

Peningkatan Kemampuan *Digital Marketing* dalam Pengembangan Pemasaran Produk UMKM di Banjar Babakan Desa Sukawati Gianyar

**Octavianus Sumardana Pratama^{1*}, I Gusti Ngurah Eka Partama²,
Anak Agung Gede Rai³, Adrie⁴, I Made Artha Rimbawa⁵**

^{1,2,3,4,5} Universitas Ngurah Rai, Bali, Indonesia

*Octavianus.pratama@unr.ac.id

Received 17-01-2023

Revised 27-01-2023

Accepted 28-01-2023

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat dilakukan atas dasar adanya penurunan daya saing usaha pasca pandemi termasuk dengan daya saing sektor UMKM. Saat ini UMKM merupakan salah satu pilar perekonomian nasional yang perlu memiliki daya saing agar dapat menghadapi persaingan usaha global. Peningkatan daya saing usaha dapat memanfaatkan *e-commerce* dengan membuat toko daring, berjualan secara daring, melakukan transaksi secara online, dan menggunakan internet sebagai media untuk pemasaran. Kegiatan PkM dilaksanakan dengan sosialisasi dan pelatihan cara pemasaran secara daring dan cara menggunakan internet sebagai media pemasaran produk UMKM. Target luaran dalam kegiatan ini adanya peningkatan pengetahuan pelaku UMKM dalam pemasaran melalui *digital marketing* dan pentingnya hak kekayaan intelektual dalam produk UMKM di Banjar Babakan Desa Sukawati kabupaten Gianyar.

Kata kunci: *Digital marketing* ; Pemasaran; UMKM.

ABSTRACT

Community service is carried out on the basis of a decline in business competitiveness after the pandemic, including the competitiveness of the MSME sector. Currently, MSME is one of the pillars of the national economy that needs to have competitiveness in order to face global business competition. Increased business competitiveness can take advantage e-commerce by creating online stores, selling online, conducting transactions online, and using the internet as a medium for marketing. PkM activities are carried out with socialization and training on how to market online and how to use the internet as a marketing medium for MSME products. The output target in this activity is to increase the knowledge of MSME players in marketing through digital marketing and the importance of intellectual property rights in MSME products in Banjar Babakan, Sukawati Village, Gianyar Regency.

Keywords: *Digital marketing* ; Marketing; MSMEs

PENDAHULUAN

Pemasaran melalui media daring yang juga dikenal sebagai *e-marketing* merupakan cara yang dapat dilakukan untuk pemasaran produk/jasa dengan menggunakan internet (Setiawan et al., 2018). Tujuan adanya pemasaran daring bagi pelaku usaha untuk memudahkan dalam kegiatan jual beli agar lebih efektif dan efisien (Claudia et al., 2019; Choirina et al., 2022). Pemasaran merupakan salah satu elemen yang perlu diperhatikan dalam menjalankan usaha atau bisnis (Geovanne et al., 2019).

Banyak pelaku usaha yang melakukan perhatian khusus untuk memikirkan cara pemasaran yang tepat agar barang/jasa yang dijual dapat terjual di pasaran, sukses usaha bergantung pada cara pemasaran yang dilakukan pelaku usaha (Dwi Septiningrum et al., 2020). Perkembangan teknologi yang pesat saat ini terutama pada era industry 4.0 dan ditambah dengan adanya pandemi covid-19 yang membuat masyarakat harus dapat mengoptimalkan potensi usaha yang dimiliki (Fitria Aziz et al., 2022). Pandemi Covid-19 telah memotivasi masyarakat untuk meningkatkan pola hidup yang lebih baik (Kariyana & Pratama, 2022).

