

PELATIHAN DIGITAL MARKETING UMKM DI RUMAH BUMN PURWAKARTA

Hendi Iskandar¹, Darmawan Yudhanegara²

¹Sekolah Tinggi Teknologi Wastukencana. Email: hendi@wastukencana.ac.id

²Digitech University. Email: darmawanyudhanegara@digitechuniversity.ac.id

ABSTRACT

This digital marketing training with the implementation of the 5A model aims to provide advice for MSMEs to upgrade their business processes with various products. The digital marketing training process for MSMEs begins with an analysis of business needs and target audiences. Furthermore, participants are trained in the basics of digital marketing, such as SEO, social media marketing, Google Ads, and web analytics. Practice-based training is carried out so that MSMEs can immediately apply digital marketing strategies in their businesses. The next session focuses on creating creative content, managing paid advertising, and monitoring and measuring campaign results. The training ends with an evaluation and feedback, ensuring that MSMEs can optimize digital marketing to increase visibility and sales effectively.

Keywords: Digital Marketing, Training, SMEs, Elevation

ABSTRAK

Pelatihan digital marketing dengan penerapan model 5A ini bertujuan agar memberikan saran UMKM untuk naik kelas pada proses usahanya dengan berbagai produk. Proses pelatihan digital marketing untuk UMKM dimulai dengan analisis kebutuhan bisnis dan audiens target. Selanjutnya, peserta dilatih mengenai dasar-dasar digital marketing, seperti SEO, pemasaran media sosial, Google Ads, dan analitik web. Pelatihan berbasis praktek dilakukan agar UMKM dapat langsung mengaplikasikan strategi pemasaran digital dalam bisnis mereka. Sesi selanjutnya fokus pada pembuatan konten kreatif, pengelolaan iklan berbayar, serta pemantauan dan pengukuran hasil kampanye. Pelatihan diakhiri dengan evaluasi dan pemberian umpan balik, memastikan UMKM dapat mengoptimalkan digital marketing untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan secara efektif.

Kata Kunci: Digital Marketing, Pelatihan, UMKM, Naik Kelas

PENDAHULUAN

Kebutuhan pelatihan digital marketing di UMKM muncul karena beberapa faktor yang berkaitan dengan perkembangan teknologi dan tantangan yang dihadapi oleh bisnis kecil. Berikut adalah beberapa alasan utama perubahan perilaku konsumen: Konsumen kini lebih banyak berinteraksi dengan merek melalui platform digital, seperti media sosial dan mesin pencari. UMKM perlu beradaptasi untuk tetap kompetitif. Kurangnya Pengetahuan dan Keterampilan Digital seperti banyak pelaku UMKM yang belum menguasai alat dan teknik pemasaran digital, sehingga mereka kesulitan



memanfaatkan potensi pasar online. Persaingan yang Meningkat: Seiring dengan pertumbuhan pasar digital, UMKM menghadapi persaingan yang semakin ketat. Pelatihan digital marketing membantu mereka untuk tetap relevan dan efektif dalam menjangkau pelanggan. Pemasaran yang Lebih Efisien dan Terjangkau: Digital marketing menawarkan solusi yang lebih hemat biaya dibandingkan pemasaran tradisional. Namun, agar efektif, dibutuhkan pemahaman yang baik tentang teknik-teknik digital. Tuntutan Untuk Mengoptimalkan naik kelas: Pandemi COVID-19 mempercepat pergeseran ke dunia digital. Banyak UMKM yang mulai menyadari pentingnya pemasaran online untuk bertahan dan berkembang dan naik kelas. Karena itu, pelatihan digital marketing menjadi sangat penting bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan mengoptimalkan penjualan (Aditya 2023).

