

**PELATIHAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM
RT 04/RW 12 KELURAHAN PARIT MAYOR
KECAMATAN PONTIANAK TIMUR**

**Nurmalasari, Deni Risdiansyah, Mohammad Kamal Reza, Septian Rheno Widiyanto,
Sri Dewi Ayu Safitri**

Universitas Bina Sarana Informatika Kampus Kota Pontianak

nurmala.nrr@bsi.ac.id, deni.drx@bsi.ac.id, mohammad.mkz@bsi.ac.id, septian.sei@bsi.ac.id, sri.sdf@bsi.ac.id

ABSTRAK

Melihat situasi kondisi yang belum normal hingga saat ini cukup memberikan dampak utamanya di bidang ekonomi, seperti halnya para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Salah satu cara yang cukup efektif dalam menarik minat konsumen adalah dengan melakukan pemasaran berbasis online atau yang lebih dikenal dengan digital marketing. Tujuan dari digital marketing ialah untuk menjangkau konsumen maupun calon konsumen secara cepat dan tepat waktu. Digital marketing diartikan sebagai pemasaran produk atau jasa melalui internet atau disebut dengan pemasaran-i, web marketing, online marketing, e-marketing, atau e-commerce. Tujuan dan target yang ingin dicapai dalam pengabdian masyarakat ini adalah memperkenalkan materi tentang digital marketing, Mengenal dan mengetahui tentang fitur- fitur yang disediakan oleh aplikasi digital marketing pada peserta workshop yaitu pelaku usaha yang ada pada RT 04 RW 012 Kelurahan saigon Pontianak Timur dan dimana usaha dari pelaku UMKM semakin meningkat dengan adanya pelatihan digital marketing. Adapun materi yang diberikan pengenalan digital marketing dan pemanfaatannya, workshop hingga Project dan evaluasi. Diharapkan dengan adanya pengabdian masyarakat ini masyarakat khususnya pelaku usaha pada RT 04 RW 012 Kelurahan saigon Pontianak Timur ini dapat memanfaatkan digital marketing untuk mengembangkan usaha dan mampu memperluas jaringan atau area bisnisnya.

Kata Kunci : UMKM, pemasaran, digital marketing, workshop, aplikasi digital

ABSTRACT

Seeing the conditions that have not been normal so far, it has had a major impact on the economy, such as the perpetrators of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). One way that is quite effective in attracting consumer interest is to do online-based marketing or better known as digital marketing. The purpose of digital marketing is to reach consumers and potential customers quickly and on time. Digital marketing is defined as the marketing of products or services via the internet or referred to as i-marketing, web marketing, online marketing, e-marketing, or e-commerce. The goals and targets to be achieved in this community service are introducing material about digital marketing, knowing and knowing about the features provided by the digital marketing application to workshop participants, namely business actors in RT 04 RW 012, Saigon Village, East Pontianak and where businesses are of MSME actors is increasing with digital marketing training. The material given is an introduction to digital marketing and its use, workshops to projects and evaluations. It is hoped that with this community service, the community, especially business actors in RT 04 RW 012, Saigon Village, East Pontianak, can take advantage of digital marketing to develop their business and be able to expand their network or business area.

Keywords: MSMEs, marketing, digital marketing, workshops, digital applications

1. PENDAHULUAN

Pada Era digital menuntut para pelaku usaha untuk dapat beradaptasi dengan teknik pemasaran baru. Agar usaha UMKM dapat bertahan dan tidak kalah dari para kompetitor, dengan memaksimalkan skill yang ada. Melihat situasi kondisi yang belum normal hingga saat ini cukup

