

PELATIHAN MEDIA PROMOSI DIGITAL PADA UKM DAPUR MAK VIVI PALEMBANG

Indra Satriadi¹, Fitrianto Puja Kesuma¹, Surahmat^{1*}, Krisna Natawijaya¹, Arif Rahman¹, Ravie Kurnia Laday¹, Alem Pameli¹

¹ Program Studi Manajemen Informatika, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia
surahmat@polsri.ac.id¹

Received: 28-12-2024

Revised: 20-01-2025

Approved: 29-01-2025

ABSTRAK

Kewirausahaan melalui Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan pendorong utama pertumbuhan ekonomi di Indonesia, berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja dan memanfaatkan sumber daya alam. Meskipun jumlah wirausahawan meningkat, persentasenya masih di bawah target ideal. Di Palembang, UKM seperti Dapur Mak Vivi menghadapi tantangan dalam pemasaran online. Pelatihan media promosi digital yang dilakukan bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UKM mengenai strategi pemasaran melalui platform digital, media sosial serta aplikasi berbasis mobile. Kegiatan pengabdian masyarakat ini melibatkan ceramah dan simulasi langsung, dengan fokus pada penggunaan aplikasi desain grafis Canva untuk meningkatkan daya tarik produk. Hasil dari pelatihan menunjukkan antusiasme peserta dan peningkatan pengetahuan mengenai desain kemasan dan label produk. Evaluasi dilakukan melalui sesi tanya jawab, yang menunjukkan pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan. Dari program pengabdian masyarakat ini memiliki kesimpulan bahwa dari pelatihan digital marketing bisa meningkatkan kemampuan UKM dalam bersaing di pasar, serta mengoptimalkan strategi pemasaran mereka. Hasil kegiatan yang sudah dilakukan memperlihatkan antusias dari peserta dan memahami nilai tambah terhadap pelatihan digital marketing.

Kata Kunci: *UMK, Konten Digital, Media Sosial*

PENDAHULUAN

Salah satu faktor utama dalam meningkatkan ekonomi Indonesia adalah peran Kewirausahaan. Diharapkan bahwa melalui Usaha Kecil Menengah (UKM), kewirausahaan bisa mendorong kreativitas dan kemampuan masyarakat dalam mengekspresikan ide serta inovasi dengan cara pemanfaatan sumber daya alam yang tersedia. UKM di Indonesia merupakan komponen vital dalam perekonomian, di samping koperasi (Kader, 2018)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), merupakan kegiatan ekonomi yang dapat dijalankan sebagai individu atau badan usaha dalam skala kecil, yang perlu dilindungi dari persaingan tidak sehat menurut Keppres RI No. 19 Tahun 1998. Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, terdapat tiga kategori UMKM: usaha mikro, usaha kecil, dan juga usaha menengah. Rudjito menekankan bahwa UMKM berperan penting untuk perkembangan ekonomi di Indonesia, khususnya dalam menghasilkan lapangan kerja dan meningkatkan jumlah usaha (Muzdalifah et al., 2020).

Data dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan adanya peningkatan signifikan di Indonesia, proporsi wirausahawan telah meningkat dari 0,24 persen menjadi 1,56 persen dari keseluruhan populasi. Namun, angka ini masih jauh dari target ideal yang ditetapkan, yaitu minimum 2 persen. Meskipun jumlah wirausaha cukup besar, persentasenya masih tertinggal dibandingkan dengan negara-negara tetangga.

Kota Palembang, yang merupakan ibu kota Provinsi Sumatera Selatan, menunjukkan kemajuan yang pesat dalam sektor UMKM setiap tahunnya. UKM di Palembang berkembang dengan baik, dan para pelaku usaha terus berinovasi. Dukungan aktif dari Pemerintah Kota Palembang, yang menyediakan pelatihan bagi

warga yang ingin menjadi pengusaha, turut berkontribusi pada pertumbuhan ini.

