

Pelatihan Pemasaran Digital Untuk Promosi Produk Pada Forum UMKM IKM Kabupaten Bogor

Syamsul Bakhri ^{1*}, Aswar Hanif ², Yayan Hendrian ³, Markus Lilik Martanto ⁴

^{1,2,3,4} Universitas Bina Sarana Informatika
Jl. Kramat Raya No.98, Senen, Jakarta Pusat

e-mail: syamsul.slb@bsi.ac.id ^{1*}, aswar.awf@bsi.ac.id ², yayan.yhn@bsi.ac.id ³
markus.mkk@bsi.ac.id ⁴

Abstrak

Dengan pesatnya perkembangan teknologi saat ini, kebutuhan akan keterampilan pemasaran digital semakin meningkat. Untuk mendukung promosi produk UMKM dan IKM di Kabupaten Bogor, kami mengadakan pelatihan pemasaran digital yang bertujuan untuk memberdayakan peserta dengan keterampilan dasar dalam merancang dan mengelola strategi promosi yang efektif. Memberikan pemahaman dasar tentang pemasaran digital dan pentingnya promosi produk melalui platform online. Mengajarkan peserta prinsip-prinsip desain grafis yang diperlukan dalam pembuatan konten promosi yang menarik dan informative. Membekali peserta dengan keterampilan dalam menggunakan alat-alat dan fitur-fitur dalam platform digital untuk merancang materi promosi yang efektif yang dilakukan dengan Metode ceramah dan diskusi. Peserta diberikan Pengenalan Pemasaran Digital Penggunaan Aplikasi Pemasaran Digital Praktik langsung dalam merancang konten promosi menggunakan aplikasi. Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat dapat disimpulkan pelatihan ini dapat meningkatkan keterampilan peserta dalam merancang dan mengelola promosi produk secara digital. Meminimalkan kesalahan dalam pengelolaan data dan mempercepat proses pencarian data produk. Mendorong pertumbuhan bisnis UMKM dan IKM di Kabupaten Bogor melalui strategi pemasaran digital yang efektif

Kata Kunci: Pemasaran Digital, UMKM dan IKM, platform online

Abstract

With the rapid development of technology today, the need for digital marketing skills is increasing. To support the promotion of MSME and SME products in Bogor Regency, we are holding digital marketing training which aims to empower participants with basic skills in designing and managing effective promotional strategies. Provides a basic understanding of digital marketing and the importance of product promotion through online platforms. Teaches participants the graphic design principles needed to create attractive and informative promotional content. Equip participants with skills in using tools and features in digital platforms to design effective promotional materials. Participants are given an Introduction to Digital Marketing Using Digital Marketing Applications. Direct practice in designing promotional content using applications. Improve participants' skills in designing and managing digital product promotions. Minimize errors in data management and speed up the product data search process. Encouraging the growth of MSME and IKM businesses in Bogor Regency through effective digital marketing strategies



Pendahuluan

Dalam era teknologi yang berkembang pesat seperti saat ini, keterampilan pemasaran digital menjadi semakin penting. Kabupaten Bogor sebagai salah satu daerah dengan potensi UMKM dan IKM yang besar, membutuhkan upaya yang lebih besar dalam mempromosikan produk-produk lokalnya. Oleh karena itu, kami mengadakan pelatihan pemasaran digital yang bertujuan untuk memberdayakan para pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) serta industri kecil menengah (IKM) di Kabupaten Bogor. Era globalisasi yang sedang berlangsung juga turut memacu perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dengan pesat. Pada abad ke-21, TIK bukan hanya menjadi kebutuhan sekunder, melainkan primer bagi berbagai kalangan masyarakat (Yusuf, 2019). Aspek teknologi dapat dioptimalkan oleh organisasi bagi praktik strategi perubahan organisasi agar lebih efisien dan lebih efektif (Annisa et al., 2022). Pemanfaatan teknologi informasi dalam kegiatan usaha akan mampu menciptakan nilai tambah dan meningkatkan kinerja sehingga suatu badan usaha kecil dan menengah dapat melakukan perubahan dan melakukan perbaikan berkelanjutan guna meningkatkan daya saingnya dalam dunia usaha yang cukup kompetitif (Basry & Sari, 2018). Pemasaran digital didefinisikan sebagai penggunaan berbagai taktik dan saluran digital untuk terhubung dengan konsumen di mana mereka menghabiskan sebagian besar waktunya: online (Desai, 2019). Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk memberikan peserta pemahaman dasar tentang pemasaran digital serta pentingnya promosi produk melalui platform online. Kami juga bertujuan untuk mengajarkan prinsip-prinsip desain grafis yang diperlukan dalam pembuatan konten promosi yang menarik dan informatif. Dengan demikian, peserta dapat merancang dan mengelola strategi promosi yang efektif bagi produk-produk mereka (Brihandono, 2023).

