

PENINGKATAN STRATEGI PEMASARAN DAN BRANDING UMKM DESA PENTUR KABUPATEN BOYOLALI MELALUI DIGITAL MARKETING

**Andriani Kusumaningrum¹, Sri Harjanto², Sri Siswanti³, Setiyowati⁴, Mita
Purwati⁵, Retno Tri Vulandari^{6*}**

Sistem Informasi Akuntansi. STMIK Sinar Nusantara^{1,2}

¹)andriani@sinus.ac.id ²)sriharjanto@sinus.ac.id

Informatika. STMIK Sinar Nusantara³

³)syswanty@sinus.ac.id

Sistem Informasi. STMIK Sinar Nusantara^{4,5}

⁴)setiyowati@sinus.ac.id

Teknologi Informasi, STMIK Sinar Nusantara^{6*}

^{6*})retnotv@sinus.ac.id

ABSTRACT

Economically, most of the residents of Pentur Village are farmers, both working in paddy fields and fields, besides that it is also a center for the bamboo woven craft industry which is the livelihood of some residents. In fact, Pentur village also has a fairly well-known foundation called "Rumah Merah Tumpi" which was founded on July 16 2012. In this library there are 2500 book collections, hundreds of film collections, various magazines and reference books. Apart from being a place to read, this library also organizes various community empowerment activities such as agricultural activities and MSME groups. The aim of this service is to implement visuals in digital marketing content and formats to improve the economy of Pentur village. Methods for implementing these services include content creation and digital marketing workshops for MSMEs in Pentur village. Content creation workshop with material on video creation, video processing and music. The resulting output is the implementation of the workshop. At the end of this program, activities will be published through print and online media.

Keywords: *digital marketing, marketing strategy, branding*

1. PENDAHULUAN

Desa Pentur merupakan salah satu desa yang terletak di kecamatan Simo Kabupaten Boyolali Provinsi Jawa Tengah. Desa Pentur ini memiliki penduduk sekitar ± 3.368 dan memiliki luas wilayah ± 351.399 Ha. Desa ini terbagi menjadi 5 Dusun, yang terdiri dari 23 RT dan 6 RW. Desa Pentur terdiri dari 12 wilayah pedukuhan diantaranya adalah Dukuh Karang, Ngroto, Pancuran, Jatirejo, Ringin Anom, Tegalrejo, Mberan, Rejosari, Pentur, Pule, Regunung dan Kedung Puser. Desa ini memiliki potensi wisata yang menarik untuk dikunjungi, mulai dari wisata kuliner tradisional khas pedesaan, wisata alam persawahan dan perbukitan, juga sentra kerajinan bambu. Dari sisi ekonomi sebagian besar warga Desa Pentur menjadi petani, baik yang bekerja di sawah maupun ladang, selain itu juga sentra industri kerajinan anyaman bambu yang menjadi mata pencaharian sebagian warganya. Bahkan di desa pentur ini juga memiliki Yayasan yang sudah cukup terkenal yang bernama "Tumpi Redhouse" yang berdiri sejak tanggal 16 Juli 2012. Di perpustakaan ini terdapat 2500 koleksi buku, ratusan koleksi film,

berbagai majalah dan buku referensi. Selain sebagai tempat membaca, di perpustakaan ini juga digelar berbagai kegiatan pemberdayaan masyarakat seperti kegiatan pertanian dan kelompok UMKM. Beberapa kesenian hidup di desa ini, berbagai upacara adat seperti bersih desa dengan pagelaran wayang kulit masih dilaksanakan setiap tahunnya, selain itu kesenian reog, musik dan seni lukis juga menjadi nafas kegiatan kesenian di desa ini. Kekayaan alam, budaya, dan sumber daya UMKM desa Pentur belum diketahui oleh masyarakat umum, padahal hal ini dapat digunakan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu pelatihan *branding* dan strategi pemasaran secara umum, dan juga dibutuhkan pelatihan pembuatan *market place* dan *social media* sebagai sarana pemasaran.

