

DIGITAL MARKETING TRAINING FOR HOME BUSINESSES IN BODAG VILLAGE, NGADIROJO DISTRICT, PACITAN REGENCY

KOLOKIUUM

Jurnal Pendidikan Luar Sekolah

<http://kolokium.ppi.unp.ac.id/>

Jurusan Pendidikan Luar Sekolah

Fakultas Ilmu Pendidikan

Universitas Negeri Padang

Sumatera Barat, Indonesia

Volume 12, Nomor 1, Tahun 2024

DOI: 10.24036/kolokium.v12i1.838

Received 30 Januari 2024

Approved 7 Maret 2024

Published 26 April 2024

Hiryanto^{1,4}, Dafid Slamet Setiana², Neng Desi Ariyani³

^{1,2,3} Fakultas Ilmu Pendidikan dan Psikologi, Pendidikan luar Sekolah, Universitas Negeri Yogyakarta

⁴Hiryanto@uny.ac.id

ABSTRACT

This Community Service Activity for Real Work Lectures (PkM KKN) aims to provide knowledge and skills to the community, especially those who have businesses at Real Work Lecture locations, so they can market their businesses through various digital platforms such as Shoppi, Lazada, and other social media. The approach used in implementing this KKN PkM activity is to first make preparations, which consist of registering data on potential participants and their businesses, contacting village officials and preparing training places, contacting resource persons, then carrying out KKN PkM activities on a previously determined day and ending with evaluation. The Real Work Lecture activity, which is part of Community Empowerment or Community Service, was carried out for 2.5 months, in this regard, digital marketing training was carried out for home businesses at the KKN location on Saturday, October 28 2023, which presented speakers from business actors who use digital marketing, this activity was attended by a target group of 27 people who have various home businesses, such as a small specialty food industry from the village, so by participating in this activity it is hoped that they can market their business more widely and their income will increase. Apart from delivering material and practice, PkM activities also include mentoring provided by KKN participants so that they can truly market their businesses. After completing the activity, the participants were evaluated through observation and interviews with the results, the majority stated that this activity was very useful and felt happy, with the hope that it could be applied to increase income, apart from that they also gained new knowledge and skills, the hope was that there would be mentoring and other training, as well as understanding how to market your business products via cellphone.

Keywords: Training, Digital Marketing, Home Business

INTRODUCTION

Desa Bodag merupakan sebuah desa yang terletak di bagian utara kecamatan Ngadirojo, Kabupaten Pacitan. Batas wilayah Desa Bodag yaitu batas sebelah selatan adalah Desa Cokrokembang, Kecamatan Ngadirojo dan desa Kluwih kecamatan Tulakan, sebelah barat Desa Ngumpul, Tulakan, sebelah timur Desa Cangkring dan Nogosari Ngadirojo dan sebelah utara Desa Tanjunglor. Menurut profil Desa Bodag merupakan desa yang memiliki luas wilayah 370,82 Ha, yang terdiri dari tanah sawah, tanah kering, tanah basah, tanah perkebunan, falitas umum dan tanah hutan. Dilihat dari topografi merupakan dataran rendah dan berbukit- bukit terutama di dusun pucangnanas dan kepuh. Dilihat dari potensi sumberdaya manusia, jumlah penduduk desa bodag sebanyak 2332 orang, dengan rincian

laki- laki sebanyak 1164 orang dan Perempuan sebanyak 1168 orang, dengan jumlah kepala keluarga 678 KK, dengan tingkat kepadatan penduduk 628,89 per KM. Dilihat dari tingkat pendidikan, mayoritas penduduk desa Bodag baru tingkat SMA ke bawah, sementara di atas SMA, hanya ada 7 orang, dari total penduduk yang sedang mengenyam pendidikan sebanyak 2332 orang. Sementara jika dilihat dari matapencarian pendidikan, Sebagian besar berprofesi sebagai petani, sebanyak 500 orang, disusul wiraswasta sebanyak 452 orang, PNS 10 orang dan polri 1 orang serta purnawirawan sebanyak 5 orang. Dilihat dari usaha yang dimiliki penduduk desa Bodag ada industri makanan, seperti kolong, kripik gadung, ketela pohon dan sebagainya, industry alat pertanian dan industry kerajinan.

