



## **Peningkatan Kapasitas Digital UMKM Melalui Pelatihan Pemasaran Digital Di Masa Pandemi Covid-19 di Belitung**

### ***Increasing SMEs Digital Capacity Through Digital Marketing During Pandemic Covid 19 in Belitung***

**Ayu Krishna Yuliwati<sup>1</sup>, Rofi Rofaida<sup>1</sup>, Budhi Pamungkas Gautama<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung

Corresponding author : [ayukrishna@upi.edu](mailto:ayukrishna@upi.edu)

#### **Abstrak**

UMKM sebagian masih belum sadar akan pentingnya pemasaran digital sebagai upaya meningkatkan pasar, dimana pandemic covid-19 sangat berdampak negatif terhadap pendapatan UMKM di Belitung. Namun, dengan peningkatan penggunaan platform digital dapat membantu UMKM meningkatkan penjualan produk merek. Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sebagai bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi Universitas Pendidikan Indonesia berupa pelatihan pemasaran digital. Metode yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah *participatory training approach*, dimana peserta pelatihan dilibatkan dalam proses pelatihan dimulai dari perencanaan, implementasi dan evaluasi kegiatan. Hasil dari pelatihan pemasaran digital, UMKM dapat merencanakan konten digital, implementasi dan evaluasi kegiatan pemasaran digital. Kegiatan ini dilanjutkan dengan kegiatan evaluasi dan ke depan diharapkan berlanjut ke materi lainnya terkait digitalisasi UMKM.

**Kata Kunci :** Pemasaran Digital, Pelatihan, Pengabdian Kepada Masyarakat, Belitung

#### ***Abstract***

*Some MSMEs are still not aware of the importance of digital marketing as an effort to increase the market, where the COVID-19 pandemic has had a very negative impact on MSME income in Belitung. However, increasing the use of digital platforms can help MSMEs increase sales of branded products. The purpose of this community service activity is part of the Tri Dharma of the Indonesian University of Education in the form of digital marketing training. The method used in this activity is a participatory training approach, where training participants are involved in the training process starting from planning, implementing and evaluating activities. As a result of digital marketing training, MSMEs can plan digital content, implement and evaluate digital marketing activities. This activity is continued with evaluation activities and in the future it is hoped that it will continue to other materials related to the digitization of MSMEs.*

*Keywords :* Digital Marketing, Training, Community Service, Belitung

#### **PENDAHULUAN**

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025 disebutkan salah satu strategi pengembangan kepariwisataan nasional adalah pengembangan destinasi pariwisata. Dengan adanya pengembangan destinasi pariwisata diharapkan mampu mendukung pencapaian visi pembangunan kepariwisataan Indonesia sebagai negara tujuan pariwisata berkelas dunia, berdaya saing, berkelanjutan, mampu mendorong pembangunan daerah dan kesejahteraan rakyat.

Sektor UMKM dalam membangun desa, dijadikan sebagai alternatif sektor



dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat desa, hal ini didukung pula oleh beberapa program pemerintah seperti program bantuan untuk fasilitas wisata, sehingga program ini diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa (Pakpahan,2020). Pemerintah sangat mendukung UMKM dalam menciptakan dan mendorong perekonomian desa wisata dalam meningkatkan kualitas pariwisata sebagai daya Tarik. Tujuan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan judul Pelatihan Pemasaran Digital Untuk UMKM Belitong Di Masa Pandemi Covid-19 dan tema yaitu *digital marketing*, adalah sebagai berikut: memberikan pelatihan kepada UMKM dalam hal membuka pasar, memasarkan barang dan jasanya. Dan meningkatkan kapasitas pengetahuan dan menerapkan prinsip-prinsip pemasaran digital bagi UMKM di Geopark Belitong.

#### **METODE**

Pendekatan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode kualitatif dan metode yang digunakan adalah transfer ilmu pengetahuan kepada peserta UMKM melalui pelatihan dan pendampingan. Pengumpulan data melalui data sekunder (artikel jurnal, laporan, halaman web organisasi, dan dokumen kebijakan) dan data primer (survei lapangan, *focus group discussion* dalam penyampaian suatu nilai-nilai yang mungkin menimbulkan kesadaran dari khalayak sasaran untuk mengikuti atau tergerak dengan informasi yang disampaikan. dan *pelatihan online*). Sedangkan metode analisis data menggunakan metode analisis isi dan analisis kualitatif deskriptif.

Cakupan wilayah kegiatan ini yaitu di Geopark Belitong yang terdiri dari Kabupaten Belitong Timur dan Kabupaten Belitong. Sementara khalayak yang menjadi sasaran pada kegiatan ini yaitu industri pariwisata yang terdiri dari usaha hotel, usaha *food and beverage*, usaha pramuwisata, usaha transportasi pariwisata, dan usaha perjalanan wisata. Keterkaitan wilayah kegiatan dengan khalayak sasaran adalah daerah tujuan wisata yang memiliki tingkat kunjungan yang relatif tinggi sebelum adanya pandemi Covid-19 dan stagnan serta menurun akibat tidak adanya kunjungan wisatawan pasca pandemi.