Salah satu contoh UMKM di Palembang adalah Dapur Mak Vivi, yang bergerak di bidang kuliner dan telah beroperasi sejak tahun 2015 di Jalan Taqwa Mata Merah Perumahan Permata Regency Blok D.10. Dapur Mak Vivi menghadapi tantangan dalam hal strategi pemasaran online dan pembuatan media promosi produk yang menarik bagi konsumen. Dengan meningkatnya pengguna internet dan media sosial, promosi melalui platform ini menjadi cara yang sangat efektif bagi pelaku UKM untuk memasarkan produk mereka dan menjangkau pelanggan di berbagai lokasi.

Peluang untuk bisnis online sangat luas. Dengan menerapkan strategi dalam pemasaran yang efektif, produk yang dihasilkan dapat diakses oleh konsumen yang membutuhkannya. Aktivitas promosi untuk memperkenalkan produk atau layanan melalui saluran pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital sangat penting. Strategi ini melibatkan penggunaan media internet, di mana promosi digital untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) berperan krusial dalam perluasan dalam menjangkau pasar dan juga peningkatan penjualan.

Dengan menggunakan media promosi digital, UMKM bisa menggunakan platform digital untuk mencapai konsumen yang lebih banyak dan beragam. Media sosial juga memungkinkan UKM untuk dapat saling berinteraksi dengan pelanggan, membangun brand awareness, dan menjalankan kampanye pemasaran yang terarah. Melalui konten yang menarik dan strategi pemasaran yang tepat, UKM dapat menarik minat calon pelanggan dan mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah ada (Aisyah & Rachmadi, 2022). Selain itu, situs web yang profesional dan mudah diakses memberikan kepercayaan lebih kepada konsumen dan memudahkan mereka dalam mendapatkan informasi terkait produk yang ditawarkan. Mengoptimalkan situs web dengan SEO (Search Engine Optimization) juga membantu UKM muncul di hasil pencarian, sehingga meningkatkan visibilitas online mereka.

Aplikasi mobile juga menjadi alat yang efektif untuk promosi digital UKM. Dengan aplikasi, UKM menawarkan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman untuk pelanggan, serta mengirimkan pemberitahuan tentang promosi atau penawaran khusus secara langsung ke perangkat pelanggan (Lie et al., 2021).

Dengan memanfaatkan media promosi digital (Triwardhani, 2020), UKM dapat bersaing lebih efektif di pasar global, menghemat biaya pemasaran, dan mendapatkan data analitik yang berharga untuk memahami perilaku konsumen dan mengoptimalkan strategi pemasaran mereka. Ini adalah langkah penting bagi UKM untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan tetap relevan dalam dunia bisnis yang semakin digital.

METODE KEGIATAN

Aktivitas pengabdian masyarakat yang dilakukan dengan mengedukasi pelaku usaha secara lengkap dan efektif kepada pelaku UMKM dapur Mak Vivi dalam pelatihan promosi digital. Hal ini bertujuan agar pelaku UKM dapat dengan mudah melakukan promosi secara luas melalui media digital marketing seperti sosial media (Adiana, 2022), sehingga mampu menarik minat para customer dan meningkatkan pendapatan pelaku UKM dapur Mak vivi (Friadi, 2022).

Sosialisasi dilakukan dengan metode ceramah dan penggambaran secara langsung. Kegiatan diawali dengan sesi pengenalan, kemudian dilanjutkan dengan eksplorasi pengetahuan dasar peserta, di mana pelaku UKM Dapur Mak Vivi diajak berdiskusi dan diberikan materi mengenai Media Promosi digital untuk meningkatkan penjualan (Naimah et al., 2020).

Selama sesi penyuluhan, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi dan memperhatikan materi yang disampaikan. Aplikasi yang digunakan dalam pelatihan ini adalah canva karena kemudahan penggunaannya (Saehan et al., 2023) (Zettira et al., 2022).

