

Pelatihan Desain Dan Digital Marketing Untuk Pengembangan UMKM Didesa Jatingarang Kecamatan Weru Kabupaten Sukoharjo

Ida Nugroho Saputro^{1*}, Nazida Salma², Aprilia Maharani Tunggal Putri³, Fathoni Udaneni⁴, Titik Novitasari⁵, Firdaus Ditio Ramadhan⁶, Ika Novia Lestari⁷, Anindya Novrizza Pribadi⁸, Reinaldy Akbar Nugraha⁹, Rahmad Yahya Tri Kurniawan¹⁰, Risia Hanifa Ramadhani¹¹

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11 Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

*e-mail korespondensi: idanugroho@staff.uns.ac.id

Abstract

Poster design which includes pictures and sentences on small or large paper that is installed in public places containing information that can be read by all residents. The poster aims to inform and promote to residents about the products that have been produced. In its development, it is known as digital marketing to be able to market products online. MSME actors who make products and services are required to master digital marketing in order to compete in the current era. One of the efforts in mastering digital marketing is by creating attractive designs to promote products. Therefore, design training and digital marketing were conducted for MSME actors in Jatingarang to increase their knowledge and understanding of how to make good designs. And take advantage of the design to promote his business so that it can be known by the wider community. In this training, business actors can develop products well and offer products digitally.

Keywords: digital, marketing, training, village, business

Abstrak

Desain poster yang didalamnya memuat gambar serta kalimat pada kertas yang berukuran kecil maupun besar yang dipasang pada tempat umum berisi informasi yang bisa dibaca oleh semua warga. Pada poster bertujuan untuk menginformasikan dan mempromosikan kepada warga berisi tentang produk yang telah dihasilkan. Dalam perkembangannya dikenal dengan digital marketing untuk bisa memasarkan produk secara onlin. Pelaku UMKM yang membuat produk dan jasa dituntut untuk menguasai digital marketing agar bisa bersaing pada era sekarang. Salah satu upaya dalam menguasai digital marketing dengan membuat desain yang menarik untuk mempromosikan produk. Mekan dilakukan pelatihan desain dan digital marketing untuk pelaku UMKM di Jatingarang untuk menambah pengetahuan dan memahami tentang cara membuat desain yang baik. Serta memanfaatkan desain untuk mempromosikan usahanya sehingga bisa dikenal masyarakat luas. Dalam pelatihan ini pelaku usaha dapat mengembangkan produk secara baik dan menawarkan produk secara digital.

Kata Kunci: digital, marketing, pelatihan, desa, usaha

Accepted: 2023-02-25

Published: 2023-04-04

PENDAHULUAN

Desa Jatingarang merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Weru Kabupaten Sukoharjo sebagian besar terdiri dari lahan pekarangan. Dalam menjalankan roda pemerintahan dipimpin oleh seorang kepala desa dibantu sekretaris dan perangkat yang lain. Berdasarkan data kependudukan dari website kabupaten Sukoharjo tahun 2019 bahwa penduduk desa Jatingarang sejumlah 5523 jiwa terdiri dari 2770 jenis kelamin laki-laki dan 2753 jenis kelamin perempuan (Data Kependudukan Kabupaten Sukoharjo, n.d.). Aktifitas warga desa banyak melakukan kegiatan pertanian untuk menghasilkan produk komoditas pangan untuk menunjang kehidupan sehari-hari.

Internet mempunyai manfaat yang besar dalam kehidupan sehari-hari dalam meningkatkan pengetahuan dan menambah cakrawala ilmu tentang komunikasi bagi semua orang. Banyak informasi yang diterima oleh semua orang dengan kemudahan komunikasi dalam jarak yang tanpa batas tanpa melakukan pertemuan langsung (Talika, 2016). Manfaat internet sebagai sumber belajar yang dapat diterapkan pada kegiatan belajar mengajar dalam keseharian sehingga semua

orang mengenal dan menggunakan internet (Sasmita, 2020). Internet menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi perorangan, perusahaan, pemerintahan dan instansi lainnya untuk memberikan informasi layanan bagi semua kalangan (Maharani et al., 2021). Manfaat internet bagi komunitas perempuan bisa menambah wawasan dalam berorganisasi, membimbing anak-anak dalam menggunakan internet dan mengembangkan diri untuk berwirausaha secara online (Harmastuti, 2020).

