

Pelatihan Pembuatan Konten dan *Digital Marketing* Produk UMKM di Kecamatan Palayangan

Fitri Chairunnisa *¹, Dian Mala Fitriani Aira ², Garry Yuesa Rosyid ³, Sry Rosita ⁴, Husni Hasbullah ⁵
^{1,2,3,4,5} Universitas Jambi; Kampus Pinang Masak Mendalo Darat, 583317

^{1,2,3,4,5} Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

email: *¹ fitri_chairunnisa@unja.ac.id, ² dian.mala@unja.ac.id, ³ garryyuesa@unja.ac.id, ⁴ sry_rosita@unja.ac.id, ⁵ husnihasbullah@unja.ac.id

Abstrak

Pelatihan pembuatan konten menggunakan platform digital yang ditujukan untuk kelompok masyarakat didalam meningkatkan volume penjualan para pelaku UMKM kecamatan palayangan. Target yang ingin dicapai yaitu implementasi pendampingan para pelaku UMKM dengan meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memasarkan produk mereka secara efektif melalui platform digital berbasis online. Dengan meningkatkan pemahaman peserta mengenai pengaplikasian platform digital, diharapkan dapat meningkatkan jumlah pesanan produk UMKM handicraft atau souvenir. Metode pelaksanaan pengabdian pada masyarakat yang digunakan yaitu ceramah dengan porsi sebesar 20 %, pelatihan pembuatan konten platform digital dengan porsi sebesar 40 %, pendampingan kepada pelaku UMKM dengan porsi sebesar 40 %. Melalui langkah-langkah yang meliputi: persiapan, pelaksanaan dan evaluasi untuk melihat peningkatan dan perkembangan para pelaku UMKM sebelum dan sesudah dilakukannya pendampingan.

Kata kunci: Konten, Digital Marketing, UMKM

Abstract

Content creation training using digital platforms aimed at community groups to increase sales volume for MSMEs in Palayangan subdistrict. The target to be achieved is the implementation of assistance to MSME actors by increasing the ability of MSME actors to market their products effectively through online-based digital platforms. By increasing participants' understanding of the application of digital platforms, it is hoped that they can increase the number of orders for MSME handicraft or souvenir products. The community service implementation methods used are lectures with a portion of 20%, digital platform content creation training with a portion of 40%, mentoring to MSME actors with a portion of 40%. Through steps which include: preparation, implementation and evaluation to see the improvement and development of MSME actors before and after the assistance is carried out.

Keywords: Content, Digital Marketing, MSMEs

1. PENDAHULUAN

Gentala Arasy berada di daerah seberang atau jambi kota seberang tepatnya di kelurahan arab melayu kecamatan palayangan kota jambi. Kawasan gentala arasy cukup luas dan menjadi destinasi wisata dan sangat strategis. Pusat UMKM di kecamatan palayangan yaitu kuliner serta kerajinan tangan khas jambi, khususnya jambi kota seberang antara lain: batik jambi, masker dari batik jambi, lacak dari batik jambi, songket jambi, gantungan kunci dari batok kelapa, miniatur kapal layer dari batok kelapa.



Gambar 1. Hasil Kerajinan Tangan Pelaku UMKM

Pasca pandemic covid 19, masyarakat dihadapkan dengan Era new normal. Pada era new normal, hamper Sebagian besar kegiatan atau aktivitas masyarakat melibatkan teknologi dan internet yang menjadi perilaku pembelian konsumen sebagai konsekuensi dari terbatasnya aktivitas manusia untuk keluar rumah. Hal ini embuat sektor bisnis khususnya UMKM harus bisa beradaptasi dan bertransformasi pada platfom digital untuk dapat mempertahankan bisnisnya dan meningkatkan Kembali penjualan produknya di era new normal. Penggunaan platform digital media sosial seperti Instagram, tik tok dan facebook menjadi pilihan yang tepat bagi para UMKM dalam memasarkan produknya, karena selain menawarkan kemudahan akses dan efisiensi biaya, media sosial merupakan platform digital yang paling banyak diakses oleh masyarakat untuk berkomunikasi dan berinteraksi.

Kelapa memiliki peran strategis dalam kehidupan masyarakat Indonesia karena memiliki banyak manfaat yang mencakup aspek sosial, budaya, sumber pendapatan dan penyedia lapangan kerja. Selain itu manfaat kelapa sangat banyak, antara lain daging kelapa, tempurung kelapa, sabut kelapa, air kelapa dan bungkil kelapa. bahkan bagian batang kelapa juga sering digunakan sebagai furniture. Karena manfaat yang besar, kelapa dijuluki sebagai pohon kehidupan (the tree of life). Jambi kota seberang salah satu wilayah Indonesia yang menghasilkan kelapa dan memiliki potensi cukup besar untuk dikembangkan. Penjualan shouvenir khas jambi juga masih terbatas. Karena masih minimnya pengetahuan para pengrajin souvenir tentang bagaimana penggunaan platform digital di media sosial seperti Instagram, tik tok dan facebook untuk memasarkan produknya (Wirakusuma, 2014).

