

**PEMBUATAN MEDIA ONLINE UNTUK MEMPERLUAS PEMASARAN
PRODUK OLAHAN LELE “OLEBAH” DESA BRANGGAH
KECAMATAN NYATNYONO KABUPATEN UNGARAN BARAT JAWA
TENGAH**

Dheny Indra Gunawan, Belia Mulianingtyas, Firmansyah, Eka Mustikasari,
Sintya Oktarina, SE,MM
dheny.indra@unpand.ac.id, firmansyah@unpand.ac.id,
belia.mulyaningtyas@unpand.ac.id, eka.mustikasari@unpand.ac.id
Dosen Universitas Pandanaran

ABSTRAKSI

Digital marketing diperlukan bagi para pelaku UMKM untuk menjalankan usahanya. Kegiatan digital marketing sudah menjadi sebuah keharusan bagi UMKM pada era sekarang dimana teknologi sudah semakin maju. Kegiatan yang termasuk kedalam digital marketing meliputi kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media sosial. Pengabdian kepada masyarakat dengan materi Pembuatan Media Online Untuk Memperluas Pemasaran Produk Olahan Lele di Desa Branggah Kecamatan Nyatnyono Kabupaten Ungaran Barat ini dimaksudkan guna memudahkan pelaku UMKM untuk memberikan informasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen, memperluas pangsa pasar, meningkatkan awareness dan meningkatkan penjualan bagi pelaku UMKM. Selain itu pengabdian ini juga dimaksudkan agar para pelaku UMKM Olahan Lele di Desa Branggah lebih terampil dalam penggunaan media sosial untuk menunjang kemajuan usaha mereka.

Kata kunci : digital marketing, media sosial, pemasaran

PENDAHULUAN

Pengamalan Tri Dharma Perguruan Tinggi berupa pengabdian kepada masyarakat sebagai bentuk pembelajaran serta untuk mengaplikasikan teori sekaligus praktek yang sesungguhnya agar dapat diimplementasikan didalam masyarakat. Pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk memberikan manfaat di tempat pengabdian itu dilaksanakan. Selain itu kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat sebagai media untuk membangun kemitraan antara lembaga Perguruan Tinggi yang bersangkutan dengan masyarakat tempat kegiatan pengabdian dilaksanakan juga membangun citra dan sebagai ajang promosi bagi Perguruan Tinggi agar dikenal oleh masyarakat.

Selain sebagai bentuk pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi maka pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat juga ditujukan untuk membantu Pemerintah dalam melaksanakan kegiatan pembangunan khususnya untuk peningkatan pemberdayaan dan peningkatan kualitas hidup masyarakat di segala bidang.

Desa Branggah Kecamatan Nyatnyono Kabupaten Ungaran Barat masyarakatnya memiliki mata pencarian yang bervariasi diantaranya sebagai pelaku UMKM walaupun beberapa masih dalam skala kecil. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Masyarakat Universitas Pandanaran kali ini untuk membantu ibu-ibu PKK RW Desa Branggah Kecamatan Nyatnyono Kabupaten Ungaran Barat agar dapat menggunakan media online untuk memperluas pemasaran produk yang dihasilkan.

Universitas Pandanaran sebagai Perguruan Tinggi mempunyai tugas dan tanggung jawab di bidang pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Pengabdian kepada masyarakat dapat dilakukan melalui berbagai cara yakni dengan memberikan penyuluhan, pelatihan yang dibutuhkan oleh masyarakat, membangkitkan semangat untuk berwira usaha agar mereka dapat memiliki kegiatan yang bermanfaat bagi diri sendiri, keluarga maupun masyarakat dengan cara Perguruan Tinggi menurunkan tim Pengabdian kepada Masyarakat dengan memberikan berbagai ketrampilan kepada mereka. Dengan berwira usaha maka dapat menambah income keluarga serta dapat ikut membuka lapangan pekerjaan dengan merekrut karyawan dari masyarakat sekitar maupun dapat memanfaatkan bahan baku atau fasilitas yang tersedia di daerah tersebut.

TUJUAN KEGIATAN

Tujuan pembuatan media online untuk memperluas pemasaran produk olahan lele ibu - PKK RW Desa Branggah Kecamatan Nyatnyono Kabupaten Ungaran Barat dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah sebagai berikut :

1. Memberikan pemahaman tentang media online.

2. Mensosialisasikan mengenai manfaat media online.
3. Memberikan pemahaman pemasaran produk dengan menggunakan media online.
4. Memberi pelatihan pembuatan media online untuk pemasaran produk yang dihasilkan

PERUMUSAN MASALAH

Desa Branggah Kecamatan Nyatnyono Kabupaten Ungaran Barat selama ini kurang mendapatkan pelatihan tentang penggunaan media online dalam kegiatan pemasaran sehingga pada umumnya mereka memasarkan produk yang dihasilkan masih menggunakan cara tradisional. Akibatnya volume penjualan yang diperoleh menjadi terbatas. Oleh karena itu dalam Pengabdian kepada Masyarakat, tim Pengabdian Masyarakat Universitas Pandanaran memberi Pelatihan Penggunaan Media Online untuk pemasaran produk. Pelatihan media online untuk pemasaran produk dihadiri 36 anggota PKK RW terdiri dari perwakilan tingkat RT atau yang merupakan perwakilan dari pengurus- pengurus RT dan tim Pengabdian Masyarakat Universitas Pandanaran sebanyak 10 orang yang terbagi dalam 2 Tim Pengabdian dengan tema Pelatihan yang berbeda sesuai yang dibutuhkan ibu- ibu PKK RW Desa Branggah Kecamatan Nyatnyono Kabupaten Ungaran Barat.

KERANGKA TEORI

DIGITAL MARKETING

Seiring dengan perkembangan zaman, istilah digital marketing berkembang menjadi bagian-bagian kecil yang lebih spesifik. Untuk memahami secara keseluruhan, mengenai digital marketing, maka perlu untuk mengetahui terlebih dahulu tentang bagaimana tren digital yang tengah terjadi.

Digital marketing memiliki fungsi untuk mengenalkan dan memasarkan produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha dengan berbagai sosial media digital untuk menjangkau pasar secara tepat dan relevan, membantu proses pemasaran maupun promosi suatu produk ataupun jasa yang dilakukan melalui media digital. Penggunaan digital marketing membutuhkan jaringan internet yang stabil dalam

kegiatannya hal ini sering menjadi kendala dalam implementasinya. Akan tetapi saat ini digital marketing menjadi suatu kebutuhan yang tidak dapat dipungkiri serta menjadi cara baru untuk menjangkau konsumen secara luas dalam waktu relatif cepat. Oleh sebab itu, jika ingin mengembangkan bisnis secara digital, maka ada baiknya untuk memahami tentang digital marketing terlebih dahulu.

Jenis- Jenis Digital Marketing

Adapun jenis- jenis digital marketing sebagai berikut :

- **Sosial Media**

Merupakan sarana yang digunakan oleh orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi, serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan dan komunitas virtual. Membangun hubungan dan meningkatkan *brand awareness* (kemampuan bagi konsumen untuk mengenali produk kita melalui logo, image, warna, dan jenis lainnya).

- **Video / Content**

Memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi video yang mereka miliki, atau sebatas menikmati berbagai video yang diunggah berbagai pihak. Lebih mudah menarik pelanggan dengan membuat konten, dengan catatan “konsisten”, relevan, dan menarik.

- **Market Place**

Tempat bertemunya pembeli dan penjual. Di dalam pasar ada banyak penjual yang menjual berbagai macam barang atau jasa. Pembeli yang datang ke pasar tinggal mencari penjual yang menjual produk yang dibutuhkan. Punya toko tanpa harus membangun toko (fisik), kenali dan cukupi kebutuhan pasar dengan baik, foto dan keterangan produk lengkap. Bahkan bila diperlukan bisa dimasukkan pula referensi dari konsumen yang telah menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

- **E commerce**

Segala aktivitas terkait transaksi online yang dilakukan melalui internet atau jaringan elektronik lainnya, seperti online food, proses jual beli, layanan pesan antar.

