

Pemberdayaan Masyarakat Desa Kampung Logam Ngingas Waru Sidoarjo Melalui Pelatihan Program Digital Marketing Berbasis E-Commerce

Muhammad Muammar Zainal Abidin ¹

¹ Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia

¹ muammarza75@gmail.com

Abstrak

Memberdayakan masyarakat desa perlu dilakukan dengan cara melatih digital marketing, khususnya di Desa Kampung Logam Ngingas, melalui program pelatihan pemasaran digital berbasis *e-commerce*. Tujuan dari program pelatihan ini adalah untuk memperdalam pemahaman tentang pemasaran digital dan *e-commerce* serta meningkatkan daya saing usaha lokal di pasar digital. Metode pelatihan meliputi konsultasi, pelatihan langkah demi langkah, dan pemberian materi tentang pemasaran digital dan tren *e-commerce*. Hasil yang diharapkan mencakup peningkatan literasi digital, pemahaman yang lebih baik tentang manajemen produk, dan peningkatan daya saing bisnis lokal di pasar digital. Program ini diharapkan dapat mendorong inovasi dan perluasan pasar serta meningkatkan kondisi perekonomian masyarakat lokal. Melalui pendekatan ini, diharapkan masyarakat pedesaan dapat memanfaatkan teknologi digital dan penjualan online untuk meningkatkan kesejahteraan mereka dan mengurangi ketergantungan mereka pada pariwisata dan sektor massal yang rentan terhadap perubahan kondisi eksternal.

Kata Kunci: *Pemberdayaan Masyarakat, Desa Ngingas, Digital Marketing, E-Commerce*

Sitasi: Abidin, M. M. Z. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Desa Kampung Logam Ngingas Waru Sidoarjo Melalui Pelatihan Program Digital Marketing Berbasis E-Commerce. *Jurnal Pengabdian Inovatif Masyarakat*, 1(1), 41-43.

Artikel Info

Received: 08 Januari 2024

Accepted: 12 Januari 2024

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah salah satu inti dari pemerintah untuk melancarkan pembangunan ekonomi masyarakat. Salah satu penyebab kelebihan dari mutu dan keunggulan UMKM adalah melihat percepatan Jumlah Uang Beredar (JUB) di masyarakat (Saputri, R. A., 2020). UMKM harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi pemasaran yang berkembang saat ini, seperti kemampuan media sosial atau pemasaran digital. Fungsi pemasaran media sosial kini telah berkembang dari pemasaran offline menjadi digital. Saat ini, daya saing UMKM tertinggal tanpa keahlian pemasaran online atau pemasaran digital (Natasya & Pujiyanto, 2019)., organisasi Desa Kampung Logam Ngingas mengadakan pelatihan program strategi digital marketing yang bertempat di Balai Desa Ngingas yang dapat bermanfaat untuk penjualan atau pemasaran di media sosial bagi UMKM kecil Desa Kampung Logam Ngingas.

Dalam beberapa tahun terakhir Desa Kampung Logam Ngingas, dalam Pemanfaatan Revitalisasi dunia pemasaran oleh teknologi informasi telah menyaksikan pengintegrasian metode komunikasi pemasaran konvensional ke dalam ranah digital. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi digital, pemasaran digital sekarang mencakup strategi interaktif dan terpadu, membuka jalur dialog antara produsen, agen pemasaran, dan calon konsumen. Saat ini, UMKM perlu dengan cermat memanfaatkan media digital sebagai sarana untuk memasarkan produknya, memungkinkan konsumen untuk lebih mendalami informasi mengenai produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. UMKM yang berjejaring *online*, berpartisipasi di media sosial, dan mengembangkan *e-commerce* cenderung menikmati manfaat bisnis yang signifikan dalam hal penjualan, peluang kerja, inovasi, dan daya saing. Namun masih banyak UMKM yang belum mengadopsi teknologi informasi khususnya media digital, serta belum memahami manfaat dan perannya dalam bisnisnya. (Yulianti, 2023). Sudah banyak UMKM di Desa Ngingas terutama yang memiliki usaha pandai besi (memproduksi berbagai jenis kerajinan yang berbahan logam) seperti sparepart mobil maupun sepeda dan berbagai macam jenisnya. Para pemilik usaha tersebut sudah banyak yang menerapkan strategi digital marketing di berbagai platform untuk menjualkan produknya.

