

PENDAMPINGAN PEMASARAN DIGITAL BAGI KELOMPOK EKONOMI RUMAH BATIK INKLUSI RUBI DI DESA KEDUNGOWO

DIGITAL MARKETING MENTORSHIP FOR INCLUSIVE HOME-BASED BATIK ECONOMIC GROUPS RUBI IN KEDUNGOWO

Sri Ayudha Mujiyanti¹, Arico Ayani Suparto², Wahyudi³, Abil Hasan⁴, Hairel Chandra⁵, Nurul Fajri⁶, Nur Imama⁷

^{1,3,4,6,7}(Prodi Pendidikan Ekonomi, STKIP PGRI Situbondo, Indonesia)

²(Prodi Pendidikan Teknologi Informasi, STKIP PGRI Situbondo, Indonesia)

⁵(Prodi Pendidikan Matematika, STKIP PGRI Situbondo, Indonesia)

¹ ayudhaxyz@gmail.com, ² caca13ric.o@gmail.com, ³ wahyudinihgenk@gmail.com,

⁴ hasanabil673@gmail.com, ⁵ hairilcandra01@gmail.com, ⁶ fjrnurul770@gmail.com,

⁷ nurimama898@gmail.com

Abstrak. Mitra pengabdian kepada Masyarakat dalam kegiatan ini adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) bernama RUBI dalam usaha pemasaran kain batik di Desa Kedungdowo. UMKM ini telah berdiri sejak tahun 2022. Namun, model pemasaran yang digunakan masih konvensional yaitu dengan membuka toko biasa. Untuk itu, perlu diberikan pelatihan pentingnya penggunaan media digital untuk mendukung metode pemasaran yang sudah ada. Anggota RUBI mayoritas adalah penyandang disabilitas, akan tetapi mampu mengoperasikan perangkat digital seperti gadget atau handphone. Metode yang digunakan adalah dengan memberikan pelatihan pembuatan akun-akun di media digital bagi para anggota RUBI dan cara penggunaannya secara optimal untuk kepentingan pemasaran diikuti dengan pendampingan secara berkesinambungan. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menambah kemungkinan pasar yang lebih luas bagi UMKM RUBI. Setelah pelatihan, RUBI bisa mendapatkan pesanan jarak jauh (online) dengan memanfaatkan aplikasi-aplikasi sederhana untuk menunjang pemasaran baik itu aplikasi untuk membuat konten, penyampaian pesanan dan pembayaran secara daring.

Kata Kunci; Pemasaran, Pemasaran digital, Batik.

Abstract. Community service partners in this activity are Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) named RUBI, in the batik cloth marketing business in Kedungdowo Village. This MSME has been established since 2022. However, the marketing model used is still conventional, namely by opening a regular shop. For this reason, it is necessary to provide training on the importance of using digital media to support existing marketing methods. The majority of RUBI's members are people with disabilities, but are able to operate digital devices such as gadgets or cellphones. The method used is to provide training on creating digital media accounts for RUBI members and how to use them optimally for marketing purposes, along with continuous mentoring. The aim of this activity is to increase the possibility of a wider market for RUBI MSMEs. After training, RUBI can get orders remotely (online) by utilizing simple applications to support marketing, including applications for creating content, order delivery and online payments.

Keywords: Marketing, Digital marketing, Batik.

PENDAHULUAN

Menurut laporan Badan Pusat Statistik tahun 2022, nilai ekspor Indonesia mencapai angka Rp. 392,7 miliar dengan volume sebanyak 987,71 kilogram (Mutiar, 2023). Indonesia kaya akan berbagai motif dan gaya Batik. Ada banyak jenis Batik khususnya di Provinsi Jawa Timur, yang sudah sangat dikenal oleh masyarakat luas (Sugita, 2023). Namun demikian, Batik tetap dapat dikembangkan dengan keunikan wilayah masing-masing, dimanapun di seluruh wilayah Indonesia, termasuk di Desa Kedungdowo.