Aktifitas pemasaran merupakan proses sosial yang dilakukan individu atau kelompok untuk mendapatkan yang dibutuhkan dan diinginkan mereka dengan menciptakan, atau menawarkan, dan atau membuat produk yang bernilai kepada pihak lain (Masyaili et al., 2022). Praktek *Digital marketing* merupakan kegiatan marketing yang dilakukan oleh individu tau kelompok dengan menggunakan berbagai media-media berbasis web (Purwanto et al., 2022). Sebuah hasil karya yang merupakan karya intelektual manusia memiliki nilai yang tinggi diharapkan untuk mendapat perlindungan hukum yang memadai ditunjang dengan adanya rasa keadilan dan juga sebagai penghargaan atas hasil karya intelektual (Sulasno, 2018). Dengan adanya hak ekonomi dan hak moral dalam kekayaan intelektual maka karya cipta seseorang akan memiliki nilai, sehingga tidak mudah untuk digunakan untuk kepentingan komersial oleh pihak yang tidak bertanggungjawab atas hasil karya (Yusuf Ibrahim & Janani Shani, 2022).

Kegiatan PkM dilakukan di Banjar Babakan Desa Sukawati Kabupaten Gianyar dengan adanya penurunan daya saing usaha pasca pandemi termasuk daya saing UMKM di tengah ketatnya persaingan pada era globalisasi. Berdasarkan hasil survei dan wawancara kepada Bapak Kelian Dinas Banjar Babakan Desa Sukawati Kabupaten Gianyar Bapak I Kadek Suarjana dan wawancara dengan beberapa pelaku UMKM disampaikan bahwa permasalahan yang ada terkait sistem pemasaran UMKM yang ada saat ini masih konvensional dan pemasaran produk masih dalam ruang lingkup antar desa, maka dari itu diharapkan adanya inovasi yang dilakukan terkait aktifitas pemasaran yang lebih luas.



Gambar 1. Kegiatan UMKM di Banjar Babakan Desa Sukawati Kabupaten Gianyar pada bidang usaha konveksi (a) bidang usaha kerupuk kulit (b)

Bidang ekonomi permasalahan yang ada berkaitan pemahaman sistem pemasaran digital pelaku usaha perlu untuk ditingkatkan agar dapat memahami pentingnya pemasaran online saat ini. Dibidang hukum permasalahan pemasaran masih banyak pelaku usaha yang belum memahami tentang perlindungan hukum pada *digital marketing* serta pentingnya hak kekayaan intelektual untuk produk digital. Di bidang sosial humaniora masih perlunya pengenalan *digital marketing* bagi pelaku usaha agar dapat meningkatkan daya saing dan memperkenalkan kearifan lokal kepada masyarakat luas. Di bidang teknik permasalahan berkaitan dengan masih belum dapat memanfaatkan konten digital dalam disain promosi yaitu bentuk layout digital dan pemanfaat aplikasi disain dalam memasarkan produk di media online.

Berdasarkan kesepakatan bersama antara tim pelaksana dan mitra, pemecahan masalah utama yang akan dilakukan yaitu sosialisasi peningkatan *digital marketing* dan pelatihan kemampuan *digital marketing* untuk dapat dimanfaatkan pelaku UMKM dalam melakukan pemasaran produk UMKM di Banjar Babakan Desa Sukawati Kabupaten Gianyar. Target luaran dalam kegiatan ini adanya peningkatan pengetahuan pelaku UMKM dalam pemasaran melalui *digital marketing* dan pentingnya hak kekayaan intelektual dalam produk UMKM di Banjar Babakan Desa Sukawati kabupaten Gianyar. Selain itu diharapkan adanya peningkatan kemampuan dalam membuat disain promosi dan mampu menggunakan media-media pemasaran secara online yang dapat digunakan dalam *digital marketing*.

