
Pelatihan Penggunaan Whatsapp Business, Foto Produk, dan Pembuatan Konten untuk Digital Marketing pada UMKM Karang Taruna Desa Pagongan

Syahrani Salsabilla Prasetyo¹⁾ | Arif Samiaji²⁾ | Putri Ajeng Imamah³⁾ | M. Revito Al Fajri⁴⁾
Politeknik Harapan Bersama Tegal^{1,2,3,4}

syahrani1@gmail.com | arifsamiaji11@gmail.com | putriajengimamah.stdy@gmail.com | revitomohamad05@gmail.com

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi digital dan internet tentu berimbas pada sektor perekonomian khususnya dunia pemasaran. Penggunaannya telah menjangkau berbagai kalangan masyarakat termasuk di dalamnya para pelaku UMKM di daerah. Namun, kurangnya wawasan dan edukasi bagi para pelaku UMKM menyebabkan tidak optimalnya penggunaan teknologi digital dalam mendukung proses bisnis. Digital marketing merupakan salah satu usaha pemanfaatan teknologi untuk memasarkan atau mempromosikan sebuah produk melalui media internet. Selain itu, digital marketing bersifat real time yang memudahkan pengusaha dapat langsung memperhatikan minat dan feedback dari pasar yang dituju. Sehingga diharapkan manajemen usaha menjadi lebih optimal dan mendapatkan hasil yang maksimal. Produk unggulan dari UMKM Karang Taruna Desa Pagongan yang berupa produk olahan susu kambing, akan menarik dan mudah dipromosikan dengan mengangkat branding produk khas Desa Pagongan melalui pengaplikasian digital marketing berupa pengoptimalan penggunaan WhatsApp Business dan content marketing seperti foto produk, video produk dan digital poster. Maka dilakukan pelatihan desain dan digital marketing untuk membantu para pelaku UMKM khususnya UMKM Karang Taruna Desa Pagongan untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam pemanfaatan digital marketing. Dalam pelatihan ini pelaku usaha dapat mengembangkan produk dengan baik, mempromosikan produk secara digital dan hasilnya dapat ditandai dengan adanya kenaikan jumlah pesanan produk di media online.

Keywords: Teknologi Digital; Digital Marketing; UMKM; Karang Taruna

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi *digital* dan internet tentu berimbas pada sektor perekonomian khususnya dunia pemasaran. Penggunaannya telah menjangkau berbagai kalangan masyarakat termasuk di dalamnya para pelaku UMKM di daerah.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah kegiatan yang dapat memperluas lapangan pekerjaan, dan berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat. Selaras dengan hal itu, karang taruna yang merupakan wadah bagi generasi muda untuk tumbuh dan berkembang, memiliki peran untuk mengembangkan kegiatan ekonomi dengan pendayagunaan semua potensi sumber daya manusia maupun alam yang dapat menunjang potensi UMKM melalui pemahamannya di bidang teknologi.

Inovasi teknologi mendatangkan tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (*offline*) menjadi digital (*online*). Strategi *digital marketing* ini lebih prospektif karena

* Corresponding author



This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet.

Digital Marketing merupakan salah satu usaha pemanfaatan teknologi untuk memasarkan atau mempromosikan sebuah produk melalui media internet agar bisa menjangkau konsumen maupun calon konsumen dengan cepat. Media internet yang sekarang ini populer digunakan untuk pemasaran produk antara lain, Facebook, Youtube, Instagram, WhatsApp, dan media sosial yang lain.

Buce Darmawan, Konsultan Senior Proxsis IT, menyebutkan beberapa keuntungan penggunaan teknologi digital bagi UKM di Indonesia, yaitu:

1. Kenaikan pendapatan hingga 80%;
2. Satu setengah kali lebih mungkin untuk meningkatkan kesempatan kerja;
3. 17 kali lebih mungkin untuk menjadi inovatif;
4. UKM yang lebih banyak menggunakan teknologi digital menjadi lebih kompetitif secara internasional.

Produk unggulan dari UMKM Karang Taruna Desa Pagongan yang berupa produk olahan susu kambing, akan menarik dan mudah dipromosikan dengan mengangkat *branding* produk khas Desa Pagongan melalui pengaplikasian *digital marketing* berupa pengoptimalan penggunaan WhatsApp Business dan *content marketing* seperti foto produk, video produk dan *digital poster*. Maka dilakukan pelatihan desain dan *digital marketing* untuk membantu para pelaku UMKM khususnya UMKM Karang Taruna Desa Pagongan untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam pemanfaatan *digital marketing*. Dalam pelatihan ini pelaku usaha dapat mengembangkan produk dengan baik, mempromosikan produk secara digital dan hasilnya dapat ditandai dengan adanya kenaikan jumlah pesanan produk di media *online*.

