
**PELATIHAN PEMASARAN ONLINE BERBASIS DIGITAL UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN BISNIS ONLINE PADA UMKM KHAS
COLLECTION DI DESA KARANGSARI KECAMATAN KARANGANYAR
KABUPATEN PEKALONGAN**

**Fitri Virdha Amelia[✉], Ayu Wulandari, Vatika Dara Wati, Syahda Fidela,
Hendri Hermawan Adinugra**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN K.H. Abdurrahman Wahid, Pekalongan, Indonesia
Email: fitri.virdha.amelia@mhs.uingusdur.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.46880/methabdi.Vol3No1.pp32-36>

ABSTRACT

Increasing the sales of a product can be done in various ways, one of which is by utilizing online sites found on gadgets. However, not all entrepreneurs, including MSMEs, understand the management of online sites on gadgets, especially for MSMEs located in villages. One of these villages is Karang Sari Village in the Khas Collection UMKM. Through online-based marketing training, it is hoped that it can provide strategies and insights for Khas Collection MSME players in utilizing digital as a means of sales. The purpose of this training is to increase product sales and increase the economic income of Khas Collection MSME entrepreneurs. The results obtained are that the Khas Collection MSMEs in Karang Sari Village already have social media accounts such as Instagram and Shopee and have understood the features contained in the application, so that income and sales have increased.

Keyword: Training, Online Marketing, Business.

ABSTRAK

Meningkatkan penjualan suatu produk dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya yaitu dengan memanfaatkan situs-situs online yang terdapat pada gadget. Tetapi, tidak semua pengusaha salah satunya UMKM paham akan pengelolaan situs-situs online pada gadget, apalagi pada UMKM yang terdapat di desa. Salah satu desa tersebut yaitu Desa Karang Sari pada UMKM Khas Collection. Melalui pelatihan pemasaran berbasis online diharapkan dapat memberi strategi dan wawasan pelaku UMKM Khas Collection dalam memanfaatkan digital sebagai sarana penjualan. Tujuan dari pelatihan ini yaitu untuk meningkatkan penjualan produk dan meningkatkan pendapatan ekonomi pengusaha UMKM Khas Collection. Adapun hasil yang didapatkan yaitu UMKM Khas Collection di Desa Karang Sari telah memiliki akun media sosial seperti Instagram dan Shopee serta telah paham akan fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi tersebut, sehingga pendapatan dan penjualan pun meningkat.

Kata Kunci: Pelatihan, Pemasaran Online, Bisnis.

PENDAHULUAN

Di era sekarang, media elektronik menjadi sarana paling utama dalam berkomunikasi dan berbisnis. Kemajuan perangkat komunikasi memungkinkan setiap pelanggan yang memiliki media elektronik yang terhubung dengan internet, dapat menelusuri situs-situs online atau media sosial yang nantinya akan memudahkan dalam menemukan dan membeli produk yang diinginkan (Prasetya, Sugiharti, & Fadhila, 2021). Selain itu,

setiap pelaku bisnis juga dapat mengembangkan aspek pemasaran dan promosinya dengan baik pada situs-situs online atau media sosial, sehingga bisnis yang dikelolanya dapat berkembang dengan baik. Media sosial dapat dikatakan sebagai pembuka peluang bisnis untuk dapat mencapai segala target bisnis (Adinugraha, Maisaroh, Hidayatullah, & Bahrurizqi, 2021). Dengan hal demikian, maka bisnis online dapat dijadikan

sebagai salah satu peluang yang sangat berpotensi untuk dikembangkan.

Salah satu usaha yang dapat dikembangkan secara online yaitu UMKM. Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang penting sebagai pilar ekonomi suatu negara ketika menghadapi berbagai tantangan ekonomi (Solihin, Ahyani, Karolina, Pricilla, & Octaviani, 2021). UMKM tergabung dalam upaya pembangunan ekonomi nasional yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan secara merata dan menciptakan peluang kerja (Zahra et al., 2021). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Supriyanto, (2006), UMKM terbukti sebagai solusi yang efektif dalam mengatasi permasalahan kemiskinan di Indonesia. Pengembangan yang berhasil dalam sektor UMKM, memiliki kontribusi yang signifikan dalam menciptakan lapangan kerja. Selain itu, UMKM juga memiliki peran yang signifikan terhadap pertumbuhan industri dan ekonomi sebuah negara. UMKM memberikan kontribusi sebesar 80% dalam kegiatan bisnis secara global. Hal tersebut menunjukkan bahwa UMKM memberikan dampak yang kuat dalam mendukung pertumbuhan perekonomian baik dalam tingkat nasional maupun regional (Lin, 1998). Dengan demikian, UMKM diharapkan untuk lebih berkembang, dan salah satu caranya yaitu dengan memanfaatkan situs-situs online atau media sosial sebagai sarana penjualan. Melalui media sosial, segala informasi produk akan dengan cepat diketahui oleh banyak pelanggan (Adinugraha et al., 2021). Namun, di sisi lain masih banyak UMKM yang belum mampu mengoptimalkan potensi pemasaran online dengan baik, terutama di wilayah pedesaan.