2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan ini adalah perancangan, pembuatan, dan pendampingan. Adapun tahapan kegiatan yang dilakukan adalah: September 2022 – Februari 2023

- a. Persiapan dilakukan pada bulan September 2022, berupa diskusi dengan kepala desa Pentur. Diskusi terdiri atas kebutuhan masyarakat desa Pentur, baik UMKM maupun kelompok sumber daya manusia lainnya. Hasil diskusi diperoleh kebutuhan masyarakat berupa pelatihan pembuatan market place dan social media sebagai sarana pemasaran produk UMKM, dan juga pelatihan strategi pemasaran desa Pentur atas kekayaan alam dan kekayaan budaya desa. Perijinan diajukan bulan September 2022, seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Perijinan ke Kantor Desa Pentur

- b. Pelaksanaan Kegiatan dilakukan selama 3 hari yaitu hari Sabtu, tanggal 22 Oktober 2022, 12 Nopember 2022, dan 26 Nopember 2022. Pelaksanaan terdiri dari pelatihan strategi pemasaran, pelatihan pembuatan dan operasi pada market place (shopee dan tokopedia), dan pelatihan pembuatan dan operasi social media (instagram dan tik tok).
- c. Pendampingan dilakukan setelah pelatihan selesai. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu peserta yang mengalami kesulitan dalam mengimplementasi ilmu yang didapat untuk menunjang pekerjaan sehari-hari. Pendampingan dilakukan sebanyak 2 hari dengan cara mengumpulkan peserta pada aula desa Pentur, hal ini bertujuan agar terpusat dan fokus. Pendampingan pada bulan Januari 2023.

- d. Pelaporan dilakukan setelah semua kegiatan sudah selesai. Pelaporan dilakukan pada Januari 2023. Penyusunan naskah publikasi hasil kegiatan pengabdian masyarakat pada bulan Februari 2023

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Workshop Branding dan Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah strategi yang di rancang untuk mempromosikan barang atau jasa dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan. Strategi pemasaran adalah sering juga disebut sebagai Marketing Strategy. Strategi pemasaran adalah sebuah keseluruhan usaha dari suatu bisnis. Tujuannya adalah untuk menjangkau target konsumen yang dianggap prospektif. Setelah itu, strategi pemasaran akan mengubah target konsumen untuk menjadi seorang konsumen tetap. Pentingnya strategi pemasaran disampaikan dalam workshop / pelatihan strategi pemasaran. Peserta dari workshop / pelatihan ini adalah sumber daya manusia (SDM) aparatur desa Pentur dan pelaku usaha UMKM desa Pentur. Workshop ini berlangsung selama 1 hari, dari jam 08.00 – 12.00 WIB. Kegiatan workshop ini terlihat seperti pada Gambar 2.



Gambar 2. Pelatihan Digital Marketing (Branding dan Strategi Marketing)

Workshop Market Place dan Media Sosial

Market place adalah platform yang disediakan untuk para penjual berkumpul dan dapat menjual barang atau jasanya kepada pelanggan meski tanpa bertemu secara fisik. Platform untuk sebuah market place dapat berbentuk aplikasi atau website. Semua operasional di dalam market place termasuk pengelolaan website hingga metode pembayaran di fasilitasi oleh perusahaan penyedia marketplace tersebut. Menjelang pertengahan tahun 2022, ada berbagai macam hal baru mengenai media sosial. Mulai dari tiktok yang naik daun dalam waktu singkat hingga kehadiran berbagai macam fitur

belanja online melalui media sosial. Tentu hadirnya berbagai macam platform media sosial baru juga tidak luput dari adanya pandemic COVID-9 yang sudah dua tahun hadir di kehidupan. Hal ini dapat memicu adanya pola perilaku dan pemikiran baru dari pengguna media sosial. Pentingnya market place dan media sosial sebagai sarana pemasaran disampaikan dalam workshop / pelatihan market place dan media sosial. Peserta dari workshop / pelatihan ini adalah sumber daya manusia (SDM) aparatur desa Pentur dan pelaku usaha UMKM desa Pentur. Workshop ini berlangsung selama 2 hari, dari jam 08.00 – 12.00 WIB. Dalam workshop ini diberikan materi cara pembuatan market place yaitu shopee dan tokopedia, seluruh peserta diarahkan pembuatan akun pada <https://seller.shopee.co.id/> dan <https://seller.tokopedia.com/> . kemudian dalam workshop ini juga disampaikan cara mengelola dan mengoperasikan akun market place tersebut, yang terdiri dari pengunggahan produk, keterangan produk, pembuatan etalase, dan desain toko onlinenya. Workshop market place dan media sosial seperti pada Gambar 3.