KAJIAN TEORITIS

Cakupan materi yang disampaikan adalah:

1. Pemberian materi dan praktek secara langsung mengenai WhatsApp Business dan foto produk.
2. Pemberian materi dan praktek secara langsung mengenai power point Sebagai Alternatif *Branding Product*.
3. Praktek secara langsung mengenai pembuatan *Content* Instagram.

Kegiatan pertama yang dilakukan dalam program Pengabdian Pada Masyarakat di Desa Pagongan adalah survei kebutuhan mitra secara langsung dengan *dating* dan mencari informasi langsung di Balaidesa Pagongan yang dapat dilihat pada Gambar 4.1.



Gambar 4.1 Survei Kebutuhan Mitra di Balaidesa Pagongan

Kegiatan berikutnya adalah pelaksanaan pelatihan, untuk hari pertama yaitu Pelatihan Pembuatan WhatsApp Business dan Foto Produk yang diselenggarakan pada tanggal 16 April 2023 di rumah salah satu anggota Karang Taruna Desa Pagongan, seperti dapat terlihat pada Gambar 4.2.



Gambar 4.2 Kegiatan Penyampaian Materi WhatsApp Business

Selanjutnya adalah penyampaian materi tentang tata cara dan tips foto produk yang baik agar mendapatkan hasil yang maksimal dan dilanjutkan praktek bersama sama dengan properti yang telah disediakan oleh kami berupa *box studio mini* serta beberapa aksesoris pendukung seperti terlihat pada Gambar 4.3, Gambar 4.4, Gambar 4.5.



Gambar 4.3 Kegiatan Penyampaian Materi Foto Produk



Gambar 4.4 Kegiatan Mempersiapkan Properti Foto Produk



Gambar 4.5 Kegiatan Prakter Foto Produk Bersama-sama

Kegiatan terakhir pada Pelatihan Pembuatan WhatsApp Business dan Foto Produk ini adalah penyerahan foto bersama dapat dilihat pada Gambar 4.6.



Gambar 4.6 Penyerahan Berupa Box Studio Mini

Kegiatan berikutnya adalah pelatihan kedua yaitu tentang cara pembuatan power point menggunakan aplikasi canva agar tampilan dari power point tersebut lebih menarik, cara menambahkan foto produk ke dalam power point, cara menggunakan fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi canva, serta foto bersama yang diselenggarakan pada tanggal 29 April 2023 di rumah salah satu anggota organisasi IPBNU Desa Pagongan, seperti terlihat pada Gambar 4.7 dan Gambar 4.8.



Gambar 4.7 Kegiatan Penyampaian Materi



Gambar 4.8 Foto Bersama Pelatihan Ketiga

Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat yang terakhir adalah Pelatihan Pembuatan *Content* Instagram yang dilaksanakan pada tanggal 30 April 2023 di Balaidesa desa Pagongan, seperti terlihat pada Gambar 4.9.



Gambar 4.9 Foto Bersama Pelatihan Terakhir

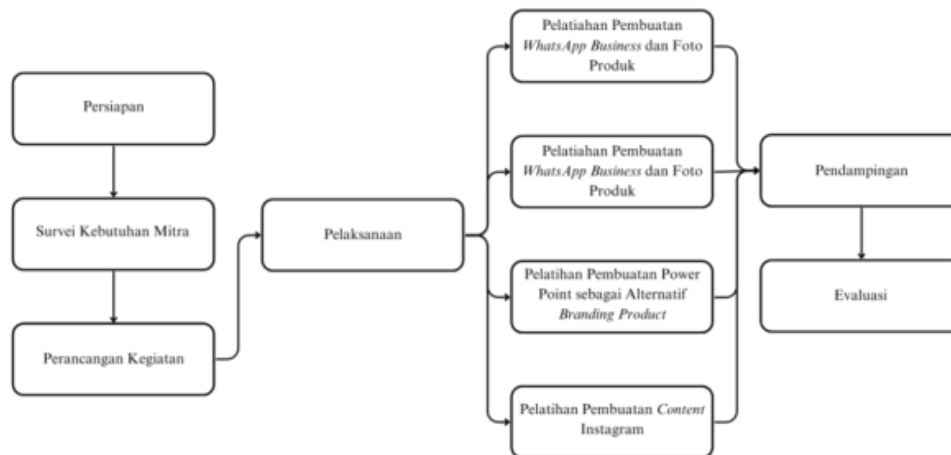
Pelatihan yang dilaksanakan sangat berguna bagi karang taruna untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan tentang poster dan media promosi digital. Dengan diselenggarakannya pelatihan WhatsApp Business, foto produk, dan pembuatan konten untuk *digital marketing* ini membawa dampak positif bagi karang taruna dan organisasi IPBNU. Transfer pengetahuan dan pelatihan yang dilakukan memberikan kontribusi nyata untuk warga masyarakat Desa Pagongan.