Solusi bagi permasalahan yang ada berdasarkan kesepakatan bersama antara tim pelaksana dan mitra adalah (1) sosialisasi pemanfaatan internet dan media sosial dalam *digital marketing* serta pentingnya hak kekayaan intelektual dalam meningkatkan daya saing bisnis UMKM, (2) Pelatihan kemampuan *digital marketing* dalam disain media promosi pemasaran digital. Tujuan kegiatan PkM yang dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pelaku UMKM di Banjar Babakan Desa Sukawati Kabupaten Gianyar dalam memasarkan produk secara daring dengan menggunakan media internet dan media sosial sebagai acuan dalam meningkatkan daya saing usaha.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dibagi dalam beberapa tahapan sebagai berikut :

a) Metode identifikasi masalah

Metode identifikasi masalah agar tujuan kegiatan PkM dapat tercapai. Pengumpulan data secara langsung melalui survei, observasi, dokumentasi dan wawancara kepada Bapak Kelian Dinas Bapak I Kadek Suarjana dan beberapa pelaku usaha UMKM Banjar Babakan Desa Sukawati Kabupaten Gianyar selaku mitra.

b) Metode Perancangan kegiatan

Metode perancangan ini dibuat sosialisasi dan pelatihan *digital marketing* tentang perlindungan hukum dan hak kekayaan intelektual produk digital, pelatihan disain dan pemanfaatan aplikasi disain yang terdiri dari survei lokasi kegiatan, melakukan

pendataan pelaku UMKM yang ada di Banjar Babakan Desa Sukawati Kabupaten Gianyar, serta penentuan narasumber kegiatan.

c) Metode Pelaksanaan Kegiatan

Metode pelaksanaan kegiatan PkM yaitu mitra berpartisipasi dalam menyiapkan sarana prasarana untuk mendukung kegiatan, seperti tempat pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pelatihan serta mengumpulkan pelaku UMKM. Kegiatan PkM dilakukan di Balai Banjar Babakan Desa Sukawati Kabupaten Gianyar .

d) Metode evaluasi kegiatan

Metode evaluasi kegiatan dilakukan setelah kegiatan sosialisasi dan pelatihan pemanfaatan *digital marketing* melalui instrumen evaluasi dalam bentuk angket terbuka sebagai indikator keberhasilan kegiatan.

HASIL KEGIATAN

Peningkatan kemampuan *digital marketing* bagi pelaku usaha UMKM di Banjar Babakan Desa Sukawati Kabupaten Gianyar berupa sosialisasi peningkatan *digital marketing* dan pelatihan kemampuan *digital marketing* yang nantinya dapat digunakan oleh pelaku UMKM dalam melakukan pemasaran produk telah disepakati bersama antara pelaksana kegiatan PkM dan mitra yang dilaksanakan di Balai Banjar Babakan Desa Sukawati Kabupaten Gianyar.

a) Kegiatan sebelum pelaksanaan kegiatan

Kegiatan persiapan pelaksanaan PkM dilakukan meliputi rapat koordinasi bersama tim PkM, melakukan komunikasi dengan Kelian Dinas dan pelaku UMKM terkait masalah yang dihadapi, survei lokasi kegiatan, pembagian tugas sesuai dengan bidang ilmu dan kompetensi masing-masing anggota pelaksana PkM untuk memperlancar kegiatan.



Gambar 2. Kegiatan survei dan wawancara dengan Kelian Dinas (a) dengan UMKM di bidang kuliner (b)

b) Sosialisasi *digital marketing*

Kegiatan sosialisasi diadakan pada tanggal 10 Desember 2022 bertempat di Balai Banjar Babakan Desa Sukawati Gianyar. Materi sosialisasi kegiatan tentang perlindungan hukum dan hak kekayaan intelektual produk digital. Narasumber kegiatan sosialisasi adalah Bapak Kadek Adi Mahendra Jaya, S.T. yang merupakan CEO Kreasiku Production yang bergerak di bidang konsultan *digital marketing* dan produksi digital. Narasumber menyampaikan pentingnya penggunaan media online

