PRO SEJAHTERA
(Prosiding Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat) *p-ISSN 2656-5021*
Volume 5 Halaman 200-205 Maret 2023 *e-ISSN 2657-1579*

PELATIHAN PENGEMBANGAN USAHA DAN OPTIMALISASI KREATIVITAS UMKM MELALUI DIGITAL MARKETING DI KELURAHAN KUIN UTARA KECAMATAN BANJARMASIN UTARA KOTA BANJARMASIN

Hairudinor*, Rizki Muslim Hidayat

Universitas Lambung Mangkurat,,Kota Banjarmasin, Provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia
**Corresponding author: hairudin@ulm.ac.id*

Abstrak. Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini (a) Adanya pelatihan pengembangan usaha dan kreativitas pelaku UMKM lahan basah sebagai bentuk visi ULM. (b) Adanya digitalisasi marketing sebagai strategi promosi dan pemasaran untuk produk UMKM lahan basah. (c) Pembinaan dan peningkatan SDM dalam inovasi produk dan manajemen kewirausahaan, pemasaran serta kemitraan. (d) Mewujudkan digital marketing sebagai strategi promosi dan pemasaran produk untuk meningkatkan penjualan dan daya saing produk hasil UMKM. Metode kegiatan ini yaitu 1) Penyuluhan dan Diskusi, 2) Demonstrasi dan Redemonstrasi, 3) Pelatihan dan Pendampingan, 4) Evaluasi kegiatan. Kunjungan ke UMKM lahan basah yang menjadi target kegiatan, analisis kebutuhan, memberikan materi dalam bentuk workshop sekaligus berdiskusi yang terkait permasalahan, kemudian nara sumber memberikan solusi terkait masalah yang dihadapi. Selanjutnya dilaksanakan juga simulasi pemasaran dan promosi melalui digital marketing. Pelatihan Pengembangan Usaha dan Optimalisasi Kreativitas UMKM Melalui Digital Marketing berfokus kepada promosi produk UMKM yang dilaksanakan mengimplementasikan peningkatan penjualan dan daya saing produk hasil UMKM. Diharapkan dengan melakukan promosi produk, maka pihak luar lebih mengenal tentang variasi produk-produk UMKM di Keluarahan Kuin Utara Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin sehingga akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kata kunci: marketing, pelatihan, pengembangan, optimalisasi, UMKM.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia digital membuat perubahan dalam bisnis. Kini para pelaku usaha dapat berjualan di marketplace dan menjalankan aktivitas *e-commerce*. Usaha merupakan suatu unit ekonomi yang melakukan aktivitas dengan tujuan menghasilkan barang/jasa untuk dijual atau ditukar dengan barang lain, (Badan Pusat Statistik, 2020). Jumlah UMKM semakin bertambah, hal tersebut menandakan bahwa masyarakat saat ini mulai tertarik untuk berwirausaha. Adanya wabah pandemi Covid-19 membuat para pengusaha menjadi lebih kreatif dan inovatif dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Perubahan perilaku konsumen di era digital, pembatasan aktivitas fisik dan sosial menjadi katalis bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Kementerian Koperasi dan UKM mencatat, jumlah UMKM yang sudah menggunakan teknologi digital (*e-commerce*) mencapai 12 juta lebih (data Februari 2021). Jumlah ini melampaui target pemerintah yang mematok angka sebesar 10 juta pada akhir tahun 2020 lalu. Para pelaku ekonomi kecil itu memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produknya (Waluyo, 2021).