Berdasarkan hasil kegiatan yang dilakukan di Desa Pagongan mendapatkan respon masyarakat yang baik. Kegiatan ini mempunyai dampak kepada warga untuk dapat menggunakan fasilitas gawai sebagai sarana untuk mempromosikan produk yang dihasilkan.

Bagi para UMKM dapat membuat strategi pemasaran baru yang lagi ramai untuk dapat bersaing dengan para wirausaha sejenis. Dan juga warga masyarakat lebih mandiri dalam mengaplikasikan desain digital bukan hanya pada satu aplikasi saja tetapi bisa menggunakan aplikasi yang lain.

METODE PENELITIAN

Dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Desa Pagongan menggunakan beberapa metode seperti pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Metode Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat di Desa Pagongan

A. Persiapan

1. Survei Kebutuhan Mitra

Kegiatan survei dilakukan dengan mendatangi langsung ke lokasi mitra yang bertempat di Balai Desa Pagongan untuk mengetahui kebutuhan dari Karang Taruna serta melakukan wawancara untuk mengumpulkan informasi terkait produk UMKM Karang Taruna, teknik pemasaran dan informasi lainnya yang akan menjadi pertimbangan untuk dijadikan materi pelatihan.

2. Perancangan Kegiatan

Perancangan kegiatan ini mempersiapkan materi dalam bentuk *power point* dan buku panduan pembuatan akun WhatsApp Business untuk bahan pelatihan peningkatan pemasaran melalui *digital marketing* dengan pelatihan pembuatan akun WhatsApp Business serta melakukan promosi di dalam media sosial tersebut.

B. Pelaksanaan

1. Pelatihan Pembuatan WhatsApp Business dan Foto Produk

Materi “Pembuatan WhatsApp Business dan Foto Produk” dilakukan dengan

metode presentasi dan praktek langsung. Materi yang disampaikan meliputi manfaat dan kekurangan WhatsApp Business, langkah-langkah pembuatan akun WhatsApp Business, serta tata cara dan tips foto produk yang baik agar mendapatkan hasil yang maksimal. Pelatihan dilakukan kepada mitra sebanyak 2 kali pertemuan.

2. Pelatihan Pembuatan Power Point Sebagai Alternatif *Branding Product*

Materi “Pembuatan Power Point Sebagai Alternatif *Branding Product*” dilakukan dengan metode praktek langsung. Praktek yang dilakukan bersama ini meliputi cara pembuatan power point menggunakan aplikasi canva agar tampilan dari power point tersebut lebih menarik, cara menambahkan foto produk ke dalam power point, cara menggunakan fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi canva. Pelatihan dilakukan kepada mitra sebanyak 1 kali pertemuan.

3. Pelatihan Pembuatan *Content* Instagram

Materi “Pembuatan *Content* Instagram” dilakukan dengan metode presentasi dan praktek langsung. Materi yang disampaikan meliputi langkah-langkah menggunakan aplikasi canva, fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi canva, cara membuat desain poster untuk instagram menggunakan template yang tersedia pada aplikasi canva, serta mengunduh hasil desain yang telah di buat. Pelatihan dilakukan kepada mitra sebanyak 1 kali pertemuan.

C. Pendampingan

Pendampingan dilakukan sebagai sarana diskusi mengenai pelatihan yang dilakukan, seperti masih adanya kebingungan atau terdapat kendala pada saat pembuatan akun WhatsApp Business, foto produk, proses editing pembuatan power point bahkan sampai pembuatan *content* instagram. Pendampingan ini dilakukan pada saat pelatihan berlangsung. Pertanyaan dan kendala tersebut digunakan sebagai evaluasi untuk perbaikan.

D. Evaluasi

Evaluasi dilakukan setelah pelatihan pemanfaatan *digital marketing* selesai melalui Google Form yang disebarakan melalui group WhatsApp peserta pelatihan *digital marketing*. Form bisa diakses melalui alamat <https://goo.gl/2NvqPZ>.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Masalah-masalah yang dihadapi masyarakat serta solusi masalah tercantum pada tabel 4.1.