Gambar 3. Workshop Market Place dan Konten Media Sosial

Publikasi di Media Cetak dan Online

Hasil kegiatan pengabdian ini dapat membantu pemerintah desa Pentur dalam mempercepat pembangunan desa. Kegiatan ini juga dibagikan pada media online dengan link berikut <https://karanganyarnews.pikiran-rakyat.com/> dan <https://mettanews.id/> .

Evaluasi Kegiatan

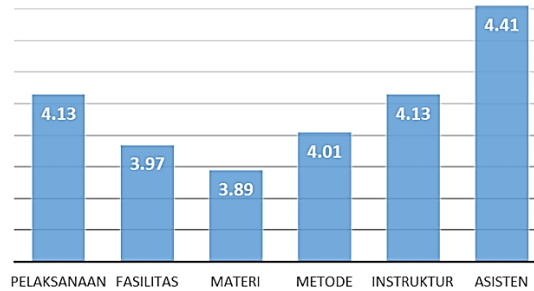
Evaluasi terhadap reaksi peserta workshop yang berarti mengukur kepuasan peserta. Program workshop dianggap efektif jika proses pelatihan dirasa menyenangkan dan memuaskan bagi peserta sehingga mereka termotivasi untuk belajar dan berlatih. Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada responden dalam hal ini adalah peserta workshop, maka dapat diketahui pernyataan responden terhadap kualitas pelayanan dalam Workshop Komputer Tingkat Dasar. Guna memudahkan penilaian dari jawaban responden maka dibuat kriteria Skala Likert sebagai berikut:

Buruk : 1 Kurang : 2 Cukup : 3

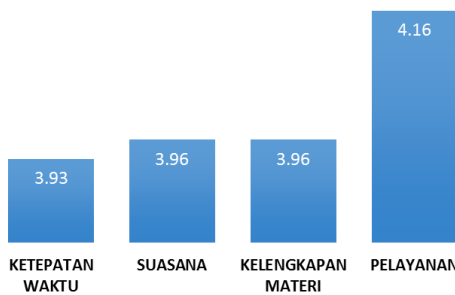
Baik : 4 Memuaskan : 5

Kepuasan peserta workshop dapat dikaji dari beberapa aspek yaitu pelaksanaan, fasilitas, materi workshop, metode, instruktur, dan asisten instruktur. Berdasarkan Gambar 4, terlihat kepuasan peserta workshop terhadap asisten paling tinggi, kemudian

disusul kepuasan peserta workshop terhadap instruktur dan pelaksanaan. Kemudian disusul pada kepuasan terhadap metode penyampaian materi, kemudian kepuasan peserta pada fasilitas workshop. Kepuasan peserta workshop terhadap materi yang disampai paling rendah, hal ini dikarenakan tidak semua materi pada modul tersampaikan pada waktu 3 hari ini. Materi dianggap kurang rinci dan kurang dasar. Hal ini diperoleh pada kolom saran pada beberapa peserta workshop.

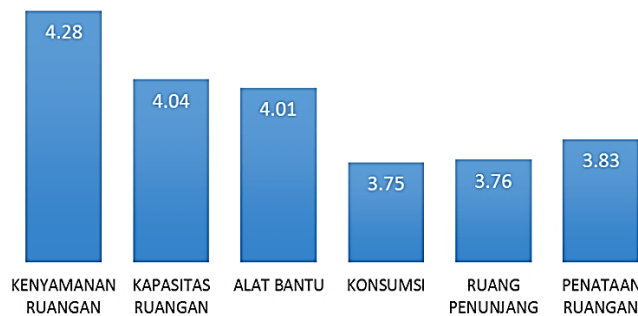


Gambar 4. Kepuasan Peserta Workshop berdasarkan Pelaksanaan, Fasilitas, Materi, Metode, Instruktur, dan Asisten Instruktur



Gambar 5. Kepuasan Peserta terhadap Pelaksanaan Workshop

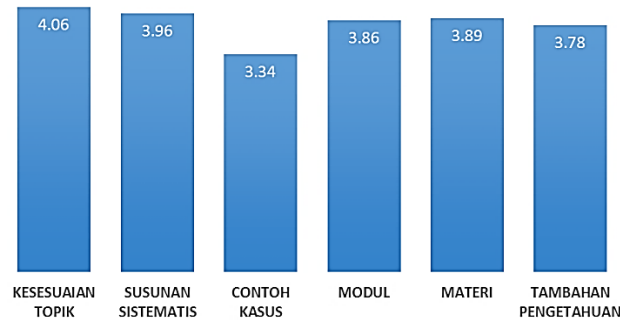
Berdasarkan Gambar 5, terlihat kepuasan peserta workshop terhadap pelayanan penyelenggara sangat memuaskan. Kemudian kepuasan peserta workshop terhadap kelengkapan materi dan suasana workshop cukup puas. Sedangkan kepuasan peserta terhadap ketepatan waktu cukup puas.



