

PELATIHAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL MARKETING UNTUK PEMASARAN PRODUK UMKM IBU PKK DESA BANDAR

Lia Umbari Putri¹, Karyawaty Gultom², Hanafi Asnan³, Laina Tussifah⁴, Masri Wahyuni⁵, Rolly Yesputra⁶

^{1,3,4} Teknik Komputer, AMIK Polibisnis, Perdagangan

^{2,5} Komputerisasi Akuntansi, AMIK Polibisnis, Perdagangan

⁶ Sistem Komputer, Universitas Royal

email: ¹liaumbariputri@gmail.com, ²gkaryawaty@gmail.com, ³hanafiasnan96@gmail.com,
⁴laina.tussifah@gmail.com, ⁵masriwahyuni997@gmail.com

Abstract: The development of digital technology continues to open up significant opportunities for innovation and efficiency. However, its use must be managed carefully to address challenges such as security, ethics, and access equality. PKK (Family Welfare Empowerment) is a program aimed at improving family welfare, with a focus on empowering women and communities. One sector that has great potential to boost family economies is the MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) managed by PKK mothers. However, limited knowledge and skills in utilizing digital technology often become obstacles in developing product marketing. Therefore, the goal of this community service activity is to equip PKK mothers with an understanding of digital platforms, such as social media, marketplaces, and marketing applications. This program also aims to enhance their practical skills in creating engaging promotional content and provide guidance on digital marketing strategies to expand the market reach of MSME products.

Keyword: Digital marketing technology, products, UMKM

Abstrak: Perkembangan teknologi digital terus membuka peluang besar untuk inovasi dan efisiensi. Namun, pemanfaatannya harus dikelola dengan hati-hati untuk mengatasi tantangan yang ada, seperti masalah keamanan, etika, dan kesetaraan akses. PKK (Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga) adalah program yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga, dengan fokus pada pemberdayaan perempuan dan masyarakat. Salah satu sektor yang memiliki potensi besar untuk meningkatkan perekonomian keluarga adalah UMKM yang dikelola oleh ibu-ibu PKK. Namun, keterbatasan pengetahuan dan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital seringkali menjadi hambatan dalam pengembangan pemasaran produk. Oleh karena itu, tujuan kegiatan PKM ini adalah untuk membekali ibu-ibu PKK dengan pemahaman tentang platform digital, seperti media sosial, marketplace, dan aplikasi pemasaran. Program ini juga bertujuan untuk meningkatkan keterampilan praktis mereka dalam membuat konten promosi yang menarik, serta memberikan panduan mengenai strategi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar produk UMKM.

Kata kunci: teknologi digital marketing, produk, UMKM

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat membuat perubahan cara orang untuk berkomunikasi, dan perubahan ini membawa dampak yang signifikan termasuk pertumbuhan ekonomi yang serba digital (Eko Setia Budi et al., 2024). Teknologi digital terus berkembang, menawarkan peluang besar untuk inovasi dan efisiensi. Namun, pemanfaatannya perlu dikelola dengan bijak untuk menghadapi tantangan yang muncul, seperti keamanan, etika, dan kesetaraan akses (Prihatin et al., 2023).

Untuk mendukung perkembangan pasar dan teknologi yang pesat, bisnis kini semakin mengandalkan penggunaan internet, di mana strategi pemasaran digital telah menggantikan metode pemasaran tradisional (Andina et al., 2023). Tujuan utama dari digital marketing adalah memanfaatkan perangkat atau media digital untuk menjangkau konsumen dengan cara yang cepat, tepat sasaran, dan luas. Edukasi mengenai strategi digital marketing, khususnya melalui pemanfaatan media sosial, sangat penting karena dapat memberikan wawasan kepada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Mudrifah & Pramuja, 2022).

PKK adalah program yang bertujuan untuk memberdayakan keluarga dalam meningkatkan kesejahteraan. Program ini berfokus pada keluarga dan perempuan, dengan harapan bahwa peningkatan kondisi perempuan dapat berkontribusi dalam mengatasi berbagai masalah, seperti di bidang pendidikan, kesehatan, dan perekonomian (Sodiq & Mahmudi, 2022). Tujuan adanya PKK (Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga) adalah untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga, dengan fokus pada pemberdayaan perempuan dan

masyarakat, salah satunya UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang dikelola oleh ibu-ibu PKK memiliki potensi besar untuk meningkatkan perekonomian keluarga. Namun, keterbatasan pengetahuan dan kemampuan dalam menggunakan teknologi digital seringkali menjadi hambatan dalam mengembangkan pemasaran produk (Mudrifah & Pramuja, 2022).

