



Edukasi Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM

Alem Febri Sonni¹, Fahira Nurul Ichzza²

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin
²Program Studi Statistika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Hasanuddin

e-mail: ¹alemfbris@unhas.ac.id

Abstrak

Kuliah Kerja Nyata merupakan salah satu bentuk pendidikan di luar kampus untuk memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa, misalnya dengan hidup di tengah masyarakat. Dengan demikian mahasiswa diharapkan dapat menghadapi serta mengatasi masalah-masalah pembangunan di lingkungan masyarakat. Pandemi Covid-19 mengubah seluruh aktivitas masyarakat diseluruh dunia, membatasi interaksi secara langsung serta harus memberi jarak secara fisik maupun sosial, dan tidak boleh berkumpul untuk mencegah penyebaran virus ini. Hal ini memberi dampak terhadap seluruh kegiatan, terutama pada bidang perekonomian. Pertumbuhan ekonomi pada masa pandemi Covid-19 terjadi penurunan jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Ternyata dari video edukasi digital marketing yang telah dibuat, masih banyak pelaku UMKM yang belum mengetahui cara menjual produknya di media digital.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Pelaku UMKM, pengabdian, masyarakat, pendidikan

Abstract

Real-life work education is one of a form of off-campus education to give students a learning experience, such as by living in a community. Students are thus expected to be able to face and address the development problems of the community. The covid-19 pandemic changes all social activity around the world, restricts direct interaction and must provide both physical and social distance, and cannot assemble to prevent the spread of this virus It turns out that from the digital marketing educational videos that have been made, there are still many UMKM who do not know how to sell their products on digital media.

Keywords: Digital Marketing, UMKM, service, community, education

1. PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu bentuk pendidikan di luar kampus untuk memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa, misalnya dengan hidup di tengah masyarakat. Dengan demikian mahasiswa diharapkan dapat menghadapi serta menangani masalah-masalah pembangunan di lingkungan masyarakat.

Melalui Kuliah Kerja Nyata (KKN) mahasiswa dapat meningkatkan relevansi pendidikan tinggi dengan perkembangan dan kebutuhan masyarakat akan ilmu pengetahuan, teknologi, serta seni untuk melaksanakan pembangunan yang semakin meningkat serta meningkatkan persepsi mahasiswa tentang relevansi antara materi kurikulum di kampus dengan realita pembangunan dalam masyarakat.



Pandemi Covid-19 yang muncul di Wuhan, China pada Desember 2019 dan kemudian masuk di Indonesia pada awal Maret 2020 merubah seluruh aktivitas masyarakat dunia, membatasi interaksi secara langsung serta harus memberi jarak secara fisik maupun sosial, dan tidak boleh berkumpul untuk mencegah penyebaran virus ini. Hal ini memberi dampak terhadap seluruh kegiatan, tak terkecuali diantaranya penyelenggaraan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang merupakan kegiatan lapangan dan dilakukan secara berkelompok.

Saat ini perekonomian global termasuk Indonesia mengalami ketidakpastian dan mengarah pada resesi ekonomi karena pandemi Covid-19. Beberapa negara seperti AS, Jepang, Korea Selatan, Uni Eropa, Hong Kong, dan Singapura mengalami pertumbuhan ekonomi negatif pada Triwulan I dan II Tahun 2020 (Wuryandani, 2020).

Di provinsi Sulawesi Selatan sendiri, pertumbuhan ekonomi mengalami penurunan yang sangat signifikan jika dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi pada tahun-tahun sebelumnya. Dimana pertumbuhan ekonomi pada tahun 2020 mengalami kontraksi sebesar -0,70% (BPS Sulsel, 2020)

Pertumbuhan ekonomi merupakan fenomena penting yang dialami dunia belakangan ini. Pertumbuhan ekonomi menandakan kenaikan pada *output* suatu negara yang akan berpengaruh pada pemenuhan kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa. Perekonomian Indonesia diharapkan terus membaik dengan terus meningkatnya pertumbuhan ekonomi (Jannah, 2020).

Menurut Bank Indonesia (BI), Ekonomi Sulawesi Selatan terkontraksi 0,21% (yoy), tidak sedalam kontraksi pada triwulan IV 2020 yaitu 0,62% (yoy). Kontraksi tersebut juga tidak sedalam kontraksi nasional yang tercatat 0,74% (yoy). Sementara itu, ekonomi Sulawesi Selatan secara triwulanan terkontraksi sebesar 2,50% (qtq).

