

**PELATIHAN PEMASARAN ONLINE BERBASIS DIGITAL UNTUK  
 MENINGKATKAN PENJUALAN BISNIS ONLINE PADA UMKM DI  
 DESA TALKANDANG KECAMATAN SITUBONDO  
 KABUPATEN SITUBONDO**

***DIGITAL-BASED ONLINE MARKETING TRAINING TO INCREASE  
 ONLINE BUSINESS SALES TO MSMEs IN TALKANDANG VILLAGE,  
 SITUBONDO DISTRICT, SITUBONDO REGENCY***

**Dwi Perwitasari Wiryaningtyas<sup>1</sup>, Riska Ayu Pramesthi<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Manajemen, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

<sup>1</sup>Email : dwi.feunars@gmail.com

**Absrak:** Kegiatan pengabdian kepada masyarakat “Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Bisnis Online Pada UMKM Di Desa Talkandang Kecamatan Situbondo Kabupaten Situbondo” telah dilaksanakan dalam waktu 1 bulan. Permasalahan yang dihadapi adalah (1) Pemasaran hanya terbatas pada masyarakat sekitar (2) Keuangan untuk usaha maupun keuangan pribadi masih bergabung menjadi satu. Hal ini disebabkan karena pemilik usaha tidak mempunyai pengetahuan untuk membuat laporan keuangan. Kegiatan dilakukan dalam beberapa tahapan, yaitu : (1) Identifikasi kebutuhan mitra usaha (2) Perencanaan pembuatan laporan keuangan bagi Usaha Mikro (3) Implementasi Hasil. Pelaksanaan kegiatan Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Bisnis Online Pada UMKM Di Desa Talkandang Kecamatan Situbondo Kabupaten Situbondo telah berhasil, dengan adanya pembuatan banner produk dan promosi dalam media digital secara *online* sebagai penunjang pengembangan bisnis ke depan.

**Kata Kunci :** *Pelatihan, Pemasaran Online, Penjualan Bisnis, Online Berbasis Digital*

**Abstract:** *The community service activity "Digital-Based Online Marketing Training to Increase Online Business Sales for MSMEs in Talkandang Village, Situbondo District, Situbondo Regency" has been carried out within 1 month. The problems faced are (1) Marketing is only limited to the surrounding community (2) Finance for business and personal finance are still merged into one. This is because business owners do not have the knowledge to make financial reports. The activity is carried out in several stages, namely: (1) Identification of the needs of business partners (2) Planning for making financial reports for Micro Enterprises (3) Implementation of Results. The implementation of Digital-Based Online Marketing Training activities to Increase Online Business Sales for MSMB in Talkandang Village, Situbondo District, Situbondo Regency has been successful, with the creation of product banners and promotions in online digital media to support future business development.*

**Keywords :** *Training, Online Marketing, Business Sales, Digital-Based Online*

## PENDAHULUAN

Cilok\_stb merupakan salah satu UMKM yang bergerak dalam bidang kuliner berupa camilan tradisional berupa cilok (aci dicolok) dan makanan ringan pedas lainnya. Cilok\_stb dimiliki oleh Ibu Sakinatul Fitriya yang berlokasi di Desa Talkandang, Kecamatan Situbondo, Kabupaten Situbondo. Mitra usaha sudah menjalankan kegiatan usahanya kurang lebih dua tahun lalu (tepatnya tahun 2019). Mitra usaha sudah memiliki outlet sendiri dan menerima pesanan pelanggan secara langsung di outlet pemilik.

Ketika pesanan cilok terlalu banyak, pemilik usaha cilok\_stb masih kesulitan, dikarenakan pembuatan cilok ini secara manual. Produksi cilok\_stb rata-rata 1-2 kg tepung per hari. Dilihat dari segi pemasaran, pemilik usaha masih menggunakan cara tradisional yaitu promosi antar teman, kerabat dan promosi secara online. Sehingga segmentasi pembeli hanya sebatas pada orang-orang sekitar dan orang yang dikenal. Pemasaran di media online masih belum menjangkau wilayah secara luas, karena masih baru belajar menggunakan pemasaran online. Pandemi COVID-19 membuat usaha kuliner Ibu Sakinatul Fitriya mengalami dampak yang sangat besar. Usaha kuliner Ibu Sakinatul Fitriya menjadi sepi akan pengunjung, dan pembeli secara online juga maenurun, sehingga pemilik usaha kuliner cilok\_stb ini mengalami penurunan omset pendapatan yang drastis.

