

Peningkatan Kapasitas Digital Marketing dan Branding untuk Pegiat UMKM Batik di Kabupaten Lamongan

Muhammad Mashuri¹, Wibawati^{2*}, Muhammad Ahsan³,
Hidayatul Khusna⁴, Diaz Fitra Aksiama⁵, Calista Rana Rachmanda⁶,
Muhammad Farhan Lucky Putra⁷

¹⁻⁷ Institut Teknologi Sepuluh Nopember

* wibawati@its.ac.id

Abstrak

Pemasaran berbasis digital (Digital Marketing) kini menjadi aspek yang sangat penting dalam pengembangan usaha, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Digital marketing, sebagai ekstensi dari pemasaran tradisional, memungkinkan personalisasi yang lebih mendalam dan interaksi yang lebih langsung dengan pelanggan, sejalan dengan perkembangan teknologi di era Revolusi Industri 5.0. Meskipun UMKM menyumbang sekitar 60% dari PDB nasional dan berperan penting dalam penciptaan lapangan kerja serta penggerak ekonomi lokal, banyak dari mereka yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal, sehingga tertinggal dalam persaingan pasar global. Penelitian ini berfokus pada pelatihan penggunaan digital marketing untuk UMKM di Kabupaten Lamongan, dengan memanfaatkan dua aplikasi penting: WhatsApp Business dan Shopee. WhatsApp Business menawarkan fitur komunikasi yang dirancang untuk kebutuhan bisnis, sementara Shopee menyediakan platform e-commerce yang memungkinkan penjual dan pembeli berinteraksi secara online. Data menunjukkan bahwa Shopee merupakan e-commerce dengan situs terbanyak di Indonesia pada tahun 2023, dan WhatsApp Business memiliki 73,1 juta unduhan di Indonesia per Juni 2022, menunjukkan dampak signifikan dalam pemasaran digital. Pelatihan dilaksanakan selama satu hari secara luring di Lamongan, dengan materi yang mencakup pembuatan dan pengimplementasian aplikasi WhatsApp Business dan Shopee. Peserta, sebanyak 15 orang dari UMKM setempat, diberikan arahan mengenai fitur aplikasi dan praktik langsung dalam penggunaannya. Pelatihan terdiri dari tahapan persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Selama kegiatan, suasana pelatihan kondusif dengan antusiasme tinggi dari peserta, meskipun terdapat beberapa kendala teknis seperti keterbatasan akses internet, masalah registrasi email, dan persyaratan identitas untuk pembuatan akun Shopee. Hasil dari pelatihan menunjukkan bahwa meskipun sebagian peserta menghadapi tantangan teknis, mereka menunjukkan semangat dan minat yang tinggi untuk memanfaatkan aplikasi e-commerce dalam meningkatkan pemasaran dan penjualan. Evaluasi kegiatan mengidentifikasi kebutuhan akan strategi penjualan di platform e-commerce dan pembuatan konten sebagai area yang perlu diperbaiki dalam sesi mendatang. Pelatihan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam mengoptimalkan potensi digital marketing bagi UMKM di Kabupaten Lamongan dan meningkatkan daya saing mereka di pasar digital.

Kata Kunci: Digital Marketing, UMKM, WhatsApp Business, Shopee

Pendahuluan

Pemasaran berbasis digital (Digital Marketing) telah menjadi bagian utama dalam pengembangan usaha, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Menurut para ahli, Digital marketing merupakan ekstensi dari pemasaran tradisional ke dalam kanal digital, yang memungkinkan untuk personalisasi yang lebih dalam dan interaksi yang lebih langsung dengan pelanggan (Philip Kotler, 2020). Terlebih saat ini menuju era Revolusi Industri 5.0 dimana kehidupan transisi dari pandemi Covid-19 yang mana manusia akan selalu berdampingan dengan perkembangan teknologi internet yang sangat pesat. Pertumbuhan ekonomi di sisi permintaan sangat dipengaruhi oleh konsumsi yang menyumbang lebih dari 56% dari Produk Domestik Bruto (PDB), dikutip pada Kontan.co.id, 2020. Sehingga berdasarkan laporan dari BPS pertumbuhan ekonomi mengalami penurunan dari 5,02% di tahun 2019 menjadi 2,97% di tahun 2020 (Kompas.com, 2020). Hal ini dapat dikatakan bahwa sektor ekonomi terutama pada UMKM menjadi salah satu dampak dari pandemi Covid-19. Untuk mengatasi hal tersebut, digital marketing menjadi solusi untuk mengembangkan kembali sektor perekonomian.