Rencana kegiatan dan penyelesaian masalah dapat digambarkan pada tabel 1:

Tabel 1. Rencana Kegiatan serta Cara Penyelesaian Masalah

Permasalahan	Solusi
Belum adanya pengetahuan terkait penggunaan aplikasi Canva sebagai media desain brosur dan banner, produk dan label	Workshop penggunaan aplikasi canva
Pendampingan pemanfaatan fitur-fitur yang ada pada aplikasi canva serta membuat post-promotion di salah satu media promosi digital	Pelatihan dan praktek penggunaan Canva
Mentoring	Evaluasi hasil pelatihan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah hasil dan pencapaian yang diperoleh dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan :

1. Peningkatan Pengetahuan tentang Canva: Para pelaku UKM Dapur Mak Vivi diberikan pemahaman mengenai desain menggunakan aplikasi Canva. Kegiatan ini mencakup pengenalan aplikasi Canva, fitur apa saja yang tersedia, cara membuat desain yang menarik, dan juga pengoprasian aplikasi tersebut. Peserta belajar dari tahapan dasar sampai tahap lanjutan, termasuk dalam penyimpanan hasil desainnya.
2. Pemahaman Materi dan Sesi Tanya Jawab: Setelah penyuluhan, pelaku UKM Dapur Mak Vivi menunjukkan pemahaman yang baik mengenai materi yang disampaikan. Pada sesi terakhir saat tanya jawab bersama peserta. muncul pertanyaan yang diajukan oleh pelaku UKM, antara lain:
 - a. Bagaimana cara melakukan desain label yang menarik di Canva?
 - b. Bagaimanakah cara mengombinasikan gambar yang akan digunakan dalam desain?
3. Evaluasi Pemahaman: Untuk menilai sejauh mana pemahaman pelaku UKM mengenai materi penyuluhan, diajukan sejumlah pertanyaan yang berkaitan dengan isi materi tersebut. Diskusi terbuka dengan pemateri juga dilakukan untuk mendalami pemahaman peserta lebih lanjut.

Outcome yang didapatkan setelah kegiatan meliputi:

1. Peningkatan Pengetahuan Desain Kemasan: Program pelatihan membuat label dan mendesain kemasan yang menarik bertujuan untuk menambah pengetahuan pelaku UKM dalam merancang bentuk kemasan yang menarik. Peserta diajarkan cara memanfaatkan fitur yang ada dalam aplikasi secara efektif, serta bias melakukan *update* sesuai kebutuhan.
2. Reputasi Politeknik Negeri Sriwijaya: Dengan memanfaatkan keahlian yang dipunya, Politeknik Negeri Sriwijaya dapat lebih dikenal sebagai lembaga yang

memiliki dosen dengan kompetensi bidang yang lebih luas, yang berkontribusi pada pengembangan UMKM dan peningkatan kualitas pendidikan di daerah.

PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan merancang bentuk kemasan produk untuk pelaku UKM Dapur Mak Vivi di Palembang dimulai dengan pemateri yang memperkenalkan diri dan menggali pemahaman peserta tentang aplikasi Canva. Pemateri menjelaskan fungsi dan bagaimana kerja aplikasi tersebut, dan juga berbagai fitur yang digunakan dalam perancangan kemasan dan label produk.

Selama sesi ini, pemateri mengajukan beberapa pertanyaan untuk memahami pengetahuan dasar desain grafis yang dimiliki oleh peserta, guna mempersiapkan mereka untuk proses pelatihan selanjutnya. Dengan pendekatan ini, diharapkan peserta dapat lebih mudah memahami materi dan mengaplikasikannya dalam praktik desain kemasan mereka.

Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan keterampilan yang diperlukan agar pelaku UKM dapat mendesain kemasan produk mereka secara mandiri menggunakan Canva, sehingga dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar.

Setelah mengeksplorasi pengetahuan dasar, pemateri mulai menjelaskan materi mengenai penggunaan aplikasi Canva dan cara mengoperasikannya. Selama kegiatan berlangsung, para peserta menunjukkan antusiasme cukup tinggi serta menyimak isi materi dengan seksama.