Digital marketing merupakan pemasaran dengan pemanfaatan teknologi digital. Peran *digital marketing* menjadi hal penting sesuai perkembangan teknologi digital dan mengembangkan rencana untuk menarik pelanggan serta mengarahkannya pada perpaduan antara komunikasi elektronik maupun konvensional (Chaffey dan Ellis, 2019). Strategi pelaku bisnis dengan memanfaatkan *digital marketing* terutama melalui media sosial dapat memberikan bagaimana cara dan langkah memperbanyak jaringan konsumen dalam memasarkan produknya sehingga pelaku bisnis dapat meningkatkan keunggulan pesaingnya.

Penggunaan *digital marketing* merupakan cara untuk mempermudah dalam memahami persoalan tujuan komunikasi yang bisa dicapai perusahaan melalui penggunaan internet sebagai berikut: a). Penyebaran informasi, salah satu tujuan penting penggunaan situs web ialah menyediakan informasi secara lengkap dan mendalam mengenai produk suatu perusahaan. Perusahaan yang menggunakan *digital marketing* mempunyai peluang banyak untuk mendapatkan konsumen. Bisa dikatakan bahwa dengan penggunaan media internet dalam pemasaran merupakan hal yang paling tepat untuk menyampaikan informasi secara lengkap kepada masyarakat luas. b). Menciptakan kesadaran, *digital marketing* terkadang lebih bermanfaat dalam menciptakan kesadaran terhadap perusahaan bahkan terhadap barang dan jasa yang dihasilkan. Bagi perusahaan dengan biaya promosi. c). Tujuan riset, perusahaan memanfaatkan *digital marketing* tidak hanya dalam urusan pemasaran saja, namun digunakan untuk melakukan riset pasar dan mengumpulkan informasi mengenai perusahaan pesaing serta target konsumen. d). Menciptakan persepsi, perusahaan mengimplementasikan *digital marketing* yang dirancang berguna untuk menciptakan persepsi atau image baik perusahaan terhadap khalayak. e). Percobaan produk, perusahaan menggunakan *digital marketing* untuk menawarkan produk yang dimiliki kepada pengunjung dalam upaya mendorong konsumen supaya bersedia mencoba produk tersebut.

Kelompok Ekonomi RUBI merupakan kelompok ekonomi masyarakat dengan disabilitas di Desa Kedungdowo Kecamatan Arjasa. Saat ini RUBI memiliki 16 anggota aktif termasuk ketua atau koordinator kegiatan. RUBI telah berdiri sejak tahun 2022 dengan inisiasi Desa Kedungdowo sebagai desa yang peduli pada warga yang memiliki disabilitas. Dalam rentang tahun 2022 sampai tahun 2024 RUBI telah mengikuti berbagai pelatihan membuat Batik di luar sanggar, termasuk juga mendatangkan pelatih ke sanggar RUBI untuk secara langsung melatih para anggota RUBI membuat dan menciptakan Batik yang khas

untuk Desa Kedungdowo. Para anggota RUBI memiliki keunikan masing-masing, namun demikian mereka mampu memproduksi kain Batik yang layak jual. Dengan keunikan yang dimiliki, para anggota RUBI juga sama dengan warga masyarakat pada umumnya yaitu dapat menggunakan gawai atau telepon seluler dengan baik. Mereka juga melakukan aktivitas sehari-hari menggunakan layanan internet untuk menerima pesan, menelepon, dan bersosial media, bahkan berbelanja.

Anggota RUBI yang sudah memiliki toko sendiri memiliki permasalahan pada jangkauan pemasaran yang dirasa sangat terbatas. Keberadaan toko mereka yang jauh dari jalan raya utama menjadi salah satu alasan kuat mengapa RUBI memerlukan pendampingan pemasaran, terutama pemasaran digital, dengan tujuan utama memperluas pasar untuk jangka Panjang.

METODOLOGI

Kegiatan pendampingan dilaksanakan dengan dua tahapan yaitu pertama tahap pelatihan atau praktek, yang kedua yaitu pendampingan berkala.