Manfaat dari pelatihan ini sangatlah beragam. Pertama-tama, peserta akan memperoleh keterampilan dasar dalam merancang dan mengelola promosi produk secara digital, yang tentunya akan meningkatkan daya saing bisnis mereka. Selain itu, dengan memanfaatkan platform digital, peserta dapat meminimalkan kesalahan dalam pengelolaan data dan mempercepat proses pencarian data produk. Selanjutnya, pelatihan ini dapat mendorong pertumbuhan bisnis UMKM dan IKM di Kabupaten Bogor melalui penerapan strategi pemasaran digital yang efektif

Metode

Kegiatan pengabdian yang akan dilakukan adalah pelatihan pemasaran digital untuk promosi produk, dilakukan dengan Metode ceramah dan diskusi sebagai berikut

1. Analisis Kebutuhan

Tim pengabdian masyarakat bertemu mitra untuk melakukan diskusi dan analisis situasi serta mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra mengidentifikasi tantangan dan kebutuhan peserta dalam pemasaran digital

2. Teori dan Konsep Dasar

Para tutor menyampaikan materi di hadapan peserta secara langsung menggunakan sarana yang tersedia, Penyampaian konsep dasar pemasaran digital dan pentingnya promosi online.

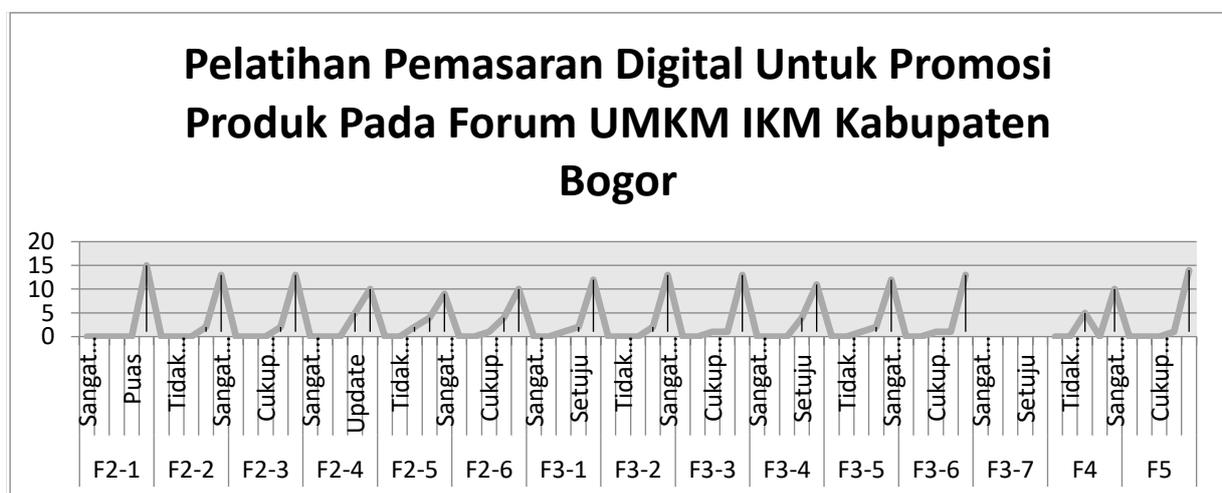
3. Pengenalan Platform

Demo langsung penggunaan platform pemasaran digital seperti media sosial dan marketplace.

4. Diskusi dan Tanya Jawab
Bertukar pengalaman dan memberikan solusi atas tantangan peserta.
5. Evaluasi dan Umpan Balik
Penilaian hasil pelatihan dan pemberian umpan balik untuk peningkatan strategi pemasaran digital. Evaluasi program kegiatan akan dilakukan dengan analisis terhadap respon peserta yang didapatkan melalui kuesioner yang diberikan saat kegiatan.

Hasil dan Pembahasan

Pelatihan dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 27 April 2024, di Aula Kantor Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Pada pelaksanaan yang akan digunakan meliputi penyampaian materi secara interaktif, studi kasus, dan sesi tanya jawab. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta Industri Kecil Menengah (IKM) dalam memanfaatkan pemasaran digital untuk meningkatkan promosi produk merek. Materi pelatihan akan mencakup berbagai aspek penting terkait dengan pemasaran digital, antara lain: Pengenalan konsep pemasaran digital dan pentingnya dalam konteks UMKM dan IKM, Strategi pemasaran digital yang efektif untuk promosi produk, Penggunaan media sosial, website, dan platform e-commerce sebagai alat pemasaran, Analisis pasar online dan segmentasi konsumen, Pengukuran dan evaluasi keberhasilan kampanye pemasaran digital. Peserta menunjukkan ketertarikan yang besar terhadap penggunaan pemasaran digital untuk mempromosikan produk mereka, dan mereka aktif berpartisipasi dalam diskusi, tanya jawab, serta praktek langsung yang diselenggarakan dalam pelatihan. Selain itu, dari hasil kuesioner, sebagian besar peserta menyatakan bahwa mereka merasa puas dengan konten dan penyampaian materi pelatihan.



