

PELATIHAN DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM PADA SEKOLAH SMAS DAARURRAHMAN WALANTAKA

¹ Angga Pramadjaya, ² Istiqomah Rohmawati, ³ Selly Septiani, ⁴ Stevanes,
⁵ Mumu Nazmudin, ⁶ Fajar Malkan, ⁷ Rojul Robani

¹⁻⁷Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sutomo

E-mail: dosen10029@unpam.ac.id; dosen10010@unpam.ac.id; dosen10011@unpam.ac.id;
mumunajmudin98@gmail.com; fajarmalkan1402@gmail.com; rojulrobani2@gmail.com

ABSTRACT

Community service is an activity designed to support a particular community in a variety of ways without assuming anything in return. MSMEs offer an alternative approach to dealing with social problems such as poverty and injustice. The problem is that students lack the knowledge to promote their goods effectively through internet marketing channels. New barriers are being presented to businesses by advances in information and communication technology. Due to the existence of the internet, business can now be carried out where clients can transact business using various applications. Leveraging technology for marketing is critical to small business survival. Therefore, it is important to pay attention to how SMEs develop. The increase in MSME sales is the result of an online marketing plan. Darurrohman Walantaka High School students will receive digital marketing instruction from the information systems study program community service team. Creating interesting narratives, poster editing techniques, product photos, banners, and digital marketing product films that can attract customers, especially on e-commerce and social media platforms, are part of the training provided. The results of this PkM show that students are more able to create interesting stories using the latest concepts they have, and are adept at making posters and video images of digital marketing products with an interesting combination of animations. As a result, it would be very beneficial if these products were distributed on social media and the market to boost sales, especially in Walantaka Village.

Keywords: Training, Digital Marketing, Sales, UMKM.

ABSTRAK

PKM ialah kegiatan yang dirancang untuk mendukung komunitas tertentu dengan berbagai cara tanpa menganggap adanya imbalan. UMKM menawarkan pendekatan alternatif untuk mengatasi masalah sosial seperti kemiskinan dan ketidakadilan. Masalahnya adalah siswa kurang memiliki pengetahuan untuk mempromosikan barang mereka secara efektif melalui saluran pemasaran internet. Hambatan baru sedang disajikan untuk bisnis dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Karena adanya internet, bisnis kini dapat dilakukan dimana klien dapat bertransaksi bisnis menggunakan berbagai aplikasi. Teknologi sangat berperan untuk pemasaran fokusnya untuk UKM. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan bagaimana UKM berkembang. Peningkatan penjualan UMKM adalah hasil dari rencana pemasaran online. Siswa SMA Darurrohman Walantaka akan mendapatkan pengajaran digital marketing dari tim pengabdian masyarakat program studi sistem informasi. Membuat narasi yang menarik, teknik edit poster, foto produk, spanduk, dan film produk pemasaran digital yang dapat menarik pelanggan, khususnya di platform e-commerce dan media sosial, adalah bagian dari pelatihan yang diberikan. Hasil dari PkM ini menunjukkan bahwa siswa lebih mampu membuat cerita menarik dengan menggunakan konsep terbaru yang mereka miliki, serta mahir membuat poster dan video gambar produk pemasaran digital dengan kombinasi animasi yang menarik. Alhasil, akan sangat bermanfaat jika produk-produk tersebut disebar di media sosial dan pasar untuk mendongkrak penjualan khususnya di desa walantaka.

Kata Kunci: Pelatihan, Digital Marketing, Penjualan, UMKM.