Gambar 6. Kepuasan Peserta terhadap Fasilitas Workshop

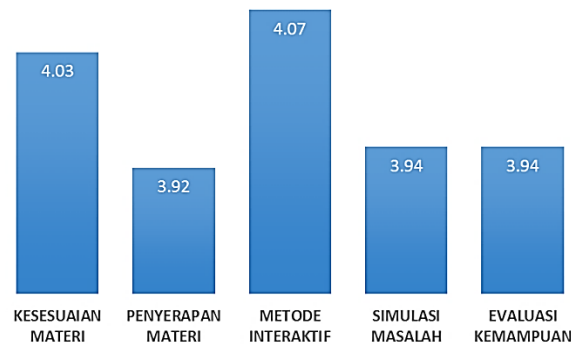
Berdasarkan Gambar 6, terlihat kepuasan peserta workshop terhadap fasilitas workshop, tertinggi pada kepuasan peserta terhadap kenyamanan ruangan. Kemudian kepuasan peserta terhadap kapasitas ruangan, alat bantu workshop, ruangan penunjang,

dan penataan kelompok cukup puas. Kepuasan peserta workshop terhadap konsumsi terendah.



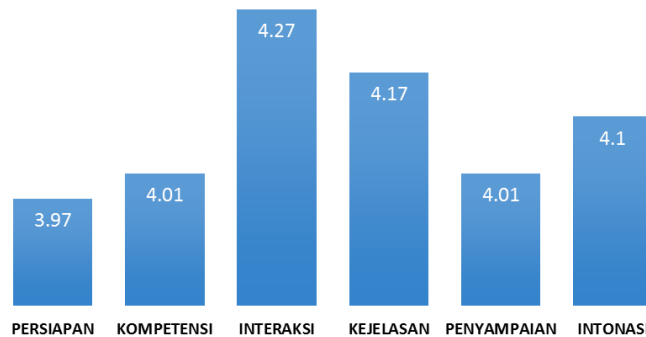
Gambar 7. Kepuasan Peserta terhadap Materi Workshop

Berdasarkan Gambar 7, kepuasan peserta terhadap materi workshop tertinggi pada kesesuaian materi dengan topik, kemudian disusul kepuasan peserta terhadap materi dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan peserta, kemudian disusul kepuasan peserta terhadap susunan materi yang sistematis. Peserta workshop cukup puas terhadap penerapan contoh kasus dan pemaparan modul workshop.



Gambar 8. Kepuasan Peserta terhadap Metode Workshop

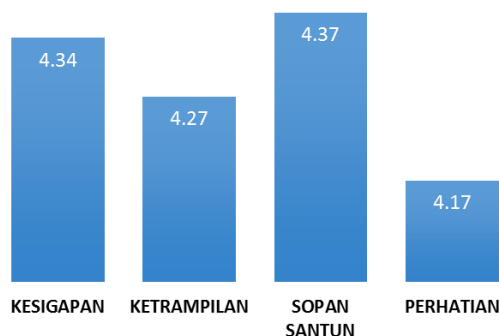
Berdasarkan Gambar 8, terlihat kepuasan peserta workshop terhadap metode penyampaian tertinggi pada metode interaktif dan kesesuaian materi. Kemudian penyampaian evaluasi kemampuan dan pengetahuan peserta sebelum dan sesudah pelatihan, peserta workshop merasa cukup puas.



Gambar 9. Kepuasan Peserta terhadap Instruktur

Berdasarkan Gambar 9, secara keseluruhan peserta merasa sangat puas terhadap instruktur workshop, baik dari segi kompetensi, interaksi tanya jawab, kejelasan

penyampaian materi, kemampuan penyampaian materi sesuai dengan waktu yang tersedia, dan kejelasan suara intonasi instruktur dalam menyampaikan materi. Hal ini dilihat dari nilai yang lebih dari empat. Instruktur atau narasumber sangat memuaskan karena dapat berinteraksi dengan baik dengan semua peserta workshop. Narasumber jelas dalam penyampaian materi. Narasumber memiliki intonasi yang jelas dalam penyampaian materi.