Untuk keperluan produksi, mulai dari memotong, membentuk, dan mengasah batu, para perajin biasanya hanya menggunakan peralatan atau mesin sederhana. Terkait proses pemasaran, perajin masih menggunakan sistem konvensional dan melakukan penjualan dalam skala kecil. Pada kondisi pangsa pasar yang menurun seperti saat ini, jika hanya mengandalkan pemasaran konvensional tentu tidak akan mencapai target penjualan. Perajin belum menempuh pemasaran dalam jangkauan yang lebih luas, padahal keindahan usaha rumahan Desa Bodag merupakan potensi unggul yang sudah terkenal hingga mancanegara. Berdasarkan permasalahan yang dialami mitra terkait kendala pemasaran produk, dalam usulan program ini diajukan suatu kegiatan yang diharapkan mampu mengoptimalkan pemasaran produk usaha rumahan sehingga menjangkau lingkup lebih luas melalui digital marketing. Salah satu trik digital marketing adalah melalui sosial media dan platform jual beli online untuk memperluas jaringan pemasaran produk. Produk usaha rumahan yang berasal dari Desa Bodag akan dengan mudah dikenal oleh masyarakat luas, bahkan hingga ke manca negara dan mempermudah proses jual beli

Secara ringkas, permasalahan-permasalahan mitra di Desa Bodag, Kecamatan Ngadirojo, Kabupaten Jawa Timur yaitu: 1. Menurunnya pangsa pasar Usaha kecil sejak adanya krisis moneter yang melanda Indonesia hingga saat ini; 2. Produksi Usaha kecil hanya menggunakan peralatan atau mesin sederhana; 3. Usaha kecil rumahan umumnya belum memiliki literasi digital khususnya yang berkaitan dengan pemasaran. 4. Pemasaran produk usaha rumahan masih menggunakan sistem konvensional dan melakukan penjualan dalam skala kecil. Tujuan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu untuk mengatasi permasalahan yang ditemui di lapangan, terfokus pada permasalahan pemasaran produk Usaha kecil yang masih menggunakan sistem konvensional dan Usaha kecil rumahan yang umumnya belum memiliki literasi digital khususnya berkaitan dengan pemasaran. Menindaklanjuti temuan tersebut, untuk meningkatkan pemasaran produk perlu dilakukan inovasi dalam pemasaran melalui digitalisasi pemasaran, khususnya pemasaran berbasis online. Dengan adanya upaya ini diharapkan industri Usaha kecil Desa Bodag akan mengalami ekskalasi dan kembali menggeliat. Target luaran PPM terdiri dari luaran wajib dan luaran tambahan. Luaran wajib terdiri dari publikasi di jurnal ilmiah cetak atau elektronik pada Jurnal Nasional Terakreditasi Sinta 4, EDIMAS: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat yang diterbitkan oleh Universitas PGRI Semarang dengan status accepted pada tahun 2023 dan naskah kerjasama/IA dengan mitra. Di samping luaran wajib juga terdapat luaran tambahan yang ditargetkan yaitu artikel pada media massa elektronik pada krjogja.com dengan status published pada tahun 2023.

METHOD

Metode kegiatan yang akan dilaksanakan dalam Pelaksanaan pelatihan digitalisasi pemasaran Usaha kecil di Desa Bodag, Kecamatan Ngadirojo, Kabupaten Pacitan yang dilakukan ini mengacu pada tahapan sebagaimana pendapat R. P. Lynton, U. Prateek, Goldstein, Burr Ridge: McGraw Hill, Irwin, Fitzgerald, W. mengenai proses pelatihan seperti dalam bagan di bawah.

