

Article history
Received Oct 30, 2020
Accepted Feb 22, 2021

PELATIHAN DIGITAL MARKETING MELALUI MEDIA SOSIAL PADA UMKM KELOMPOK BINAAN KULINER DINAS KOPERASI, UMKM & TENAGA KERJA KOTA BANJARBARU

Rika Novyanti¹, Novi Shintia², Sari Heppy Maharani³, Tarman Effendi⁴

Politeknik Negeri Banjarmasin^{1,2,3,4}

ovy_green@yahoo.com¹

Novi221177@poliban.ac.id²

smaharani83@gmail.com³

tarmaneffendi@poliban.ac.id⁴

ABSTRACT

The Covid 19 pandemic that occurred throughout the world, more or less brought changes to the function of economic activity in Indonesia. Many business activities have changed, both in terms of business activities and other activities. This is also happen to Middle Group Community Business (UMKM) players in Indonesia in general, as well as in South Kalimantan in particular. Marketing activities that have been carried out in person have begun to shift to online and digital forms, following the Social Restriction policy imposed by the government. If all this time UMKM players prefer conventional methods of promotion and marketing, then according to the conditions and needs of the times they must be able to carry out business activities digitally.

For this reason, Community Service activities are carried out in the form of "Digital Marketing Training through Social Media" at the Culinary Assistance Group (food and beverage) of the Cooperative Office, UMKM and the Banjarbaru City Manpower Office.

As the social media with the most users, Instagram has the advantage of being accepted by all ages, because the content created is in the form of photos and videos that are more easily accepted by the audience. To make it easier to attract readers' interest, you can see tips in delivery, namely in terms of time and selection of unique content for followers. Another step is to collaborate with other social media activists by providing reviews and testimonials on products being marketed.

Keywords : social media, digital marketing, UMKM

ABSTRAK

Pandemi Covid 19 yang terjadi di seluruh dunia, sedikit banyaknya membawa perubahan pada fungsi kegiatan perekonomian di Indonesia. Banyak kegiatan usaha yang mengalami perubahan, baik dari segi aktivitas usaha maupun kegiatan lainnya. Hal tersebut berlaku pula pada para pelaku Usaha Masyarakat Kelompok Menengah (UMKM) di Indonesia pada umumnya, serta di Kalimantan Selatan secara khusus. Kegiatan pemasaran yang selama ini dilakukan secara langsung, mulai bergeser ke bentuk online dan digital, menyusul kebijakan Pembatasan Sosial yang diberlakukan pemerintah. Jika selama ini para pelaku UMKM lebih

memilih cara konvensional dalam promosi dan pemasaran, maka sesuai dengan tuntutan dan kebutuhan zaman mereka harus bisa melakukan kegiatan usaha secara digital.

Untuk itulah dilaksanakan kegiatan Pengabdian pada Masyarakat dalam bentuk “Pelatihan Digital Marketing Melalui Sosial Media” pada Kelompok Binaan Kuliner (makanan dan minuman) Dinas Koperasi, UMKM dan Dinas Tenaga Kerja kota Banjarbaru.

Sebagai media sosial dengan pengguna terbanyak ke empat, instagram memiliki kelebihan dari sisi dapat diterima oleh semua usia, karena konten yang dibuat berupa foto dan video yang lebih mudah diterima oleh khalayak. Untuk lebih memudahkan dalam menarik minat pembaca, dapat dilihat tips dalam penyampaian konten, yaitu dari segi waktu dan pemilihan konten yang unik bagi pengikut. Langkah lain adalah dengan menjalin kerjasama dengan penggiat media social lain dengan memberikan review dan testimony terhadap produk yang dipasarkan.

Kata kunci : Media Sosial, Digital Marketing, UMKM

PENDAHULUAN

Kegiatan usaha para pelaku Usaha Masyarakat Kelompok Menengah (UMKM) di Indonesia pada umumnya, serta di Kalimantan Selatan secara khusus. Kegiatan pemasaran yang selama ini dilakukan secara langsung, dengan dipicu adanya pandemi Covid 19, mulai bergeser ke bentuk online dan digital, menyusul kebijakan Pembatasan Sosial yang diberlakukan pemerintah.

Selama ini penggunaan media sosial sebagai sarana digital marketing bagi UMKM, hal tersebut mengakibatkan beberapa pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam melaksanakan kegiatannya. Hal itu pada akhirnya mau tak mau membuat para pelaku UMKM harus mengikuti ritme situasi dan kondisi yang berlaku, jika tidak ingin usaha yang mereka kelola tergerus oleh usaha lain yang lebih adaptif dalam menyikapi keadaan dan kebutuhan masyarakat umum.

Untuk itulah dilaksanakan kegiatan Pengabdian pada Masyarakat dalam bentuk “Pelatihan Digital Marketing Melalui Sosial Media” pada Kelompok Binaan Kuliner (makanan dan minuman) Dinas Koperasi, UMKM dan Tenaga Kerja kota Banjarbaru

Dengan adanya kegiatan pelatihan tersebut, diharapkan mampu memberikan keahlian baru bagi para pelaku usaha UMKM khususnya kelompok binaan kuliner dalam menggunakan media sosial sebagai sarana digital marketing yang lebih efektif dan cocok digunakan di masa digitalisasi seperti saat ini.

METODE KEGIATAN

Kegiatan Pengabdian pada Masyarakat ini dilaksanakan di lingkungan binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Banjarbaru, khususnya pada kelompok Kuliner di kota Banjarbaru.