Perkembangan teknologi informasi meyebabkan terjadinya perubahan kultur kita sehari-hari. Media elektronik menjadi salah satu media andalan untuk melakukan komunikasi dan bisnis yang memanfaatkan internet tersebut. Walaupun masih banyak pelaku bisnis yang belum mengenal betul tentang internet tersebut tetapi karena desakan bisnis yang semakin mengarah ke media maka banyak para pelaku bisnis mulai menggunakannya, seiring dengan meningkatnya penggunaan internet baik menggunakan komputer atau notebook, serta mengakses internet lewat ponsel, (Wibowo, 2015).

Perubahan dan perkembangan di dunia IPTEK ini, tidak bisa dipungkiri sedikit banyak pasti memengaruhi segala aspek kehidupan kita saat sekarang ini. Dengan kata lain, IPTEK adalah suatu hal yang wajib dan krusial bagi kehidupan

manusia saat ini, dan untuk masa depan yang akan datang. Ada seorang ahli mengatakan bahwa, ilmu pengetahuan merupakan fondasi bagi teknologi sedangkan teknologi adalah tulang punggung pembangunan. Ilmu pengetahuan dan teknologi atau IPTEK merupakan segi yang tidak dapat dikesampingkan dari kehidupan dan kesejahteraan manusia, (Muniroh, Yudhawati, dan Hurriyaturohman, 2017).

*E-commerce* merupakan singkatan dari *Electronic Commerce* yang berarti sistem transaksi dengan menggunakan media elektronik. Rintho (2018:18) menyatakan bahwa, “Ecommerce dapat didefinisikan sebagai arena terjadinya transaksi atau pertukaran informasi antara penjual dan pembeli di dunia maya”. *E-commerce* merupakan kegiatan melakukan transaksi bisnis secara online melalui media internet dan perangkat-perangkat yang terintegrasi dengan internet. Menurut Jonathan (2013:105), *e-service quality* didefinisikan sebagai perluasan dari kemampuan suatu situs untuk memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian, dan distribusi secara efektif dan efisien. *E-commerce* adalah dampak dari adanya perubahan perilaku belanja masyarakat yang dimanfaatkan untuk menjadi sebuah peluang bisnis. Indonesia merupakan negara yang cepat menerima adanya perubahan, oleh karena itu banyak sekali bermunculan *e-commerce* baik yang berasal dari luar negeri maupun *ecommerce* yang berasal dari Indonesia.

Tujuan dilaksanakannya pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk membantu para pelaku usaha dalam mempromosikan produk UMKM di Desa Talkandang. Adapun beberapa hal yang dilakukan oleh tim dalam kegiatan pengabdian ini adalah memberikan sosialisasi pemahaman bagaimana cara melakukan strategi pemasaran yang baik pada pelaku UMKM.

Berdasarkan situasi yang telah dipaparkan sebelumnya, maka ada beberapa permasalahan dalam upaya pengembangan usaha antara lain :

1. Pemasaran hanya terbatas pada masyarakat sekitar.
2. Keuangan untuk usaha maupun keuangan pribadi masih bergabung menjadi satu. Hal ini disebabkan karena pemilik usaha tidak mempunyai pengetahuan untuk membuat laporan keuangan.

**METODE**

Mekanisme dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra usaha diuraikan sebagai berikut :

1. Pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan pengembangan.

Pentingnya keterlibatan antara mitra usaha dan pendamping serta tenaga profesional dalam tahapan pelaksanaan solusi. Mitra usaha menjadi model dari solusi yang akan diformulasikan oleh pendamping dan tenaga profesional. Sinergi antara mitra usaha, pendamping dan tenaga profesional diharapkan mampu memberikan formulasi baru dan tepat guna sebagai solusi dari permasalahan yang tengah dihadapi.

2. Metode dan Tahapan Pelaksanaan Kegiatan, meliputi :

- a) Identifikasi Kebutuhan Mitra Usaha

Bertujuan sebagai langkah awal dalam pemetaan masalah dan kebutuhan yang tepat guna. Kegiatan ini dimaksudkan agar semua kebutuhan yang diperlukan dapat terinventaris dengan baik.

- b) Perencanaan Membuat Laporan Keuangan bagi Usaha Mikro

Bertujuan sebagai langkah kedua dalam membantu mitra dalam membuat laporan keuangan yang sederhana tetapi memiliki manfaat untuk memudahkan dalam pengelolaan keuangan Usaha Mitra agar lebih sistematis.

- c) Implementasi Hasil

Mitra usaha diharapkan mampu mempromosikan produk UMKM di Desa Talkandang dengan cara mendistribusikan produk secara *online* melalui media berbasis digital untuk meningkatkan penjualan bisnis *online*. Peningkatan penjualan bisnis *online* diharapkan bisa memperluas pangsa pasar untuk penjualan produk lebih luas dan dikenal oleh khalayak umum.

