

## Pelatihan Digital Marketing sebagai Strategi Perluasan Pangsa Pasar Produk Souvenir di Desa Pudak Kabupaten Muaro Jambi

Tona Aurora Lubis <sup>\*1</sup>, Fitriaty <sup>2</sup>, Firmansyah <sup>3</sup>, Novita Ekasari <sup>4</sup>, Ade Perdana Siregar <sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Universitas Jambi; Kampus Pinang Masak Mendalo Darat, 583317

<sup>1,2,3,4,5</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

email : <sup>\*1</sup> tonalubis@unja.ac.id, <sup>2</sup> fitriaty@unja.ac.id, <sup>3</sup> firmansyah@unja.ac.id, <sup>4</sup> ekasari.novita01@yahoo.com, <sup>5</sup> ade.perdana@unja.ac.id

### Abstrak

*Perkembangan teknologi digital saat ini berkembang pesat, membuka peluang bagi para Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) untuk dapat meningkatkan kinerja bisnisnya melalui perluasan pasar dan peningkatan penjualan, informasi yang merupakan bagian dari promosi UMKM dapat disajikan tanpa batas baik secara nasional maupun secara internasional. Mitra dalam pengabdian ini adalah Rumah Kreasi Natasa di Desa Pudak Kecamatan Kumpe Ulu Kabupaten Muaro Jambi. Permasalahan mitra yang diprioritaskan akan diselesaikan adalah 1) aspek sumber daya manusia, yaitu pemahaman mitra mengenai fungsi-fungsi manajemen masih lemah dan pengelolaan waktu kerja dalam usaha masih lemah; (2) aspek pemasaran, yaitu rendahnya pemahaman mitra mengenai konsep-konsep pemasaran, rendahnya pemahaman mitra dalam menggunakan teknologi dari kegiatan pemasaran dan strategi pemasaran dalam perluasan produk belum dilakukan. Metode yang digunakan dalam pencapaian tujuan tersebut adalah metode sosial memberikan pelatihan kepada mitra mengenai peningkatan kemampuan digital marketing dalam perluasan pangsa pasar. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu peningkatan pemahaman pada mitra dalam menjalankan usahanya sesuai dengan fungsi-fungsi manajemen, peningkatan kemampuan manajerial mitra dalam mengelola waktu, peningkatan pemahaman mitra mengenai konsep manajemen pemasaran dan peningkatan pemahaman mitra dalam mengelola media digital sebagai alat promosi produk yang bertujuan sebagai perluasan jaringan pemasaran pada produknya.*

**Kata kunci :** Digital Marketing, UMKM

### Abstract

*The development of digital technology is currently growing rapidly, opening up opportunities for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) to be able to improve their business performance through market expansion and increased sales. . The partner in this service is the Natasa Creative House in Pudak Village, Kumpe Ulu District, Muaro Jambi Regency. The priority issues for partners to be resolved are 1) the human resource aspect, namely the understanding of partners regarding management functions is still weak and the management of working time in business is still weak; (2) marketing aspects, namely partners' low understanding of marketing concepts, partners' low understanding of using technology from marketing activities and marketing strategies in product expansion have not been carried out. The method used in achieving these goals is the social method of providing training to partners on increasing digital marketing capabilities in expanding market share. The results of community service activities are increasing understanding of partners in running their business in accordance with management functions, increasing partners' managerial abilities in managing time, increasing partners' understanding of marketing management concepts and increasing partner understanding in managing digital media as a product promotion tool aimed at as an expansion of the marketing network for its products.*