Pendampingan dan pelatihan dilakukan dimulai dengan memberikan pengetahuan dan pemahaman akan *digital marketing* berupa pemasaran konten. Selain itu dilakukan juga pemaparan tentang implementasi dari *digital marketing* itu sendiri. serta ditampilkan dalam Youtube yang bertujuan agar khalayak sasaran dapat mengakses dengan mudah materi paparan yang telah disampaikan

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pemanfaatan teknologi digital dalam setiap aktifitas bisnis, termasuk didalamnya aspek pemasaran menjadi sangat penting untuk meningkatkan pangsa pasar dan memperluas jejaring. Terkait dengan hal tersebut sebagai bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi Universitas Pendidikan Indonesia yang melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) diketuai oleh Dr. Ayu Krishna Yuliawati, MM. dengan anggota yaitu Dr. Rofi Rofaida, S.P., M.Si dan Budhi Pamungkas Gautama, S.E., M.Sc pada hari Rabu, 11 Agustus 2021, menyelenggarakan kegiatan webinar Pengabdian Kepada Masyarakat dengan topik Pelatihan Pemasaran Digital untuk UMKM di masa Pandemi Covid-19. Webinar dihadiri oleh UMKM di Geopark Belitong. Pemasaran digital adalah salah satu jenis pemasaran yang digunakan untuk



mempromosikan produk atau layanan untuk menjangkau target pasar melalui saluran media digital. Media yang bisa digunakan adalah : situs web, media sosial (seperti *instagram*, *tiktok*, *youtube*), email, dan *search engine*. Pemasaran digital memberikan manfaat bagi UMKM seperti : menjangkau pemasaran lebih luas baik dari segi wilayah/geografis, waktu dan target konsumen, dan biaya relatif murah.

Tujuan dari kegiatan pelatihan ini adalah meningkatkan kompetensi dan keahlian atau skill UMKM Geopark Belitong dalam melakukan pemasaran digital terutama di masa pandemic Covid 19 dan pasca pandemi. Materi yang diberikan adalah Implementasi Pemasaran Digital untuk UMKM : Storytelling Strategy dengan dan Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM. Webinar melibatkan Ketua Badan Geopark Belitong, Ketua JPJR (Jelajah Pesona Jalur Rempah) dan Ketua Galeri KUMKM Belitong.

Narasumber pertama menyampaikan bahwa *story telling* telah ada sejak zaman purbakala dan bisa dilakukan oleh siapa saja. Terkait dengan UMKM, narasumber menyampaikan bahwa *story telling* memiliki banyak manfaat. Melalui pemilihan kata, kalimat dan cara penyampaian yang unik tentang produk UMKM, sejarah pembuatan produk tersebut dan hal hal penting lainnya akan dapat menghubungkan konsumen dengan produk tersebut. Sehingga narasumber menyebutkan bahwa *story telling* yang efektif mampu melibatkan emosi, motivasi dan psikologi untuk menggerakkan audiens untuk membeli produk tersebut. Cerita yang bagus dan menarik harus memiliki 4I, yaitu *interest* (kemenarikan), *instruct* (pembelajaran), *involve* (keterlibatan), dan *inspire* (inspirasi).

Nasumber kedua menyampaikan bahwa, dua media sosial yang paling banyak digunakan adalah *tiktok* dan *instagram*. Beberapa hal yang harus diperhatikan adalah perencanaan dan distribusi konten. Perencanaan konten : kemampuan membuat ide, konten harus edukatif, menghibur, dan informatif untuk menarik perhatian konsumen. Distribusi konten : iklan, kolaborasi dengan merek lain, menggunakan influencer, dan menggunakan fitur di medsos agar lebih dekat dengan follower/konsumen.

Berdasarkan hasil *polling* pelaksanaan webinar pelatihan *digital marketing* pada UMKM Belitong sudah berjalan dengan sangat baik begitu juga dengan kredibilitas dan kualitas yang diberikan, dalam hal pematerian pun para peserta juga dapat memahami serta tertarik pada materi yang kedua narasumber berikan.



Gambar 1 Webinar Pelatihan Pemasaran Digital untuk UMKM Belitong di masa Pandemi Covid-19

#### KESIMPULAN

Untuk menciptakan dan meningkatkan daya saing dan ketahanan dalam kerugian dan bencana bagi UMKM Belitong, diperlukan beberapa upaya yang tidak mudah terutama di masa adaptasi kebiasaan baru atau pasca pandemi. Salah satunya dapat dicapai melalui program pemasaran digital dengan memanfaatkan teknologi informasi beserta medianya seefektif mungkin

Dengan dilaksanakannya Webinar Pelatihan Pemasaran Digital untuk UMKM Belitong di masa Pandemi Covid-19 ini tentunya akan menjawab permasalahan dan persepsi UMKM di Geopark Belitong terhadap pemasaran digital yang berbeda-beda menjadi selaras, selain itu juga meningkatkan kapasitas, pengetahuan, dan menerapkan prinsip-prinsip pemasaran digital dan memahami seperti apa implementasi pemasaran digital seharusnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Pakpahan, A. K. (2020). *Covid-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah*. *JlHI: Jurnal Ilmu Hubungan Internasional*, 20(April), 2–6. <https://doi.org/https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>
- Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025.