Gambar 2
Proses Pelatihan



Proses Pelatihan Mengacu pada kerangka pemecahan masalah di atas, secara rinci kegiatan yang akan dilakukan dideskripsikan berikut ini: (1) Melakukan persiapan, Kegiatan ini akan diawali dengan melakukan analisis kebutuhan hingga desain program pelatihan. Desain pelatihan sekaligus mempersiapkan hal-hal teknis yang mendukung pelaksanaan dan kelancaran kegiatan agar dapat berhasil seperti melakukan koordinasi dengan kelompok sasaran dan tokoh masyarakat setempat/pihak terkait, komunikasi informal dengan narasumber teknis pengembangan, pengurusan perijinan, penyiapan bahan, dan sebagainya; (2) Melakukan kegiatan pelatihan, Dalam kegiatan pelatihan ini terdapat empat prinsip pemberdayaan yang sering digunakan untuk suksesnya program pemberdayaan, yaitu kesetaraan, partisipasi, kesewadayaan atau kemandirian, dan keberlanjutan. Berdasarkan hal tersebut kegiatan yang dilakukan dalam tahapan mencakup: a) penyadaran kelompok sasaran mengenai urgensi kegiatan, b) identifikasi dan analisis potensi lokal, permasalahan dan peluang pengembangan kegiatan c) pelaksanaan kegiatan d) penyediaan kesempatan praktik dalam peningkatan ketrampilan; e) market share, e) penguatan dan pengembangan kelompok sasaran. Dalam tahap pelatihan dilaksanakan beberapa kegiatan yaitu tahap sosialisasi program dan penyamaan persepsi, pelatihan literasi digital, pelatihan pemasaran produk online, serta terakhir evaluasi program. Pada tahap ini tim PPM berkolaborasi dengan narasumber yang berkompeten terkait literasi digital; (3) Melakukan evaluasi, Evaluasi akan dilakukan secara kooperatif atau melibatkan semua pihak terlibat baik tim pengembang/pengabdian, narasumber/praktisi dan kelompok sasaran. Evaluasi akan dilakukan dengan mengedepankan persepsi dan pendapat pihak terlibat mengenai kegiatan pelatihan melalui wawancara, dialog terbuka atau refleksi bersama, dan observasi. Selain itu, evaluasi akan dilakukan dengan menggunakan angket untuk mengetahui efektivitas kegiatan. Indikator keberhasilan pelatihan ini akan dilakukan sebagaimana dinyatakan di atas yaitu: a) Terbangun kesadaran peserta kegiatan terkait pentingnya pemasaran dalam dunia bisnis b) Terlaksananya pelatihan digitalisasi pemasaran Usaha kecil c) Masing-masing peserta Usaha kecil rumahan memiliki akun media sosial untuk pemasaran produk Usaha kecil d) Masing-

masing peserta Usaha kecil rumahan memiliki akun media sosial untuk pemasaran produk usaha kecil 4) Tindak lanjut. Pada tahapan ini akan dilakukan monitoring dan pendampingan oleh para mahasiswa yang sedang melakukan kuliah kerja nyata terkait pemasaran Usaha kecil berbasis online baik melalui media sosial maupun platform jual beli online dalam beberapa bulan berikutnya.

DISCUSSION

Hasil Penelitian

Hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian pada Masyarakat Kuliah Kerja Nyata (PkMKKN), dilaksanakan bersamaan kegiatan yang dilaksanakan oleh Mahasiswayang sedang menjalankan kuliah kerja nyata, yakni pada hari Sabtu, 28 Oktober 2023, yang bertempat di pendopo balai desa desa Bodag, kecamatan Ngadirojo, Pacitan. Kegiatan pelatihan, sebagaimana telah direncanakan sebagai berikut:

Tahap persiapan

Dalam tahap ini tim PkM KKN bersama mahasiswa KKN mempersiapkan semua kebutuhan yang digunakan untuk pelatihan, seperti mempersiapkan tempat pelatihan, menghubungi narasumber, mengedarkan undangan untuk peserta, menyiapkan konsumsi, daftar hadir, dan peralatan lain yang dibutuhkan.