PEMBAHASAN

Membangun Personal Dan Product Branding

Personal branding, membentuk pribadi yang baik juga profesional dan konsisten. mencakup semua cara individu dalam mempromosikan diri untuk membentuk persepsi publik terhadap sosoknya. Dalam memperkuat *personal branding*, seorang individu harus memperhatikan beberapa hal, yaitu *skill*, tujuan, visi, kepribadian, dan kisah hidup. Ini adalah kunci individu agar dapat terlihat unik dan menunjukkan profesionalitas yang kuat. Membangun *personal branding* bukanlah hal yang mengeluarkan banyak biaya. Beberapa *platform* media sosial gratis. Product Branding, Membangun kepercayaan dari produk atau merk yang dihasilkan. Fokus dalam menciptakan dan memperkuat citra merk secara online. Tujuan utama dari digital branding adalah membangun *brand awareness* yang kuat di dunia maya, sehingga konsumen dapat dengan mudah mengidentifikasi dan mengingat merk tersebut.

Manfaat Digital Marketing

Digital Marketing memiliki manfaat hemat biaya, dibandingkan promosi konvensional (secara langsung). Melalui digital marketing terbukti lebih murah atau hemat biaya. Bisa dikerjakan sendiri untuk kegiatan promosi. *real time*, menerapkan iklan dengan cepat, mudah, dan dapat diakses dimana saja tanpa batasan waktu. Mudah menarik konsumen, menjangkau pasar lebih luas, juga tidak terbatas ruang dan waktu. Dengan membuat konten yang menarik juga berbobot, dapat dipastikan akan dapat menarik konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Branggah Kecamatan Nyatnyono Kabupaten Ungaran Barat ini dilaksanakan pada :

Hari/tanggal : Minggu, 10 September 2023

Jam : 12.00 – 15.00

Tempat :Balai Pertemuan RW Desa Brangah Kecamatan Nyatnyono Kabupaten Ungaran Barat.

Ketua Pelaksana :

a. Nama Lengkap : Dheny Indra Gunawan, S.E., M.M.

b. NIDN : 0620029203

Anggota : 1. Belia Mulianingtyas, S.E., M.M

2. Firmansyah, S.E., M.Ak

3. Eka Mustikasari,SE,M Ak

4. Sintya Oktarina, SE,MM

JADWAL KEGIATAN

Dalam rangka melaksanakan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat maka disusun rencana dan jadwal kegiatan sebagai berikut :

Tabel 1. Jadwal Kegiatan

No	Kegiatan	Waktu (Minggu)							
		Agustus				September			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Koordinasi Tim Pengabdian Unpand dengan PKK RW Desa Brangah Kecamatan Nyatnyono Kabupaten Ungaran Barat	√	√						
2	Penyusunan Proposal dan Materi Pelatihan		√	√					
3	Koordinasi tempat dan persiapan perlengkapan pelatihan				√	√			
4	Pelaksanaan kegiatan pengabdian						√		
5	Penyusunan Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat							√	√

PENUTUP

Digital marketing merupakan salah satu upaya promosi yang dilakukan melalui media online. Langkah praktis pemanfaatan media online saat ini, mencakup pemilihan media digital yang sesuai dengan usaha, mengelola

komunikasi efektif, mengelola transaksi digital, membuat konten sesuai tujuan. Ditambah tips untuk meningkatkan optimalisasi digital marketing untuk usaha.

DOKUMENTASI KEGIATAN PENGABDIAN



DAFTAR PUSTAKA

- Alimudin, Arasy dan Gatut Purwantoro. 2022. *Digital Marketing Untuk UMKM*. Surabaya: Narotama University Press.
- Astuti, Mlguna dan Nurhafifah Matondang. 2020. *Manajemen Pemasaran UMKM dan Digital Social Media*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hermayanto, Ricky. 2023. *Strategi Pemasaran UMKM*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Lestari, Lilla Puji dan Achmad Fathoni Rodli. 2022. *Modul Penerapan Digital Marketing Terhadap Produk Pemasara UMKM*. Malang: Rena Cipta Mandiri.
- Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. 2020. *Digital Marketing Komunikasi Menjadi Lebih Mudah* (A. Rikki (ed.); I). Yayasan Kita Menulis.

Septiani, Fauziah. 2023. *Dasar-dasar Pemasaran Digital*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.

Susanti, E., 2020, *Pelatihan Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor*, Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa, Dan Masyarakat, no 2, vol 1.

Suwarni, E., Sedyastuti, K., & Mirza, A. H. 2019. *Peluang dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro Pada Era Ekonomi Digital*, Jurnal Ikraith Ekonomika, no 2, vol 2.