Karena belajar secara otodidak dan penjualannya masih tradisional, maka souvenir yang dihasilkan tidak diketahui oleh masyarakat secara luas. Para pengrajin souvenir biasanya menjual hasil kerajinan tangan kepada pembeli langsung yang datang ke tempat mereka atau para perantara yang akan menjual kembali dengan harga lebih tinggi. Pelatihan penggunaan platform digital melalui media sosial dapat menjadi peluang sekaligus tantangan bagi para pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform digital sebagai media promosi online. Agar UMKM dapat sukses mempromosikan produknya secara online, para pelaku UMKM perlu merancang strategi pemasaran berbasis digital atau Digital Marketing. Untuk menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian produk sehingga dapat meningkatkan volume penjualan diantaranya melalui pembuatan konten promosi digital.

Menurut yasdaniard (2015), konten promosi merupakan salah satu bentuk strategi pemasaran yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, dimana pemasar merencanakan, membuat dan mendistribusikan konten yang mampu menarik konsumen dan mendorong mereka melakukan pembelian. Konten promosi membuat konsumen menyadari kekuatan pengetahuan dan informasi terkait produk yang ditawarkan pemasar yang dapat mengakibatkan keputusan pembelian yang lebih baik dan dapat meningkatkan penjualan produk di masa yang akan datang.

Dari analisis situasi yang dihadapi oleh para pelaku UMKM di kecamatan pelayangan. Terlihat para pelaku UMKM memerlukan pendampingan dan pelatihan sehingga dapat mengembangkan dan memasarkan produknya.

2. METODE

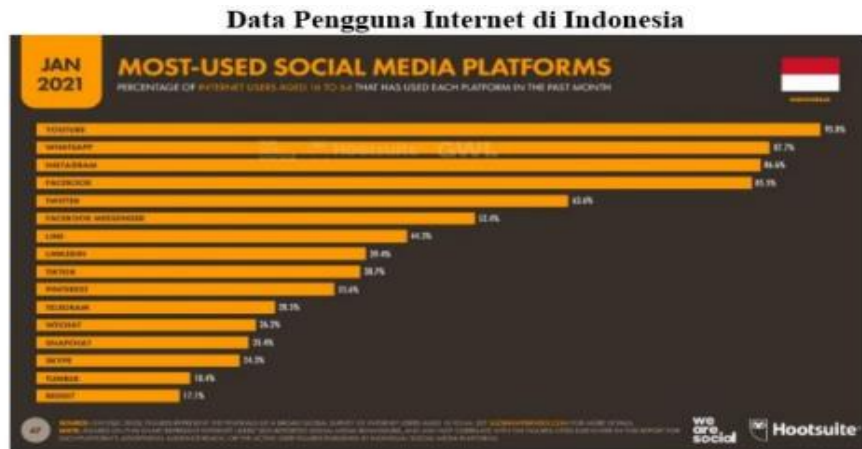
Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat Universitas Jambi merupakan implementasi pendampingan dan pelatihan untuk para pengrajin souvenir di wilayah gentala arasy sehingga menjadi wirausaha yang mampu meningkatkan penjualan untuk pengrajin souvenir di Kawasan Gentala Arasy, melalui pembuatan konten promosi digital dalam memasarkan produk pada platform digital sebagai objek wisata sekaligus pusat perbelanjaan souvenir khas Jambi Kota Seberang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program kegiatan pengabdian ini, pelaksanaan dilakukan pada 23 Agustus 2023 dengan membuat akun sosial media untuk pelaku UMKM. Adapun akun sosial media yang dibuat adalah akun youtube dan instagram karena akun tersebut banyak digunakan oleh para netizen.

Platform youtube dipilih karena keunggulannya dalam menyuguhkan tontonan yang nanti akan bisa dijadikan referensi para netizen akan pentingnya melakukan edukasi terkait produk dan proses produksinya. Produk yang unik akan menjadi hal yang menarik kalau disuguhkan kepada khalayak umum dengan ulasan dalam bentuk video detail. Proses produksi menjadi nilai tambah dalam melakukan pemasaran, yang mana produk dari UMKM para pengrajin souvenir di Kawasan gentala arasy. Produksi makanan harus memperhatikan proses produksi, proses yang

dilakukan dengan cara yang baik akan menjadi nilai tambah untuk produk yang dihasilkan. Berikut adalah data dari We Are Social yang ditulis oleh (Kemp 2021), terkait pengguna sosial media dan akun youtube yang telah dibuat data dalam pada program pengabdian.