Tahap Pelaksanaan

Berdasarkan kesepakatan antara tim PkM KKN dengan kelompok mahasiswa peserta kuliah kerja nyata yang berlokasi di dusun krajan dan doyo desa Bodag, serta narasumber, diputuskan bahwa pelaksanaan pelatihan marketing digital bagi usahawan dilaksanakan pada hari sabtu, 28 Oktober 2023, bertepatan hari sumpah pemuda tahun 2023. Dalam pelaksanaan pelatihan ini selain menggunakan nara sumber dari Tim PkM KKN, juga menggunakan praktisi marketing digital yang selama ini telah banyak berpengalaman dalam menjalankan usahanya, yang secara kebetulan berasal dari daerah setempat sehingga mempermudah dalam komunikasi yakni Aulia Ayu Saputri, yang merupakan founder Lasslhy Beauty Bar.

Adapun tahapan kegitannya:

peserta mendengarkan penjelasan dari nara sumber



Gambar 2

Nara sumber sedang menjelaskan bagaimana cara menjual dengan platform digital yang ada





Sebelum penyampaian materi dari narasumber, acara dimulai dengan berdoa, yang dipimpin salah satu mahasiswa KKN, kemudian menyanyikan lagu kebangsaan Indonesia Raya, sambutan Tim PkM KKN yang diwakili oleh Dr. Dafid Slamet Setiana, M,Pd, dilanjutkan sambutan dari pemerintahdesa yang diwakili oleh sekretaris desa, Ibu Novi, SE. Setelah itu dilanjutkan penyampaian materi pelatihan digital marketing, yang secara garis besar dapat dipaparkan sebagai berikut:



Dalam materi dijelaskan keuntungan menggunakan menggunakan pemasaran menggunakan digital. Pengertian Marketing Digital, strategi atau upaya untuk memasarkan atau mempromosikan produk melalui segala jenis media digital, baik melalui internet atau jaringan lainnya yang saling terhubung

Keuntungan Digitalisasi Marketing antara lain lebih hemat biaya, tidak perlu banyak SDM Pemasaran, Tim pemasaran tidak perlu terjun ke lapangan, proses branding lebih mudah dan potensi pertumbuhan dratis. Jenis saluran pengiklanan Digital, dibedakan menjadi tool virtual seperti shopee, took pedia, buka lapak dll, dan media social seperti face book, instrogram dan tik tok serta WA bisnis.

Setelah beberapa materi disampaikan oleh narasumber, dilanjutkan tutorial langsung menggunakan media HP, dengan mendapatkan pendampingan dari para peserta KKN yang sedang melaksanakan kegiatan KKN di desa Bodag, Kecamatan Ngadirojo, Kabupaten Pacitan

Tahap evaluasi

Tahap terakhir dari pelatihan marketing digital adalah evaluasi, yang bertujuan untuk mengetahui apakah materi yang telah disampaikan oleh narasumber dapat dipahami dan bisa dipraktekkan. Sesuai rencana evaluasi dilakukan evaluasi proses dan evaluasi hasil. Evaluasi proses dilakukan selama proses pelatihan berjalan melalui pengamatan atau observasi, bagaimana antusias dari para peserta pelatihan, dan evaluasi hasil dilakukan dengan wawancara yang dilakukan oleh Tim PkM KKN serta para mahasiswa peserta KKN, dan hasilnya beberapa peserta Ketika ditanya, apakah adanya pelatihan marketing digital bermanfaat bagi pengembangan usaha, hampir semua peserta menyatakan sangat bermanfaat, lebih-lebih adanya keinginan produk kerajinan maupun makanan yang dibuat didaerahnya dikenal oleh Masyarakat/konsumsidiluar daerah