Tabel 4.1 Masalah dan Solusi Masalah

No	Masalah	Solusi Masalah	Keterangan
1.	Penggunaan internet dalam proses komunikasi promosi produk.	Memberikan pengetahuan cara membuat WhatsApp Business dan mengenali fitur - fitur di dalamnya	Memberikan dampak kepada peserta pelatihan untuk bisa menggunakan handphone sebagai sarana promosi dan



		untuk promosi produk menggunakan handphone agar dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat luas.	pemasaran produk.
2.	Pemasaran dalam menggunakan teknologi komunikasi untuk mampu bersinergi dengan usaha-usaha yang berbasis online maupun media sosial.	Menciptakan desain digital yang menarik sehingga bisa diterima customer. Desain produk dengan memanfaatkan aplikasi edit Canva <i>mobile</i> supaya lebih menarik, mudah, dan menarik sehingga dapat meningkatkan usaha penjualan.	Memberikan dampak yang sangat baik bagi Karang Taruna pelaku UMKM yang dapat mengikuti trend produk dan teknologi komunikasi. Produk akan dikenal secara luas dan untuk mendukung perkembangan UMKM secara mandiri.
3.	Produk desain seperti pamflet dan banner kurang dimanfaatkan sebagai sarana promosi secara efektif.	Melakukan kegiatan pelatihan pembuatan desain produk untuk desain digital. Memberikan informasi yang baik agar pesan dari desain digital tersampaikan kepada masyarakat luas.	Memberikan dampak positif bagi Karang Taruna untuk bisa menjadi mandiri dalam membuat desain digital. Aplikasi edit digital desain banyak tersedia pada playstore android handphone.

KESIMPULAN

Dari kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat di desa Pagongan dengan anggota Karang Taruna dan anggota Organisasi IPBNU sebagai mitranya, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Masyarakat anggota Karang Taruna dan anggota Organisasi IPBNU desa Pagongan sudah mengetahui media sosial, sudah memanfaatkan media sosial sebagai sarana digital marketing namun belum maksimal karena hanya memanfaatkan whatsapp dan belum terlalu mengerti cara membuat produknya agar terlihat menarik dari segi foto dan editing foto produk yang dimiliki.
2. Pengabdian Pada Masyarakat di desa Pagongan dengan anggota Karang Taruna dan anggota Organisasi IPBNU, yang telah diselenggarakan pada tanggal 16, 29, 30 April 2023 telah mampu mengasihkan beberapa contoh foto produk, dan poster untuk keperluan konten di sosial media yang nantinya bisa lebih diasah lagi dari ilmu yang telah kita berikan.

REFERENSI

- A. A. Hendriadi, B. Nurina Sari, and T. N. Padilah, "Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang," *J-Dinamika J. Pengabd. Masy.*, vol. 4, no. 2, pp. 120–125, 2019, doi: 10.25047/j-dinamika.v4i2.1133.
- A. A. Nur Ahmas, T. Sutrisno, and I. Ratnasari, "Upaya Peningkatan Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Melalui Inovasi Desain Kemasan Dan Pemasaran Produk Di Kabupaten Karawang," *SELAPARANG J. Pengabd. Masy. Berkemajuan*, vol. 6, no. 1, p. 124, 2022, doi: 10.31764/jpmb.v6i1.7625.



-
- A. M. Wiediawati, "Pelatihan Pelatihan Digital Marketing Strategy Untuk Mencapai Kemandirian Masyarakat," *Din. J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 3, no. 1, pp. 147–157, 2019, doi: 10.31849/dinamisia.v3i1.2676.
- A. P. Wati, J. A. Martha, and A. Indrawati, "Peningkatan Keterampilan Pemasaran Melalui Pelatihan Whatsapp Business Pada UMKM," *Dedication J. Pengabdi. Masy.*, vol. 4, no. 2, pp. 137–148, 2020, doi: 10.31537/dedication.v4i2.362.
- B. N. Halim *et al.*, "Pelatihan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Produk Lokal Umkm Di Desa Gadingrejo," *Community Dev. J. J. Pengabdi. Masy.*, vol. 3, no. 2, pp. 609–615, 2022, doi: 10.31004/cdj.v3i2.4044.
- E. Fahrudin, J. Mukhtar, A. R. P. H, A. Suhendra, F. Rahman, and N. R. Pratama, "SOSIALISASI PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI USAHA TINGKAT UMKM PADA KARANG TARUNA VILA DAGO ALAM ASRI 1," no. 1, pp. 20–22, 2023.
- G. Farell, T. Thamrin, and I. Novid, "Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Dan Kewirausahaan UKM Pada Kota Sawahlunto," *Suluh Bendang J. Ilm. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 19, no. 1, p. 42, 2019, doi: 10.24036/sb.0310.
- R. E. Hamzah, D. Citra, and E. Putri, "Pemanfaatan Digital Marketing oleh Pelaku UMKM di Kuningan Barat, Jakarta Selatan," *J. Pustaka Dianmas*, vol. 1, no. 1, p. 12, 2021, [Online]. Available: <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/dianmas>