dalam memasarkan produk UMKM. Perkembangan teknologi yang ada saat ini harus diimbangi dengan kemampuan memanfaatkan teknologi untuk kebutuhan usaha agar dapat meningkatkan penghasilan. Pemahaman tentang hak kekayaan intelektual sangat penting dalam melindungi karya dan terhindar dari pelanggaran hak cipta. Narasumber mengajak peserta sosialisasi untuk dapat menerima perubahan yang ada dan konsisten dalam menjalankan strategi pemasaran digital yang dipilih. Peserta sosialisasi dapat menentukan segmentasi, target dalam strategi pemasaran yang dilakukan menyesuaikan kemampuan dan kebutuhan yang ada. Narasumber mengingatkan pentingnya untuk memulai dan belajar dari kesalahan dalam *digital marketing*.



Gambar 3. Kegiatan sosialisasi dibuka oleh ketua tim pelaksana PkM (a) penyampaian materi sosialisasi oleh Bapak Kadek Adi Mahendra Jaya, S.T. (b)

c) Pelatihan *digital marketing*

Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada tanggal 10 Desember 2022 dan pelatihan diberikan oleh narasumber bapak I Made Dedi Suardika, S.Pd beliau merupakan staff IT di Universitas Ngurah Rai. Materi pelatihan yang diberikan meliputi pengenalan akun *whatsapp bisnis*, *facebook*, dan *Instagram*. Selain itu disampaikan juga teknik dan cara membuat disain produk yang sesuai dengan segmentasi pasar. Produk yang sama akan terlihat berbeda jika mempunyai keunikan secara khusus seperti slogan, disain, logo dan metode promosi yang digunakan.



Gambar 4. Pelatihan oleh Bapak I Made Dedi Suardika, S.Pd (a) peserta pelatihan *digital marketing* (b)

d) Pendampingan dan evaluasi

Pendampingan dan evaluasi diperlukan untuk dapat mengoptimalkan hasil kegiatan yang telah dilakukan. Pendampingan yang dilakukan tim pelaksana PkM kepada peserta kegiatan yang dilakukan selama kegiatan berlangsung dan setelah

kegiatan berlangsung sebagai bentuk upaya tim pelaksana PkM untuk dapat melaksanakan kegiatan PkM yang berkesinambungan dan terus kontinyu kedepannya. Evaluasi dialkuakn dalam bentuk angket terbuka sebagai indikator keberhasilan kegiatan dan diberikan kepada peserta setelah kegiatan berlangsung. Hasil evaluasi kegiatan menyatakan sosialisasi yang diberikan sangat bermanfaat dan membuka peluang pengembangan UMKM dan memberikan informasi baru mengenai hak kekayaan intelektual. Selain itu kegiatan pelatihan juga sudah baik diberikan sesuai dengan kebutuhan peserta pelatihan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan kegiatan PkM yang dilakukan di Banjar Babakan Desa Sukawati Kabupaten Gianyar disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan memberikan kontribusi penting kepada pelaku UMKM dengan adanya solusi yang dibeirkan berupa kegiatan sosialisasi dan pelatihan yang berguna untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pelaku usaha dalam pengembangan *digital marketing* sebagai strategi pemasaran. Peserta sosialisasi dan pelatihan *digital marketing* telah dapat memahami materi yang disampaikan narasumber dan secara berkelanjutan akan menggunakan media online sebagai startegi pemasaran produk UMKM yang ada di Banjar Babakan Desa Sukawati Kabupaten Gianyar.