Pembahasan

Keberhasilan usaha selain dipengaruhi oleh kualitas produk yang dibuat agar disenangi para konsumen, jenis layanan yang diberikan, lokasi tempat usaha, tetapi juga bagaimana memasarkan, saat ini pemasaran banyak dilakukan secara konvensional sehingga hasilnya kurang maksimal, maka dibutuhkan adanya pelatihan untuk meningkatkan kemampuan dalam meningkatkan omzet penjualan melalui pelatihan pemasaran digital (Dahlia & Purnamasari, 2022; Idayanti, 2022).

Kegiatan pelatihan intinya sama dengan kegiatan pembelajaran, seseorang dikatakan telah mengikuti pelatihan maupun pembelajaran apabila pada dirinya telah mengalami perubahan (Laili & Widyabakti Sabatari, 2020; Putro, 2017; Rosyid, 2017). Perubahan yang terjadi karena adanya 17 pelatihan meliputi tiga aspek, seperti yang dikemukakan Bloom dalam (Putro, 2017) tiga aspek tersebut meliputi: perubahan pengetahuan, perubahan sikap, dan perubahan keterampilan. Hasil pelatihan dinilai berdasarkan ketiga aspek tersebut, yang mana masing-masing aspek memiliki teknik penilaian yang berbeda-beda. Pada aspek pengetahuan teknik penilaian hasil menggunakan instrument tes. Teknik penilaian pada aspek sikap, dapat menggunakan teknik wawancara, angket, observasi, dan analisis dokumen. Sedangkan untuk aspek keterampilan, penilaian hasil pelatihan menggunakan teknik penilaian kinerja Pelatihan yang dilaksanakan secara umum memberikan pengetahuan dan keterampilan berinovasi dalam berwirausaha. Kegiatan ini dilaksanakan melalui berbagai metode, yaitu ceramah, diskusi, dan praktek. Para peserta dalam mengikuti kegiatan pelatihan ini sangat antusias dan semangat. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengamatan oleh tim PkM KKN. Peserta telah mampu mempraktikkan cara membuat platform pemasaran melalui HP. Pelatihan ini

membuka wawasan peserta pelatihan, agar mereka kreatif dan mampu memanfaatkan HP yang dimiliki tidak sekedar untuk hiburan tetapi dapat digunakan untuk meningkatkan omzet usahanya melalui android/HP. Pelatihan yang dihadiri oleh para usaha rumahan yang ada di pedusunan Doyo dan Krajan yang Sebagian besar ibu-ibu, walaupun ada bapak-bapaknya ini sebagai upaya untuk memberdayakan Masyarakat dan meningkatkan pendapatan mereka. Kegiatan pelatihan seperti ini sebaiknya tidak berhenti sampai disini. Peserta atau kelompok sasaran perlu terus menerus didampingi dan dipantau agar pengetahuan dan keterampilan yang sudah dapat dapat benar-benar diaplikasikan. Harapannya pelatihan ini tidak berhenti sampai disini, perlu adanya keberlanjutan sehingga keterampilan yang diperoleh dapat dikembangkan dan memiliki nilai jual. Perlu dibentuk kelompok usaha untuk mengembangkan produk pelatihan ini.

Evaluasi

Kegiatan Pelatihan Marketing Digital dilaksanakan melalui pengamatan dan wawancara kepada peserta pelatihan. Wawancara, digunakan untuk melihat kebutuhan pendidikan, motivasi, pandangan, dan kebermaknaan hasil belajar kelompok sasaran, kepuasan, kendala yang dihadapi, partisipasi pihak terkait, dan peningkatan produksi dan pendapatan. Pengamatan dilakukan untuk mengetahui peran serta warga belajar dalam kegiatan. Selain evaluasi di atas, evaluasi terhadap penyelenggaraan, dan faktor pendukung dan penghambat akan dilakukan dengan secara bersama-sama tim pelaksana. Analisis terhadap hasil evaluasi akan dilakukan dengan menggunakan analisis kualitatif melalui pengamatan maupun wawancara. Selanjutnya diberikan refleksi bersama dari materi yang sudah disampaikan. Refleksi dilakukan dengan diskusi bersama antara tim PkM KKN, peserta kuliah kerja nyata dan peserta pelatihan. Dari hasil diskusi, peserta merasa senang dan berterimakasih atas program PkM ini, sehingga mereka dapat memiliki pengetahuan dan keterampilan baru, yang harapannya kedepan dalam segera mengimplementasikan dalam meningkatkan pendapatan.