Salah satu kendala utama yang dihadapi UMKM yaitu terhadap pemanfaatan tekhnologi tepat guna dalam upaya meningkatkan produktivitas usahanya. Kendala tersebut diakibatkan oleh banyak faktor, seperti misalnya karena masih rendahnya tingkat pemahaman dan tingkat aksesibilitas terhadap perkembangan tekhnologi, (Shaferi et al., 2016). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) tertuang dalam peraturan Walikota Banjarmasin Nomor 22 tahun 2010 tentang Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), Dimana pengembangan UMKM adalah upaya dilakukan oleh pemerintah daerah, dunia usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) melalui pemberian fasilitas bimbingan, pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Meningkatkan peran UMKM sebagai pelaku ekonomi yang tangguh, profesional, dan mandiri sebagai basis perkembangan ekonomi kerakyatan yang bertumupu pada mekanisme pasar yang berkeadilan, berbasis pada sumber daya alam serta sumber daya

© 2022 Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Lambung Mangkurat

manusia yang produktif, mandiri, maju berdaya saing, berwawasan lingkungan dan berkelanjutan. Selanjutnya dalam perwali tersebut dijelaskan pemberdayaan dan pengembangan usaha terhadap UMKM dapat dilakukan dalam bentuk : 1) Pendidikan dan pelatihan, 2) Fasilitas Kelembagaan dan usaha, 3) Fasilitas perkuatan permodalan, dan 4) Fasilitas pemasaran dan promosi.

UMKM merupakan suatu usaha yang potensial bagi pelaksanaannya perlu dioptimalkan dan digali kembali potensi-potensi yang ada untuk peningkatan pembangunan ekonomi masyarakat (Anggraeni, Hardjanto, 2013). Permasalahan secara umum yang sedang dihadapi pelaku usaha dalam pengembangan usaha dan kreativitas di Kelurahan Kuin Utara Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin diantaranya sebagai berikut :

1) Kurangnya pemanfaatan tekhnologi tepat guna dalam upaya meningkatkan produktivitas usahanya, seperti kurangnya mengikuti perkembangan digital, terutama pengetahuan tentang pemasaran digital. Sebagian besar pelaku usaha di kelurahan kuin utara masih menggunakan tipe pemasaran konvensional dan menggunakan media cetak/brusor untuk promosi.
2) Kurangnya modal, keterampilan dan pengetahuan menjadi permasalahan yang banyak dihadapi masyarakat di kelurahan Kuin Utara, padahal kelurahan ini merupakan salah satu kelurahan potensial, memiliki aksses jalan yang baik dan dekat dengan pusat perdagangan Kota Banjarmasin sehingga membuat kelurahan ini dapat mengembangkan usahanya karena memiliki akses mudah dalam pemasaran dan promosi.

Adopsi teknologi untuk pemasaran sangat penting untuk kelangsungan usaha kecil, sebenarnya terdapat keinginan yang kuat dari UMKM untuk mengadopsi teknologi dalam pemasaran, (Alford & Page, 2015). Namun terdapat permasalahan yang dihadapi oleh UMKM sehingga pemanfaatan teknologi ini kurang berjalan dengan baik. Dengan demikian, diperlukan perhatian terhadap pengembangan UMKM, dimana strategi pemasaran online berpengaruh positif terhadap peningkatan laba UMKM, (Setiawati & Widyartati, 2017).

Keterampilan diperlukan bagi para pelaku usaha untuk dapat mengoperasikan media sosialnya dengan baik sebagai penunjang aktivitas pemasaran untuk mendukung keberlangsungan usaha di era digital. Salah satu bentuk informasi teknologi yang dapat diterapkan oleh UMKM untuk mengembangkan usahanya adalah dengan mengadopsi *e-commerce*, (Ningtyas *et al*., 2015). Selain adaptif dalam menggunakan sistem informasi dan teknologi, para pelaku usaha juga perlu memiliki kreativitas dalam mengembangkan produknya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hadiyati (2011) kreativitas meliputi terbuka terhadap pengalaman, selektif dan inovatif dalam menganalisa peluang.

2. METODE

Metode kegiatan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah ceramah, tanya jawab, tugas, latihan praktik dan simulasi. Adanya kombinasi penggunaan metode ini diharapkan tujuan dari kegiatan ini dapat tercapai secara optimal. Selanjutnya melakukan wawancara, yaitu tanya jawab dengan UMKM tentang digital marketing.

Tabel 1. Metode pelaksanaan

No	Uraian	Metode Pelaksanaan	Tujuan
1	Identifikasi penggunaan media pemasaran pada UMKM di Kelurahan Kuin Utara Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin	Observasi, wawancara, dan Focus Group Discussion (FGD)	Mengetahui kondisi saat ini dari para pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dalam menjalankan usahanya.
2	Pelatihan pengembangan usaha dan kreativitas melalui digital marketing	Penyampaian materi/ceramah, tanya jawab, demonstrasi latihan dan simulasi	Meningkatkan kreativitas dan wawasan pelaku usaha mengenai kewirausahaan, terutama berbisnis dengan cara digital marketing

© 2022 Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Lambung Mangkurat

3	Evaluasi	Wawancara/kuesioner	• Mengetahui tanggapan, tindak lanjut dan harapan pelaku UMKM tentang digital marketing • Mengetahui kesesuaian identifikasi masalah dengan kegiatan pelatihan yang diberikan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagaimana dirancang dalam metode pelaksanaan bahwa metode pendampingan dan pelatihan dilaksanakan dalam bentuk penjelasan materi dan tanya jawab. Pendampingan dan pelatihan materi disajikan oleh tim pengabdi berisi apresiasi, motivasi, informasi dan deskripsi mengenai topik PKM yakni Pelatihan Pengembangan Usaha dan Optimalisasi Kreativitas UMKM Melalui Digital Marketing di Kelurahan Kuin Utara Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin

Kegiatan sosialisasi ini dilakukan bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, wawasan, kesadaran dan motivasi mitra dan masyarakat lainnya tentang pentingnya memanfaatkan digital marketing untuk pemasaran produk maupun sebagai media promosi produk. Kegiatan sosialisasi sekaligus pelatihan pengembangan usaha, manajemen kewirausahan UMKM dan Optimalisasi Kreativitas UMKM Melalui Digital Marketing di Kelurahan Kuin Utara Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin akan meningkatkan pemahaman masyakat terhadap pengetahuan dan wawasan serta peluang Kerjasama antara kelompok UMKM dengan akademisi untuk menciptakan sinergi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya kelompok UMKM yang menjadi target dalam program ini. Mitra yang telah mengikuti kegiatan ini diharapkan dapat mengembangkan potensi diri dan kemampuannya dan merangsang untuk memulai kegiatan produktif sehingga dapat berkelanjutan meskipun kegiatan pengabdian ini telah selesai.

Gambar 1. Penyampaian Materi Pelatihan Pengembangan Usaha dan Optimalisasi Kreativitas UMKM Melalui Digital Marketing di Kelurahan Kuin Utara Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin

Peningkatan kapasitas dilakukan dengan memberikan berbagai pelatihan kepada kelompok UMKM "Hayak Bamara" di Kelurahan Kuin Utara Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin. Pada tatap muka ini, tim pengabdi memberikan motivasi dan bimbingan tentang digital marketing dalam promosi atau pengenalan produk yang berkualitas. Oleh karena itu, Perlu adanya sebuah sinergi antara pemerintah daerah, akademisi, lembaga swadaya masyarakat dan perusahaan dalam mengembangkan SDM di Kelurahan Kuin Utara Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin sehingga diharapkan mampu berkontribusi sebagai promosi dalam meningkatkan penjualan produk yang selanjutnya akan berdampak pada kesejahteraan masyarakat.

Pelatihan ini dilaksanakan pada hari senin tanggal 25 Juli 2022 dengan jumlah peserta sebanyak 40 orang peserta dari kelompok UMKM "Hayak Bamara" Kelurahan Kuin Utara Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin. Pada kegiatan ini, Tim pengabdi juga bekerjasama dengan Organisasi Masyarakat "Kerukunan Keluarga Bakumpai" (KKB) Kota Banjarmasin untuk lebih mengoptimalkan hasil yang akan dicapai dalam tujuan

© 2022 Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Lambung Mangkurat

kegiatan pengabdian serta adanya keberlanjutan program yang akn terus dilaksanakan serta dipantau dalam proses perkembangannya. Hal ini berdasarkan asumsi bahwa pelatihan yang hanya dilaksanakan sekali atau 2 kali hanya akan membatasi kreativitas kelompok UMKM, sedangkan yang kita ketahui konsep digital marketing atau pada tahap prakteknya selalu berkembang dan terus update seiring dengan perkembangan teknologi informasi. Kecenderungan ini memerlukan suatu organisasi masyarakat sebagai kontrol dan memonitor perkembangan kelompok UMKM di Kelurahan Kuin Utara Kecamatan Banjarmasin Utara. Pendampingan dari tim dan pemateri kepada para peserta pelatihan dilakukan selama pelatihan berlangsung. Pemateri memberikan arahan dan petunjuk teknis apa yang harus dilakukan para peserta untuk mempraktikkan beberapa hal untuk keperluan transaksi jual beli onlie di marketplace.

Gambar 2. Diskusi dan tanya jawab antara pendamping dengan peserta pelatihan Pengembangan Usaha dan Optimalisasi Kreativitas UMKM Melalui Digital Marketing di Kelurahan Kuin Utara Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin

Pada dasarnya penyampaian materi pelatihan dan pendampingan dilakukan dengan cara diskusi. Diskusi dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai pengalaman, kendala-kendala yang dihadapi, memberikan *feed back* atas pertanyaan-pertanyaan dan berupaya menemukan solusi atas permasalahan yang dihadapi baik perorangan maupun kelompok. Adapun sosialisasi/penyuluhan dimulai dengan memberikan materi yang membangun wawasan dan kesadaran mitra meliputi:

1) Pengenalan Digital Marketing.
2) Jenis Digital Marketing.
3) Strategi Digital Marketing.
4) Pembimbingan Digital Marketing.

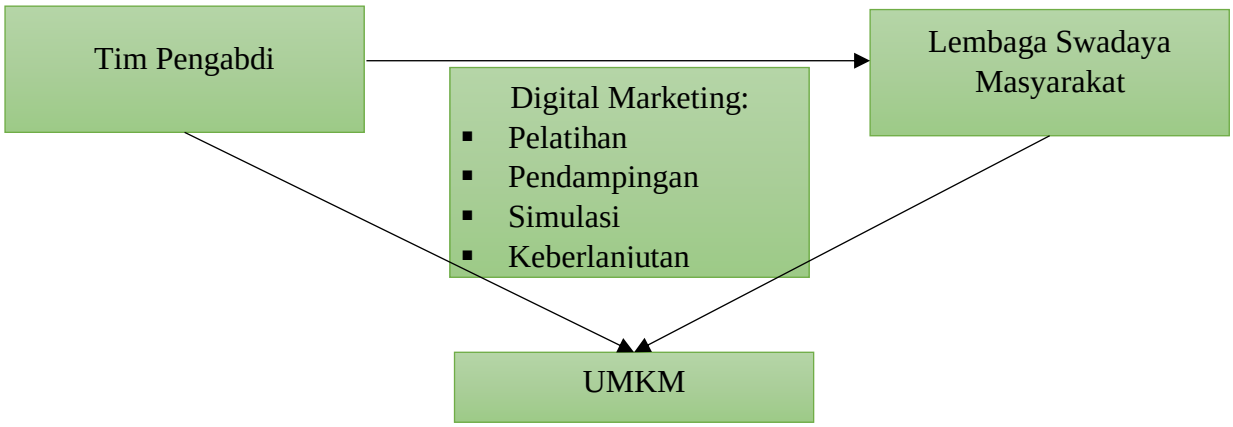
Selanjutnya, gagasan dalam mengkolaborasikan berbagai pemangku kepentingan untuk bersama-sama membangun UMKM. Kampus memiliki tenaga akademik dan mahasiswa muda yang haus akan pengalaman terutama pengalaman dimasyarakat. Bahkan, kampus memiliki pemikir yang bisa berkontribusi dalam kebijakan pengembangan UMKM. Dampak positif dalam pengembangan kreativitas UMKM, promosi dan pemasaran yang akan diwujudkan melalui digital marketing yang sesuai dengan kelompok UMKM “Hayak Bamara” Kelurahan Kuin Utara Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin.