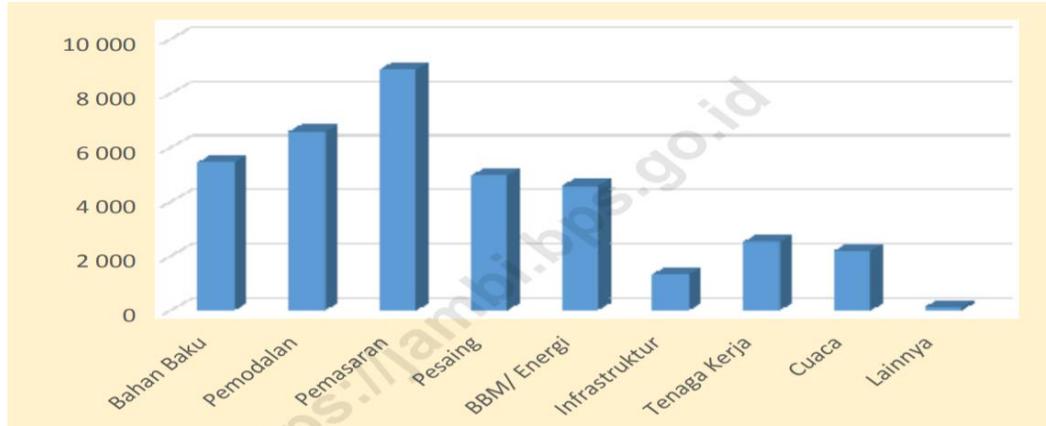
**Keywords :** Digital Marketing, MSME

### 1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mengalami kenaikan. UMKM memiliki peran yang sangat besar dalam menunjang pertumbuhan perekonomian baik secara nasional maupun daerah. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jambi tahun 2020, pada tahun 2019 UMKM di Provinsi Jambi sebanyak 28.159 usaha. Penyebaran wilayah operasi usaha UMKM di Provinsi Jambi yang terbesar pada 3 wilayah terbesar, yaitu Kota Jambi sebanyak 4,9 ribu (17,6%), Kabupaten Tanjung Jabung Timur sebanyak 3,7 ribu (13,1 %),

Kabupaten Muaro Jambi sebanyak 2,2 ribu (9,6%) dan selebihnya tersebar pada Kota dan Kabupaten di Provinsi Jambi.

Berdasarkan hasil survey Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi tahun 2020, pada tahun 2019 UMKM mengalami beberapa kesulitan dalam pengelolaan usahanya, hasil survey dapat dilihat pada gambar :



Sumber : BPS Provinsi Jambi, 2020

**Gambar 1.** Kesulitan UMKM dalam Pengelolaan Usaha

Pada gambar di atas, permasalahan terbesar pada UMKM yaitu permasalahan pemasaran. Perkembangan teknologi digital saat ini berkembang pesat, membuka peluang bagi para Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) untuk dapat meningkatkan kinerja bisnisnya melalui perluasan pasar dan peningkatan penjualan, informasi yang merupakan bagian dari promosi UMKM dapat disajikan tanpa batas baik secara nasional maupun secara internasional. Pandangan mengenai masuknya revolusi industri menurut Kementerian Perindustrian, Indonesia memiliki empat strategi yaitu (1) daya saing dan produktivitas UMKM didorong untuk dapat ke pasar Internasional; (2) memaksimalkan pemanfaatan digital technology; (3) peningkatan keterampilan dalam penggunaan teknologi; (4) inovasi terhadap produk-produk teknologi.

Berdasarkan hasil survey Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi tahun 2020, jumlah UMKM yang pernah menerima bimbingan, pelatihan atau penyuluhan pada tahun 2019 adalah sebagai berikut :

**Tabel 1.** UMKM Pernah Menerima Bimbingan, Pelatihan dan Penyuluhan

Kabupaten/Kota	Banyaknya Usaha	Pernah Menerima Bimbingan/Pelatihan/ Penyuluhan		Jenis Bimbingan/Pelatihan/ Penyuluhan			
		Tidak	Ya	Manajerial	Keterampilan/ Teknik Produksi	Pemasaran	AMDAL
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
01 Kerinci	2 322	2 223	99	23	76		
02 Merangin	1 743	1 493	250		250		
03 Sarolangun	1 813	1 778	35	7	28	7	
04 Batang Hari	2 134	1 920	214		214		
05 Muaro Jambi	2 688	2 644	44		44		
06 Tanjung Jabung Timur	3 683	3 583	100	1	95	4	
07 Tanjung Jabung Barat	2 384	2 260	124		124		
08 Tebo	2 427	2 229	198		198		
09 Bungo	1 738	1 652	86	10	53	24	9
71 Jambi	4 960	4 369	591		32	559	
72 Sungai Penuh	2 267	2 138	129	20	108		1
<b>Jambi</b>	<b>28 159</b>	<b>26 289</b>	<b>1 870</b>	<b>61</b>	<b>1 222</b>	<b>594</b>	<b>10</b>