Penerapan hasil penelitian digital marketing yang sudah dilakukan sebelumnya di wilayah Purwakarta maka melalui pelatihan bertujuan untuk mengajarkan UMKM cara memanfaatkan strategi digital yang efektif, berdasarkan temuan-temuan terbaru. Pelatihan ini biasanya mencakup pemahaman tentang perilaku konsumen online, penggunaan alat digital (seperti media sosial dan SEO), serta teknik pemasaran berbasis data. Berdasarkan hasil penelitian, pelatihan mengajarkan UMKM bagaimana mengoptimalkan anggaran pemasaran mereka, meningkatkan visibilitas online, dan menciptakan konten yang relevan untuk audiens target. Dengan demikian, UMKM dapat meningkatkan kinerja pemasaran mereka dan mengembangkan bisnis secara lebih efisien (Muhammad Rizki Fahdia 2022).



Gambar 1. Sosialisasi Pelatihan

Sumber : <https://linkumkm.id/webinar/digitalmarketingumkm1>

Rumah BUMN adalah inisiatif dari BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang bertujuan untuk memberdayakan masyarakat, termasuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), melalui berbagai program pelatihan dan pendampingan kepada seluruh produk yang mereka jual. Rumah BUMN bertujuan untuk membantu UMKM dalam mengembangkan kapasitas, meningkatkan daya saing, serta memperkenalkan teknologi dan strategi pemasaran yang lebih efektif. Pelatihan yang diadakan Rumah BUMN membantu UMKM meningkatkan daya saing, memperluas jaringan bisnis, dan memperkenalkan mereka kepada peluang baru di pasar digital. Dengan peningkatan kapasitas yang diberikan, UMKM bisa lebih siap bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Secara keseluruhan, Rumah BUMN berfungsi sebagai pusat pemberdayaan yang mendukung transformasi UMKM agar bisa berkembang, berinovasi, dan berdaya saing tinggi dalam dunia digital dan global.

METODE PELAKSANAAN

Bagian metode menggunakan langkah-langkah berikut yang fokus pada dasar-dasar yang mudah dipahami oleh peserta UMKM yang terdiri dari 23 UMKM yang memiliki ikatan dengan Rumah BUMN Purwakarta secara aktif (Purnomo 2024), langkah-langkahnya sebagai berikut:

1. Pendahuluan dengan menentukan tujuan dan audiens

Di mulai pelatihan dengan mengidentifikasi tujuan bisnis UMKM dan audiens target. Fokuskan pada masalah yang mereka hadapi, seperti bagaimana memperkenalkan produk secara online atau menarik lebih banyak pelanggan, secara diskusi kelompok atau sesi tanya jawab dengan tujuan memastikan peserta memahami pentingnya memiliki audiens yang tepat.

2. Pengenalan Website dan Media Sosial

Melalui langkah ini yang memberikan pemahaman dasar mengenai pembuatan dan pengelolaan website serta media sosial. Tunjukkan cara membuat akun di platform seperti Facebook, Instagram, dan Google My Business, sedangkan metodenya dengan mendemonstrasi langsung dan tutorial langkah demi langkah, agar membantu peserta memiliki platform dasar untuk memulai pemasaran digital (Alfina 2020).

3. Dasar-dasar SEO (Search Engine Optimization)

Adapun langkah melalui pengajaran teknik SEO dasar, seperti penggunaan kata kunci yang relevan, pengoptimalan judul, deskripsi, dan gambar di website atau media social maka penjelasan teori diikuti dengan praktik langsung menggunakan website atau halaman media social, bertujuan untuk meningkatkan visibilitas online dengan teknik SEO sederhana ini.

4. Pembuatan Konten Menarik

Langkah ini mengajarkan cara membuat konten yang menarik dan relevan untuk audiens, seperti gambar, video, atau tulisan untuk media social, melalui latihan membuat konten secara langsung, misalnya membuat postingan Instagram atau Facebook, supaya membantu UMKM berkomunikasi lebih efektif dengan pelanggan.

5. Penggunaan Iklan Berbayar (Ads)

Ini langkah yang menunjukkan cara membuat iklan sederhana di Facebook dan Instagram. Jelaskan cara menentukan anggaran, target audiens, dan membuat iklan yang menarik, maka praktik langsung membuat iklan di platform tersebut. Yang tujuannya membantu UMKM memanfaatkan iklan berbayar untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

6. Analitik Sederhana (Warmayana 2018).

Dengan Langkah: Ajarkan cara membaca data dari Google Analytics atau Insights media sosial untuk melacak efektivitas kampanye, metodenya tunjukkan cara melihat data dasar seperti jumlah pengunjung, klik, dan interaksi, bertujuan membantu peserta memahami kinerja kampanye dan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki.