1. Pelatihan

Pelatihan adalah proses memperoleh keterampilan, pengetahuan, atau perilaku baru. Dalam berbagai konteks, training dapat mencakup berbagai kegiatan, mulai dari pelatihan kerja hingga latihan fisik. Pelatihan (Pengertian dan Istilah, 2023).

2. Pendampingan

Pendampingan atau *mentorship* adalah kegiatan membimbing pasca pelatihan dan memberikan solusi apabila terdapat masalah yang dihadapi oleh peserta pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

RUBI memiliki sebaran anggota sebanyak 16 anggota dengan rentang usia 14 – 51 tahun dengan disabilitas yang beragam. Mayoritas anggota sebanyak 15 orang adalah perempuan. Akan tetapi peserta yang hadir pada saat tahap pelatihan hanya 10 orang, 9 orang perempuan, dan 1 orang laki-laki. Pemasaran Batik oleh RUBI sebelumnya hanya melalui *word of mouth* sehingga hanya terbatas pada orang-orang sekitar Desa Kedungdowo.

1. Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan pada tanggal 24 Februari 2024 pukul 10 di Aula Desa kedungdowo. Pelatihan ini dihadiri oleh 10 anggota RUBI. Dengan memberikan pemahaman dasar-dasar pemasaran digital dan praktek pemasaran digital menggunakan media handphone. Peserta pelatihan diperkenalkan pada aplikasi-aplikasi dasar yang dapat digunakan untuk pemasaran digital.

Pasca pelatihan, peserta memahami bahwa ada aplikasi-aplikasi digital yang bisa digunakan untuk kegiatan pemasaran digital. Mereka mulai bisa membedakan apa keunikan setiap aplikasi pemasaran digital, berikut memilih yang mana yang sesuai dengan kelompok ekonomi masyarakat RUBI. Berikut ini adalah aplikasi-aplikasi sederhana yang dapat digunakan untuk tujuan pemasaran digital:

a. WhatsApp Business

WhatsApp Business digunakan sebagai media komunikasi dengan pelanggan sekaligus sebagai profil toko digital. Aplikasi ini memiliki fitur profil toko/usaha, fitur katalog, dan fitur keranjang belanja.

b. S.id

Website ini berfungsi sebagai pemendek url atau link toko digital yang dibuat di WhatsApp Business, sehingga mudah untuk dibaca, diingat, maupun untuk dibagikan kepada orang lain.

c. Canva

Aplikasi ini sangat bermanfaat untuk membuat konten yang akan dibagi di toko digital. Canva sangat mudah digunakan dan memiliki fitur-fitur yang bisa digunakan dengan gratis.

d. Dana

Pemasaran digital memiliki kebutuhan pembayaran jarak jauh. Aplikasi ini sangat membantu sebelum memiliki rekening di Bank. Aplikasi ini memiliki fitur bayar dengan QRIS, dan fitur akun Bisnis yang membuat kegiatan pembayaran semakin terpercaya karena untuk membuka akun Bisnis diperlukan beberapa verifikasi.

2. Pendampingan

Setelah mengikuti pelatihan, anggota RUBI mendapatkan pendampingan dengan jadwal yang disepakati Bersama yaitu selama satu minggu dengan hasil sebagai berikut:

- a. Anggota RUBI sudah bisa memanfaatkan aplikasi Canva untuk membuat konten kreatif untuk kepentingan pemasaran digital.
- b. Anggota RUBI sudah dapat menggunakan aplikasi WhatsApp Business berikut menerapkan pengaturan sesuai dengan yang diperlukan.
- c. Anggota RUBI kurang memahami fungsi *shortener url* sehingga belum dapat memanfaatkan fitur yang disediakan s.id secara maksimal.
- d. Anggota RUBI sudah bisa membuka akun DANA, walaupun belum mendapat verifikasi untuk akun bisnis.