Menurut Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang sekitar 60% dari PDB nasional dan berperan penting dalam penciptaan lapangan kerja serta penggerak ekonomi lokal (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Namun, tidak sedikit UMKM yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal, yang menyebabkan mereka tertinggal dalam persaingan pasar global (BPS, 2022). Peningkatan kapasitas digital marketing yang diterapkan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat dilakukan di aplikasi yang mudah diakses contohnya adalah *Shopee* dan *WhatsApp Bussiness*. Kedua aplikasi tersebut dapat memperluas pemasaran produk dengan langkah langkah yang cukup mudah.

WhatsApp Bussiness merupakan aplikasi turunan dari *WhatsApp* yang dilengkapi fitur tambahan untuk solusi komunikasi bisnis. Sedangkan *Shopee* merupakan platform belanja online yang menyediakan sarana bagi penjual dan pembeli dengan berbagai jenis produk. Berdasarkan data *SimilarWeb*, *Shopee* merupakan e-commerce kategori marketplace dengan situs terbanyak di Indonesia pada tahun 2023. Dan menurut data *GoodStats*, pengguna *WhatsApp Business* di Indonesia mencapai 73,1 juta unduhan per Juni 2022. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kedua aplikasi tersebut memberikan dampak branding yang sangat pesat dalam pemasaran di Indonesia saat ini.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pelatihan diselenggarakan di Desa Paciran, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur pada tanggal 14 Agustus 2024. Pelatihan penggunaan digital marketing diselenggarakan untuk warga UMKM Batik Kabupaten Lamongan dengan beberpa materi yang disampaikan yakni pembuatan dan pengimplementasian aplikasi *WhatsApp Business*, dan pembuatan serta pengimplementasian aplikasi *Shopee* Pelatihan yang dirancang selama satu hari dan dilakukan secara luring di salah satu tempat UMKM warga Lamongan. Kemudian pada praktiknya, warga diberikan langkah langkah penggunaan *WhatsApp Web* dan *Shopee* yang dipandu oleh penyelenggara kegiatan. Pelatihan ini diikuti oleh warga Kabupaten Lamongan yang memiliki UMKM, dengan jumlah peserta sebanyak 15 orang. Kegiatan terdiri dari beberapa tahap penting yakni 1) Tahapan persiapan; (2)

Pelaksanaan Pelatihan; (3) Tahapan Evaluasi (Fadmi & Buton, 2020). Berikut adalah tahapan pelatihan yang dilakukan.

1. Persiapan Pelaksanaan dengan Warga

Kegiatan dimulai dengan pembukaan acara dan membahas hal hal yang perlu disiapkan dan akan digunakan pada tahap pelaksanaan pelatihan.

2. Penjelasan Digital Marketing dan Branding

Penjelasan kepada warga mengenai informasi peningkatan digital marketing dan branding pada usaha yang dimiliki.

3. Pengenalan WhatsApp Business & Shopee

Mengenalkan aplikasi WhatsApp Business dan Shopee dari manfaat, tujuan, hingga seluruh jenis fitur yang ada pada aplikasi. Warga diberi arahan dan dipandu untuk mengunduh aplikasi di ponsel masing masing.