7. Evaluasi dan Tanya Jawab

Terakhir langkah yang mengakhiri dengan sesi evaluasi untuk menilai pemahaman peserta dan memberikan kesempatan untuk bertanya tentang kesulitan yang dihadapi selama pelatihan. Metode yang dipakai diskusi terbuka atau kuis singkat. Tujuannya memastikan peserta memahami materi dan siap menerapkannya.

8. Tindak Lanjut

- Langkah: Berikan materi atau sumber daya tambahan, seperti tutorial video atau artikel yang relevan, agar peserta dapat melanjutkan pembelajaran mereka setelah pelatihan.
- Metode: Berikan akses ke grup WhatsApp atau forum diskusi untuk berbagi pengalaman.
- Tujuan: Memberikan dukungan berkelanjutan bagi peserta setelah pelatihan selesai.

Dengan mengikuti langkah-langkah sederhana ini, pelatihan digital marketing untuk UMKM dapat dilakukan dengan cara yang praktis dan mudah dipahami, serta langsung dapat diterapkan untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan secara online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelatihan digital marketing untuk UMKM diharapkan dapat memberikan dampak positif yang signifikan, baik bagi perkembangan bisnis maupun kemampuan

pemasaran digital para pelaku UMKM. Berikut beberapa hasil yang diharapkan setelah mengikuti pelatihan digital marketing adalah

1. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Digital
 - Harapan: UMKM dapat memahami dan menguasai dasar-dasar pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial, SEO, Google Ads, dan pemasaran konten.
 - Dampak: Mereka dapat menerapkan teknik pemasaran yang lebih efektif, menjangkau audiens yang lebih luas, dan meningkatkan visibilitas online.
2. Kemampuan Mengelola Platform Digital (Utami 2023).
 - Harapan: UMKM dapat mengelola dan memaksimalkan penggunaan platform digital, seperti website, media sosial, dan e-commerce, untuk meningkatkan penjualan dan branding.
 - Dampak: Bisnis lebih mudah ditemukan oleh pelanggan potensial, serta dapat melakukan transaksi dan promosi secara efisien melalui platform online.
3. Peningkatan Daya Saing di Pasar
 - Harapan: UMKM bisa lebih kompetitif dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin berkembang dan bertransformasi ke dunia digital.
 - Dampak: Mereka dapat bersaing dengan lebih baik, bahkan dengan perusahaan besar, dengan memanfaatkan keunggulan pemasaran digital yang lebih terjangkau dan efektif.
4. Peningkatan Penjualan dan Konversi
 - Harapan: UMKM dapat meningkatkan penjualan dan konversi pelanggan dengan memanfaatkan strategi pemasaran berbasis data dan analitik.
 - Dampak: Dengan pendekatan yang lebih terukur, mereka dapat mengoptimalkan anggaran pemasaran dan mendapatkan ROI (Return on Investment) yang lebih baik.
5. Keterampilan Menganalisis Kinerja Pemasaran
 - Harapan: UMKM belajar cara menggunakan alat analitik (misalnya Google Analytics) untuk melacak dan mengukur efektivitas kampanye pemasaran mereka.
 - Dampak: Dengan pemahaman ini, UMKM bisa lebih cepat menyesuaikan strategi mereka dan meningkatkan hasil kampanye digital.
6. Kemampuan Mengelola Iklan Berbayar
 - Harapan: UMKM dapat merancang dan menjalankan iklan berbayar yang tepat sasaran melalui platform seperti Facebook Ads atau Google Ads.
 - Dampak: Kampanye iklan yang lebih efektif dapat meningkatkan visibilitas produk dan memperluas jangkauan pasar secara cepat.
7. Pengembangan Konten Kreatif dan Inovatif
 - Harapan: UMKM dapat membuat konten yang menarik dan relevan, baik dalam bentuk teks, gambar, maupun video, untuk menarik perhatian pelanggan.
 - Dampak: Konten yang menarik dan sesuai dengan audiens target dapat meningkatkan interaksi dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan.
8. Akses ke Pasar yang Lebih Luas