Desa Karang Sari yang terletak di Kecamatan Karanganyar, Kabupaten Pekalongan, merupakan salah satu wilayah pedesaan yang memiliki potensi UMKM yang besar. Salah satu UMKM yang terdapat di daerah ini adalah Khas Collection, yang merupakan sebuah bisnis yang fokus pada hal produksi dan pemasaran produk kerajinan lokal.

Dalam menghadapi tantangan untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan,

UMKM Khas Collection di Desa Karang Sari menghadapi kendala dalam memanfaatkan pemasaran online berbasis digital. Oleh karena itu, tujuan dari pengabdian ini ialah untuk memberikan pelatihan pemasaran online berbasis digital kepada UMKM Khas Collection. Diharapkan pelatihan ini dapat memberi strategi dan wawasan pelaku UMKM Khas Collection dalam memanfaatkan digital sebagai sarana penjualan dan membantu UMKM tersebut mengoptimalkan pemasaran online mereka, memperluas jangkauan produk, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan bisnis online mereka. Selain itu, pengabdian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam upaya pemberdayaan ekonomi di wilayah pedesaan, terutama dalam meningkatkan kesejahteraan UMKM dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

TUJUAN DAN MANFAAT

Kegiatan pengabdian kepada UMKM Khas Collection di Desa Karang Sari dilakukan untuk memberikan pelatihan pemasaran online berbasis digital kepada pelaku UMKM Khas Collection, sehingga pelaku UMKM tersebut dapat meningkatkan penjualan dan juga dapat meningkatkan pendapatannya.

METODE PELAKSANAAN

Proses pelaksanaan kegiatan pengabdian pada Desa Karang Sari, Kecamatan Karanganyar, Kabupaten Pekalongan mengenai pelatihan pemasaran online berbasis digital untuk meningkatkan penjualan bisnis online dilakukan dengan beberapa metode, diantaranya yaitu sebagai berikut.

1. Pengenalan internet sebagai sarana pemasaran yang lebih luas.

Sesi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada pelaku UMKM Khas Collection Desa Karang Sari mengenai penggunaan media elektronik dan internet. Materi yang diberikan akan difokuskan pada pemanfaatan internet sebagai sarana pemasaran, khususnya melalui media sosial.

2. Pembuatan akun dan konten pemasaran dalam media sosial.
Sesi ini akan membimbing pelaku UMKM Khas Collection Desa Karang Sari dalam proses pembuatan akun media sosial. Selain itu, mereka juga akan diberikan panduan mengenai pengisian konten yang efektif, sehingga dapat memanfaatkan fitur-fitur yang ada di dalam media sosial.
3. Strategi pemasaran melalui media sosial.
Strategi pemasaran sangat diperlukan untuk mempertahankan keberlangsungan dan kesuksesan sebuah bisnis di masa mendatang (Adinugraha et al., 2021). Dengan demikian, dalam sesi ini, pelaku UMKM akan diberikan strategi-strategi pemasaran melalui media sosial yang bertujuan untuk memberikan jangkauan yang luas kepada masyarakat terkait produk dan jasa yang ditawarkan oleh pelaku UMKM Khas Collection Desa Karang Sari. Strategi ini juga bertujuan untuk memenangkan pangsa pasar dalam platform media sosial.
4. Pendampingan UMKM Khas Collection Desa Karang Sari.
Dalam sesi ini, akan diberikan penjelasan mengenai pemeliharaan dan pengembangan strategi yang diperlukan agar bisnis para pelaku UMKM Khas Collection dapat berkelanjutan dan berlangsung dalam jangka waktu yang lama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