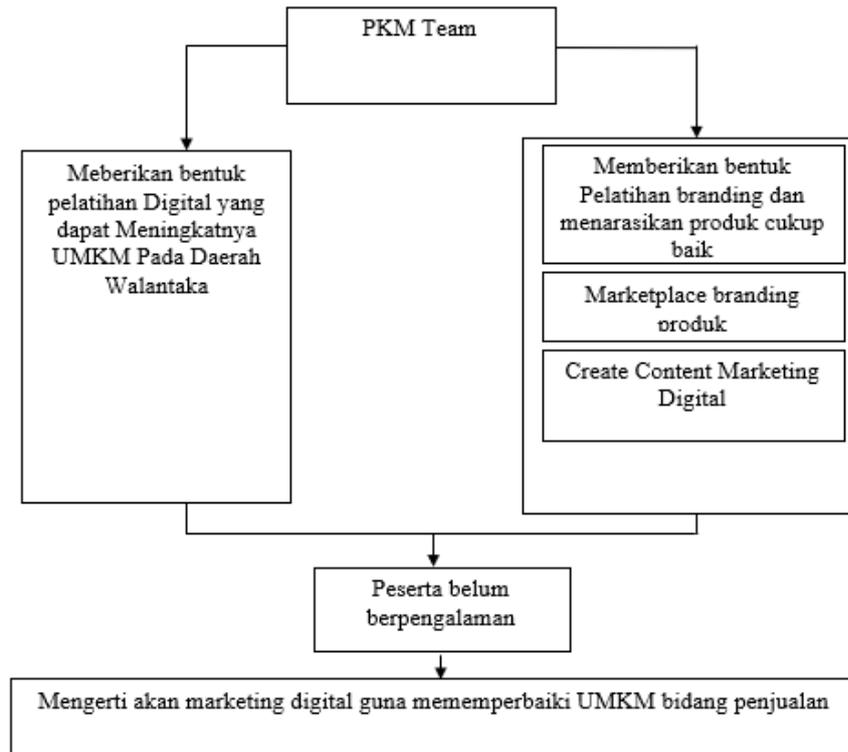
PENDAHULUAN

Tanpa mengharapkan imbalan apapun, PKM merupakan kegiatan serta berupaya mendorong masyarakat dengan berbagai cara. Secara umum, program ini dibuat oleh sejumlah perguruan tinggi atau institusi di Indonesia dengan tujuan memberikan kontribusi yang signifikan bagi masyarakat Indonesia, khususnya dalam hal mendorong pertumbuhan dan mensejahterakan kemajuan masyarakat dan negara. Perkembangan teknologi internet didukung oleh perkembangan teknologi, komputer, dan telekomunikasi. Internet telah mempermudah pelaku bisnis untuk menemukan informasi apa pun yang mereka butuhkan untuk mendukung operasi mereka. Informasi harus disaring untuk mendapatkan informasi yang sesuai dan relevan karena masih sering diperoleh berbagai jenis informasi. UMKM menawarkan pendekatan alternatif untuk mengatasi masalah sosial seperti kemiskinan dan ketidakadilan. Masalahnya adalah siswa kurang memiliki pengetahuan untuk mempromosikan barang mereka secara efektif melalui saluran pemasaran internet. Hambatan baru sedang disajikan untuk bisnis dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Karena adanya internet, bisnis kini dapat dilakukan dimana klien dapat bertransaksi bisnis menggunakan berbagai aplikasi. Memanfaatkan kecanggihan digital agar penjualan cukup baik untuk kelangsungan UMKM. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan bagaimana UKM berkembang. Peningkatan penjualan UMKM adalah hasil dari rencana pemasaran online. Internet kini digunakan untuk keperluan bisnis bukan hanya sebagai media penyebaran informasi.

UMKM juga merupakan pendekatan yang berbeda untuk masalah sosial seperti pengangguran dan kemiskinan. Karena merupakan hasil dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, bisnis kini menghadapi kendala baru. Praktik pemasaran bisnis telah berkembang dengan cepat. Berkat internet, bisnis kini dapat melakukan transaksi dengan klien melalui berbagai aplikasi. Cara bisnis disusun dan cara pelanggan berinteraksi dengan keduanya telah berubah sebagai hasil dari internet. Dengan mengaktifkan pertukaran informasi terbuka antara pembeli dan penjual melalui internet, prosedur bisnis bebas biaya, dan pilihan yang tersedia bagi pelanggan meningkat. Penggunaan Teknologi dalam ruang lingkup pemasaran sangat penting untuk kelangsungan usaha UMKM. Karena itu, pertumbuhan UKM membutuhkan cukup perhatian. teknik pemasaran internet.