Poster merupakan hasil suatu desain grafis yang memuat tentang informasi yang ditulis/dicetak pada kertas yang berukuran besar ditempatkan pada tempat-tempat yang strategis sehingga banyak orang untuk mengetahui dan membacanya. Tujuan poster untuk mencari perhatian banyak orang, poster juga bisa menjadi sarana untuk menawarkan produk dan jasa yang dihasilkan. Pembuatan media promosi untuk menampilkan kesan elegan, kuat dan berkarakter pada kedai kopi (Hernawati et al., 2021).

Digital marketing merupakan salah satu media yang banyak digunakan oleh masyarakat saat ini dan setiap hari tanpa disadari menggunakannya (Didin Hadi Saputra, Dian Utami Sutiksno, Aditya Halim Perdana Kusuma, Romindo, Romindo, Dewi Wahyuni, Agung Purnomo, n.d.). Sejalan dengan perkembangan jaman banyak masyarakat umum mulai beralih ke digital marketing. Dalam artian yang lebih luas digital marketing mempunyai arti memasarkan atau membeli sebuah produk melalui internet. Media online yang biasa digunakan seperti instagram, facebook, tokopedia, shopee, dll. Media sosial bisa memberikan informasi kegiatan promosi dan desain yang menarik yang menyajikan produk yang kemasan yang higienis, bersih dan rapi (Ekasari et al., 2019). Kegiatan marketing digital mengalami perkembangan pengguna yang pesat pada saat pandemi corona (Siska et al., 2021). Digital marketing muncul dimasyarakat sebagai industri baru dalam pemasaran yang menggunakan internet sebagai media untuk menyampaikan informasi (Muljono, n.d.).

Pelatihan banyak diperlukan untuk meningkatkan perilaku, pengetahuan, ketrampilan, dan kinerja bagi individu maupun kelompok (B. Santoso, n.d.). Maka dari dalam melakukan pelatihan harus direncanakan agar bermanfaat kepada seluruh masyarakat, organisasi atau lembaga. Berkaitan dengan pemenuhan ketrampilan warga masyarakat tentang penguasaan desain dan digital marketing diperlukan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan. Pelatihan digital marketing bisa meningkatkan kesejahteraan ekonomi warga pada masa depan (Pranoto et al., 2019). Pemanfaatan digital marketing menunjang kegiatan bisnis untuk meningkatkan penghasilan UMKM dalam pemasaran produk dan jasa (Abdurrahman et al., 2020). Penggunaan digital marketing bagi karang taruna mendorong peningkatan penjualan karena berkembangnya ekspos terhadap produk yang dijual (R. Santoso et al., 2020)

Perkembangan jaman di era yang serba digital berpengaruh pada sektor ekonomi sebagai alat ukur keberhasilan pada pemerintah. Peran masyarakat dalam meningkatkan pembangunan ekonomi dengan pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM mempunyai peran yang sangat vital untuk pengembangan ekonomi pada masyarakat. Ditengah pandemi corona yang masih ada di lingkungan kita, perekonomian yang masih bertahan dalam sektor UMKM. Untuk mendukung peran UMKM, maka peran akademisi untuk memberikan penguatan melalui pelatihan bagi warga agar ketrampilan tetap terasah dengan baik. Permodalan dan pemasaran dalam UMKM berdampak pada pengelolaan dan menghasilkan produk agar lebih bersaing dengan produk yang lain (Rahmini et al., 2017). Desain grafis dalam bentuk poster yang memuat kata-kata maupun gambar yang dicetak pakai komputer maupun ditulis tangan. Informasi poster berisikan informasi yang perlu disampaikan kepada masyarakat umum. Sehingga masyarakat mengetahui informasi tersebut dan diharapkan melakukan yang ada diposter. Kebanyakan poster berisis tentang promosi produk dan jasa dan informasi yang lainnya. Seiring dengan perkembangan jaman poster ditampilkan dengan media digital. Yang biasa dikenal dengan

digital marketing sebagai usaha untuk memasarkan suatu produk atau jasa didalam internet. Banyak media internet yang bisa dipakai seperti istagram, whatsapp, facebook dll.