Sumber : BPS Provinsi Jambi, 2020

Berdasarkan tabel di atas, pelatihan keterampilan atau teknik produksi yang paling banyak dilakukan di Provinsi Jambi yaitu sebanyak 1.222, sedangkan pemasaran masih dalam jumlah yang sedikit yaitu 594. Tim pengabdian kepada masyarakat melakukan survey dan observasi ke lapangan untuk mengatasi permasalahan tersebut, mengacu pada 3 (tiga) wilayah terbesar operasional usaha UMKM yaitu Kota Jambi, Kabupaten Tanjung Jabung Timur dan Kabupaten Muaro Jambi. Pada tabel diatas wilayah yang pernah melakukan bimbingan, pelatihan atau penyuluhan pemasaran yaitu Kota Jambi sebanyak 559, Tanjung Jabung Timur sebanyak 4 dan Kabupaten Muaro Jambi belum ada sedangkan UMKM yang beroperasi Kabupaten Muaro Jambi sebanyak 2,2 ribu atau 9,6% dari jumlah keseluruhan UMKM di Provinsi Jambi. Berdasarkan analisa tersebut tim pengabdian kepada masyarakat melakukan survey pada UMKM yang berada di Kabupaten Muaro Jambi.

UMKM yang beroperasi di Kabupaten Muaro Jambi, memiliki jenis usaha yang beragam, diantaranya makanan, pakaian, souvenir dan sebagainya. Salah satu UMKM yang berada di Kabupaten Muaro Jambi adalah Rumah Kreasi Natasa yang beralamat di Desa Pudak RT.001 Desa Pudak Kecamatan Kumpe Ulu Kabupaten Muaro Jambi Provinsi Jambi. Rumah Kreasi Natasa mulai dari tahun 2015, secara konsisten menjalankan usahanya yaitu penjualan souvenir, berikut adalah contoh produknya :



**Gambar 2.** Produk Rumah Kreasi Natasa

Produk Rumah Kreasi Natasa merupakan produk yang digunakan saat acara akikah, syukuran dan sebagainya. Produk tersebut sangat erat kaitannya dengan budaya yang harus dilestarikan. Penjualan produk selama ini hanya di lingkungan sekitar. Promosi yang dilakukan selama ini masih pada lingkungan keluarga dan tetangga. Menurut Priambada (2015), perkembangan teknologi informasi terutama pada media sosial memberikan peluang manfaat yang sangat besar bagi UMKM dalam meningkatkan kinerja bisnis yaitu meningkatkan kegiatan promosi yang memberikan dampak positif pada perluasan pasar, peningkatan penjualan dan pemasaran serta membantu dalam pengambilan keputusan bisnis. Tim pengabdian kepada masyarakat memiliki keyakinan bahwa produk Rumah Kreasi Natasa memiliki potensi untuk dipasarkan dan dikembangkan. Berdasarkan analisis situasi, ketertarikan tim pengabdian sangat tinggi dalam meningkatkan usaha Rumah Kreasi Natasa dengan memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi

Permasalahan mitra meliputi 2 aspek yaitu aspek sumber daya manusia dan aspek pemasaran. Uraian dari permasalahan mitra sebagai berikut : (1) aspek sumber daya manusia, yaitu pemahaman mitra mengenai fungsi-fungsi manajemen masih lemah dan pengelolaan waktu kerja dalam usaha masih lemah; (2) aspek pemasaran, yaitu rendahnya pemahaman mitra mengenai konsep-konsep pemasaran, rendahnya pemahaman mitra dalam menggunakan teknologi dari kegiatan pemasaran dan strategi pemasaran dalam perluasan produk belum dilakukan.