Maksud dan tujuan dari pelaksanaan program kerja ini adalah agar masyarakat mengetahui cara mengembangkan usaha dengan memasarkan produknya menggunakan media digital dan jaringan internet. Sedangkan manfaat dari dilakukan program kerja ini yaitu melalui program kerja ini diharapkan masyarakat memahami dan melakukan pemasaran produk di media digital.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1. Waktu dan Tempat

Kegiatan ini dilaksanakan terhitung 30 hari sejak kegiatan pertama, yang terlampir di bawah ini:

- Pembuatan video edukasi digital marketing (4 Juli-31 Juli 2021).
- Sosialisasi digital marketing serta pembuatan video promosi untuk UMKM (5 Agustus-8 Agustus 2021).

Kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk KKN program kerja pertama ini bertempat di Penjahit Mega (Jl. Baji Gau), Raja Pukis Bangka (Jl. Anuang), Kantor Kecamatan Mamajang (Jl. Lanto Dg. Pasewang), juga melalui jejaring media sosial.

2.2. Khalayak Sasaran

Program kerja edukasi digital marketing ini ditujukan kepada seluruh masyarakat yang menggunakan media sosial, masyarakat yang berdomisili di kota Makassar terkhusus warga kecamatan mamajang, dan terlebih khususnya lagi kepada pelaku UMKM yang ada di kecamatan mamajang.



2.3. Metode Pengabdian

Proses kegiatan program kerja pengabdian masyarakat dalam bentuk KKN ini dilaksanakan sebagai berikut:

- a. Pembuatan konsep video edukasi.
- b. Pengambilan gambar serta proses pengeditan video edukasi.
- c. Pengunduhan video edukasi ke media sosial.
- d. Pembuatan konsep video promosi serta pembuatan brosur edukasi
- e. Sosialisasi kepada pelaku UMKM serta pengambilan gambar dan proses pengeditan video promosi.
- f. Pengunduhan video promosi ke media sosial.
- g. Evaluasi, dilakukan secara online melalui *Google Form* untuk mengetahui tanggapan masyarakat tentang video Edukasi Digital Marketing yang telah dibuat.

2.4. Indikator Keberhasilan

Adapun indikator keberhasilan dalam program kerja ini adalah terlaksananya program kerja dengan baik yang akan dibuktikan dengan respon masyarakat mengenai video Edukasi Digital Marketing yang sudah dibuat dan disebarakan secara langsung maupun tidak langsung (via media sosial) dengan skala 1-5.

2.5. Metode Evaluasi

Adapun metode evaluasi yang akan dilakukan pada program kerja ini yaitu dengan menyebarkan kuesioner pada masyarakat mengenai pemahaman yang disampaikan dalam video Edukasi Digital Marketing serta menanyakan langsung respon masyarakat melalui kuesioner yang akan dibagikan.

Kuesioner dan pertanyaan asesor yang di sampaikan secara garis besar mencoba untuk mengulas tanggapan masyarakat mengenai beberapa hal sebagai berikut:

- a) Bahasa yang digunakan pada media grafis yang sudah dibuat, apakah sudah memenuhi padanan bahasa yang baik
- b) Visual yang disajikan pada video grafis yang sudah dibuat. Hal ini terkait mengenai kualitas video dan cara pengambilan video nya.
- c) Isi konten yang disajikan apakah sudah jelas dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan.

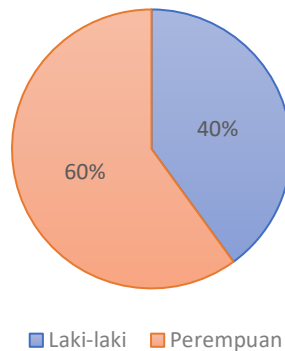
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Keberhasilan

Berdasarkan kegiatan pembuatan video Edukasi Digital Marketing di Makassar yang telah diberikan kepada masyarakat umum khususnya pada masyarakat yang mempunyai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) secara daring menggunakan *Google Form* yang dibagikan melalui *social media whatsapp*, diperoleh 20 responden dengan hasil jawaban dari penilaian masyarakat tentang isi dari video edukasi digital marketing tersebut. Hasil jawaban tersebut disajikan sebagai berikut:



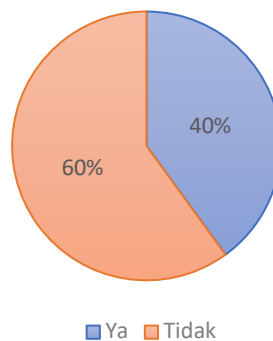
Jenis Kelamin



Grafik Lingkaran Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan diagram lingkaran diatas, maka terlihat bahwa responden yang mengisi kuesioner mayoritas berjenis kelamin perempuan dengan persentase 60% atau sebanyak 12 responden dan sisanya berjenis kelamin laki-laki dengan persentase 40% atau sebanyak 9 responden.

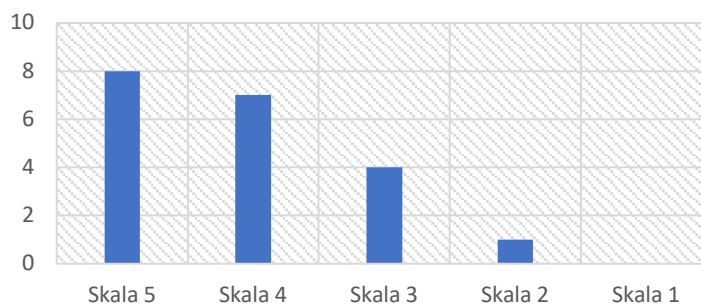
Mengetahui Cara Digital Marketing



Grafik Lingkaran Responden yang mengetahui cara Digital Marketing

Diagram lingkaran diatas menunjukkan bahwa responden mayoritas pelaku UMKM tidak atau belum mengetahui cara digital marketing dengan persentase 60% atau sebanyak 12 responden sedangkan sisanya pelaku UMKM sudah tau cara digital marketing dengan persentase 40% atau sebanyak 9 responden.

Pemahaman Isi Video

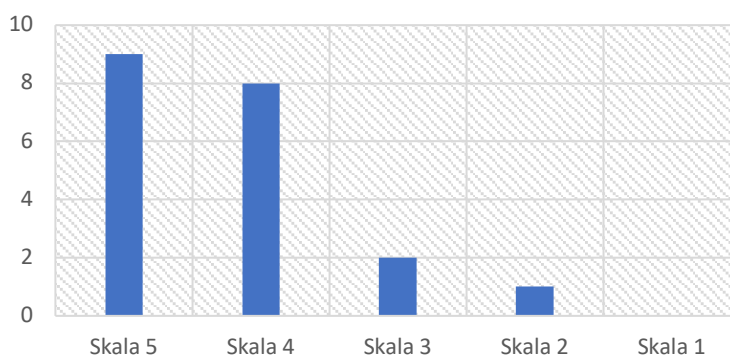


Grafik Penilaian Responden Mengenai Pemahaman Isi Video



Grafik diatas menunjukkan seberapa banyak responden yang mengerti mengenai isi dari video edukasi Digital Marketing yang telah dibuat. Sebanyak 8 responden memilih skala 5 dengan kata lain responden tersebut sudah sangat mengerti isi dari video Edukasi Digital Marketing tersebut dengan persentase 40%, untuk skala 4 terdapat 7 responden dengan kata lain responden tersebut mengerti isi video Edukasi Digital Marketing dengan persentase sebesar 35%, untuk skala 3 terdapat 4 responden dengan kata lain responden tersebut cukup mengerti isi dari video Edukasi Digital Marketing tersebut, sedangkan untuk skala 2 terdapat 1 responden dengan kata lain responden tersebut tidak mengerti isi dari video Edukasi Digital Marketing tersebut.

Kualitas Video



Grafik Penilaian Responden Mengenai Kualitas Video Edukasi Digital Marketing

Dari grafik diatas, terlihat bahwa sebanyak 9 responden memilih skala 5, sedangkan 8 responden memilih skala 4, dan 2 responden memilih skala 3 serta 1 responden memilih skala 2. Berdasarkan data tersebut, maka rata-rata responden menganggap bahwa kualitas video dan cara pengambilan video yang digunakan pada video edukasi Digital Marketing tersebut sudah bagus dengan kata lain skala rata-rata berada pada skala 4.