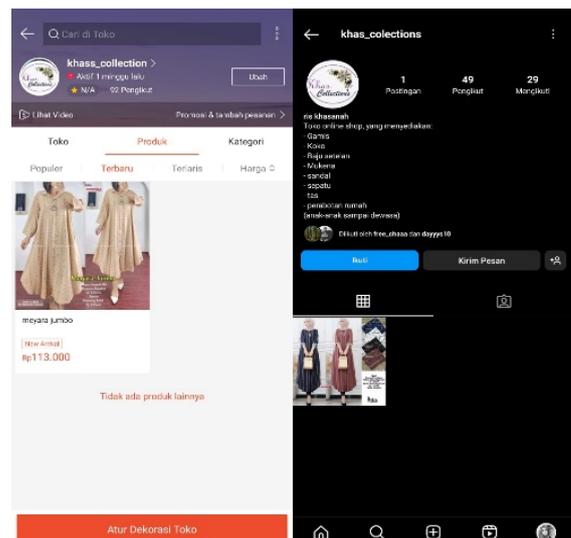
Kegiatan pengabdian kepada pelaku UMKM Khas Collection Desa Karang Sari, dilakukan dalam dua kali pertemuan. Pertemuan pertama, pelaku dikenalkan dengan internet dan diajarkan untuk membuat akun media sosial yang nantinya digunakan sebagai sarana penjualan produknya. Pertemuan pertama dilaksanakan pada tanggal 29 Mei 2023, di mana pada pertemuan tersebut pelaku UMKM Khas Collection Desa Karang Sari, Kecamatan Karanganyar, Kabupaten Pekalongan hanya mengetahui internet untuk kebutuhan komunikasi. Pelaku hanya mengenal aplikasi Whatsapp sebagai satu-satunya sarana dalam berkomunikasi, baik berkomunikasi dengan

keluarga maupun dengan pelanggan. Oleh karena itu, peneliti berusaha untuk membantu pelaku UMKM Khas Collection dengan mengenalkan internet.

Kegiatan ini dilaksanakan di rumah pelaku UMKM Khas Collection. Dokumentasi pertemuan pertama dapat dilihat pada gambar 1 dan gambar 2 di bawah ini.



Gambar 1. Produk Pelaku UMKM Khas Collection di Sosial Media



Gambar 2. Tampilan Pembuatan Akun Pelaku UMKM Khas Collection di Sosial Media

Pelaku UMKM Khas Collection dikenalkan media-media apa saja yang terdapat pada gadget yang dapat membantu meningkatkan pemasaran produknya. Setelah memahami hal tersebut, selanjutnya pelaku akan diajarkan untuk membuat akun media sosial yaitu berupa akun Shopee dan Instagram. Pelaku juga diajarkan untuk mengunggah foto dari produk yang dijual dan

diberikan penjelasan mengenai fitur-fitur yang terdapat di dalam Shopee ataupun Instagram. Contohnya yaitu seperti hashtag, shopee live, flash sale toko, follower, dan lain sebagainya. Jadi, hasil dari pertemuan pertama yaitu pelaku UMKM Khas Collection telah memiliki akun Shopee dan akun Instagram, dan juga telah mulai menggunakan aplikasi tersebut sebagai tambahan sarana pemasaran produk yang dijualnya.

Setelah pertemuan pertama pelaku telah memiliki akun Shopee dan Instagram serta telah menggunakannya untuk sarana penjualan, maka pada pertemuan kedua pelaku UMKM Khas Collection akan diberikan beberapa strategi pemasaran yang dapat dilakukan melalui media sosial.

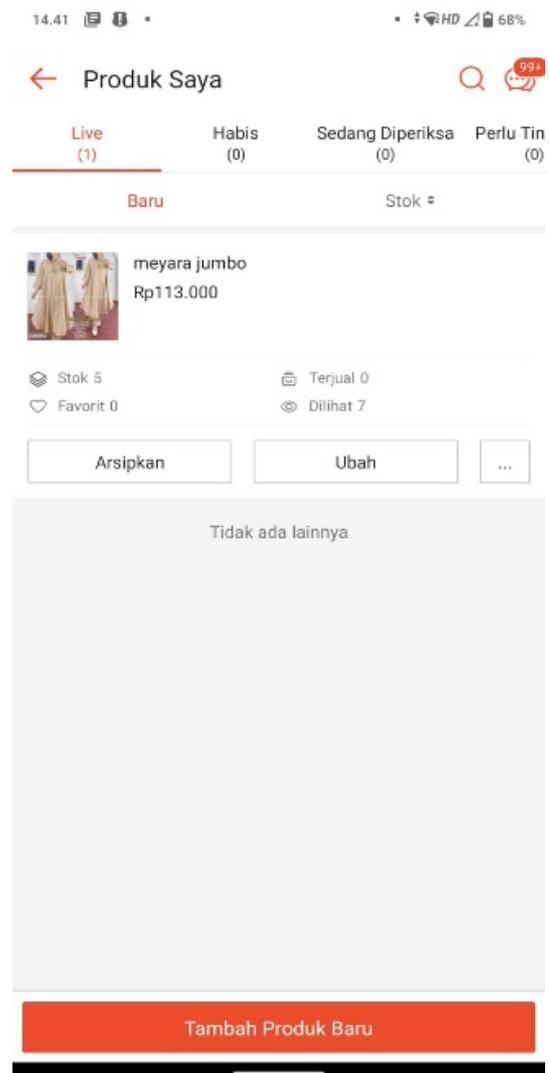
Pada pertemuan kedua, pelaku UMKM juga akan dijelaskan bagaimana pemeliharaan dan pengembangan strategi yang baik agar bisnis dapat terus berkembang. Dokumentasi pertemuan kedua dapat dilihat pada gambar 3 dan gambar 4 di bawah ini.