Gambar 1. Grafik Pelatihan Pemasaran Digital Untuk Promosi Produk Pada Forum UMKM IKM Kabupaten Bogor

Keterangan:

- F2-1. Informasi kegiatan pada saat pelaksanaan dengan skor 75% menyatakan puas.
- F2-2. Materi/modul pelatihan/kegiatan dengan skor 100% menyatakan sangat puas.
- F2-3. Sarana dan prasarana yang digunakan pada saat kegiatan berlangsung dengan skor 100% menyatakan sangat puas.

F2-4. Menurut anda, bagaimana tema kegiatan ini dengan skor 100% menyatakan cukup update.

F2-5. Menurut anda, bagaimana Tutor/Narasumber menyampaikan materi dengan skor 100% menyatakan bagus.

F2-6. Susunan acara berjalan dengan baik materi dengan skor 100% menyatakan sangat setuju.

F3-1. Kegiatan ini memberikan manfaat bagi peserta dengan skor 100% menyatakan sangat setuju.

F3-2. kegiatan ini menambah wawasan peserta (mengenai tema yang disampaikan) dengan skor 100% menyatakan sangat setuju.

F3-3. Kegiatan ini menambah keterampilan peserta sesuai dengan tema yang disampaikan dengan skor 100% menyatakan setuju.

F3.4. Kegiatan ini memperhatikan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3). dengan tema yang disampaikan dengan skor 100% menyatakan setuju.

F3-5. Kegiatan ini memberikan pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi kepada peserta secara berkelanjutan dengan tema yang disampaikan dengan skor 100% menyatakan sangat setuju.

F3.6. Hasil kegiatan ini dapat memberikan solusi bagi permasalahan yang dihadapi oleh peserta dengan tema yang disampaikan dengan skor 90% menyatakan cukup setuju.

F3-7. Kegiatan ini dilakukan sesuai dengan kaidah metode metode ilmiah (dilakukan secara terstruktur dan sistematis) dengan skor 90% menyatakan cukup setuju.

F4. Jika kegiatan ini diadakan kembali, seberapa besar minat anda untuk berpartisipasi kembali? dengan skor 100% menyatakan sangat berminat.

F5. Bagaimana persepsi anda terhadap kegiatan ini secara keseluruhan? dengan skor 100% menyatakan sangat puas.

Kesimpulan

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta sangat puas dengan konten materi pelatihan dan metode penyampaian yang digunakan. Mereka menganggap pelatihan ini memberikan nilai tambah dalam memahami konsep dan strategi pemasaran digital, serta memberikan wawasan baru dalam memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan promosi produk UMKM IKM mereka. Antusiasme peserta mencerminkan kebutuhan yang besar akan pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran digital di era digital ini. Dengan adanya pelatihan seperti ini, para pelaku UMKM dan IKM dapat lebih efektif dalam menjangkau pasar online dan meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Daftar Pustaka

Annisa, S., Raharja, S. J., & -, R. (2022). Peran Teknologi bagi Perubahan Organisasi: Studi Bibliometrik. *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 7(1). <https://doi.org/10.33476/jeba.v7i1.2232>

Basry, A., & Sari, E. M. (2018). Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *IKRA-ITH INFORMATIKA : Jurnal Komputer Dan Informatika*, 2(3), 53–60. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-informatika/article/view/266>

Brihandono, A. J. (2023). *PRODUKSI MEDIA COMPANY PROFILE MENGENAI PRODUK DAN LAYANAN PT. TASPEN (PERSERO) KCU SEMARANG TERHADAP PESERTA APARATUR SIPIL NEGARA DAN PEJABAT NEGARA*. Universitas Diponegoro.

Desai, D. M. V. (2019). Digital Marketing: A Review. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development, Special Issue(Special Issue-FIIIPM2019)*, 196–200. <https://doi.org/10.31142/ijtsrd23100>

Yusuf, M. (2019). Pengaruh Kemajuan Teknologi dan Pengetahuan terhadap Minat Generasi Milenial dalam Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 86–94. <https://doi.org/10.21009/jdmb.02.2.3>