METODE

Permasalahan bisnis di era digital adalah masih kurangnya pemahaman. Banyaknya generasi milenial serta tidak menggunakan digital platform karena merasa kesulitan serta join menggunakan sistem marketplace dan mengaksesnya, serta masih banyak yang belum mengetahui cara memanfaatkan marketplace untuk peluang bisnis. Kerangka proyek pengabdian masyarakat ini untuk mengatasi masalah adalah:



Gambar 1. Metode PKM

Dalam latihan ini, pemecahan masalah diwujudkan sebagai berikut:

a. Membuat narasi produk dan brand yang menarik

Bagian ini akan menguraikan prosedur untuk mengembangkan branding produk yang memikat klien untuk membeli barang serta teknik yang tersedia. Ialah:

1) Mengenali *Product*

Memahami produk adalah langkah utama dalam brand storytelling serta harus difokuskan. Bagaimana Anda akan menyajikan kisah yang menarik ketika Anda tidak tahu ke mana arah plotnya? Oleh karena itu, Anda perlu memahami produk sesuai dengan ceritanya untuk mengemas brand storytelling. Untuk alasan ini, mungkin kesalahan yang menghasilkan sedikit penjualan jika Anda mengembangkan narasi merek yang tidak ada hubungannya dengan produk.

2) Pertimbangkan Ide Cerita Kreatif

Apa pun merek, layanan, atau produknya, ada latar belakang yang menarik untuk dijalani hingga hari ini. Jika Anda tidak mengetahui kisah yang menarik ini, Anda mungkin perlu melihat ke masa lalu dan memeriksa operasi sehari-hari. Karena banyak merek sering kali tidak mengetahui kisah fantastis yang harus mereka ceritakan.

3) Mencoba gagasan yang ingin ditemukan

Saat Anda menemukan konsep cerita merek yang menarik, pertimbangkan untuk mencobanya untuk melihat apakah berhasil. Sangat penting untuk menguji konsep-konsep ini dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan berikut.

- i. Apa yang membuat sudut pandang cerita ini berbeda dari yang lain?
 - ii. Mengapa saya perlu membagikan cerita khusus ini?
 - iii. Bagaimana itu akan meningkatkan kepribadian saya?
 - iv. Pelajaran apa yang mereka (penonton) pelajari dari cerita ini?
 - v. Anda dapat melanjutkan ke langkah berikutnya jika jawaban atas pertanyaan-pertanyaan ini membuat Anda lebih yakin bahwa Anda dapat mengembangkan premis cerita dunia nyata yang menarik.
- b. *Step by step* membranding produk social media / *marketplace*

Salah satu rahasia sukses mulai berjualan di pasar Indonesia adalah menawarkan barang berkualitas tinggi. Teknik-teknik branding produk di pasar berikut ini akan dilatihkan:

- 1) Barang yang khas serta menarik pelanggan potensial. selalu bahwa kualitas barang yang ditawarkan menentukan apakah pelanggan akan puas atau tidak dan ingin melakukan pemesanan lebih lanjut atau mengulangi pesanan sebelumnya. Pilih produk yang khas untuk menarik pelanggan potensial. Perlu diingat untuk selalu memperhatikan kualitas barang yang dijual agar tidak mengecewakan pelanggan dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang. Kebutuhan untuk berjualan secara online melalui pasar Indonesia adalah memiliki produk yang terdefinisi dengan baik dan menarik, karena belanja melalui internet mencegah pelanggan untuk memeriksa langsung barang yang ingin mereka beli. Alhasil, setelah membaca definisi dan melihat grafik atau foto di marketing, Anda pasti akan memperhatikan setiap detail produk.
 - 2) Memberikan informasi yang cukup tentang barang untuk memenuhi harapan pelanggan, termasuk gambar asli produk dan deskripsi yang lengkap dan detail.
- c. Menghasilkan content untuk pemasaran digital