Hasil penelusuran menunjukkan bahwa penggunaan digital marketing oleh pelaku UMKM masih belum optimal. Kondisi ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan para pelaku UMKM tentang konsep dan penerapan digital marketing.

Mengingat besarnya potensi yang dapat dikembangkan dari desa ini, maka tim pengabdian dari AMIK Polibisnis, Perdagangan melakukan proses pelatihan pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran produk UMKM di desa bandar.

Tujuan kegiatan PKM ini adalah untuk membekali ibu-ibu PKK dengan pengetahuan tentang platform digital, seperti media sosial, marketplace, dan aplikasi pemasaran. Program ini juga bertujuan untuk meningkatkan keterampilan praktis mereka dalam pembuatan konten promosi produk yang menarik, serta memberikan panduan mengenai strategi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar produk UMKM.

METODE

Metode pelaksanaan yang dilakukan didalam PKM ini terdiri dari beberapa tahapan kegiatan sebagai berikut ini:

a. Tahap persiapan

Tim PKM dari Amik Polibisnis melakukan survey lapangan dan mencari beberapa informasi untuk melihat potensi kegiatan dan kebutuhan dari kegiatan yang akan dilaksanakan. Pada proses ini ketua tim beserta para anggota bertemu langsung dengan ketua tim PKK desa sei silau dan meninjau langsung proses UMKM yang ada didesa tersebut.

b. Tahap pelaksanaan

Proses pelatihan dilakukan selama 2 hari pada hari rabu dan kamis, tanggal 20 dan 21 november 2024. Bertempat di balai desa bandar.. Kegiatan ini melibatkan dosen dan mahasiswa Amik Polibisnis perdagangan selaku tim Narasumber dalam penyampaian materi tentang Pengenalan teknologi digital.

Rencana kegiatan dalam program ini meliputi beberapa tahapan, dimulai dengan Pelatihan Dasar Digital Marketing yang bertujuan untuk mengenalkan dasar-dasar pemasaran digital serta alat-alat yang digunakan, seperti Instagram, Facebook, WhatsApp Business, Tokopedia, dan Shopee. Selanjutnya, diadakan Workshop Pembuatan Konten Kreatif untuk belajar membuat foto produk, desain poster, dan video promosi.

c. Tahap Minitoring dan Evaluasi

Tahapan ini dilakukan setelah program PKM selesai, di mana perlu dilakukan pemantauan terhadap output dan outcome yang dihasilkan dari pelaksanaan PKM tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang berfokus pada pengembangan bisnis melalui Digital Marketing ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada peserta tentang pemasaran digital produk

UMKM di Desa Bandar. Materi yang dibahas dalam kegiatan PKM ini meliputi berbagai aspek terkait Pengembangan Bisnis dengan Pemasaran Digital, antara lain:

1. Pelatihan Dasar Digital Marketing: Mengetahui dasar-dasar pemasaran digital dan alat yang digunakan (e.g., Instagram, Facebook, WhatsApp Business, Tokopedia, Shopee).
2. Workshop Pembuatan Konten Kreatif: Belajar membuat foto produk, dan desain poster.
- 3.



Gambar 1. Pelaksanaan Pelatihan

Pada pelaksanaan pelatihan di hari kedua Tim PKM beserta ibu PKK melakukan pelatihan pembuatan foto produk melalui aplikasi canva. Adapun tujuan mengenalkan aplikasi ini adalah untuk mengajarkan cara menghasilkan foto produk yang menarik, profesional, dan siap diunggah di platform digital. Adapun tahapan kegiatan yang di ajarkan diantaranya:

1. Persiapan Produk: Cara menata produk agar tampak menarik.
2. Pemilihan Latar Belakang: Penggunaan latar belakang sederhana, seperti kain polos atau karton warna.
3. Pencahayaan: Teknik pencahayaan sederhana dengan lampu rumah atau sinar matahari.

4. Sudut Pengambilan Foto: Tips memilih sudut foto yang menonjolkan keunikan produk.
5. Aplikasi Edit Foto: Penggunaan aplikasi Canva untuk meningkatkan kualitas foto.

Berikut adalah tutorial langkah demi langkah untuk membuat desain poster promosi menggunakan Canva, yang cocok untuk pemula:

1. Langkah 1: Membuka Canva
Akses website atau buka aplikasi canva di browser atau unduh aplikasinya di smartphone.
Daftar/Masuk: Buat akun baru atau login menggunakan email, Google, atau Facebook.
2. Klik tombol "Create a design" (Buat Desain). Pilih ukuran poster, misalnya A4 (21x29.7 cm) untuk cetak atau Instagram Post (1080x1080 px) untuk media sosial.
3. Cari Template: Di kolom pencarian, ketik "Poster Promosi". Canva akan menampilkan banyak template menarik.
4. Mengedit Template: Klik pada teks di template. Ketik nama produk, deskripsi, harga, dan kontak. Gunakan font yang jelas dan mudah dibaca.
5. Mengecek dan Menyelesaikan Desain, Pastikan semua informasi penting sudah ada dan tidak ada typo. Cek tata letak dan proporsi agar rapi dan tidak terlalu penuh.
6. Menyimpan Desain: Klik tombol "Share" di kanan atas. Pilih opsi Download. Format: PNG atau JPG untuk media sosial, PDF untuk cetak.



Gambar 2. Contoh Poster Produk

Output dari sesi ini meliputi foto produk yang telah diedit dan siap untuk diunggah, serta poster digital yang telah disesuaikan dengan standar promosi yang berlaku.



Gambar 3. Foto Tim PKM Dan Para Peserta Pelatihan

Kegiatan Pengabdian Masyarakat di Desa Bandar berhasil memberikan pemahaman tentang digital marketing kepada peserta, terutama ibu-ibu PKK. Hasil kegiatan ini meliputi pemahaman mengenai platform digital seperti Instagram, Facebook, WhatsApp Business, Tokopedia, dan Shopee. Selain itu, ibu-ibu PKK belajar keterampilan dalam membuat foto produk menarik dan poster promosi menggunakan aplikasi Canva. Mereka juga berhasil membuat foto produk yang telah diedit dan poster

digital yang siap diunggah. Peserta dilatih menggunakan aplikasi Canva untuk membuat konten promosi secara efektif. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil meningkatkan keterampilan digital peserta dalam memasarkan produk UMKM.

SIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan ini adalah bahwa Tim Penggerak PKK Desa Bandar, sebagai mitra pelatihan, berhasil mendapatkan manfaat yang signifikan dalam memahami strategi pemasaran digital. UMKM binaan TP PKK kini memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya memanfaatkan media sosial dan marketplace berbasis konten kreatif, termasuk fotografi, untuk mendukung promosi di platform seperti YouTube, Instagram, Facebook Bisnis, Shopee, dan Tokopedia. Materi pelatihan yang disampaikan, khususnya terkait penggunaan aplikasi pemasaran digital, diterima dengan baik oleh peserta karena disajikan secara visual dan mudah dipahami. Kegiatan ini berlangsung dengan lancar dan sesuai dengan harapan tim pelaksana dari Amik Polibisnis perdagangan. Ke depan, peserta diharapkan dapat lebih proaktif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka di bidang media sosial, marketplace, dan pemanfaatan keuangan digital untuk mendukung pengembangan dan pertumbuhan UMKM yang lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Andina, A. N., Salsabila, S., & ... (2023). Pelatihan Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Pemasaran Digital Pada Ibu-Ibu PKK Pemilik Usaha Rumahan. *Jurnal Pengabdian ...*, 4(4), 3041–3047. <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1570%0Ahttp://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/download/1570/1197>
- Eko Setia Budi, Ade Priyatna, Eva Zuraidah, Sanwani, Dito Tri Ardana, Aprilia Dimas Sahid, Ghifary Rafy Pratama, Kenji Ferdian Santosa, & Muhamad Irfan. (2024). Pelatihan dan Pemanfaatan Teknologi Whatsapp Business Dalam Mengembangkan Penjualan Produk Pada UMKM. *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 293–299. <https://doi.org/10.47065/jpm.v4i3.1627>
- Mudrifah, M., & Pramuja, R. A. (2022). PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM PKK KARANGPLOSO VIEW-NGENEP (PROGRAM BEMO “Belajar Marketing Online”). *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 6(01), 51–58. <https://doi.org/10.22219/skie.v6i01.20371>
- Nasution, W. S. L. (2022). Digitalization of Marketing to Support MSMEs in the Midst of the Covid-19 Pandemic. *ABDIMAS TALENTA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 222–230. <https://doi.org/10.32734/abdima.stale.7i1.6546>

- Prihatin, T. A., Nuraini, N., Haksami, A. M. T., Nida, S., Mardiana, M., & Nisa, R. (2023). Sosialisasi Pengenalan Pemasaran Digital Dalam Upaya Meningkatkan Penghasilan Ibu PKK Desa Tapis Kecamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(9), 1910–1914. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i9.441>
- Sodiq, F., & Mahmudi, A. A. (2022). Penerapan Teknologi Informasi Untuk Pemberdayaan Tim Penggerak PKK Desa Waru Rembang. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 165–176. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v5i1.12041>