4. Pemasaran Produk di WhatsApp Business

Memberikan panduan penggunaan WhatsApp Business dengan mengunggah produk yang akan dijual beserta masing masing manfaat dari fitur yang ada.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan Kegiatan

Suasana pelatihan sangat kondusif, dimana warga dapat mengikuti dan berperan aktif dalam mengikuti pelatihan. Dapat dilihat pada Gambar 1. Pelatihan Digital Marketing yang diselenggarakan di Desa Paciran, Lamongan dengan total kehadiran 15 peserta. Acara dimulai dan diakhiri sesuai jadwal dengan antusiasme warga yang sangat tinggi. Meskipun ada beberapa warga yang belum sama sekali mengenali aplikasi WhatsApp Business dan Shopee, namun mereka memiliki semangat yang tinggi untuk belajar digital marketing dan branding. Setelah melaksanakan pelatihan dilakukan sesi dokumentasi bersama yang dapat dilihat pada Gambar 2. Dokumentasi Pasca Kegiatan. Dan kegiatan selanjutnya adalah praktik pembuatan Batik Tulis yang dapat dilihat pada Gambar 3. Praktik Batik Tulis. Dan kegiatan yang terakhir adalah mengunjungi salah satu toko batik yang ada di Desa Paciran yang dapat dilihat pada Gambar 4. Kunjungan Toko Batik.