Saran yang diberikan dalam kegiatan PkM adalah perlu komunikasi yang berkesinambungan dengan mitra agar melakukan strategi pemasaran melalui media online dan memanfaatkan *digital marketing* sebagai salah satu cara untuk emngembangkan usaha dan memperluas akses mitra secara luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kepada Ketua Yayasan Jagadhita Denpasar, Rektor Universitas Ngurah Rai, LPPMPK Universitas Ngurah Rai, Kepala Desa Sukawati, Kelian Dinas Banjar Babakan, Pelaku Usaha UMKM, tim pelaksana PkM di Banjar Babakan Desa Sukawati Kabupaten Gianyar, Mahasiswa KAT Universitas Ngurah Rai Kelompok 15 dan seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dana dan dukungan dalam kegiatan PkM yang telah dilakukan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Claudia, M., Anisah, H. U., & Prihatiningrum, Y. (2019). *PKM Peningkatan Kemampuan "Pemasaran Online" Bagi Komunitas Perempuan Di Rumah Kreatif Banjarmasin*. 1(1), 86–93. <https://snllb.ulm.ac.id/prosiding/index.php/snllb-abdimas/article/view/293>
- Choirina, P., Tjiptady, B. C., Fadliana, A. F., Rohman, M., Wahyudi, F., & Darajat, P. P. (2022). Peningkatan marketing UMKM dengan pelatihan desain grafis untuk karang taruna Desa Plandi, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Malang. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(1), 8-16.

- Dwi Septiningrum, L., Sadiyah, K., Muhammad Hasan, J., Rani Gustiasari, D., & Darsita, I. (2020). *Pengenalan Digital marketing Dalam Upaya Meningkatkan Penghasilan Ibu Rumah Tangga (IRT) Majelis Taklim Al Auladiyah*. 1(3), 1–8. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DKP/article/view/7401>
- Fitria Aziz, P., Pinem, S., & Zalzulifa, Z. (2022). *PKM Pemberdayaan Digital marketing Pada Usaha Kreatif Brownis Al-Baroroh di Era Adaptasi Kebiasaan Baru*. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/view/1647>
- Geovanne, F., Thamrin, & Novid, I. (2019). Pelatihan Pemanfaatan *Digital marketing* Dalam Pengembangan Pemasaran dan Kewirausahaan UKM Pada Kota Sawahlunto. *Suluah Bendang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 19(1), 42–47. <https://doi.org/https://doi.org/10.24036/sb.0310>
- Kariyana, I. M., & Pratama, O. S. (2022). Program renovasi dan pendampingan kelompok belajar untuk meningkatkan motivasi siswa pada masa pandemi covid-19 di Banjar Pacung Desa Sangeh Kecamatan Abianseml, Kabupaten Badung Bali. *Penamas: Journal of Community Service*, 2(1), 49–56. <https://doi.org/https://doi.org/10.53088/penamas.v2i1.266>
- Masyaili, Natsir Kelana, I., Wahyuddin, Widati, S., & Raldianingrat, W. (2022). *Pengenalan Digital marketing bagi Pelaku Usaha UMKM di Wilayah Kelurahan Tobeu Kecamatan Unaaha Kabupaten Konawe*. <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIKEMAS/article/view/223>
- Purwanto, R., Hafsarah, R., Somantri, O., Perdanawanti, L., & Fadillah, F. (2022). Pemanfaatan *Digital marketing* sebagai Media Informasi Pemasaran Online Produk Usaha Mikro Kecil Menengah Petani Hortikultura Cilacap. *Jurnal PKM: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 05(03). <https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/pkm/article/view/7974>
- Setiawan, A., Kusumaningtyas, R. F., & Yudistira, I. B. (2018). *Diseminasi Hukum Hak Cipta pada Produk Digital di Kota Semarang*. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/JPHI/article/view/27279>
- Sulasno. (2018). *Penerapan Kekayaan Intelektual (KI) Terhadap UMKM sebagai Upaya Mewujudkan Persaingan Bisnis Berkeadilan* (Vol. 2, Issue 2). <https://doi.org/10.30656/ajudikasi.v2i2.958>
- Yusuf Ibrahim, M., & Janani Shani, A. (2022). Pendampingan Hak Kekayaan Intelektual Sebagai Hak Kebendaan (Asset) Bagi Pelaku UKM dan UMKM di Kabupaten Situbondo. In *JURNAL PENGABDIAN* (Vol. 1). Online. <https://unars.ac.id/ojs/index.php/mimbarintegritas/article/view/1380>