## 2. METODE

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan pendekatan sosial dan partisipatif. Metode ini melatih mitra untuk mandiri dalam menyelesaikan permasalahannya. Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dilakukan lokasi mitra Rumah Kreasi Natasa, yaitu di Desa Pudak RT.001 Desa Pudak Kecamatan Kumpe Ulu Kabupaten Muaro Jambi Provinsi Jambi. Peserta dari kegiatan ini adalah pemilik dan perkerja atau karyawan pada Rumah Kreasi Natasa. Tim pengabdian selalu berkoordinasi dengan mitra dan mitra terlibat langsung dalam penyelesaian

masalahnya. Pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan mitra adalah sebagai berikut : (1) metode ceramah, dengan memberikan materi mengenai fungsi-fungsi manajemen, konsep dasar manajemen pemasaran dan pemasaran dengan metode digital. (2) metode tutorial, dengan memberikan contoh kasus yang berkaitan dengan masalah-masalah yang terjadi pada mitra; (3) metode diskusi, memberikan kesempatan tanya jawab mengenai hal-hal yang belum dipahami atau kendala-kendala yang dihadapi selama kegiatan ini.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat diawali dengan tahap persiapan pada rapat tim. Tahap persiapan merancang materi yang akan disampaikan kepada mitra, menentukan waktu dan tempat pelaksanaan untuk kegiatan serta dilanjutkan dengan koordinasi mengenai waktu dan tempat pelaksanaan dengan mitra.

Pelaksanaan kegiatan pelatihan dilakukan di tempat usaha mitra yaitu di Rumah Kreasi Natasa yang beralamat di Desa Pudak RT.001 Desa Pudak Kecamatan Kumpe Ulu Kabupaten Muaro Jambi Provinsi Jambi. Metode yang dilakukan yaitu (1) ceramah, memberikan materi mengenai konsep dasar manajemen pemasaran dengan pendekatan dari fungsi-fungsi manajemen dan pemasaran menggunakan metode digital; (2) metode tutorial, dengan memberikan suatu contoh kasus dalam menggunakan pemasaran digital yang berkaitan dengan masalah-masalah yang dihadapi mitra; (3) metode diskusi, dengan memberikan kesempatan kepada mitra untuk tanya jawab mengenai hal yang belum dapat dipahami oleh mitra.



**Gambar 3.** Penyampaian Materi Pelatihan

Materi yang disampaikan dalam pelatihan ini sebagai berikut :

1. Pelatihan aspek sumber daya manusia  
Pemahaman mitra dalam mengelola organisasi masih rendah terlihat bahwa mitra belum memiliki struktur organisasi dan pekerjaan pada masing-masing tenaga kerja dalam usahanya. Materi mengenai aspek sumber daya manusia ini dijelaskan melalui pendekatan dari fungsi-fungsi manajemen. Pemahaman mengenai fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan dapat mendukung mitra dalam mengelola usahanya. Penerapan dalam penyusunan organisasi dalam suatu usaha hendaknya sesuai dengan perencanaan agar tujuan dari usaha dapat tercapai. Selain itu, mitra masih lemah dalam mengelola waktu kerja sehingga memiliki potensi mitra jika usaha sudah lebih besar tidak dapat memenuhi kebutuhan dari konsumen. Materi yang disampaikan juga menjelaskan kemampuan manajerial dalam mengelola waktu.
2. Pelatihan aspek pemasaran  
Pemahaman mitra mengenai konsep pemasaran masih rendah, terlihat bahwa mitra belum menjalankan konsep-konsep pemasaran. Materi awal dari pelatihan ini menjelaskan konsep-konsep dasar mengenai manajemen pemasaran sehingga dapat membantu mitra dalam menjalankan promosi pada produknya. Materi selanjutnya menjelaskan mengenai pemasaran secara digital, hal ini untuk mendukung peningkatan pemahaman mitra dalam menggunakan teknologi untuk menjalankan kegiatan pemasarannya. Pada materi manajemen pemasaran dilengkapi dengan penyusunan strategi mitra dalam melakukan kegiatan pemasaran untuk perluasan produk

