



PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH MELALUI PELATIHAN DIGITAL MARKETING DI DESA MANGLI, KECAMATAN KALIANGKRIK-MAGELANG, JAWA TENGAH

Kuntum Chairum Ummah

Universitas Trunojoyo Madura

E-mail : kuntum.ummah@trunojoyo.ac.id

ABSTRAK

Desa Mangli Kecamatan Kaliangkrik merupakan salah satu desa di wilayah Magelang, Jawa Tengah yang memiliki potensi usaha UMKM yang beraneka ragam Keunggulan yang dimiliki oleh Desa Mangli terletak pada jumlah UMKM yang bervariasi dan sedang berkembang. Potensi-potensi UMKM yang berada di Desa Mangli antara lain Budidaya Vanili, Usaha Anyaman Bambu, Usaha Tahu, Usaha Tempe, Usaha Kue Dorayaki, dan Usaha Tape. Keseluruhan UMKM tersebut sangat membantu Desa Mangli dalam bidang ekonomi. Selain itu, dengan adanya UMKM yang beranekaragam di Desa Mangli mampu membantu perekonomian Masyarakat. Permasalahan yang dihadapi UMKM Desa Mangli masih belum memiliki akses promosi yang baik untuk memperkenalkan kekayaan alam yang dimiliki agra mudah dikenal masyarakat luas. Permasalahan yang dihadapi UMKM ini adalah kurangnya kemampuan untuk mempromosikan kepada masyarakat sehingga UMKM yang terdapat di Desa Mangli belum banyak diketahui oleh masyarakat umum. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sebagai edukasi untuk memperkenalkan promosi produk-produk UMKM melalui media digital sebagai media promosi ini dapat menjangkau konsumen secara lebih luas. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini disusun dalam 3 tahapan yaitu (1) identifikasi dan pengembangan kelompok mitra, (2) pelaksanaan program pelatihan dan pengenalan media promosi digital, dan (3) evaluasi kegiatan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan pemanfaatan Instagram dan Wa Business. Kegiatan pertama dilakukan dengan memberikan pelatihan pembuatan akun Instagram dan akun Whatsapp Business. Kegiatan kedua dilakukan dalam bentuk pelatihan penggunaan Canva dan Pembuatan Website sebagai upaya untuk memberikan media promosi. Hasil dari Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Mangli ini diharapkan dapat mengembangkan jaringan penjualan UMKM yang semakin luas.

Kata Kunci : Desa Mangli; Pelatihan UMKM; Pemasaran Digital; WhatsApp Business; Canva; Instagram.

ABSTRACT

Mangli Village, Kaliangkrik District, is one of the villages in the Magelang region, Central Java which has a variety of business potential. The advantage of Mangli Village lies in the

number of MSMEs which are varied and currently developing. Potential MSMEs in Mangli Village include Vanilla Cultivation, Bamboo Woven Business, Tofu Business, Tempe Business, Dorayaki Cake Business, and Tape Business. All of these MSMEs really help Mangli Village in the economic sector. Apart from that, the presence of diverse MSMEs in Mangli Village can help the community's economy. The problem faced by MSMEs in Mangli Village is that they still do not have access to good promotions to make Agra's natural wealth known to the wider community. The problem faced by MSMEs is the lack of ability to promote them to the community so that the MSMEs in Mangli Village are not widely known by the general public. The aim of this community service activity is education to introduce promotion of MSME products through digital media as a promotional medium that can reach consumers more widely. This community service activity is structured in 3 stages, namely (1) identification and development of partner groups, (2) implementation of training programs and introduction of digital promotional media, and (3) evaluation of activities. This community service activity was carried out in the form of training on the use of Instagram and Wa Business. The first activity was carried out by providing training on creating Instagram accounts and WhatsApp Business accounts. The second activity was carried out in the form of training in using Canva and creating a website as an effort to provide promotional media. It is hoped that the results of this community service activity in Mangli Village can develop a wider MSME sales network.

