

PELATIHAN *CONTENT DIGITAL MARKETING* UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DI UMKM KAB. BANYUMAS

Luzi Dwi Oktaviana*, Rara Iriane, Ajiono

Universitas Amikom Purwokerto, Indonesia

*oktaviana@amikompurwokerto.ac.id

Abstract

Digital marketing is one of the efforts to market or promote a product through the internet so that it can reach consumers and potential consumers quickly. Internet media that are currently popularly used for product marketing include Facebook, Youtube, Instagram, and other social media. Changes in Marketing 4.0 or also referred to as Digital Marketing provide the latest knowledge about several strategies in carrying out marketing activities, one of which is Content Marketing or Content Marketing, namely marketing activities that involve the creation, curation, distribution, and strengthening of interesting, relevant and useful content for specific groups, in order to create a conversation about content. The main problem that occurs is how to create marketing content that can generate interest and interest in the decision-making process for the product, seeing the wide variety of products offered and having good and decent selling points, but unfortunately in terms of product marketing, it is not optimal. This results in the branding knowledge of the product being less than optimal. This Content Marketing training aims to maximize the exposure of the products offered and increase competitiveness.

Keywords: *content marketing; digital marketing; cv. nucivera ari wijaya; umkm; local products*

Abstrak

Digital marketing merupakan salah satu usaha untuk memasarkan atau mempromosikan sebuah produk melalui media internet agar bisa menjangkau konsumen maupun calon konsumen dengan cepat. Media internet yang sekarang ini populer digunakan untuk pemasaran produk antara lain, Facebook, Youtube, Instagram, dan media sosial yang lain. Perubahan Marketing 4.0 atau yang juga disebut sebagai Digital Marketing memberikan pengetahuan terbaru tentang beberapa strategi dalam melakukan kegiatan pemasaran, salah satunya adalah Content Marketing atau Pemasaran Konten, yaitu kegiatan pemasaran yang melibatkan pembuatan, kurasi, distribusi, dan memperkuat konten yang menarik, relevan dan berguna untuk kelompok yang spesifik, agar menciptakan pembicaraan soal konten. Masalah utama yang terjadi adalah bagaimana dalam pembuatan konten pemasaran yang dapat menimbulkan minat dan ketertarikan dalam proses pengambilan keputusan terhadap produk tersebut, melihat banyak ragam produk yang ditawarkan dan memiliki nilai jual yang bagus dan layak, namun sayang dalam hal pemasaran produk kurang maksimal. Sehingga mengakibatkan branding knowledge dari produk tersebut kurang maksimal. Pelatihan Content Marketing ini bertujuan agar produk yang ditawarkan dapat terekspose dengan maksimal dan meningkatkan daya saing.

Kata Kunci: *konten marketing; digital marketing; cv. nucivera ari wijaya; umkm; produk lokal*