Penyampaian materi pada pelatihan ini dilakukan sesuai dengan rencana. Pemahaman materi mengenai aspek sumber daya manusia, manajemen pemasaran, digital marketing dan strategi perluasan produk dapat membantu mitra mendapatkan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi. Peserta dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sangat antusias dan aktif dalam berdiskusi.

Peningkatan pemahaman mitra dalam aspek sumber daya manusia dapat meningkatkan pengetahuan mitra dalam menjalankan fungsi-fungsi manajemen dan meningkatkan kemampuan manajerial mitra dalam mengelola waktu untuk menjalankan usahanya. Mitra sangat penting menjalankan fungsi-fungsi manajemen sehingga dapat membantu mitra dalam menjalankan usahanya untuk mencapai tujuan, selain itu jika dalam operasional usaha mitra telah berjalan dengan fungsi-fungsi manajemen mitra juga dapat mengelola waktu dimana mitra telah dapat melihat pekerjaan yang prioritas. Peningkatan pemahaman mitra dalam aspek pemasaran sangat bermanfaat dalam mendukung mitra dalam perluasan produknya. Konsep pemasaran dan digital marketing saat ini menjadi perhatian bagi setiap usaha, dimana digital marketing sangat bermanfaat untuk perluasan jaringan pemasaran terutama dalam memasarkan produk khas daerah baik ditingkat nasional maupun internasional

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat memberikan luaran sebagai berikut : (1) tersedianya materi dan informasi mengenai aspek sumber daya manusia dan aspek pemasaran; (2) peningkatan pemahaman mitra dalam menjalankan usahanya sesuai dengan fungsi-fungsi manajemen dan kemampuan manajerial dalam mengelola waktu; (3) peningkatan kemampuan mitra dalam mengelola media digital sebagai alat promosi produk dalam pengembangan dan perluasan jaringan pemasaran pada produknya

#### 4. KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan sesuai dengan rencana awal. Mitra sangat antusias dan aktif untuk berdiskusi serta memberikan respon yang positif. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat memberikan solusi terhadap permasalahan mitra berupa peningkatan pemahaman pada mitra dalam menjalankan usahanya sesuai dengan fungsi-fungsi manajemen, peningkatan kemampuan manajerial mitra dalam mengelola waktu, peningkatannya pemahaman mitra mengenai konsep manajemen pemasaran dan peningkatan pemahaman mitra dalam mengelola media digital sebagai alat promosi produk yang bertujuan sebagai perluasan jaringan pemasaran pada produknya.

#### 5. SARAN

Peningkatan kemampuan pada fungsi-fungsi manajemen dan digital marketing sangat penting dalam menjalankan usaha. Hasil dari kegiatan ini, akan dilanjutkan dengan pendampingan mitra dalam inovasi produk untuk usahanya, khususnya dalam pengembangan produk khas daerah. Pendampingan dalam usaha mitra ini sangat dibutuhkan peran aktif dari pemerintah

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat mendapat bantuan dana dari Universitas Jambi, sehingga dapat terlaksana dengan baik. Terima kasih disampaikan kepada Universitas Jambi yang telah memberikan bantuan dana dan dukungan moral.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (2020), Profil Industri Mikro Kecil Provinsi Jambi 2019, BPS Provinsi Jambi
- Ekarasi, N., Hasanah, N., Siregar, A. P., Sari, N., Nifita, A. T. (2019). Implementasi Digital Marketing dan Inovasi Kemasan Kue Bengen Produk Kuliner Khas Jambi. *Jurnal Inovasi, Teknologi dan Dharma Bagi Masyarakat*, 1(1), 37-42.
- Priambada, S. 2015. Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah (UMKM), Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia (November): 41–46