Keywords : Mangli Village; MSME Training; Digital Marketing; WhatsApp Business; Canva; Instagram.

PENDAHULUAN

Desa Mangli merupakan salah satu Desa yang terletak pada ketinggian 1.570 mdpl, Desa Mangli menyajikan pemandangan alam disekitarnya, pegunungan, hutan, air terjun, agrobisnis sayuran, pelestarian satwa dan aktifitas rutin penduduk setempat. Pengunjung bisa melihat Gunung Merapi, Gunung Merbabu, Gunung Telomoyo, Gunung Andong, Gunung Ungaran, Gunung Giyanti, Gunung Tidar, Gunung Menoreh dan Gunung Sumbing. Salah satu wilayah yang unik dan menarik untuk dijadikan

sebagai mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah di Desa Mangli, Magelang, Jawa Tengah. Desa ini memiliki potensi UMKM yang beraneka ragam Budidaya Vanili, Usaha Anyaman Bambu, Usaha Tahu, Usaha Tempe, Usaha Kue Dorayaki, dan Usaha Tape harus dikembangkan secara baik agar potensi tersebut dapat diketahui oleh khalayak umum. Namun demikian, potensi UMKM yang beraneka ragam di Desa Mangli masih belum banyak diketahui oleh masyarakat umum karena media promosi dan informasi terkait produk-produk yang

ada di Desa Mangli tersebut belum banyak diketahui oleh publik, baik yang berasal dari Magelang maupun luar Magelang. Kegiatan sehari-hari masyarakat di Desa Mangli pada umumnya adalah pergi bertani dan menjual hasil pertaniannya kepada Masyarakat terutama pada budidaya Vanili. Potensi ini dapat dijadikan sebagai sebuah kearifan lokal yang perlu dikembangkan sehingga masyarakat terjadi peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki potensi yang cukup besar untuk tumbuh kembang dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat. Akan tetapi, teridentifikasi masih ditemukannya beragam persoalan yang dihadapi UMKM dan tentunya perlu mendapat perhatian dari semua pihak. Persoalan yang paling mendasar dalam hal ini adalah terkait dengan masih rendahnya produktivitas UMKM. Rendahnya produktivitas ini diakibatkan karena rendahnya kualitas sumber daya manusia UMKM khususnya dalam bidang manajemen, penguasaan teknologi, dan pemasaran.

Terdapat beberapa alasan pemilihan Desa Mangli sebagai lokasi

dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. *Pertama*, Desa Mangli memiliki potensi UMKM yang beraneka ragam dan didukung juga oleh potensi wisata yang bagus sehingga jika dikembangkan dan dibuat promosi yang menarik maka akan bisa berkembang dengan maksimal. *Kedua*, Desa Mangli memiliki permasalahan terkait dengan promosi khususnya promosi dalam media digital, sekaligus memperkenalkan potensi wisata yang ada di Desa Mangli. *Ketiga*, belum optimalnya pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan Whatsapp Business sebagai bagian dari pemanfaatan dunia digital bagi kepentingan promosi produk di Desa Mangli. Promosi produk UMKM menjadi hal yang sangat penting sebagai upaya untuk mengembangkan potensi UMKM dan memperkenalkan potensi wisata yang ada di desa tersebut.

UMKM di Desa Mangli memiliki peranan penting dalam pembangunan nasional, yaitu penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi pedesaan, peningkatan ekspor nonmigas, serta peningkatan Produk Domestik Bruto. Sumberdaya manusia yang sangat rendah dan minimnya penguasaan ilmu pengetahuan dan