Submitted: 2021-12-23

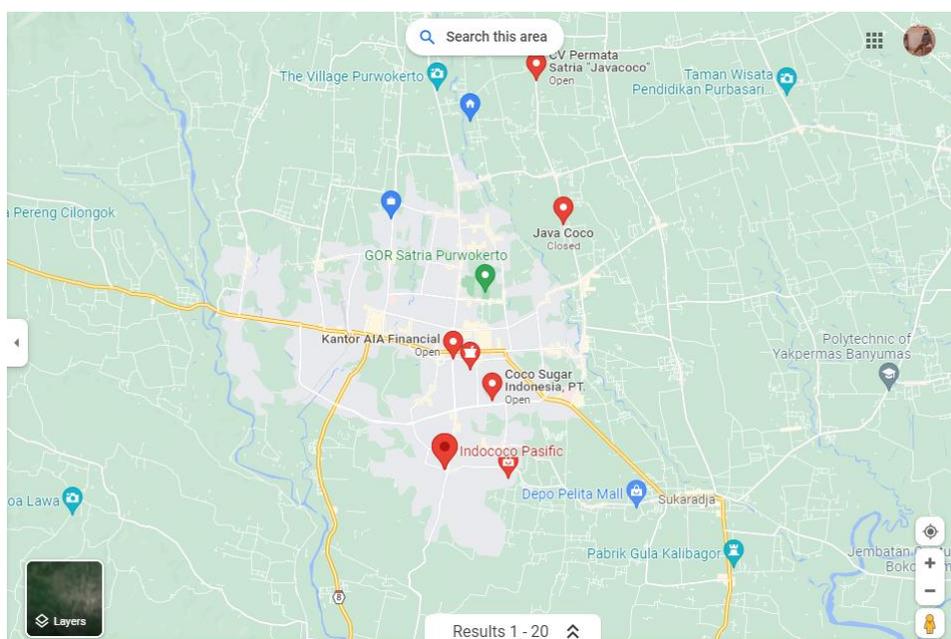
Revised: 2022-01-26

Accepted: 2022-01-31

Pendahuluan

Era modern ini, sebuah pendekatan dalam pemasaran sangat diperlukan. Pada perkembangan dunia industri yang begitu pesat ini, tidak memungkiri adanya perkembangan Marketing 4.0 yang merupakan sebuah keterbaruan dari Marketing versi 3.0. Banyak sektor dalam bidang keilmuan yang melibatkan adanya penggunaan teknologi ini harus siap beradaptasi dengan perubahan yang terjadi pada saat pengambilan keputusan ekonomi sebagai pengguna digital. Perubahan Marketing 4.0 atau yang juga disebut sebagai Digital Marketing memberikan pengetahuan terbaru tentang beberapa strategi dalam melakukan kegiatan pemasaran, salah satunya adalah Content Marketing atau Pemasaran Konten, yaitu kegiatan pemasaran yang melibatkan pembuatan, kurasi, distribusi, dan memperkuat konten yang menarik, relevan dan berguna untuk kelompok yang spesifik, agar menciptakan pembicaraan soal konten. Penggunaan Digital Marketing sangat diperlukan dengan berkembangnya dunia bisnis dan juga bertambahnya angka dari target pasar yang bergantung oleh teknologi digital untuk diteliti setiap hari, evaluasi, dan membeli produk dan jasa yang dikonsumsi oleh pelanggan.

Digital marketing merupakan salah satu usaha untuk memasarkan atau mempromosikan sebuah produk melalui media internet agar bisa menjangkau konsumen maupun calon konsumen dengan cepat. Media internet yang sekarang ini populer digunakan untuk pemasaran produk antara lain, Facebook, Youtube, Instagram, dan media sosial yang lain. Manfaat yang didapatkan dengan digital marketing selain bisa menjangkau pasar yang lebih luas dan mengefektifkan biaya pemasaran, juga membuat ruang dan waktu pemasaran yang tidak terbatas. Selain itu, digital marketing bersifat real time sehingga pengusaha dapat langsung memperhatikan minat dan feed back dari pasar yang dituju, serta dapat memutuskan strategi penyesuaian terkait konten iklan untuk hasil yang lebih baik dengan lebih cepat. Internet sudah dikenal baik oleh semua kalangan masyarakat, termasuk para pengusaha UMKM di daerah, tetapi kurang optimal penggunaannya dalam mendukung manajemen usaha. Hal ini dikarenakan kurangnya wawasan dan edukasi kepada pengusaha UMKM terkait digital marketing. Padahal, dengan adanya digital marketing diharapkan manajemen usaha menjadi lebih optimal, sehingga pemasaran mendapatkan hasil yang maksimal. Hal inilah yang memotivasi perlunya diadakan pelaksanaan kegiatan pengabdian amikom mitra masyarakat dalam hal mengedukasi UMKM di Kab. Banyumas terkait pengoptimalan dalam hal content digital marketing.



Gambar 1. Letak Geografis CV Nucivera Ari Wijaya

Secara geografis CV Nucivera Ari Wijaya / Indococo Pasific terletak di Jl. Prof. M. Yamin No.286A, Windusara, Karanglesem, Kec. Purwokerto Selatan., Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53144. Indococo Pasific merupakan salah satu produsen olahan kelapa dan turunannya yang menjaga ke-organikan dan kekayaan manfaat dari kelapa itu sendiri. Dimasa pandemi ini, banyak sekali masyarakat yang berusaha untuk menjaga kestabilan kesehatan dengan beralih ke olahan organik, salah satunya dengan perlahan mengganti olahan gula dan turuannya ke dalam bentuk yang lebih organik dan ramah lingkungan walaupun tidak jarang banyak yang masih berfikir bahwa olahan kelapa ini terbilang cukup mahal, oleh karenanya perlu sekali diberikan pengetahuan melalui konten digital agar lebih menarik dan memberikan kesadaran dalam hal konsumsi untuk kesehatan yang penuh dengan manfaat

Metode

Metode yang akan digunakan dalam pelaksanaan pengabdian amikom mitra masyarakat ini adalah dengan melakukan sosialisari dalam bentuk ceramah dan interaksi dengan para peserta. Pemberian materi dalam hal konten pemasaran dan pentingnya sebuah penerapan dan pengoptimalan sebuah digital marketing, khususnya dalam hal ini ada pada konten produk itu sendiri, agar pihak pengelola wadah para pengrajin dan produk lokal ini dalam melakukan upaya yang optimal dalam pemasaran. Selain pemberian materi, tidak lupa melakukan praktik dalam hal ini apa saja yang sudah disampaikan sembari mengevaluasi agar hasil yang didapatkan bisa optimal.