Permasalahan UMKM di Desa Jatingarang masih rendahnya dalam pemasaran produk yang dihasilkan hanya mengandalkan door to door di rumah. Sementara layanan pada internet tentang jual beli onlin berkembang sangat pesat belum termanfaatkan secara optimal. Banyak informasi produk yang tidak tersampaikan kemasyarakat secara lengkap. Produk yang dihasilkan oleh UMKM di Desa Jatingarang masih belum banyak yang mengenal secara luas. Karena keterbatasan dalam menyampaikan informasi produk yang dilakukan secara offline.

Dalam meningkat ketrampilan desain dan digital marketing maka dilakukan pelatihan untuk penguasaan tentang desain poster dan pemasaran secara onlin. Pelatihan dilakukan untuk UMKM bagi warga masyarakat Desa Jatingarang, untuk membuka wawasan tentang pemasaran yang lebih modern. Dengan kegiatan ini mengembangkan pengetahuan dan ketrampilan sehingga dapat membuat desaian yang baik dan bisa memasarkan produk secara online.

METODE

Pelaksanaan kegiatan pelatihan tentang desain grafis dan digital marketing untuk pengembangan UMKM di Desa Jatingarang. Kegiatan pelatihan dilaksanakan yaitu di kantor Desa Jatingarang. Pelaksanaan kegiatan dalam pelatihan desain dan digital marketing adalah metode presentasi mengenai pengenalan bentuk desain grafis, memberikan contoh-contoh produk poster sebagai media digital dilanjutkan dengan melakukan praktek pembuatan digital marketing. Pelatihan menggunakan software canva untuk membuat poster yang menarik. Kemudian poster dipasangkan pada internet melalui media online antara lain facebook, instagram, whatsapp, shopee, tokopedia dll. Kegiatan pelatihan diakhiri dengan melakukan refleksi tentang solusi permasalahan yang terjadi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini tentang pengembangan UMKM mendapat tanggapan positif. Pelatihan desain dan digital marketing untuk pengembangan UMKM merupakan proses pembelajaran yang ditujukan untuk mengenalkan kepada masyarakat. Pelatihan ini mengajarkan tentang cara membuat desain grafis sebagai bentuk media promosi untuk mengenalkan produk. Kegiatan ditujukan untuk kelompok karang taruna desa Jatingarang dengan pertimbangan masih memasuki usia produktif dan sudah biasa mengoperasikan komputer dan handphone. Selain itu usia produktif lebih cepat dalam menerima materi pelatihan dan rasa keingintahuan lebih tinggi. Kegiatan ini dihadiri oleh 25 wakil karang taruna dari perwakilan RT/RW. Dari perwakilan karang taruna tiap RT/RW diharapkan dapat menularkan ilmu kepada masyarakat yang lain. Sehingga masyarakat yang mengetahui tentang pembuatan desain digital marketing.

Kegiatan pelatihan diawali dengan pemberian materi tentang desain produk oleh pemateri. Pemateri menampilkan produk-produk desain yang baik untuk promosi secara digital. Setelah penyampaian materi tentang media poster sebagai promosi dilanjutkan digital marketing dengan sesi tanya jawab.



Gambar 1. Sesi Materi Pelatihan



Gambar 2. Melaksanakan tanya jawab

Materi pelatihan telah tersampaikan dilanjutkan dengan memberikan contoh-contoh poster. Pemateri memberikan contoh desain grafis kepada karangtaruna sesuai dengan produk yang akan dipasarkan. Perangkat lunak yang digunakan untuk membuat desain grafis dengan software canva yang bisa digunakan pada komputer dan mobile.

Pelatihan yang dilaksanakan sangat berguna bagi karang taruna untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan tentang potter dan media promosi. Para karang taruna sangat antusias dalam melaksanakan pelatihan ini.