3. Prosedur Kerja Kegiatan.

Prosedur kerja meliputi : prosedur kerja pendampingan operasional usaha terhadap mitra dan prosedur kerja pendampingan aspek pengelolaan manajemen mitra usaha mikro.

4. Partisipasi Mitra dalam Pelaksanaan Program.

Mitra usaha harus bersinergi dan berkoordinasi secara aktif dengan

pelaksanaan program kegiatan. Mitra usaha harus bisa mendukung jalannya proses pendampingan dari awal sampai dengan berakhirnya pelaksanaan program.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pemaparan metode pelaksanaan yang dilakukan dan temuan yang terkait dengan permasalahan-permasalahan yang terjadi, tim pendampingan usaha akan melakukan langkah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Hasil Kegiatan

No	Kategori Masalah	Solusi	Aksi	Periode Pelaksanaan	Status	Keterangan
1	Pemasaran Produk cilok_stb	Melakukan aktivitas media berbasis digital	Pendampingan terkait dengan aktivitas periklanan dengan membuat logo nama produk dan banner produk di lokasi Usaha Mitra	Desember 2021	Done	Dokumentasi 1
2	Keterampilan Laporan Keuangan	Kegiatan Penyuluhan	Melakukan kegiatan penyuluhan untuk konsep dasar-dasar laporan keuangan, laporan laba & rugi, manajemen bisnis dan strategi <i>business plan</i>	Desember 2021	Done	PPT Materi Diskusi
3	Media Promosi	Melakukan aktivitas periklanan untuk <i>Brand Activation</i> dan peningkatan <i>Brand Awareness</i>	Pendampingan aktivitas pemasaran secara <i>online</i> melalui media sosial seperti <i>Instagram</i> ataupun <i>SHOPEE</i>	Desember 2021	Done	Dokumentasi 2

Berikut luaran yang di capai dari pelaksanaan kegiatan Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Bisnis Online Pada UMKM Di Desa Talkandang Kecamatan Situbondo Kabupaten Situbondo antara lain :

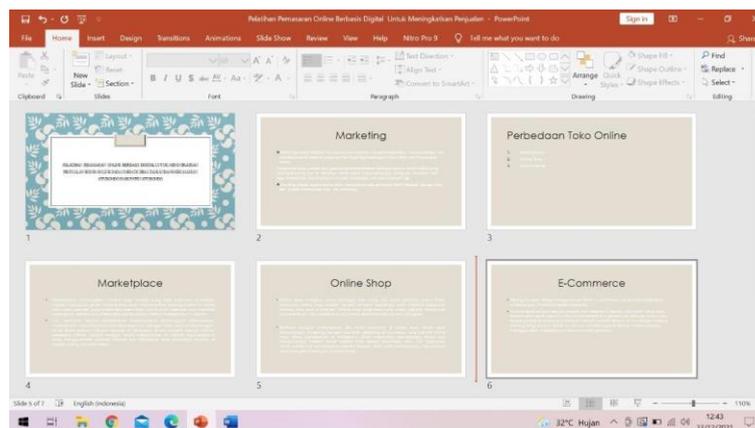
1. Pemasaran Produk. Berupa kegiatan pendampingan pembuatan *branding* produk, karena di dalam pemasaran digital, *branding* produk sangat penting, mengingat produk sudah memiliki pasar yang cukup luas. Branding ini dimaksudkan agar pelanggan-pelanggan ataupun calon pelanggan bisa dengan mudah mengingat nama Usaha Mitra dan lokasi Usaha Mitra. Tim pendamping dalam hal ini, membantu membuat

banner untuk pemilik usaha. Adapun banner produk yang dapat di lihat dalam gambar di bawah ini :