Tabel 4. Hasil Evaluasi secara kualitatif

No	Kebermanfaatan Program Pelatihan	Harapan dari Peserta
1	Merasa senang dengan adanya pelatihan ini	Dapat diterapkan untuk meningkatkan pendapatan
2	Mendapatkan ilmu dan keterampilan baru	Ada pendampingan dan pelatihann lainnya
3	Paham cara memasarkan produk melalui HP	Akan segera dipraktekkan

Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan

Keberhasilan atau kegagalan sudah program, termasuk program pelatihan, tentu karena adanya factor pendukung maupun penghambat, Pelatihan Marketing Digital ini dapat berjalan karena dipengaruhi Adanya narasumber yang kompeten: (a) Tempat pelatihan yang disediakan oleh pemerintah desa; (b) kerjasama dari tim PkM KKN dan Kelompok mahasiswa KKN, serta (c) Antusiasme peserta dalam mengikuti pelatihan dari awal hingga akhir; (d) Signal yang cukup bagus di wilayah itu sehingga memudahkan peserta dapat langsung praktik.

Sedangkan yang menjadi penghambat, sebetulnya tidak terlalu menonjol namun tetap ada antara lain: (a) Karena adanya kegiatan bersamaan sehingga ada beberapa peserta yang tidak bisa mengikuti pelatihan; (b) Waktunya yang dimiliki oleh narasumber terbatas, sehingga banyak pertanyaan peserta yang belum terjawab.

CONCLUSION

Kegiatan PPM ini secara umum sudah terlaksana sesuai dengan rencana. Kegiatan ini berjalan dengan lancar karena di dukung berbagai sumber yaitu tim PPM, peserta pelatihan dan narasumber. Hasil dari kegiatan ini adalah telah memberikan pengetahuan dan keterampilan bagi para pelaku usaha rumahan di desa Bodag, Kecamatan Ngadirojo, Kabupaten Pacitan mengenai pelatihan digital marketing. Melalui pelatihan ini, peserta pelatihan memiliki pengetahuan, keterampilan baru dan motivasi dalam penjualan melalui digital marketing. Mereka menyadari akan adanya potensi yang ada, di era digitalisasi yang sudah sangat canggih bisa di manfaatkan untuk penjualan digital marketing.

REFERENCES

- Dahlia, D., & Purnamasari, K. (2022). Analisis Keberhasilan Usaha Ditinjau Dari Pelayanan, Harga dan Lokasi Pada Usaha Kuliner di Desa Batumarta II Kabupaten OKU Provinsi Sumatera Selatan. *Journal Management, Business, and Accounting*, 21(1).
- Idayanti, I. Y. M. D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagus di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1).
- Laili, M. N., & Widyabakti Sabatari. (2020). Hubungan Minat Berwirausaha Bidang Tekstil dan Produk Tekstil dengan Hasil Pelatihan Ecoprint Daun Jati Bagi Ibu-Ibu di Dusun Nglanggeran Kulon Gunung Kidul. *Jurnal Pendidikan Teknik Busana*, 01(1).
- Putro, E. (2017). *Evaluasi Program Pelatihan*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Rosyid, A. M. (2017). Model Dan Strategi Pembelajaran Diklat. *Andragogi Jurnal Diklat Teknis*, 1(1).