Gambar 10. Kepuasan Peserta terhadap Asisten Instruktur

Berdasarkan Gambar 10, secara keseluruhan peserta workshop merasa sangat puas terhadap asisten instruktur, baik dari segi kesigapan membantu peserta, keterampilan mengarahkan peserta, sopan santun dalam menjawab dan menanggapi pertanyaan peserta, dan perhatian serta pemahaman pada alur pelatihan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai di atas 4 untuk kesigapan dalam membantu, keterampilan mengarahkan peserta, sopan santun menjawab pertanyaan, dan perhatian dalam mengikuti alur workshop / pelatihan.

4. PENUTUP

Kegiatan workshop / pelatihan strategi pemasaran, pelatihan market place dan social media terlaksana dengan baik. Kepuasan peserta terhadap asisten instruktur paling tinggi, kemudian disusul kepuasan peserta workshop terhadap instruktur / narasumber dan pelaksanaan kegiatan secara keseluruhan, kemudian disusul kepuasan peserta terhadap metode penyampaian workshop yaitu membagi peserta menjadi beberapa kelompok untuk saling membantu dan berkomunikasi, kemudian disusul kepuasan peserta terhadap fasilitas kegiatan workshop seperti konsumsi, ruangan, kipas angin, dan lcd. Secara keseluruhan pelaksanaan peserta workshop cukup puas. Kepuasan peserta workshop terhadap materi yang disampaikan paling rendah, hal ini dikarenakan tidak semua materi pada modul tersampaikan pada waktu tiga hari pelaksanaan workshop. Saran yang dapat disampaikan untuk kegiatan selanjutnya dapat diberikan pelatihan atau workshop pembuatan video profil.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinihari, Y., & Fithah, Z. (2019). Pemberdayaan Kader Posyandu melalui Penerapan Metode Konseling Gizi dan Komunikasi Efektif pada Kader Posyandu Kelurahan Pademangan Barat. *Jurnal ABDIMAS*, 39-45.
- Kayubi, & Priyanto. (2021). Penerapan Media Pendidikan Kesehatan Terintegrasi Di Pos Pelayanan Terpadu. *SAFARI :Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia Vol 1 No 1*, 8-17.

- Susanti, S. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Kader Posyandu Remaja Uswatun Hasanah Desa Cikunir. *Jurnal Abdimas UMTAS Vol 3 No 2*, 279-284.
- Suwanti. (2019). Upaya Peningkatan Pengetahuan Pasangan Usia Subur melalui Pendidikan Kesehatan Tentang KB. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sasambo Vol 1 No 1* , 36-40.
- Tan, C. F. (2021). Sosialisasi Penerapan Protokol Kesehatan dalam Masa Pandemi Covid-19 kepada Masyarakat di Kecamatan Purwakarta. *Jurnal Terapan Pemerintahan Minangkabau Vol 1 No 2*, 162-168.
- Umar, M. Y. (2020). Peningkatan Minat Masyarakat Terhadap Kegiatan Posyandu Desa Bumi Ayu Kecamatan Pringsewu. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Andasih Vol 1 No 1* , 1-8.
- Vulandari, R. T., & Rimawati, E. (2021). *Statistika Dengan Aplikasi Eviews : Referensi Olah data Penelitian*. Yogyakarta: CV. Gavamedia.
- Yuria, M., & Gustina, I. (2021). Edukasi pada Wanita Usia Subur tentang Gangguan Sistem Reproduksi. *JPM Bakti Parahita vol 2 No 2*, 188-197.
- Zaenab Ismail, S. (2022). Pemberdayaan Kader Posyandu dalam Sistem Manajemen Pelayanan Kesehatan Ibu Nifas Masa Pandemi Covid-19 di Puskesmas Waisai Kabupaten Raja Ampat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Formosa (JPMF) Vol 1 No 3*, 299-306.
- Zaki, I., Farida, & Sari, H. P. (2018). Peningkatan Kapasitas Kader Posyandu melalui Pemantauan Status Gizi Balita. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPKM) Vol 3 No 2* ,