teknologi yang dalam memasarkan produk UMKM merupakan masalah yang secara umum terlihat dan berdampak pada persaingan UMKM di Desa Mangli. Maka dari itu diperlukannya program kegiatan marketing secara digital untuk menunjang UMKM yang ada di Desa Mangli. Pemanfaatan sosial media seperti Instagram dan Whatsapp Business merupakan salah satu program kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Mangli. Program ini dilaksanakan untuk membantu mengembangkan dan memasarkan UMKM Desa Mangli. Tujuan dari kegiatan ini ialah untuk memberikan pelatihan pada UMKM agar usaha yang dijalankan, mampu bertahan di pasar dan semakin berkembang lebih baik lagi dengan memperhatikan *product*, *place*, *promotion*, dan *price* dari produk yang ditawarkan. Diharapkan pula pelaku UMKM di Desa Mangli dapat meningkatkan kualitas dan produktivitas dalam usahanya, sehingga produk-produk UMKM di Desa Jambu dapat bersaing kedalam pasar yang lebih luas melalui pembuatan pelatihan pembuatan website produk-produk UMKM.

Pelatihan ini memberikan materi terkait peluang dari pemanfaatan media

sosial seperti Instagram dan Whatsapp Business sebagai media jual beli di era millennial ini. Menurut Irianto (2018), pada saat ini terdapat dua jenis pemasaran, yaitu offline marketing atau pemasaran tradisional yang dilakukan dengan mencari pelanggan dengan pertemuan secara langsung dengan mereka yang mungkin tertarik menjadi pelanggan. Pemasaran yang lain menggunakan situs web sebagai media pemasaran yang dikenal sebagai online marketing, untuk itulah dilakukan pula pelatihan pembuatan website untuk penjualan produk-produk UMKM di Desa Mangli serta Pemanfaatan media sosial merupakan seperti Instagram dan Whatsapp Business. Online marketing sangat besar manfaatnya bagi beberapa UMKM yang telah memanfaatkan media sosial, karena dirasa telah mampu mengurangi beban biaya promosi yang besar untuk mengenalkan dan memasarkan produk layanan yang ditawarkan menjadi semakin jauh jangkauannya. Salah satu faktor penting untuk menunjang proses tersebut adalah dengan penggunaan sarana teknologi informasi. Salah satu yang bisa dilakukan untuk melakukan kegiatan promosi adalah dengan membuat media sosial sehingga

dapat membantu pihpomak UMKM dalam mempromosikan produk-produknya agar dapat terus menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman, penggunaan media sosial sebagai media promosi turut berkembang dengan pemanfaatan website dan aplikasi canva. Seperti yang telah dilakukan oleh Fidela (2020) yang melakukan kelas pengembangan produk dan kelas pemasaran produk dengan pemanfaatan media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemanfaatan sosial media sebagai media pemasaran online atau marketing online mampu mengurangi biaya promosi secara signifikan dan memberikan pelayanan produk kepada pelanggan dengan lebih luas dan lebih cepat.

Wujud nyata Tridharma Perguruan Tinggi Universitas Trunojoyo Madura memiliki tanggung jawab untuk mulai memperkenalkan dan memberikan penyuluhan kepada masyarakat terkait pentingnya pemanfaatan media digital untuk memperkenalkan produk-produk UMKM Desa Mangli Kepada Masyarakat. Bentuk pengabdian yang hendak dilakukan adalah penyuluhan dan pelatihan kepada masyarakat, khususnya pada masyarakat Desa Mangli, Magelang-

Jawa Tengah dengan mengusung tema Pemberdayaan Masyarakat Desa Menuju Masyarakat Digital. Adapun tujuan umum yang hendak dicapai dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Mangli ini adalah:

1. Memperkenalkan fungsi dan kegunaan canva sebagai alat atau media pembuatan konten promosi kepada masyarakat desa setempat sehingga mampu melakukan promosi kepada masyarakat umum.
2. Menambah wawasan kepada masyarakat desa untuk membuat akun media sosial seperti Instagram dan Whatsapp Bisnis sebagai media promosi kepada masyarakat desa setempat sehingga membantu untuk melakukan promosi dan pelayanan kepada masyarakat umum.
3. Memperkenalkan fungsi dan kegunaan website bagi penjual atau pelaku UMKM dan sebagai media promosi kepada pelanggan sehingga bermanfaat untuk melakukan promosi produk-produk UMKM di Desa Mangli.