Gambar 3. Pemberian contoh

Dengan diselenggarakannya pelatihan membawa dampak positif bagi karang taruna sebagai penerima pengetahuan dan ketrampilan. Tranfer pengetahuan dan pelatihan yang dilakukan perguruan tinggi memberikan kontribusi nyata untuk warga masyarakat. Masalah-masalah yang dihadapi masyarakat serta solusi masalah tercantum pada tabel berikut ini.

Tabel 1. Solusi Masalah

No	Masalah	Solusi Masalah	Keterangan
1	Penggunaan internet dalam proses komunikasi promosi produk dan pemasaran kurang optimal	Memberikan pengetahuan cara membuat desain digital untuk promosi produk menggunakan handphone pada media sosial yang biasa diakses oleh masyarakat luas.	Memberikan dampak kepada peserta pelatihan untuk bisa menggunakan handphone sebagai sarana promosi dan pemasaran produk
2	Pemasaran dalam menggunakan teknologi komunikasi untuk mampu bersinergi dengan usaha-usaha yang berbasis online maupun media sosial.	Menciptakan desain digital yang menarik dengan sentuhan tertentu merancang suatu produk baru sehingga bisa diterima customer. Desain yang diharapkan dapat sejajar dengan produk yang lain. Desain produk dengan memanfaatkan media onlin dapat meningkatkan usahanya.	Memberikan dampak yang sangat baik bagi karang taruna pelaku UMKM yang untuk mengikuti trend produk dan teknologi komunikasi. Produk akan dikenal secara luas dan untuk mendukung perkembangan UMKM secara mandiri,
3	Produk desain seperti pamlet dan banner kurang dimanfaatkan sebagai sarana promosi secara efektif.	Melakukan kegiatan pelatihan pembuatan desain produk untuk desain digital. Memberikan informasi yang baik agar pesan dari desain	Memberikan dampak positif bagi karang taruna untuk bisa menjadi mandiri dalam membuat desain digital. Sebagai seorang pembelajar yang baik

digital tersampaikan kepada masyarakat luas. Cara promosi yang efektif dapat diterima oleh pembaca.	dapat mengembangkan desain digital yang lain. Digital desain banyak tersedia pada playstore android handphone.
---	--

Berdasarkan hasil kegiatan yang dilakukan di Desa Jatingarang mendapatkan respon masyarakat yang baik. Kegiatan ini mempunyai dampak kepada warga untuk dapat menggunakan fasilitas gawai sebagai sarana untuk mempromosikan produk yang dihasilkan. Bagi para UMKM dapat membuat usaha-usaha baru yang lagi ramai untuk bisa dipasarkan dan dapat bersaing dengan para wirausaha sejenis. Dan juga warga masyarakat lebih mandiri dalam mengaplikasikan desain digital bukan hanya pada satu aplikasi saja tetapi bisa menggunakan aplikasi yang lain.

KESIMPULAN

Pada pelaksanaan pelatihan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelaku UMKM lebih mudah dalam melakukan promosi produk lewat media online yang telah banyak digunakan oleh masyarakat.
2. Peranan internet untuk pemasaran secara digital dan media sosial yang mampu mengembangkan usaha secara baik.
3. Kegiatan pelatihan desain grafis untuk pengembangan UMKM bisa bersinergi dengan pemerintah desa agar bekerja bersama-sama.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada unit pelaksana KKN UNS, UMKM, serta perangkat pemerintahan desa Jatingarang yang telah memberi dukungan terselenggaranya program kegiatan yang berbasis ekonomi pada desa.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88–92. <https://doi.org/10.32528/JPMM.V1I2.3981>
- Data Kependudukan Kabupaten Sukoharjo. (n.d.). Retrieved September 30, 2022, from http://sukoharjokab.go.id/laporan_kependudukan/jiwa/rekap/1/2005?tahun=2019&semester=1
- Didin Hadi Saputra, Dian Utami Sutiksno, Aditya Halim Perdana Kusuma, Romindo, Romindo, Dewi Wahyuni, Agung Purnomo, J. S. (n.d.). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Retrieved September 30, 2022, from https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=usbSDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=men+desain+digital+marketing&ots=drToxk-0Fj&sig=zhBhIN3XFGndZwQ68JnmTNXshVE&redir_esc=y#v=onepage&q=mendesain+digital+marketing&f=false
- Ekasari, N., Hasanah, N., Perdana Siregar, A., Sari, N., Titi Nifita, A., Jambi, U., Pinang Masak Mendalo Darat, K., Studi Manajemen, P., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2019). Implementasi Digital Marketing dan Inovasi Kemasan Kue Bengen Produk Kuliner Khas Jambi. In *Jurnal Inovasi, Teknologi dan Dharma Bagi Masyarakat* (Vol. 1, Issue 1). September. <https://online-journal.unja.ac.id/JITDM/article/view/8675>
- Harmastuti, H. (2020). MANFAAT INTERNET UNTUK IBU-IBU MASYARAKAT DUSUN KEDULAN TIRTOMARTANI KALASAN SLEMAN YOGYAKARTA. *DHARMA BAKTI*, 125–133. <https://doi.org/10.34151/DHARMA.V3I2.3119>