Kegiatan penyampaian materi berlangsung selama sekitar 180 menit, dan di akhir sesi, pemateri memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengajukan pertanyaan mengenai materi yang telah disampaikan. Tiga pertanyaan diajukan peserta, menunjukkan minat dan keingintahuan mereka terhadap topik yang dibahas. Setelah menjawab pertanyaan yang diajukan, pemateri melakukan ulasan terhadap pemahaman peserta dengan memberikan beberapa pertanyaan terkait serta meminta para peserta untuk menjawab pertanyaan.

Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan peserta tentang desain menggunakan Canva, tetapi juga mendorong interaksi aktif antara pemateri dan peserta, agar proses pembelajaran menjadi efektif, efisien serta menyenangkan.

Setelahnya pelatihan ini diakhiri dengan sesi foto bersama antara peserta dan juga pemateri. Namun, selama proses penyuluhan, terdapat kendala yang dihadapi, yaitu waktu pelatihan yang singkat. Meskipun waktu telah habis, peserta pelatihan ada beberapa pertanyaan tentang menggunakan aplikasi lanjutan dan menggabungkan dengan berbagai aplikasi tambahan.



Gambar 1 Foto Bersama Setelah Kegiatan Pengabdian

KESIMPULAN

Dari kegiatan yang sudah dilakukan dapat ditarik kesimpulan :

- a. Pelaksanaan Kegiatan: Kegiatan mengenai pelatihan digital marketing telah terlaksana dengan baik, memenuhi tujuan yang diharapkan.
- b. Respon Peserta: Kegiatan ini mendapat sambutan antusias dari peserta,, menunjukkan minat dan keinginan mereka untuk belajar lebih lanjut tentang digital marketing.
- c. Pertanyaan dan Harapan Peserta: Terdapat tiga pertanyaan yang diajukan oleh peserta terkait materi penyuluhan. Selain itu, peserta berharap agar kegiatan penyuluhan serupa dapat diadakan kembali, terutama mengenai bidang promosi digital marketing lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiana, D. N. (2022). *Pengaruh Digital Marketing Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Daster Daily Lumajang*.
- Aisyah, S., & Rachmadi, K. R. (2022). Digitalisasi Pemasaran Melalui Sosial Media Marketing Pada Pelaku UMKM Guna Peningkatan Pendapatan. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 442–448.
- Friadi, J. (2022). Sosialisasi dan Penyuluhan Strategi Pemasaran Digital Pada UMKM Baby Smart Bubur Bayi Berbasis E-Commerce. *Jurnal Pengabdian Barelang*, 4(1), 71–77. <https://doi.org/10.33884/jpb.v4i1.4712>
- Kader, M. A. (2018). Peran Ukm Dan Koperasi Dalam Mewujudkan Ekonomi Kerakyatan Di Indonesia. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8(1). <https://doi.org/10.34010/jurisma.v8i1.995>
- Lie, D., Siregar, R. T., Efendi, E., Inrawan, A., & Halim, F. (2021). Penyuluhan Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Alternatif Pemasaran 4.0 Bagi Pelaku UKM Ulos Di Kota Pematangsiantar. *Glow: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1–8.
- Muzdalifah, L., Novie, M., & Zaqiyah, S. (2020). Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju UMKM Go-Digital di Era Pandemi Covid 19 dan Era New Normal Bagi Pelaku UMKM Sidoarjo. *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)*, 4, 2200–2208.
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119–130.
- Saehan, A., Suryadi, S., & Pohan, T. H. (2023). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Promosi Produk UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)*, 3(2), 44–48.
- Triwardhani, D. (2020). Pengaruh Promosi Digital Pada Keputusan Pembelian Agensi Iklan Online. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 16(3), 284–296.
- Zettira, S. B. Z., Febrianti, N. A., Anggraini, Z. A., Prasetyo, M. A. W., & Tripustikasari, E. (2022). Pelatihan Aplikasi Canva untuk Meningkatkan Kreativitas Desain Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 2(2), 99–105. <https://doi.org/10.37640/japd.v2i2.1524>