Memanfaatkan content yang relevan dengan merek yang ingin Anda promosikan dikenal sebagai pemasaran konten. Perusahaan baru akan dengan cepat menemukan pasarnya dengan menggunakan pendekatan pemasaran konten yang relevan. Untuk terus meningkatkan pendapatan, bisnis harus memiliki rencana pemasaran konten. Alhasil, saat membuat pendekatan ini, ada sejumlah saran yang harus diperhatikan

d. Pendekatan Aktivitas

1) Sebuah pelajaran

Menjelaskan cara membuat brand produk yang baik, produk brand yang menarik di media sosial atau marketplace, dan cara membuat aktifitas digital pemasaran semuanya tercakup dalam tahap perkuliahan.

2) Pendidikan berupa latihan

Pada tahap pembelajaran, praktikkan menghasilkan branding produk yang menarik, narasi yang menarik, desain gambar pemasaran digital yang menarik, dan konten video pemasaran digital.

3) Diskusi

Untuk tahap diskusi, yang melibatkan debat hasil dari latihan yang telah dijelaskan sebelumnya atau terlibat dalam sesi tanya jawab untuk mengklarifikasinya.

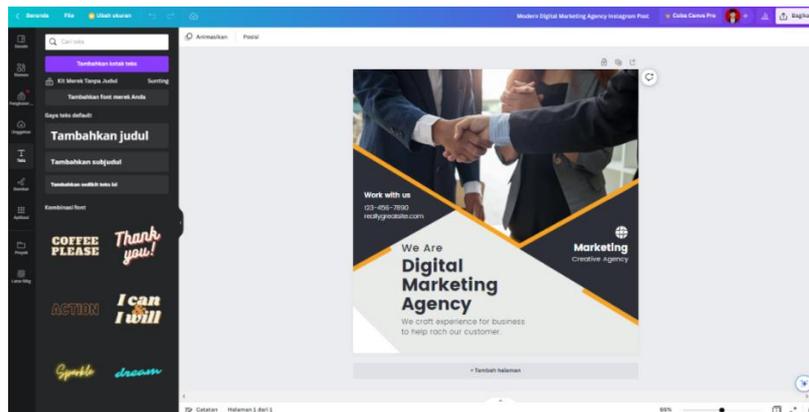
HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 2. Proses Materi yang Dipaparkan

Usai pembahasan hasil acara, Ibu Istiqomah Rohmawati, S.Kom., M.Kom. disajikan beberapa informasi. Informasi yang ditampilkan adalah:

- a. Instruksi bercerita, brand barang yang menarik, dan brand produk di marketplace online atau sosial media
- b. Instruksi dalam membuat desain gambar produk digital yang akan menarik pelanggan untuk membeli barang menggunakan ponsel dan komputer
- c. Pengenalan Media Sosial Instagram dan Hashtag Instagram
- d. Petunjuk Membuat Film Digital Marketing yang Menarik di Komputer dan Smartphone.
- e. Sebuah waktu untuk pertanyaan dan jawaban pada subjek.