Gambar 1.1 Banner Produk Usaha Mitra

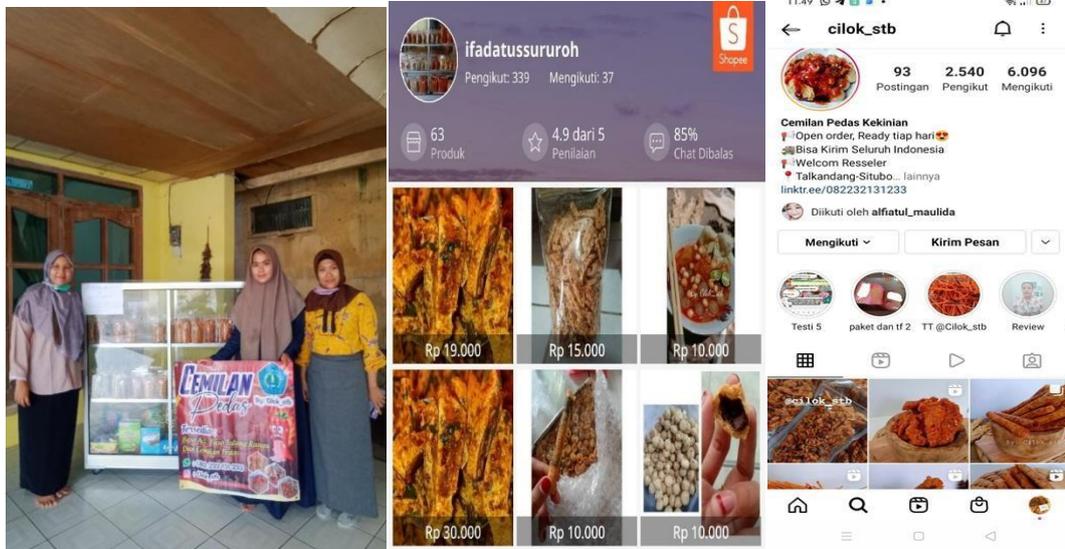
2. Keterampilan Laporan Keuangan. Berupa kegiatan penyuluhan untuk konsep dasar-dasar laporan keuangan, laporan laba & rugi, manajemen bisnis dan strategi business *plan*. Timpending usaha memberikan sebuah ppt materi bagi pemilik usaha untuk pengembangan bisnis ke depan. Adapun contoh cover ppt materi laporan keuangan yang dapat di lihat dalam gambar di bawah ini :



Gambar 1.2 Cover PPT Materi

3. Media Promosi. Media yang akan digunakan adalah media sosial. Media sosial, ini nantinya juga bisa digunakan oleh pemilik usaha untuk melayani masalah order produk, serta pertanyaan-pertanyaan dari konsumen. Selain itu media promosi ini juga digunakan sebagai tempat untuk *display* produk Usaha Mitra supaya konsumen bisa leluasa dalam memilih produk camilan yang disukai dan sesuai kantong mereka dalam

berbelanja *online*. Produk pun juga bisa dengan mudah diterima konsumen langsung ke lokasi yang mereka kehendaki tanpa mereka harus mendatangi lokasi Usaha Mitra. Adapun gambar media sosial yang dapat di akses konsumen dalam web di bawah ini :



Gambar 1.3 Media Sosial melalui Instagram dan SHOPEE

## KESIMPULAN

Berdasarkan uraian pada hasil dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan kegiatan Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Bisnis Online Pada UMKM Di Desa Talkandang Kecamatan Situbondo Kabupaten Situbondo telah berhasil, dengan adanya pembuatan banner produk dan promosi dalam media digital secara *online* sebagai penunjang pengembangan bisnis ke depan, hasil persentase terhadap setiap tahapan mencapai hasil 80% (kategori baik).
2. Tanggapan pemilik usaha terhadap pelaksanaan kegiatan Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Bisnis Online Pada UMKM Di Desa Talkandang Kecamatan Situbondo Kabupaten Situbondo ini sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari selama kegiatan berlangsung mereka sangat antusias mengikuti kegiatan dari awal sampai akhir kegiatan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala limpahan rahmat, inayah, taufik, dan hidayahnya sehingga kami dapat menyelesaikan penyusunan artikel ini. Dalam proses pengabdian dan penyusunan artikel ini tentu banyak pihak yang membantu. Kami ingin mengucapkan Terima Kasih untuk pihak yang telah membantu penyusunan artikel, diantaranya Ucapan Terima Kasih untuk :

1. Mitra UMKM, Ibu Sakinatul Fitri yang telah meluangkan waktu dan tempatnya untuk melaksanakan pengabdian ini.
2. LP3M Universitas Abdurachman Saleh Situbondo, yang telah mensupport dana dan membantu setiap proses pengabdian ini.
3. Serta Rekan-rekan Dosen FE Universitas Abdurachman Saleh Situbondo.

## DAFTAR PUSTAKA

- Jonathan, H. (2013). Analisis Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Yang Berdampak Pada Customer Loyalty PT Bayu Buana Travel TBK. *Journal The WINNERS*, 14(2)
- Muniroh, L., Yudhawati, D., & Hurriyaturrohman, (2017). Pelatihan Pemasaran Secara Online Pada UMKM Tas Di Bojong Rangkas Ciampea Kabupaten Bogor. *Prosiding LPPM UIKA Bogor*, [S.l.], p. 75-82.
- Rintho, R. R. (2018). *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Yogyakarta : Deepublish
- Wibowo, R.A. (2015). Kesuksesan E-commerce (Online Shopping) Melalui Trust dan Customer Loyalty. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. 2(1), p. 1 – 52