- Hernawati, N. L. Y., Nanadaryani, N. W., & Pratama, I. G. Y. (2021). PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI SARANA PROMOSI KEDAI KOPI SEMEJA DI BADUNG. *Jurnal Selaras Rupa*, 2(1), 35–44. <https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/selarasrupa/article/view/210>
- Maharani, D., Helmiah, F., & Rahmadani, N. (2021). Penyuluhan Manfaat Menggunakan Internet dan Website Pada Masa Pandemi Covid-19. *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.25008/ABDIFORMATIKA.V1I1.130>
- Muljono, R. K. (n.d.). *Digital Marketing Concept*. Retrieved September 30, 2022, from https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=ROp8DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=mendesain+digital+marketing&ots=P_B7NUoEYM&sig=q0Xkk8XtqKHvcF2FgCf17nN1RN&redir_esc=y#v=onepage&q=mendesain+digital+marketing&f=false
- Pranoto, P., Jasmani, J., & Marayasa, I. N. (2019). PELATIHAN DIGITAL MARKETING UNTUK PENINGKATAN PEREKONOMIAN ANGGOTA KARANG TARUNA AL BARKAH DI KAMPUNG CICAYUR - TANGERANG. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 250–258. <https://doi.org/10.32493/J.PDL.V1I2.2425>
- Rahmini, Y., Sekolah, S., Ilmu, T., & Balikpapan, E. (2017). PERKEMBANGAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH) DI INDONESIA. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 51–58. <https://journal.upp.ac.id/index.php/cano/article/view/627>
- Santoso, B. (n.d.). *Skema dan Mekanisme Pelatihan: Panduan Penyelenggaraan Pelatihan*. Retrieved October 1, 2022, from https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=bKdABAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=pelatihan&ots=T_Z-8nSe6v&sig=fz2IPfEPRV3hG7_iOh7boZdkxhQ&redir_esc=y#v=onepage&q=pelatihan&f=false
- Santoso, R., Yanu, A., Fianto, A., & Ardianto, N. (2020). PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING UNTUK PENGEMBANGAN BISNIS PADA KARANG TARUNA PERMATA ALAM PERMAI GEDANGAN SIDOARJO. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, 4(2), 326–338. <https://doi.org/10.20473/JLM.V4I2.2020.326-338>
- Sasmita, R. S. (2020). PEMANFAATAN INTERNET SEBAGAI SUMBER BELAJAR. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 2(1), 99–103. <https://doi.org/10.31004/JPKD.V2I1.603>
- Siska, E., Mas, N., & Noviyah, R. (2021). SOSIALISASI PELAKSANAAN PROTOKOL KESEHATAN PADA MASA NEW NORMAL DAN PENGGUNAAN APLIKASI CANVA UNTUK DIGITAL MARKETING DI PANTI SOSIAL ASUHAN ANAK MUSLIMIN MANGGARAI SELATAN TEBET. *Jurnal Abdimas Perbanas*, 2(1), 1–16. <https://doi.org/10.56174/JAP.V2I1.371>
- Talika, F. T. (2016). MANFAAT INTERNET SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI BAGI REMAJA DI DESA AIR MANGGA KECAMATAN LAIWUI KABUPATEN HALMAHERA SELATAN. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 5(1). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/10933>