Gambar 1. Pelatihan Digital Marketing



Gambar 2. Dokumentasi Pasca Kegiatan

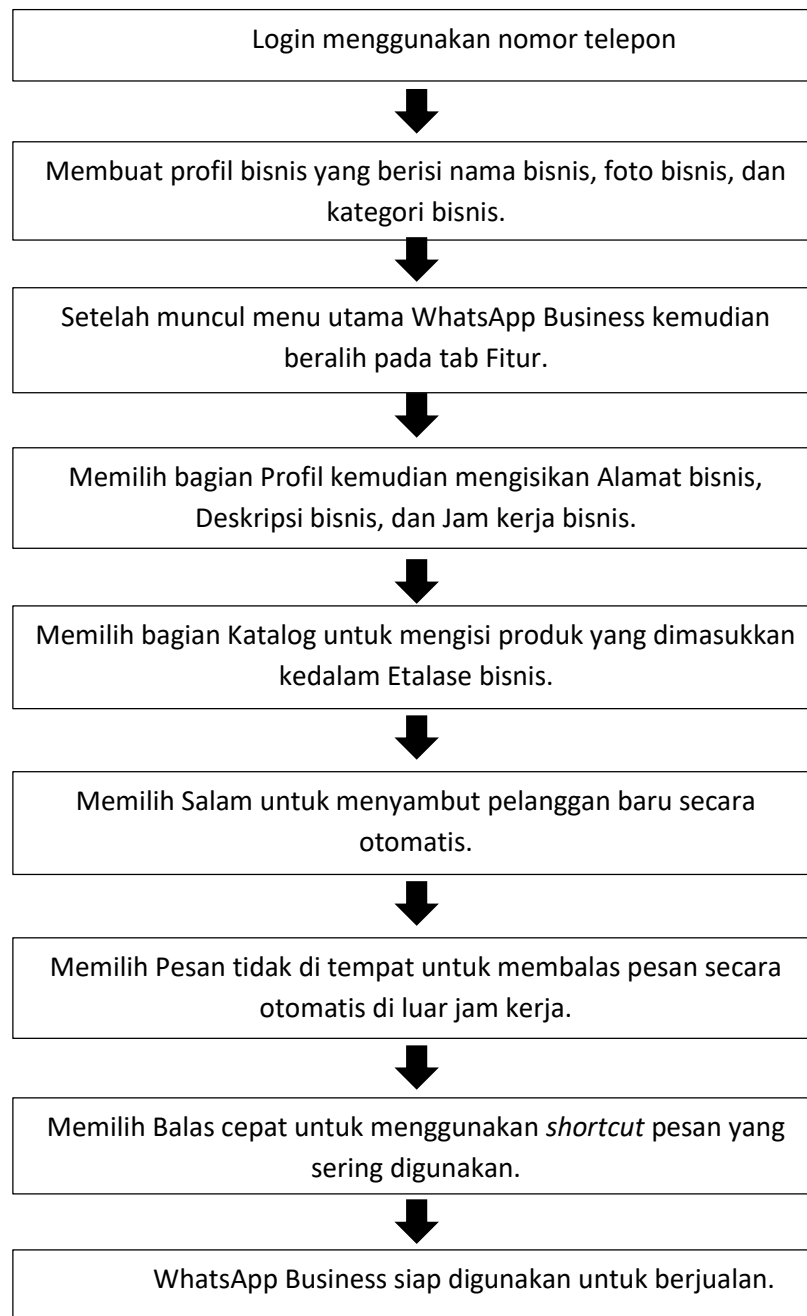


Gambar 3. Praktik Batik Tulis



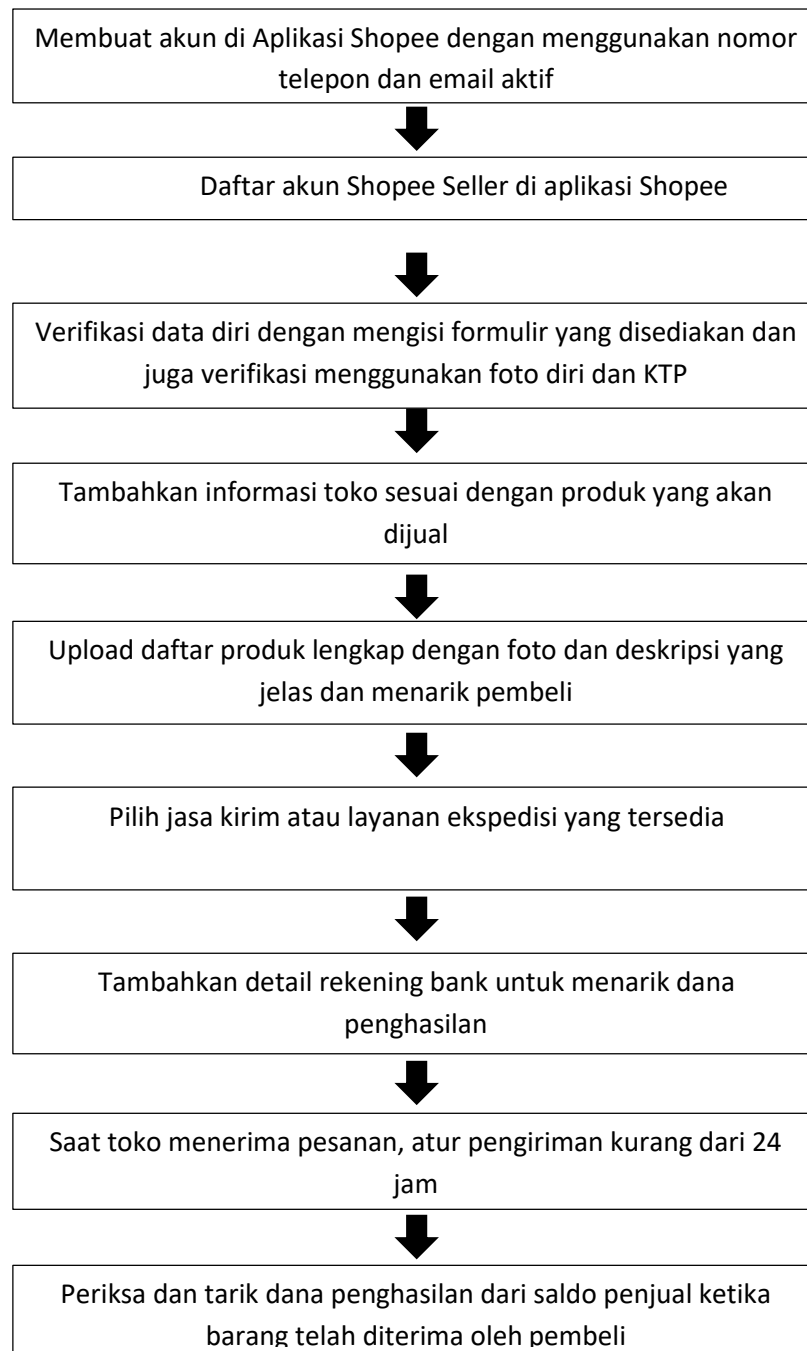
Gambar 4. Kunjungan Toko Batik

Materi yang disampaikan kepada masyarakat merupakan materi penggunaan aplikasi WhatsApp Bussiness dan aplikasi Shopee dengan alur sebagai berikut.