Gambar 2. Pelatihan Pembuatan *Content Digital Marketing*

Kegiatan pelatihan pembuatan konten untuk digital marketing ini dilaksanakan dengan dua teknik yaitu ceramah dan praktik. Pada kesempatan penyampaian materi dilakukan dengan penyampaian mengenai bagaimana membuat konten yang menarik yang berlangsung selama kurang lebih 2 jam dimulai pada pukul 13.00 WIB didukung dengan perangkat proyektor agar pada saat menyampaikan materi dapat diterima dengan jelas oleh peserta. Teknologi yang digunakan adalah laptop dan juga smartphone peserta guna mempraktikkan materi yang telah disampaikan.

Pada sesi pertama digunakan untuk menyampaikan materi mengenai pembuatan konten yang mudah diakses yaitu menggunakan canva. Aplikasi canva sendiri bisa diakses di perangkat komputer dan laptop secara online, ataupun melalui program desktop, kemudian selain itu juga mudah diakses menggunakan smartphone. Kemudian pada sesi kedua, dilanjutkan dengan praktik bagaimana cara membuat konten yang mudah menggunakan aplikasi canva. Pada sesi ini selain praktik juga melakukan diskusi serta tanya jawab sehingga apa yang disampaikan dapat dipraktikkan langsung, baik menggunakan perangkat komputer/laptop dan smartphone. Kesempatan pelatihan ini mendapatkan respon yang antusias dari para peserta, sehingga materi yang diberikanpun mampu dengan baik dipraktikkan sebab respon positif tersebut.

Hasil dan Pembahasan

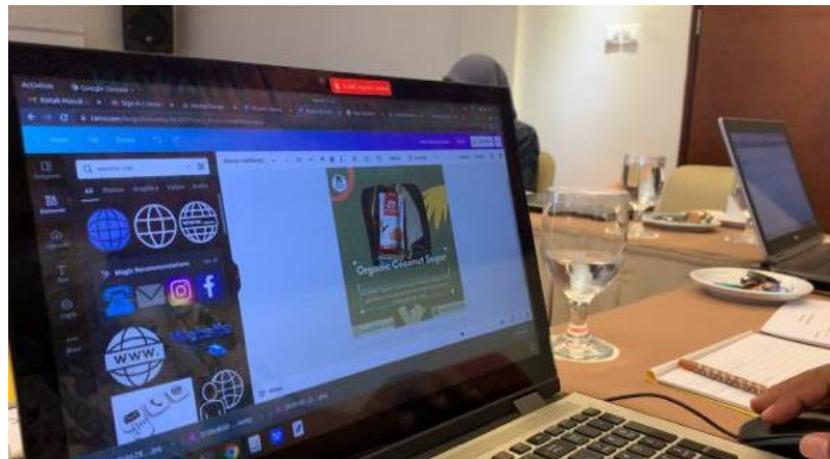
Setelah kegiatan pelatihan ini selesai maka tahapan selanjutnya adalah evaluasi dan monitoring, yang berguna untuk mengetahui seberapa manfaat penyampaian materi ini dan bisa dilakukan secara berlanjut agar lebih maksimal lagi. Dengan adanya kerjasama dengan mitra masyarakat seperti ini, harapannya dapat memberikan manfaat positif dan juga terjalin selalu kerjasama lainnya yang dapat membangkitkan dan meningkatkan daya saing pelaku UMKM.

Dari kegiatan pelatihan yang telah dilaksanakan kemarin, dapat terlihat antusiasnya dari para peserta dan ada beberapa hal yang dapat disimpulkan dari kegiatan tersebut yaitu :

1. Materi yang disampaikan oleh tim dari Universitas Amikom Purwokerto ini dirasa menarik dan mudah untuk dipahami, sehingga memberikan manfaat dan bantuan dalam pembuatan content digital marketing tersebut.
2. Adanya permintaan untuk kegiatan tindaklanjut mengenai materi pelatihan pembuatan content digital marketing, agar lebih berkembang dalam hal desain.
3. Para peserta merasa bahwa teknologi kini memiliki peranan penting, sehingga kegiatan pelatihan seperti ini sangat membantu dan dapat memberikan manfaat dalam pemanfaatan teknologi di lingkungan sekitar.