memberikan dampak utamanya di bidang ekonomi, seperti halnya para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), yang dengan menurunnya produktivitas usaha, mengalami pengurangan aktivitas karena adanya kebijakan pembatasan interaksi dan berkurangnya permintaan atas barang dan jasa mengakibatkan banyak pelaku usaha khususnya UMKM yang tidak dapat memaksimalkan keuntungannya. Para pelaku UMKM bisa mulai berubah dalam membangkitkan usaha-usahanya dan menyesuaikan diri di era new normal dengan memanfaatkan teknologi informasi (IT) di dalam bisnisnya. salah satunya untuk media promosi dimana kegiatan promosi menjadi faktor penentu dalam meningkatkan penjualan bagi berbagai jenis usaha. Salah satu cara yang cukup efektif dalam menarik minat konsumen adalah dengan melakukan pemasaran berbasis online atau yang lebih dikenal dengan digital marketing. Ini sangat penting dan merupakan terobosan baru dalam teknik pemasaran di era digital.

Digital marketing bukan konsep yang berfokus pada teknologi, namun kepada manusia (pemasar), yaitu bagaimana memahami manusia (pemasar), bagaimana penggunaan teknologi dalam membangun hubungan dengan manusia lain (pelanggan) untuk membangun dan secara signifikan meningkatkan penjualan (Ryan, 2014:12).

Menurut Sánchez-Franco et al., (2014) mendefinisikan pemasaran digital sebagai hasil pemasaran evolusi. Evolusi terjadi ketika perusahaan menggunakan saluran media digital untuk sebagian besar pemasaran. Saluran media digital dapat di atasi dan diizinkan percakapan terus menerus, dua arah, dan pribadi antara pemasar dan konsumen.

Digital marketing merupakan kegiatan dibidang pemasaran yang memanfaatkan platform yang ada di internet dalam menjangkau para target konsumen, selain itu digital marketing diartikan sebagai pemasaran produk atau jasa melalui internet atau disebut dengan pemasaran-i, web marketing, online marketing, e-marketing, atau e-commerce (Wijoyo, 2021). Tujuan dari digital marketing ialah untuk menjangkau konsumen maupun calon konsumen secara cepat dan tepat waktu (Lamirin, 2021) (Wijoyo, 2021). Digital marketing ialah suatu cara untuk mempromosikan produk atau brand tertentu melalui media internet dapat melalui iklan di internet, facebook, youtube, ataupun media sosial lainnya (Warmayana, 2018).

Kelurahan saigon Jalan tanjung raya 2 kelurahan Komplek bali letari RT 04 RW 12 Pontianak Timur dimana beberapa masyakaratnya menjadi pelaku usaha atau dibidang UMKM, kebanyakan para pelaku usaha masih belum menggunakan digital marketing sebagai media promosi dan bahkan masih belum mengetahui pemanfaatan dari digital marketing tersebut untuk usahanya. Dengan adanya pelatihan digital marketing diharapkan para pelaku usaha dapat memanfaatkan digital marketing sehingga dapat meningkatkan penjualan secara maksimal.

2. PERMASALAHAN MITRA

Didasarkan pada survey dilapangan yang telah dilakukan pada warga RT 04 RW 12 Kecamatan Pontianak Timur maka permasalahan yang didapatkan antara lain sebagai berikut:

- a Kurangnya pengetahuan tentang digital marketing dan pemanfaatannya
- b Pelaku usaha lebih menjual produknya secara offline
- c Belum mendapatkan pelatihan dalam pemasaran produk

3. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini akan dilaksanakan di RT.04 RW 0012 kelurahan saigon Kecamatan Pontianak Timur. Kategori peserta yang akan diberikan pelatihan adalah RT.04 RW 012 kelurahan saigon Kecamatan Pontianak Timur sebanyak 20 Peserta serta tim tutor yang merupakan dosen dari UBSI PSDKU Pontianak, dengan jenjang pendidikan S2 serta dibantu beberapa mahasiswa/i UBSI PSDKU Pontianak sebagai pendamping peserta. Kegiatan pelatihan dilaksanakan mulai tanggal 23 Oktober 2021 sampai tanggal 27 November 2021. dengan susunan pelaksanaan kegiatan sebagai berikut Tabel 1 Susunan Pelaksanaan Kegiatan