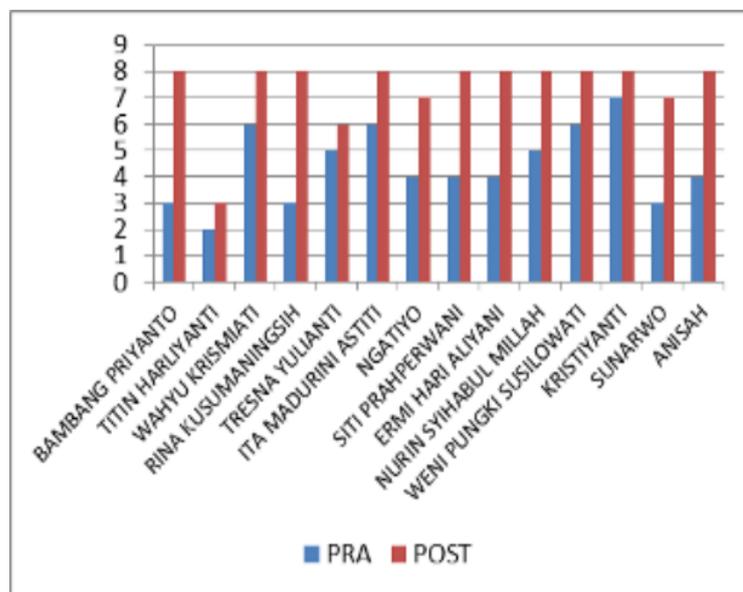
Gambar 3. Canva

Pada setiap sesi pertemuan, pelaksanaan pengabdian dilakukan secara teratur. Tes pemahaman awal untuk peserta proyek termasuk kuesioner. Setelah periode kelas untuk meninjau materi dan mengajukan pertanyaan, guru memberikan kuis post-test kepada siswa untuk menentukan tingkat pemahaman mereka.

Tabel 1. Hasil Awal dan Akhir Test

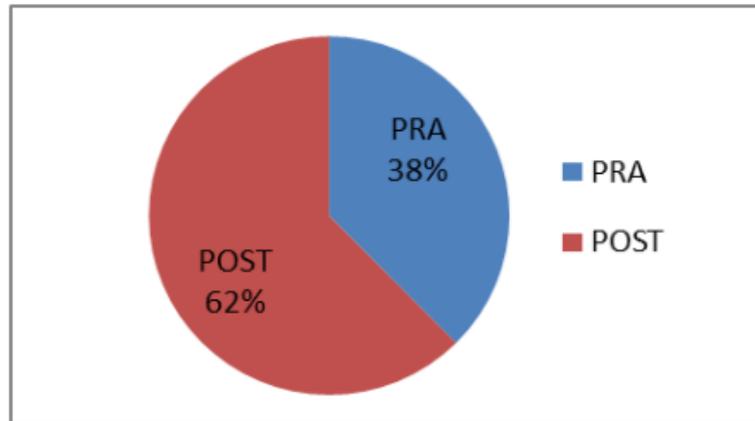
No	Nama Peserta	Pra	Post
1	Anggota 1	3	8
2	Anggota 2	2	3
3	Anggota 3	6	8
4	Anggota 4	3	8
5	Anggota 5	5	6
6	Anggota 6	6	8
7	Anggota 7	4	7
8	Anggota 8	4	8
9	Anggota 9	4	8
10	Anggota 10	5	8
11	Anggota 11	6	8
12	Anggota 12	7	8
13	Anggota 13	3	7
14	Anggota 14	4	8

Gambar 3 menampilkan gambar respon angket pre-post test proyek PKM dengan tajuk Pelatihan Digital Marketing ini. Nilai pre-post test para peserta mengungkapkan peningkatan dalam pengetahuan atau penguasaan subjek mereka. Seperti yang terlihat, 10 orang mendapat skor pencapaian tertinggi dari 8 pertanyaan, artinya 71,4% peserta kegiatan pengabdian masyarakat ini memiliki pengetahuan tentang konten.



Gambar 3. Hasil Test Awal dan Akhir Peserta

Selanjutnya, agar menunjukkan dibandingkan hasil test awal dan test akhir peserta yaitu masing-masing 38% dan 62%.