Hasil diskusi dan tanya jawab dengan kelompok UMKM “Hayak Bamara” maka terdapat beberapa masalah dalam hal pengembangan kelompok tersebut seperti kapasitas pelaku UMKM, akses permodalan, akses peralatan serta promosi dan pemasaran. Permasalahan tersebut tentunya membuat kelompok UMKM “Hayak Bamara” kurang berkembang dengan baik.

© 2022 Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Lambung Mangkurat

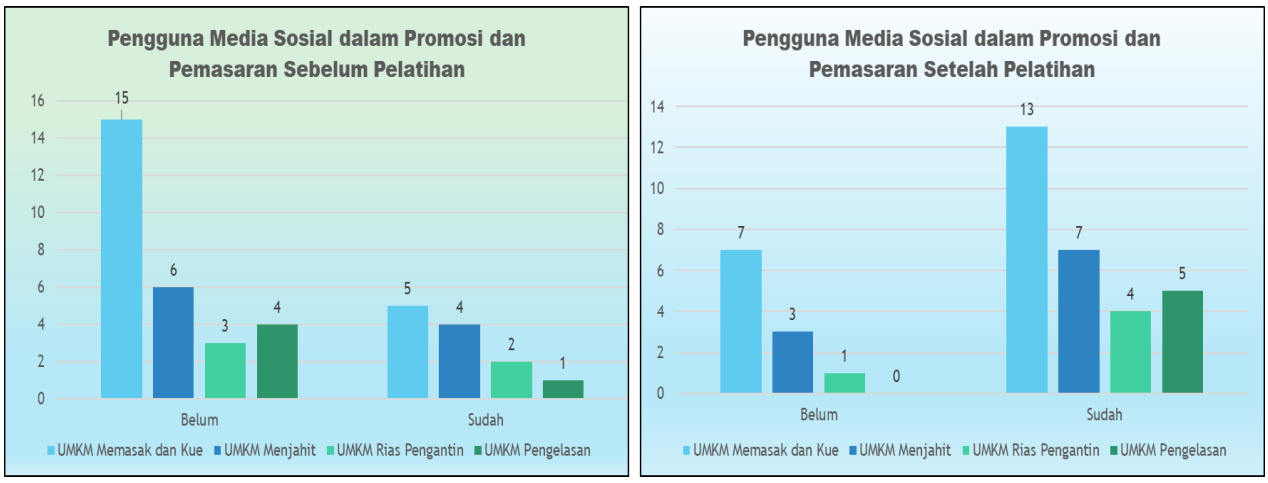
Peningkatan kapasitas sumber daya manusia kelompok UMKM "Hayak Bamara" melalui pelatihan dan sosialisasi dari ULM tentunya akan meminimalisir permasalahan yang dihadapi kelompok UMKM tersebut, khususnya permasalahan promosi dan pemasaran akan ditindaklanjuti dengan adanya implementasi digital marketing yang sesuai dengan keadaan kelompok UMKM "Hayak Bamara" Kelurahan Kuin Utara Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin.

Salah satu permasalahan yang sering terjadi adalah kesulitan pelaku UMKM terhadap akses pemasaran dan promosi produk UMKM. Akses pemasaran diperlukan agar barang yang diproduksi bisa laku di pasaran. Karena akses pasar ini menjadi kendala dan membuat UMKM tidak dapat berkembang karena tidak tahu kemana produk akan dipasarkan. Akses pasar dan promosi produk adalah hal yang berhubungan. Dengan adanya promosi produk, diharapkan dapat membuka peluang bagi pelaku UMKM terhadap akses pasar. Produk jadi lebih dikenal oleh calon konsumen nantinya.