Tabel 1. Susunan Pelaksanaan Kegiatan

Tanggal	Waktu	Tempat	Kegiatan
23 Oktober 2021	09.00 – 12.00	RT.04 RW 012 kelurahan saigon	Pengenalan pengertian digital marketing (Mohammad Kamal, Nurmalasari)
30 Oktober 2021			Pengenalan sistem digital marketing (Deni Risdiansyah)
6 November 2021			pelatihan penggunaan sistem digital marketing (Septian Rheno)
6 November 2021			pelatihan penggunaan sistem digital marketing (Septian Rheno)
13 November 2021			Review materi dan diskusi (Sri dewi ayu, Deni Risdiansyah)
20 November 2021			Review materi dan diskusi (Mohammad kamal dan Deni Risdiansyah)
27 November 2021			Project dan evaluasi (Septian Rheno)

4. HASIL KEGIATAN

Peserta mampu mengikuti dan dapat memahami pentingnya digital marketing dan diharapkan para pelaku usaha dapat memanfaatkan digital marketing sehingga dapat meningkatkan penjualan secara maksimal dan dapat meningkatkan angka penjualan dengan area yang lebih luas.



Gambar 1. Penyampaian materi narasumber



Gambar 2. Peserta pengabdian masyarakat



Gambar 3. Foto bersama narasumber dengan peserta

5. KESIMPULAN

Digital marketing diartikan sebagai pemasaran produk atau jasa melalui internet atau disebut dengan pemasaran-i, web marketing, online marketing, e-marketing, atau e-commerce. Tujuan dan target yang ingin dicapai dalam pengabdian masyarakat ini adalah memperkenalkan materi tentang digital marketing.

Kelurahan saigon Jalan tanjung raya 2 kelurahan Komplek bali letari RT 04 RW 12 Pontianak Timur dimana beberapa masyakaratnya menjadi pelaku usaha atau dibidang UMKM, kebanyakan para pelaku usaha masih belum menggunakan digital marketing sebagai media promosi dan bahkan masih belum mengetahui pemanfaatan dari digital marketing tersebut untuk usahanya

Peserta mampu mengikuti dan dapat memahami pentingnya digital marketing dan diharapkan para pelaku usaha dapat memanfaatkan digital marketing sehingga dapat meningkatkan penjualan secara maksimal dan dapat meningkatkan angka penjualan dengan area yang lebih luas.

Dengan adanya pelatihan digital marketing diharapkan para pelaku usaha dapat memanfaatkan digital marketing sehingga dapat meningkatkan penjualan secara maksimal.

PENGAKUAN

Dalam hal pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini terlaksana atas dukungan para civitas akademika dari Universitas Bina Sarana Informatika dan warga RT 04 RW 12 Pontianak Timur, maka untuk itu kami mengucapkan terima kasih yang setinggi-tingginya.

DAFTAR PUSTAKA

- Lamirin, L., Wijoyo, H., & Sutawan, K. (2021). ANALISIS PEMASARAN DIGITAL DAN PERKEMBANGAN MENTAL DI PROVINSI RIAU. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 8(3), 227-231.
- Ryan, D. (2014). *Understanding Digital Marketing*. Great Britain: Kogan Page Limited.
- Sánchez-Franco, M. J., Peral-Peral, B., & Villarejo-Ramos, Á. F. (2014). Users' intrinsic and extrinsic drivers to use a web-based educational environment. *Computers & Education*, 74, 81–97.
- Warmayana, I. G. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Promosi Pariwisata pada Era Industri 4.0. *Pariwisata Budaya Jurnal Ilmiah, Agama dan Budaya*.
- Wijoyo, H. (2021). Dosen Inovatif Era New Normal. *Insan Cendekia Mandiri*.
- Wijoyo, H., & Haudi, H. (2021, January). PENYULUHAN TEKNIK PEMASARAN KERUPUK RASA JENGKOL “DONG DONG SNACK” PEKANBARU. In *PROSIDING SENANTIAS: Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat* (Vol. 1, No. 1, pp. 643-650).