Kegiatan dilakukan dalam bentuk pelatihan Bisnis Digital melalui Media Sosial, dimana peserta pelatihan diajarkan tentang penggunaan media sosial untuk mempromosikan produk usaha mereka. Kegiatan pelatihan ini dilakukan secara offline sesuai dengan protocol kesehatan yang ditetapkan oleh pemerintah. Untuk kegiatan pengayaan, dilakukan evaluasi langsung terhadap peserta tentang pelaksanaan digital marketing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemasaran digital adalah suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merek dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi, dan relevan. Tipe pemasaran digital mencakup banyak teknik dan praktik yang terkandung dalam kategori pemasaran internet.

Pemasaran digital adalah suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merek dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi, dan relevan. Tipe pemasaran digital mencakup banyak teknik dan praktik yang terkandung dalam kategori pemasaran internet.

Seorang pemasar digital harus memiliki gambaran jelas tentang bagaimana setiap

kampanye digital marketing yang dia miliki mendukung tujuan penawarannya. Bergantung pada tujuan strategi pemasaran mereka, *digital marketer* dapat membuat kampanye yang lebih besar melalui media gratis ataupun berbayar yang dia miliki. Misalnya, seorang *content marketer* (pembuat konten) biasanya dapat membuat serangkaian postingan *blog* yang berfungsi untuk mengajak dan mempengaruhi pembacanya.

Social media marketer (pengelola sosial media) berfungsi membantu mempromosikan postingan blog melalui pos berbayar dan organik (tidak berbayar) di akun media sosial. Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan pemasaran merupakan salah satu solusi dalam menghadapi *pandemic* yang tengah berlangsung saat ini. Dengan media sosial, kegiatan promosi dan pemasaran dapat dilakukan secara online, sesuai dengan anjuran pemerintah dalam menghadapi *pandemic*.

Media sosial merupakan cara paling efektif untuk meningkatkan *customer engagement* terhadap produk atau jasa. Website perusahaan maupun akun di facebook, twitter, instgram, dan berbagai media sosial lainnya berguna membangun hubungan dengan pelanggan. Di lain pihak, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan pemasaran merupakan salah satu solusi dalam menghadapi *pandemic* yang tengah berlangsung saat ini. Dengan media sosial, kegiatan promosi dan pemasaran dapat dilakukan secara online, sesuai dengan anjuran pemerintah dalam menghadapi *pandemic*.



Gambar 1. Peringkat Pengguna Media Sosial di Indonesia
Sumber medium.com (2020)

Dari gambar diatas, tentang pengguna media sosial di Indonesia dapat disimpulkan bahwa You tube, whatsapp, facebook dan instagram memegang peringkat tertinggi

(Ramadhan, 2020). Untuk itu, dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini media social yang disarankan untuk digunakan peserta pelatihan adalah instagram, dengan alasan sebagai berikut:

1. Merupakan media social dengan pengguna ke-4 terbanyak dalam urutan media social lainnya
2. Dengan lebih dari 1 miliar pengguna aktif setiap bulan
3. *User friendly*, disukai semua usia
4. *Engagementnya* lebih besar
5. ada fitur interaksi *like, comment* dan hastag
6. Instagram bisa menjadi tempat terbaik untuk meningkatkan *brand awareness*.

Sebagai media social dengan pengguna terbanyak ke empat, instagram memiliki kelebihan dari sisi dapat diterima oleh semua usia, karena konten yang dibuat berupa foto dan video yang lebih mudah diterima oleh khalayak.

Untuk lebih memudahkan dalam menarik minat pembaca, dapat dilihat tips dalam penyampaian konten, yaitu dari segi waktu dan pemilihan konten yang unik bagi pengikut. Langkah lain adalah dengan menjalin kerjasama dengan penggiat media social lain dengan memberikan review dan testimony terhadap produk yang dipasarkan.



Gambar 2. Pelaksanaan kegiatan Pelatihan Digital Marketing

Sumber : dokumentasi (2020)

Berdasarkan pelatihan yang diadakan, diharapkan para pelaku UMKM dapat melakukan optimasi bisnis mereka agar dapat bertahan di tengah situasi saat ini.

KESIMPULAN

Penggunaan media social sebagai sarana promosi dan pemasaran merupakan salah satu solusi dalam menghadapi *pandemic* yang tengah berlangsung saat ini. Dengan media sosial, kegiatan promosi dan pemasaran dapat dilakukan secara online, dengan memperhatikan segi waktu dan pemilihan konten yang unik bagi pengikut. Langkah lain yang dapat dilakukan adalah menjalin kerjasama dengan penggiat media sosial lain dengan memberikan *review* dan *testimony* terhadap produk yang dipasarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., Smith, P.R. and Smith, P.R., 2013. eMarketing eXcellence: Planning and optimizing your digital marketing. Routledge.
- Heeren, R., 2008. Marketplace Miracles: Extraordinary Stories of Marketplace Turnarounds Transforming Businesses, Schools and Communities. Gospel Light Publications..
- Keegan, W.J., 1996. Manajemen Pemasaran Global. Terjemahan Sindro Prenhallindo, Jakarta.
- Ramadhan, B. 2020. *Perkembangan Media Sosial yang Bisa Jadi Inspirasi Marketing Bisnis*, <https://teknoia.com/perkembangan-media-sosial-inspirasi-marketing-3179f5a0c282>, diakses pada 19 Juni 2020.
- Waseso, R. 2020. *Sebanyak 37.000 UMKM Terdampak Virus Corona*, <https://money.kompas.com/read/2020/04/17/051200426/sebanyak-37.000-umkm-terdampak-virus-corona>, diakses pada 19 Juni 2020.