Harapan dari adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini tentunya dapat bermanfaat bagi civitas akademika Universitas Trunojoyo Madura dan juga peserta pelatihan dan pemberdayaan untuk mampu membuat konten-konten digital marketing. Adapun manfaat yang didapatkan dari adanya kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peserta penyuluhan, dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, maka diharapkan dapat menggunakan n canva sebagai alat atau media pembuatan konten promosi secara digital.
2. Bagi civitas akademika, khususnya bagi dosen, kegiatan ini dapat dijadikan sebagai media untuk mengembangkan bidang kelimuan dalam pembuatan konten digital.

Bagi mahasiswa, kegiatan ini dapat dijadikan sebagai media untuk memberikan pengetahuan dan wawasan kepada masyarakat sesuai dengan bidang ilmu yang mereka tekuni. Kegiatan ini juga dapat melatih mahasiswa untuk terlibat secara langsung dan terjun ke masyarakat untuk melakukan pelatihan dan pemberdayaan kepada masyarakat

dalam menyiapkan masyarakat yang mampu bersaing di era digital.

METODE PELAKSANAAN

Tahapan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terdiri dari 3 tahapan kegiatan yaitu:

Tahap Identifikasi Permasalahan

- a. Tahap persiapan kegiatan awal. Pada tahapan ini, kegiatan terfokus pada kegiatan seperti: menyiapkan semua peralatan yang dibutuhkan guna terlaksananya kegiatan. Pada tahapan ini, tim pelaksana mengawali dengan melakukan studi pustaka, berkoordinasi dengan instansi-instansi terkait.
- b. Tahap penentuan lokasi pelaksanaan kegiatan. Pada tahap ini, kegiatan terfokus penentuan lokasi tempat kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan perijinan untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, khususnya kepada Kepala Desa Mangli.
- c. Tahap perancangan kebutuhan pelatihan. Pada tahapan ini, kegiatan terfokus pada hal-hal yang bersifat penyusunan

kebutuhan dalam pelatihan dan pemberdayaan masyarakat di era digital.

Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Tahap pelaksanaan dilakukan sebagai bentuk pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Dalam pelaksanaan kegiatan ini, tim pengabdian kepada masyarakat akan memberikan pelatihan kepada masyarakat dan perangkat desa untuk mengikuti kegiatan pelatihan pemasaran digital sesuai dengan rencana kegiatan yang telah dibuat. Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, tim akan memberikan pelatihan yang difokuskan pada 3 hal utama yaitu:

- a. Pembuatan desain konten digital yang menarik dan unik melalui Canva sehingga cocok sebagai media promosi digital.
- b. Pelatihan pembuatan akun sosial media seperti Instagram dan Whatsapp bisnis dan
- c. Pelatihan membuat website sebagai bentuk promosi produk-produk UMKM kepada masyarakat.

Tahap Evaluasi Kegiatan

Kegiatan monitoring dan evaluasi dilakukan dengan memberikan pendampingan kepada mitra sehingga bisa dipastikan bahwa mitra bisa membuat konten pemasaran digital dengan unik dan menarik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini langkah-langkah kegiatan PKM yang dilakukan:

Persiapan dan pembekalan

- 1) Mekanisme pelaksanaan sosialisasi meliputi;
 - a. Penentuan tema PKM
 - b. Penyusunan proposal kegiatan PKM
 - c. Penentuan anggota dosen serta mahasiswa
 - d. Berkoordinasi dengan koordinator Prodi
 - e. Penyiapan sarana serta prasarana terkait pelaksanaan kegiatan.
- 2) Menyusun materi persiapan untuk kegiatan pelatihan.
- 3) Membuat panduan dan pelaksanaan program pelatihan.
- 4) Perancangan model kegiatan pelatihan.