Sumber: We are Social (2021)

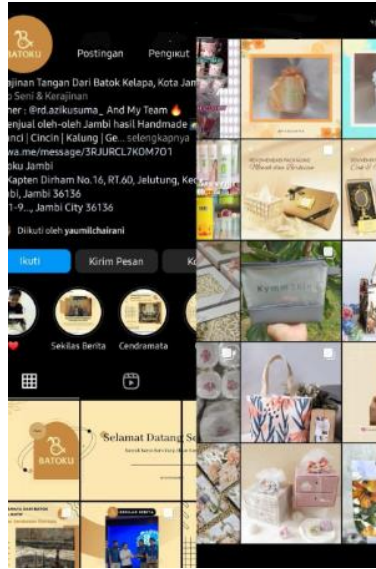
Gambar 2. Data Pengguna internet di Indonesia

Kegiatan PPM Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi yang di laksanakan pada hari rabu tanggal 23 Agustus 2023 di Kelurahan Arab Melayu Kecamatan Pelayangan Kota Jambi, disambut oleh masyarakat setempat dan para pengrajin souvenir di wilayah Gentala Arasy. Hasil dari diskusi maka diketahui bahwa saat ini para pengrajin souvenir di wilayah gentala arasy belum pernah mendapatkan pelatihan pembuatan konten promosi digital yang ditujukan untuk pengembangan sumber daya manusia maupun pengembangan kerajinan souvenir yang menjadi penghasilan pendapatan mereka. Para pengrajin souvenir diwilayah Gentala Arasy masih menjalankan usahanya secara individual, pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh berdasarkan ilmu turun temurun.



Gambar 3. Peserta PPM dan souvenir yang telah dihasilkan oleh pengrajin di kawasan Gentala Arasy

Setelah pemaparan materi dan diskusi, tim PPM Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi dilanjutkan dengan memberikan pelatihan pembuatan konten digital dengan membuat akun media sosial berupa Instagram dan youtube yang harus dikuasai oleh para pengrajin souvenir berbasis ekonomi kreatif di wilayah gentala arasy. Berikut adalah akun instagram yang telah dibuat untuk digunakan UMKM dalam memasarkan produk:



Gambar 4. Tampilan Konten media sosial Instagram

Langkah terakhir dari program pengabdian ini adalah memastikan kegiatan telah dilaksanakan dengan baik, setelah itu mengevaluasi penggunaan digital marketing. Evaluasi diperlukan untuk memastikan kegiatan yang sudah dilakukan dapat dijalankan secara konsisten di masa yang akan datang. Mempelajari algoritma sosial media yang sering berubah-ubah menuntut pengguna dan tim kreator untuk bisa membaca peluang dan memetakan kemungkinan sampai postingan yang dibuat menjadi viral, dan ini membutuhkan moment dan waktu yang tepat

4. KESIMPULAN

Dengan adanya pelatihan pembuatan konten digital, maka penjualan souvenir para pengrajin souvenir di kawasan Gentala makin meningkat dan meningkatkan tingkat perekonomian masyarakat di sekitar kawasan Gentala Arasy. Dengan adanya merek produk souvenir, maka usaha pengrajin souvenir dijamin secara hukum dapat diakui oleh pasar global, dan diharapkan untuk kedepannya para pengrajin souvenir telah mendapatkan sertifikasi profesional dalam keahlian khususnya dibidang lacak

5. SARAN

Kegiatan Pengabdian ini ternyata ada kekurangan, saran untuk pengabdian berikutnya agar memberikan pendampingan yang terus menerus bagi pengrajin souvenir yang ada di Kawasan Gentala Arasy agar dapat dilihat kemajuan setelah pelatihan diberikan

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Universitas Jambi yang telah mendukung baik dari pendanaan sampai fasilitas yang diberikan dalam proses pelaksanaan kegiatan pengabdian, selanjutnya tim juga mengucapkan terima kasih kepada pelaku usaha masyarakat di Kawasan Gentala Arasy yang sudah meluangkan waktu untuk mengikuti pelatihan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Bahri, A., Mulbar, U., & Suliana, A. (2019). Kajian pemberdayaan UMKM Kota Makassar sebagai upaya peningkatan kesejahteraan pelaku usaha. *Jurnal Inovasi dan Pelayanan Publik Makassar*, 1(1), 37-53.

- Bastuti, S., Alfatiyah, R., & Mualif, M. (2021). Pemberdayaan masyarakat untuk meningkatkan perekonomian dengan menaikkan nilai produk dan harga jual dengan kemasan standing pouch di umkm desa koper, kecamatan kresek, kabupaten tangerang. *ADIBRATA Jurnal*, 3(1).
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan media sosial tiktok sebagai media promosi industri kuliner di yogyakarta pada masa pandemi covid-19 (studi kasus akun tiktok javafoodie). *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 12(1), 65–71.
- Halim, A. (2020). Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten mamuju. *GROWTH jurnal ilmiah ekonomi pembangunan*, 1(2), 157-172.
- Kotler & Keller. (2016). *Marketing management*. england: pearson global edition (15th ed.). In *Marketing Management*.
- Luciana, M., & Aldi, B. E. (2018). Analisis daya saing industri kreatif (studi kasus di DKI Jakarta). *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 9(1), 01-2182.
- Wirakusuma, R. M. (2014). Analisis Kegiatan Ekonomi Kreatif Di Kawasan Wisata Bahari Pulau Tidung Kepulauan Seribu. *Jurnal Manajemen Resort & Leisure*, 11(1), 49–58.