Oleh karena itu Desa Kampung Logam Ngingas, Kabupaten Sidoarjo, berinisiatif memberdayakan masyarakat dilaksanakan melalui program berbasis literasi digital, termasuk pelatihan dan sosialisasi pengetahuan yang disesuaikan dengan tantangan peserta. Program ini mencakup berbagai bidang seperti peningkatan literasi digital, branding produk, manajemen digital, dan pengembangan bisnis, yang pada akhirnya bertujuan untuk meningkatkan lapangan kerja dan meningkatkan kualitas dan kuantitas produk lokal (Arsi et al., 2023). Tujuan di adakan program pelatihan digital marketing berbasis *e-commerce* yaitu untuk mendukung dan memajukan UMKM Desa Kampung Logam Ngingas, serta untuk memberi wawasan tentang pemasaran online melalui strategi digital marketing supaya produk yang di hasilkan oleh UMKM Desa dapat di perjual belikan di sosioal media atau platform yang sudah banyak digunakan oleh UMKM lainnya, supaya produk yang di hasilkan bisa bersaing pada pasar global.

Metode

Dalam metode Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan dengan memberikan pelatihan kepada UMKM Desa Kampung Logam Ngingas, Waru, Sidoarjo tentang program strategi digital marketing berbasis *e-commerce*. Metode pelatihan ini dapat bermanfaat dan membantu untuk memasarkan atau menjual produk pada *e-commerce* yang dimiliki oleh berbagai para pengusaha UMKM, supaya produk yang dibuat oleh para UMKM Desa Ngingas dapat bersaing secara global. Pada tahap awal yaitu memberikan penjelasan dan wawasan tentang strategi digital marketing berbasis E-Commerce pada UMKM Desa Ngingas yaitu memberikan informasi tentang bagaimana cara memasarkan produk pada media pemasaran digital. Kemudian memberikan latihan praktis dan panduan membuat akun media digital. Pasar media sosial dan akun bisnis Instagram telah menjadi platform penting dalam media digital. Sebagai bagian integral dari upaya pendidikan, UMKM perlu memahami cara mengoptimalkan seluruh fitur yang ditawarkan oleh kedua media digital tersebut. Ini termasuk pemahaman tentang perangkat dan bahan yang digunakan, seperti laptop, telepon genggam, paket data, dan koneksi internet. Semua perangkat ini sangat cocok digunakan untuk membuat akun UMKM dan mengakses media digital, memungkinkan mereka memperluas jangkauan dan daya tarik pelanggan.

Hasil dan Pembahasan

Digital Marketing

Digital Marketing adalah kegiatan pemasaran memanfaatkan perangkat elektronik dan internet memainkan peran krusial dalam transformasi bisnis, menggunakan saluran digital seperti mesin pencari, media sosial, email, dan situs web untuk menjalin koneksi dengan pelanggan saat ini dan calon pelanggan. Istilah-istilah seperti pemasaran online, pemasaran internet, atau pemasaran web digunakan secara bersamaan dengan pemasaran digital. Pendekatan ini ditandai oleh penerapan berbagai strategi dan saluran digital untuk berinteraksi dengan pelanggan di platform online, tempat di mana mereka menghabiskan sebagian besar waktu mereka. Ada berbagai macam taktik yang termasuk dalam pemasaran digital, mulai dari situs web hingga aset *branding* bisnis *online*, periklanan digital, pemasaran email, brosur online, dan banyak lagi (Desai & Vidyapeeth, 2019).

Pemasaran digital dapat diartikan sebagai penggunaan teknologi digital digunakan untuk membentuk saluran yang efektif dalam mencapai penerima potensial, sehingga tujuan bisnis dapat tercapai dengan memenuhi kebutuhan konsumen secara lebih efisien. Meskipun sering dianggap identik dengan pemasaran internet atau pemasaran elektronik, pendapat tersebut keliru. Internet hanya merupakan satu dari berbagai cara untuk mencapai pelanggan Anda. Kami juga memiliki peralatan rumah tangga dan peralatan AV (Sawicki, 2016).

Dalam Pelatihan Program Digital Marketing di Desa Kampung Logam Ngingas dapat membawa manfaat dan membantu meningkatkan penjualan produk yang sangat pesat untuk memasarkan hasil produk yang dibuat oleh para pengusaha UMKM Desa Kampung Logam Ngingas melalui media sosial, situs maupun website.

E-Commerce

Perdagangan elektronik adalah aktivitas bisnis di mana konsumen, penyedia layanan, dan perantara menggunakan jaringan komputer, khususnya Internet. *E-commerce* adalah bidang baru untuk pembangkitan dan pemanfaatan bisnis, dan implementasinya berfokus pada efektivitas. *E-commerce* ini merupakan hasil model pemasaran digital yang mewakili evolusi teori pemasaran di era teknologi industri. Hal ini sejalan dengan pernyataan Kotler bahwa pemasaran online atau digital marketing adalah pemasaran yang dilakukan melalui sistem komputer online interaktif yang menghubungkan konsumen dan penjual secara digital (Solikhati et al., 2023).