Dari hasil kuesioner tersebut juga diperoleh saran yang diberikan responden untuk video Edukasi Digital Marketing bagi pelaku UMKM. Berikut adalah beberapa saran yang diberikan responden:

- Kualitas gambar perlu diperbaiki lagi dan pengambilan video harus dari berbagai sisi.
- Perlu penjelasan lebih detail mengenai cara menjual produk di media digital,
- Videonya sangat menarik dan perlu dikembangkan terus.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik Universitas Hasanuddin gelombang 106 Kecamatan Mamajang yang dilaksanakan di Makassar dengan mengedukasi digital marketing bagi pelaku UMKM yang ada di Makassar, dapat disimpulkan bahwa dari 20 responden yang mengisi kuesioner mayoritas berjenis kelamin perempuan. Dari 20 responden dimana semua responden merupakan pelaku UMKM, dimana hanya 60% yang mengetahui cara menjual produk mereka di media digital. Mengenai pemahaman isi video edukasi digital marketing, responden lebih banyak mengerti isi dari video tersebut dibandingkan dengan yang tidak mengerti. Sedangkan berdasarkan kualitas pada video edukasi digital marketing juga menurut responden sudah bagus. Akan tetapi, terdapat beberapa saran yang diberikan



responden agar pembuatan video edukasi digital marketing selanjutnya bisa lebih baik dibandingkan dengan yang sekarang.

4.2. Saran

Dengan selesainya program kerja KKN yang telah dilaksanakan, diharapkan dapat membantu mengedukasi kepada masyarakat Makassar khususnya warga Kecamatan Mamajang terkait pemahaman lebih tentang digital marketing bagi pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya di media digital.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat rahmat dan pertolongan-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan kegiatan dan laporan akhir Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik Universitas Hasanuddin Gelombang 106 Kecamatan Mamajang tahun 2021 sebagai pelengkap dari program KKN yang telah penulis laksanakan di Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

Laporan ini penulis susun sebagai salah satu persyaratan Kuliah Kerja Nyata yang dapat digunakan sebagai bentuk pertanggung jawaban kegiatan penulis di lokasi Kuliah Kerja Nyata yang dilaksanakan mulai tanggal 24 Juli –14 Agustus 2021. Selain itu, laporan ini juga digunakan untuk mengetahui sejauh mana program kerja mahasiswa dapat terealisasi dengan baik.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua dan keluarga serta rekan-rekan yang selalu mendukung penulis baik pada masa persiapan KKN maupun selama masa pengabdian di lokasi. Penulis juga mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. Alem Febri Sonni, S.Sos.,M.Si.,selaku Dosen Pengampu KKN Kecamatan Mamajang,
2. Bapak Fadli Wellang, AP,selaku Camat di Kecamatan Mamajang
3. Bapak/Ibu Staff Kecamatan Mamajang,
4. Teman-teman KKN Tematik 106 Kecamatan Mamajang yang telah membantu dalam pembuatan laporan ini.

Penulis menyadari bahwa apa yang terdapat dalam laporan program kerja ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, penulis memohon maaf apabila terdapat kekurangan dalam laporan program kerja ini. Oleh karena itu, dibutuhkan kritik dan saran dari pembaca yang sifatnya membangun. Penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih.

6. DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan. Pertumbuhan Ekonomi Sulawesi Selatan 2020[Internet]. Makassar. 2021 [cited 8 Agustus 2021]. Available from: <https://www.sulsel.bps.go.id/pressrelease/2021/05/05/591/pertumbuhan-ekonomi-sulawesi-selatan-triwulan-i--2021>

Bank Indonesia. Laporan Perekonomian Provinsi Sulawesi Selatan Mei 2021. Makassar, Indonesia. 2021.

Jannah FM. Peningkatan Ekonomi Di Tengah Pandemi Dalam Menunjang Pergerakan Pertumbuhan Ekonomi Di Surabaya. Jurnal Informasi Penelitian. 2020;1(7);1427-2.



Pusat Pengembangan Kuliah Nyata (P2KKN) Universitas Hasanuddin. Panduan Teknis Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka “Peningkatan Peran Mahasiswa KKN Unhas dalam Mewujudkan Masyarakat Sehat Ekonomi Bangkit di Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2021”. 2021

Wuryandani D. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 2020 dan Solusinya. Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual dan Strategis. 2020; 7(15);19-4.