Gambar 3. Pola Pengembangan Promosi dan Pemasaran Produk UMKM melalui Digital Marketing

Diharapkan dengan melakukan promosi produk, maka pihak luar lebih mengenal produk-produk dari kelompok UMKM "Hayak Bamara" Kelurahan Kuin Utara Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin. Kedepannya Pengembangan Promosi dan Pemasaran Produk UMKM melalui Digital Marketing dintegrasikan dengan pelaku UMKM yang ada di Kalimantan Selatan.



Gambar 4. Pengguna Media Sosial dalam Promosi dan Pemasaran Sebelum dan Sesudah Mengikuti Pelatihan

Berdasarkan diagram diatas, Sebagian besar UMKM belum menggunakan media sosial dalam promosi maupun pemasaran sebelum mengikuti pelatihan. Selanjutnya setelah mengikuti pelatihan pengguna media sosial dalam promosi dan pemasaran produk UMKM mengalami peningkatan.

© 2022 Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Lambung Mangkurat

4. SIMPULAN

PKM dilakukan melalui metode penyuluhan (sosialisasi), simulasi dan praktek. Kegiatan penyuluhan bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, wawasan, kesadaran dan motivasi mitra dan masyarakat lainnya untuk menjaga, memanfaatkan dan mengelola usaha secara berkelanjutan, sedangkan kegiatan simulasi dan praktek bertujuan untuk meningkatkan kemampuan teknis atau keterampilan mitra agar dapat mahir dan mampu secara teknis melaksanakan wirausaha dengan digital marketing. Ketercapaian kedua kegiatan di atas menunjukkan tingkat keberhasilan yang cukup signifikan yang diindikasikan dengan meningkatnya UMKM yang menggunakan media sosial dalam promosi dan pemasaran, hal ini menunjukkan tumbuhnya minat dan pemahaman, perubahan sikap peserta pelatihan dalam memanfaatkan *output* atau luaran sebagai hasil dari program ini.

5. UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Rektor Universitas Lambung Mangkurat, Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat dan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat serta rekan-rekan yang telah membantu kegiatan ini seperti Kelompok Usaha Hayak Bamara dan Kerukunan Keluarga Bakumpai (KKB) Kota Banjarmasin.

6. DAFTAR PUSTAKA

Alford, P & Page, S.J (2015) Marketing technology for adoption by small business. The Service Industries Journal, 2015 Vol. 35, Nos. 11–12, 655–669

Badan Pusat Statistik. (2020). Usaha Mikro Kecil.

Hadiyati, E. (2011). Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, 13(1), 8–16.

Kurniawan, A & Asharudin, M (2018). Small and Medium Enterprises (SMEs) Face Digital Marketing. Muhammadiyah International Journal of Economics and Business Volume 1, Number 2, December 2018

Ningtyas, P. K., Sunarko, B., & Jaryono. (2015). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E-commerce Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM. JP Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsoed, 21(1), 95–107.

Peratutan Walikota Banjarmasin Nomor 22 tahun 2010 tentang Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Peraturan Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2021 tentang Badan Usaha Milik Desa

Setiawati, I & Widyartati, P (2017) Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM. Seminar Nasional dan Call for Paper 2017 Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Melalui Publikasi Jurnal Ilmiah dalam Menyikapi Permenristekdikti RI No.20 Tahun 2017

Shaferi, I., Nawarini, A. T., & Dewi, M. K. (2016). Pemanfaatan Teknologi Dalam Upaya Peningkatan Produktivitas Usaha Kecil. Jurnal Personalia, Financial, Operasional, Marketing Dan Sistem Informasi, 23(1), 11–16.

Waluyo, D. (2021). Berkah Pandemi, UMKM semakin Go Digital. https://indonesia.go.id/kategori/indonesia-dalam-angka/2597/berkah pandemiumkm-semakin-go-digital

© 2022 Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Lambung Mangkurat