Kecamatan Tulangan Sidoarjo. *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 03(September), 351–357.
- Marjukah, A. (2022). Pengaruh Pelatihan Pemasaran Digital Terhadap Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 20(1), 1–12. <https://doi.org/10.32524/jkb.v20i1.316>
- Mulyantomo, E., Sulistyawati, A. I., & Triyani, D. (2021). Pelatihan Pemasaran Online Dan Digital Branding Dimasa Pandemi Covid-19 Bagi Pelaku UMKM di Desa Tegalarum Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak. *Tematik*, 3(2), 199–210. <https://156.67.218.228/index.php/tematik/article/view/4218%0Ahttps://156.67.218.228/index.php/tematik/article/download/4218/2318>
- Prima Prihatini. (2022). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Penghasilan Ibu Rumah Tangga Majelis Taklim Perempuan Kecamatan Jatiyoso. *ABDIKAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains Dan Teknologi*, 1(2), 264–270. <https://doi.org/10.55123/abdikan.v1i2.309>
- Purnomo, D., Lubis, M. R. H., Rakhmadani, D. P., Arum, M. P., & Purbaya, M. E. (2021). Efektivitas Pelatihan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kemampuan Dan Kinerja Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Eksekutif*, 18(1), 65–74. <https://jurnal.ibmt.ac.id/index.php/jeksekutif/article/view/279>
- Taufiqurrochman, Putra, D. F. D., Sari, J., & Syahrial, R. (2022). Pelatihan Pengembangan UMKM di masa Pandemi dengan Optimalisasi Penggunaan Media Sosial. *SWADIMAS* :

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(1), 20–26.

- Thaha, S., Hatidja, S., & Hasniati, H. (2021). Pelatihan Digital Marketing untuk meningkatkan Penjualan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Di Kecamatan Turikale Kabupaten Maros. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(2)*, 133–139. <https://doi.org/10.52072/abdine.v1i2.208>
- Widhajati, E., Nurani, Minarni, E., & Mukhamad Eldon. (2021). Pelatihan Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Di PLUT KUMKM Tulungagung. *Janita : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(1)*, 45–52. <https://doi.org/10.36563/pengabdian.v1i1.260>
- Widiastuti, C. T., Widayat, G. M., Kharisma, D., Prasetyani, E. T., & Fatkhur, D. F. I. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Pemasaran OnLine Bagi UMKM di Kelurahan Mlatibaru Semarang. *Jurnal BUDIMAS, 4(1)*, 1–8.