Gambar 3. Pelatihan Pembuatan Content Digital Marketing



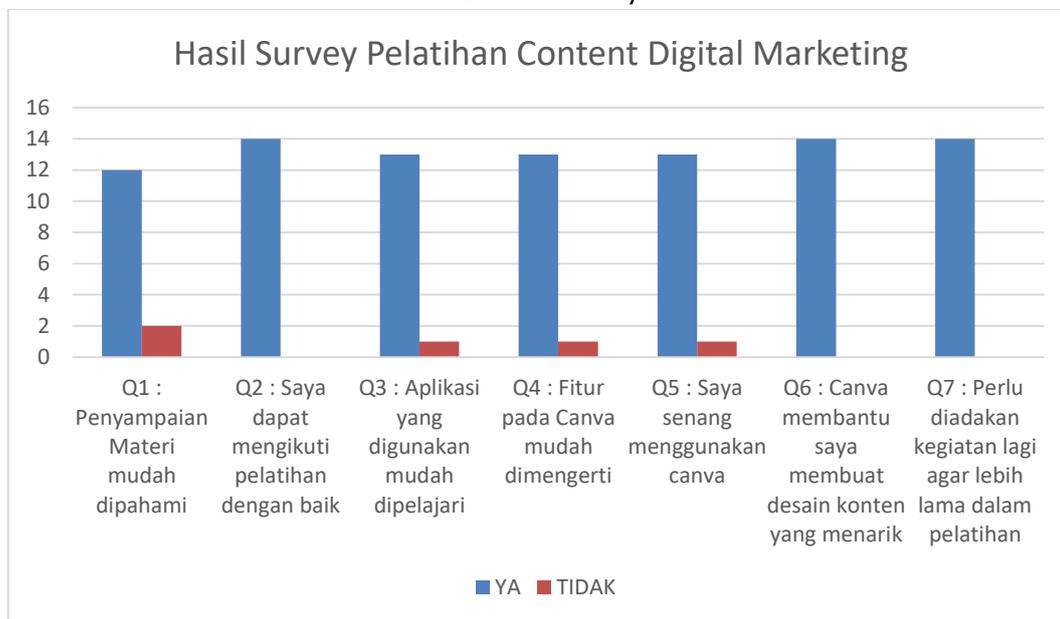
Gambar 4. Proses Pembuatan Content Menggunakan Canva



Gambar 5. Proses Pembuatan Content Menggunakan Canva

Setelah kegiatan selesai dilakukan wawancara mengenai kegiatan yang berlangsung ini kepada kurang lebih 14 peserta yang mengikuti pelatihan. Grafik di bawah ini menunjukkan hasil dari prosentase yang dilakukan pada saat mengisi angket mengenai kegiatan yang telah dilaksanakan.

Tabel 1. Hasil Survey Pelatihan



Kesimpulan

Setelah kegiatan Pelatihan Content Digital Marketing Pada Sosial Media Untuk Meningkatkan Daya Saing Di UMKM Kab. Banyumas, yaitu salah satu pelaku UMKM adalah Indococo Pasific, mendapatkan repon bagus dan juga antusiasnya yang tinggi dalam kegiatan pelatihan, sehingga apa yang disampaikan oleh pemateri dapat diterima dengan baik serta bermanfaat untuk semakin memperkuat branding dan juga hasil pembuatan konten digital marketing. Dengan diadakannya kegiatan pelatihan ini sangat besar harapannya akan terus berkembang dalam menciptakan ide-ide nya kedalam desain, dengan bantuan Canva yang memberikan kemudahan dalam membuat desain. Dan dari pihak Indococo Pasific sendiri memiliki harapan besar kegiatan serupa dapat diadakan kembali guna menambah wawasan dan pengetahuan mereka dalam hal teknologi.

Daftar Pustaka

- H. K. I. S. Philip Kotler, *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*, New Jersey: John Wiley & Sons., 2017.
- C. J. Damian Ryan, *Understanding : Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*, London: Kogan Page, 2009.
- A. K. A. I. Fachrizal Abiyuansyah, "Analisis Implementasi Strategi Content Marketing Dalam Meningkatkan Customer Engagement (Studi pada Strategi Content Marketing Amstirdam Coffee Malang)," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, vol. 73, no. 1, pp. 78-87, 2019.
- N. B. Joe Pulizzi, *Get content, Get customers: Turn Prospect into Buyers with Content Marketing*, New York: McGraw-Hill, 2009.
- B. N. S. T. N. P. Ade Andri Hendriadi, "Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Karawang," *Jurnal Pengabdian Masyarakat J-DINAMIKA*, vol. 4, no. 2, pp. 120-124, 2019.

GetCraft, "Articles," MarketingCraft, 26 May 2020. [Online]. Available: <https://marketingcraft.getcraft.com/ind/articles?main-categories=digital-marketing%7Cmarketing&article-sub-categories=content-marketing>. [Accessed 07 January 2021].