Awalnya hasil produk yang di buat oleh UMKM Desa Kampung Logam Ngingas dijual atau dipasarkan secara offline seperti di toko *sparepart*, toko accessories sepeda motor dan mobil, dan juga sampai ke pabrik pembuatan sepeda motor dan mobil. Pada saat melakukan pengabdian pada home industry pemilih usaha pandai besi saya menawarkan untuk melakukan inovasi perubahan cara memasarkan produk atau memperluas penjualan lewat sosial media yang dapat untuk meningkatkan penjualan pada UMKM Desa Ngingas Kampung Logam (Amellia et al., 2023).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil Pengabdian Masyarakat yang saya laksanakan di Desa Kampung Logam Ngingas yaitu tentang Pelatihan Program Digital Marketing Berbasis *e-commerce* dapat membawa dampak yang sangat besar pada penjualan produk yang dapat bersaing secara global, jadi untuk memasarkan hasil produk UMKM Desa Kampung Logam Ngingas melalui aset *branding* online bisnis, periklanan digital, pemasaran email, brosur online, dan seterusnya terdapat spektrum taktik yang berada di bawah payung pemasaran digital dengan tujuan mendukung dan memajukan UMKM Desa Kampung Logam Ngingas, serta untuk memberi wawasan tentang pemasaran online melalui strategi digital marketing supaya produk yang di hasilkan oleh UMKM Desa dapat di perjual belikan di sosial media atau platform yang sudah banyak digunakan oleh UMKM lainnya.

Pada Program Digital Marketing dan *e-commerce* di Desa Kampung Logam Ngingas dapat memberi manfaat yang signifikan bagi Masyarakat untuk memasarkan produk yang dihasilkan untuk membangkitkan dan mengeksplorasi bisnis yang mengutamakan efektifitas dalam pelaksanaannya. Awalnya hasil produk yang di buat oleh UMKM Desa Kampung Logam Ngingas dijual atau dipasarkan secara offline seperti di toko *sparepart*, toko accessories sepeda motor dan mobil, dan juga sampai ke pabrik pembuatan sepeda motor dan mobil. Oleh karena itu, Untuk beradaptasi dengan era digital, penting untuk memberdayakan masyarakat desa, khususnya di Desa Kampung Logam Ngingas, melalui program pelatihan pemasaran digital berbasis *e-commerce*. Program ini diharapkan dapat mendorong inovasi dan perluasan pasar serta meningkatkan kondisi perekonomian masyarakat lokal.

Referensi

- Amellia, D., & Pujiyanto, W. E. (2023). Pendampingan UMKM untuk Memenangkan Pasar Keripik Debog Pisang Online Melalui Manajemen Pengemasan Inovatif dan Pemasaran Berbasis E-Commerce. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 565–569. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i4.616>
- Arsi, A. A. ., Melati, L. S. ., Savitri, D. W. ., Jatmiko, P. D. ., Choiriyah, N. L. ., Damayanti, J. E. ., Almayda, H. N. ., Ulfiah, S. A. ., Thoriq, I. F. A. ., Fitriyah, M. ., & Sephiawardani, N. A. . (2023). Upaya Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Digital Marketing bagi UMKM di Desa Kutuk. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 24–32. <https://doi.org/10.32764/abdimasekon.v4i1.3341>
- Desai, V., & Vidyapeeth, B. (2019). Digital Marketing: A Review. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*, 5(5), 196–200.
- Natasya, F. J., & Eko Pujiyanto, W. (2023). Pemberdayaan Usaha Kecil Puding Kelengkeng Berbasis Digitalisasi di Desa Simoketawang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Darul Ulum*, 2(2), 1–12. <https://doi.org/10.32492/dimas.v2i2.2201>
- Saputri, R. A., & S. (2020). Pengaruh Strategi Promosi dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Pelanggan KFC Taman Yasmin Bogor). *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan (JMBK)*, 2(2), 1–8., 2(2), 1–8.
- Sawicki, A. (2016). Τι είναι το Νευρομάρκετινγκ και η σχέση με το Digital Marketing; *World Scientific News*, 48, 82–88. https://eshoped.gr/ti-einai-to-neuromarketing-kai-i-sxesi-tou-me-to-digital-marketing/?fbclid=IwAR0b9YiiZa0k0UCh5zPsVa7gCKKGBBy44DKq5kemWWf_eTFiujS7CHMH7krY
- Solikhati, A. N., Febriyanti, D., Fibrianto, D., Amaleo, S., & Hawa, S. D. (2023). Penerapan E-commerce dan Digital Marketing untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha UMKM WINSHOP. *JAMU : Jurnal Abdi Masyarakat UMUS*, 4(01), 61–66. <https://doi.org/10.46772/jamu.v4i01.1215>
- Yulianti, F. E. (2023). Pengembangan Strategi Pemasaran Pada Sentra UMKM Telur Asin Melalui Digital Marketing di Desa Simoketawang, Kec. Wonoayu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Lingkungan (JPML)*, 2(1), 16-20. <https://doi.org/10.30587/jpml.v2i1.5867>