Figur 1. Foto-foto kegiatan saat pelatihan

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat khususnya kepada kelompok ekonomi RUBI di Desa kedungdowo berjalan dengan lancar dengan hasil yang cukup memuaskan. Kendala keterbatasan fisik anggota RUBI tidak menjadi masalah saat pelatihan maupun saat pendampingan. Saran untuk kegiatan berikutnya adalah memperkenalkan *tools* yang lebih kompleks untuk menambah kekayaan pengetahuan yang mendukung kreativitas anggota RUBI untuk memanfaatkan platform digital dalam kegiatan pemasaran.

REFERENSI

- Andreas, A. (2021). *The Fundamental of Digital Marketing*. PT. Elek Media Komputindo. Jakarta.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson.

- Hisyam, M., Yanizon, A., Ramli, A.L.P.R, Nasution, H. Anggraini, D., Wibowo, E.A., Ramses. (2023). Pemanfaatan Media Pemasaran Digital: Upaya Meningkatkan Pemasaran Produk Umkm Di Pulau Panjang, Kelurahan Sijantung, Kecamatan Galang, Kota Batam. *Minda Baharu*, 7(2), 351-364. Doi. 10.33373/jmb.v7i2.5818.
- Mutiara, A. 2023. 10 Besar Negara Pasar Ekspor Batik Indonesia, Ada AS & Jepang. CNBC Indonesia. <https://cnbcindonesia.com>. Diakses pada 27 Februari 2024.
- 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.
- Paembonan, L., Suparman, S., Tallesang, M., Jaya, A. H., Syatir, A., & Suirlan, R. (2024). Pendampingan Digital Marketing dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Rumah Tangga di Desa Sibalaya Utara Kabupaten Sigi. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(1), 112-120.
- Pengertian dan Istilah. (2023). Mengenal Arti Training dan Manfaatnya untuk Karyawan. Kumparan. Diakses 21 Juli 2024.
- Rachmawati, F. 2018. *Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Pahlawan Ekonomi Surabaya*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Jurusan Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi. Surabaya.
- Ridwan, IM. dkk. 2019. Penerapan Digital marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan “WAGE” Bandung. *Jurnal Abdimas BSI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)* Vol. 2 No. 1 Februari 2019, Hal. 137-142. E-ISSN: 2614- 6711.
- Sholahuddin, M., Wiyadi, W., Abas, N. I., Rahmawati, S. D., & Rahmawati, R. Y. (2024). Strategi Digital Marketing Untuk Peningkatan Usaha UMKM Binaan PCIM Malaysia. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 4147-4161.
- Stefvany, Afdhal, V.E., Wiraseptya, T. (2022). Pelatihan Digital Marketing Sebagai Strategi Promosi dan Publikasi Kampung Adat Rimbo Tarok, *Minda Baharu*, 6(2), 163-170. Doi. 10.33373/jmb.v6i2.4432.
- Sugita, N.M. 2023. 10 Batik Khas dari Jawa Timur. Detik. <https://www.detik.com/jatim/budaya/d-6957416/10-batik-khas-dari-jawa-timur>. Diakses pada 27 Februari 2024
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada UMKM Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 1(2), 36-50.

Terttiaavini, T., Hertati, L., Yulius, Y., & Saputra, T. S. (2024). Pelatihan Digital Marketing Dan Inovasi Produk Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM Ikan Pedo Serbuk. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(2), 2405-2416.

Vincent, W.A., dan Wismanoro, Y. (2020). *Marketing Digital. Solusi Bisnis Masa Kini dan Masa Depan*. PT. Kanisius. Yogyakarta.

Wardana, A. 2018. Strategi Digital marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM Di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional: Forum Keuangan dan Bisnis IV*, Th 2015. ISBN: 978-602-17225-4-1

Diterima: 01 Desember 2023 | Disetujui : 31 Juli 2024 | Diterbitkan : 31 Juli 2024

How to Cite:

Mujiyanti, S.A., Suparto, A.A., Wahyudi, Hasan, A., Chandra, H., Fajri, N., & Imama, N. (2024). Pendampingan Pemasaran Digital Bagi Kelompok Ekonomi Rumah Batik Inklusi Rubi di Desa Kedungdowo. *Minda Baharu*, 8(1), 138-144. Doi. 10.33373/jmb.v8i1.6174