Gambar 5. Ilustrasi Alur Penggunaan WhatsApp Bussiness

Adapun alur penggunaan aplikasi shopee yang diterapkan oleh masyarakat sebagai berikut.



Gambar 6. Ilustrasi Alur Penggunaan Aplikasi Shopee

Pelatihan ini tentunya memiliki banyak manfaat dan dampak positif bagi masyarakat Desa Paciran. Beberapa diantaranya adalah peningkatan keterampilan digital marketing bagi masyarakat khususnya aplikasi *WhatsApp Business* dan aplikasi *Shopee*, lalu melalui pelatihan ini, masyarakat juga dapat membentuk jaringan usaha lokal yang dapat dikembangkan di dunia digital marketing.

Evaluasi Kegiatan

Dengan waktu pelatihan yang sangat terbatas, masih ada beberapa beberapa warga yang tertinggal mengikuti pelatihan karena keterbatasan internet dan ponsel yang masih memiliki penyimpanan terbatas. Sehingga perlu banyak waktu untuk menghapus dan menginstall ulang. Selain itu, banyak warga yang terkendala registrasi dengan email dikarenakan beberapa ada yang belum memiliki email dan beberapa ada yang lupa dengan password email, sehingga perlu melakukan registrasi email.

Dan pada pelaksanaan pembuatan akun shopee, sebagian besar warga tidak membawa identitas KTP yang mana identitas tersebut merupakan syarat pembuatan toko. ehingga tidak semua warga dapat membuat akun Shopee.

Kesimpulan

Pelatihan peningkatan digital marketing dan branding UMKM yang diadakan di Kabupaten Lamongan diadakan untuk meningkatkan pengetahuan warga Kabupaten Lamongan mengenai penggunaan aplikasi dan platform *e-commerce* yang dapat meningkatkan pemasaran dan penjualan UMKM warga setempat. Dengan latar belakang yang masih belum bisa memanfaatkan teknologi, warga Desa Paciran sangat berantusias dan ingin belajar pemanfaatan aplikasi *e-commerce*. Warga mengatakan bahwa pelatihan ini sangat bermanfaat untuk pelaku UMKM yang ingin mengembangkan usahanya di dunia digital.

Berdasarkan kondisi lapangan saat pelatihan, ada beberapa rekomendasi untuk sesi mendatang yaitu (1) Strategi Penjualan di Platform *E-commerce* (2) Pembuatan Konten sebagai Peningkatan Digital Marketing.

Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Pegiat UMKM Desa Paciran atas kesediaannya sebagai mitra abdimas sehingga pelatihan peningkatan kapasitas digital marketing dan branding dapat terlaksana dengan baik. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Departemen Statistika ITS yang telah memberikan dukungan oenuh untuk kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Referensi

- Fadmi, F. R., & Buton, L. D. (2020). Pelatihan analisis data bivariat menggunakan SPSS bagi dosen STIKES Mandala Waluya Kendari. *Jurnal Mandala Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 9–15. <https://doi.org/10.35311/jmpm.vii1.4>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2023). Kontribusi UMKM dalam perekonomian Indonesia. *Kemenkeu.go.id*. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomianindonesia.html>
- Kompas.com. (2020, August 11). Pandemi Covid-19: Apa saja dampak pada sektor ketenagakerjaan Indonesia? *Kompas.com*.

<https://www.kompas.com/tren/read/2020/08/11/102500165/pandemi-covid19-apa-saja-dampak-pada-sektor-ketenagakerjaan-indonesia-?page=all>
Nasional.Kontan.co.id. (2020). Sejumlah faktor yang mengancam pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2020. *Kontan.co.id*. <https://nasional.kontan.co.id/news/sejumlah-faktor-ini-mengancam-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-tahun-2020>