Pelaksanaan Kegiatan

Terdapat beberapa tahapan kegiatan PKM ini:

- 1) Persiapan acara
- 2) Pemberian materi sosialisasi cara membuat konten pemasaran digital melalui aplikasi Canva
- 3) Pembuatan akun sosial media seperti Instagram dan Whatsapp bisnis
- 4) Pembuatan Website untuk memasarkan produk-produk UMKM.

Pasca Kegiatan

- 1) Monitoring serta evaluasi kegiatan
- 2) Pendampingan intensif dan terarah dalam kegiatan pembuatan konten-konten digital
- 3) Publikasi hasil kegiatan PKM dalam jurnal ilmiah.

Dalam kegiatan sosialisasi ini, narasumber memberikan materi. Adapun materi yang disampaikan dalam kegiatan dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Penyampaian Materi Pelatihan Pembuatan konten sosial media sebagai bagian dari pemasaran digital



Gambar 2. Tanya Jawab Terkait Pembuatan konten pemasaran digital

Langkah selanjutnya adalah penutup.



Gambar 3. Penutupan kegiatan pelatihan dan pemberdayaan Masyarakat menuju era digital

KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa kegiatan PKM ini memberikan manfaat bagi para peserta kegiatan yang berasal dari masyarakat di Desa Mangli, Magelang, Jawa Tengah sehingga mereka dapat membuat konten-konten untuk memasarkan produk UMKM secara digital sebagai upaya untuk mengembangkan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.

SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema ini bisa dikembangkan lebih lanjut agar kemampuan masyarakat dalam membuat konten-konten media digital menjadi semakin lebih baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih sedalam-dalamnya diucapkan kepada Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura yang telah memberikan pendanaan kegiatan Pengabdian kepada masyarakat untuk melakukan kegiatan pengabdian. Tidak hanya itu, kepada kepala Desa Mangli dan seluruh perangkat Desa Mangli yang telah memberikan fasilitas untuk mengadakan pengabdian kepada masyarakat ini.

REFERENSI

- Anggraeni, Feni D, Hardjanto, Imam, Hayat, Ainul. 2012. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal (Studi Kasus pada Kelompok Usaha “Emping Jagung” di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*. 6(6): 1286-1295.
- Dentoni, D., & Reardon, T. (2009). Can SMEs Build Global Brands with Place-Of-Origin Information? The Role of Social Networks.
- Husaeni UA, Dewi TK. 2019. Pengaruh Pembiayaan Mikro Syariah terhadap Tingkat Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada Anggota BMT di Jawa Barat. *Bongaya Journal for Research in Management*. 2 (1): 48-56.
- Irianto ABP. 2018. Pemanfaatan Social Media untuk Meningkatkan Market Share UKM. *Jurnal Teknomatika*. 8(1): 1-12.
- Kara, Muslimin dan Jamaluddin. 2010. Pengantar Kewirausahaan Makassar (ID): Alauddin Press.
- Leiwakabessy P, Lahallo FF. 2018. Pembiayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai Solusi dalam Meningkatkan Produktivitas Usaha pada UMKM Kabupaten Sorong. *Journal of Dedication to Papua Community (J-DEPACE)*. 1(1): 11- 21.

- Kurniyanto, Prastika, Arifiyanti. (2023).
Strategi Pengentasan Kemiskinan
Berbasis Kearifan Lokal pada
Masyarakat Desa Keleyan,
Kabupaten Bangkalan. Jurnal
Agriscience. Vol 3(3) Tahun 2023
- Rahayu DP. 2016. Kajian Keberhasilan
Program Pendampingan Usaha
Mikro, Kecil, dan Menengah
(UMKM) Pangan Direktorat
Surveilan dan Penyuluhan
Keamanan Pangan dalam
Penerapan Prinsip Keamanan
Pangan. [SKRIPSI]. Bogor (ID):
Institut Pertanian Bogor.
- Rangkuty F. 2010. Strategi Promosi yang
Kreatif dan Analisis Kasus
Integrated Marketing
Communication. Jakarta (ID):
Gramedia Pustaka Utama.