Gambar 4. Perbandingan Rata-rata Nilai Pra Post Test Peserta

Umpan balik yang baik dari para anggota, serta bersemangat ikut setiap sesi dalam aktivitas pengabdian masyarakat, menjadi tanda efektivitas program. Hingga 71,4% peserta berpendapat bahwa kegiatan pengabdian ini dapat meningkatkan pemahaman para pelaku UMKM tentang bagaimana menggunakan media sosial untuk pemasaran digital. Selain itu, pelaku UMKM berharap agar interaksi rutin antara tim pengabdi dan pelaku UMKM memungkinkan mereka untuk menawarkan bantuan. Penutupan kegiatan ini ditandai dengan pengambilan gambar pada Gambar 5 bersama tim pengabdi dan peserta.



Gambar 5. Team PKM dan Peserta

KESIMPULAN

- Murid SMAS Darurrohman Walantaka di Kota Serang telah meningkatkan kemampuan mereka dalam menyusun narasi yang menarik menggunakan konsep terbaru yang rata-rata mereka miliki sebagai hasil dari mengikuti latihan ini.
- Peserta workshop Digital Marketing mengalami peningkatan pemahaman sebesar 71,4% tentang penggunaan media sosial untuk *digital marketing*.
- Melalui instruksi ini, siswa belajar bagaimana design poster gambar produk serta menarik, serta dapat design video produk digital marketing dengan kombinasi animasi, serta cukup baik dibagikan di media sosial dan toko *online*, untuk mendongkrak penjualan UMKM di komunitas daerah Walantaka.

SARAN

Rekomendasi pelaksanaan kegiatan tambahan adalah lebih menekankan tanggung jawab peserta. Minimnya peserta yang sudah memiliki perangkat editing, seperti smartphone, PC, atau laptop dimaksudkan untuk lebih dikurangi guna meningkatkan efektifitas proses pelatihan pengembangan materi *digital marketing*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Cucus, H. D. (2022). Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing UMKM Penghasil Keripik KSU Gapoktan Rukun Santoso Desa Bumi Sari Kecamatan Natar. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 57-65.
- Fransiskus Panca Juniawan, M. S. (2023). Pelatihan Digital Marketing Guna Meningkatkan Kompetensi Masyarakat Desa Kace Timur, Bangka. *Jural PKM : Pengabdian kepada Masyarakat*, Vol. 06 No.01, 17-25.
- Ginanjjar Abdurahman, H. O. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Manage*, 88-92.
- Hadion Wijoyo, H. A. (2020). Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa. *Ikhraith-Abdimas Vol 3 No 3*, 169-175.
- Heidrick, S. (2009). *The Adoption Of Digital Marekting in Financial. . Services Under Crisis*.
- Maemunah Nurmaya Sari, A. W. (2022). Pelatihan Digital Marketing Untuk UMKM: Strategi Pemasaran Tanaman Porang Melalui Channel Yang Optimal Pada Platform Youtube. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Batasa*, 82-91.
- Nurtriana Hidayati, P. T. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Digital Marketing UMKM Di Kecamatan Tembalang Semarang. *Abdimasku*, Vol. 3, No.03, 119-124.
- Pristi Sukmasetya, H. A. (2021). Pendampingan Pemanfaatan Digital Branding dan Digital Marketing Pada Kuliner Kampung Kali Paremono. *Jurnal Abdimas PHB Vol.4 No 03. Tahun 2021*, 322-328.
- R. Sanjaya, J. T. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sudarmanto, E., Revida, E., Zaman, N., Simarmata, M. M., Purba, S., Bachtiar, S. E., et al. (2020). *Konsep Dasar Pengabdian Kepada Masyarakat : Pembangunan dan Pemberdayaan*. Yayasan Kita Menulis.
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada UMKM Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 36-50.
- Yan Aditya, S. R. (2021). Pelatihan Startup Digital Dan Digital Marketing Bagi Siswa - Siswi Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Metro. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Madani*, 97-103.