- Harapan: UMKM mampu memperluas pasar mereka baik secara lokal maupun global, dengan memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce.
 - Dampak: Akses yang lebih luas ini dapat membawa peluang baru, meningkatkan volume penjualan, dan membangun brand awareness.
9. Peningkatan Kemampuan Beradaptasi dengan Perubahan (Paranoan 2022).
- Harapan: UMKM dapat lebih fleksibel dan cepat beradaptasi dengan perubahan tren digital marketing, serta perkembangan teknologi yang terus berubah.
 - Dampak: Dengan kemampuan adaptasi ini, UMKM dapat tetap relevan di pasar yang dinamis dan menjaga keberlanjutan bisnis.

Secara keseluruhan, hasil pelatihan digital marketing diharapkan membantu UMKM untuk menjadi lebih mandiri dan profesional dalam mengelola pemasaran online, sehingga mereka dapat mengembangkan bisnis secara lebih efisien dan berkelanjutan (Ying 2024).

KESIMPULAN

Pelatihan digital marketing UMKM di BUMN Purwakarta berhasil memberikan pemahaman dasar tentang pemanfaatan teknologi digital untuk memasarkan produk secara lebih efektif dengan evaluasi akhir pelatihan satu hari. Para peserta diajarkan tentang strategi pemasaran melalui media sosial, SEO, iklan berbayar, dan pembuatan konten yang menarik yang disusun mereka. Selain itu, pelatihan ini juga memberikan keterampilan praktis dalam mengelola platform digital dan menganalisis kinerja pemasaran dengan melontarkan pertanyaan-pertanyaan. Dengan pengetahuan ini, UMKM di Purwakarta diharapkan dapat meningkatkan visibilitas bisnis, memperluas pasar, serta meningkatkan penjualan melalui pendekatan pemasaran yang lebih efisien dan berbasis data serta naik kelas yang utama.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih bisa disampaikan kepada yang memberi Sekola Tinggi Teknologi Wastusakancana yang bekerjasama dengan BUMN Purwakarta dengan bantuan biaya pengabdian masyarakat ini sehingga dapat dilaksanakan dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Aditya, David. 2023. "PELATIHAN DIGITAL MARKETING UNTUK UMKM GULA KABUNG/MERAH DESA PASIR PUTIH." *Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat* 1(1).
- Alfina, Alfina. 2020. "Pelatihan Digital Marketing Bagi Entrepreneur Di Kota Gresik." *Jurnal Abdidas* 1(6).
- Muhammad Rizki Fahdia. 2022. "Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi UMKM Tajur Halang Makmur." *ABDIFORMATIKA: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT INFORMATIKA* 2(1).
- Paranoan, Natalia. 2022. "MENGUNGKAP STRATEGI PENERAPAN DIGITAL MARKETING

DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM PRODUK KULINER DI MAKASSAR.”
ACCOUNTING PROFESSION JOURNAL (APAJI) 4(1).

Purnomo, Agus. 2024. “PENINGKATAN PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM USAHA FASHION DI PASAR BAMBU KUNING BANDAR LAMPUNG.” *Jurnal Media Pengabdian Kepada Masyarakat* 3(1).

Utami, Riska. 2023. “STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0.” *JURNAL AKUNTANSI DAN MANAJEMEN BISNIS* 3(1).

Warmayana, I Gede Agus Krisna. 2018. “Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Promosi Pariwisata Pada Era Industri 4.0.” *Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama dan Budaya* 3(2).

Ying, Li. 2024. “Research on Marketing Strategy of Zhongshuge Physical Bookstore Based on 5A Consumption Path.” *Academic Journal of Business & Management* 6(1).