Gambar 3. Pendampingan Penggunaan Akun Shopee dan Instagram Pelaku UMKM Khas Collection

Pertemuan kedua dilaksanakan pada tanggal 1 Juni 2023 di rumah pelaku UMKM Khas Collection. Pada pertemuan ini, pelaku akan didampingi dan diberikan beberapa strategi untuk meningkatkan penjualan melalui media sosial, yaitu seperti membuat konten yang menarik,

meningkatkan kualitas foto dan deskripsi produk, menawarkan diskon atau promosi, dan meningkatkan layanan bagi para pelanggan. Dengan strategi-strategi tersebut, diharapkan toko pelaku UMKM Khas Collection akan digemari oleh banyak pelanggan dan penjualan pun akan meningkat. Pada pertemuan kedua, juga terdapat sesi tanya jawab agar pelaku UMKM dapat memahami dengan mendalam mengenai penggunaan media sosial untuk meningkatkan pemasaran online. Jadi, hasil dari pertemuan kedua ini yaitu diharapkan dapat meningkatkan omset penjualan yang pada akhirnya juga akan meningkatkan pendapatan ekonomi pelaku UMKM Khas Collection di Desa Karang Sari, Kecamatan Karanganyar, Kabupaten Pekalongan.



Gambar 4. Tampilan Akun Shopee Pelaku UMKM Khas Collection

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada pelaku UMKM Khas Collection di Desa Karang Sari, Kecamatan Karangayar, Kabupaten Pekalongan dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan pelatihan pemasaran produk melalui media sosial berjalan dengan lancar melalui metode pelatihan pengenalan media sosial sebagai sarana menjual dan mempromosikan produk yang dijual. Pelatihan juga berisi diskusi dan tanya jawab yang dapat menambah wawasan dan pengetahuan pelaku UMKM Khas Collection sehingga diharapkan dari pelatihan ini pelaku UMKM Khas Collection dapat memanfaatkan media sosial secara optimal dan dapat meningkatkan jumlah pendapatan dari UMKM Khas Collection.

Masyarakat LPPM UMJ.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H., Maisaroh, A., Hidayatullah, R., & Bahrurizqi, M. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Batik (Studi Kasus Buaran Batik Center Pekalongan). *Jurnal Ilmu Teknik Dan Informatika (Teknik)*, 1(2), 74–82.
- Lin, C. Y. . (1998). Success Factors of Small and Medium-Sized Enterprises in Taiwan An Analysis of Cases. *Journal of Small Business Management*, XXXVI, Hal: 43-56.
- Prasetya, A. Y., Sugiharti, & Fadhila, Z. R. (2021). Pemanfaatan Media Sosial dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Desa Boja. *BUDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 102–108.
- Solihin, D., Ahyani, Karolina, Pricilla, L., & Octaviani, I. S. (2021). Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Bisnis Online Pada Umkm Di Desa Cicalengka Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang. *Dedikasi PKM*, 2(3), 307–311.
- Supriyanto, S. (2006). Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Sebagai Salah Satu Upaya Penanggulangan Kemiskinan. *Jurnal Ekonomi Pendidikan*, 3(1), 1–16.
- Zahra, I. P., Khoirunnisa, Minarti, A., Silfiani, E., Yustia, H., & Alfarisi, U. (2021). Pendampingan dan Pengembangan Inovasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Toko Kue Enak di Ciputat Timur. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian*