



PELATIHAN DIGITAL MARKETING CV OCCE DALAM UPAYA PENGEMBANGAN PEMASARAN PRODUK LOKAL KULIT BERBASIS MEDIA SOSIAL

Rizka Yulia Rahmawati^{1*}, Gracia Aprina Chita Rahayu², Fani Khoirotunnisa³

^{1,2,3}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

*E-mail: 20012010196@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Mitra Pengabdian Masyarakat pada kegiatan ini adalah salah satu Usaha Kecil Menengah (UKM) yang berada di Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo yang bergerak di bidang usaha produksi dan jual beli produk kulit yakni CV Occe. Sejak pandemi Covid-19, mitra mengeluhkan pendapatan yang semakin menurun. Kami pun mengidentifikasi masalah yakni kurangnya pemanfaatan pemasaran di media sosial, tidak menggunakan *e-commerce* sehingga daya saing kurang, kegiatan pemasaran yang minim. Oleh karena itu, kami memberikan pelatihan *digital marketing* kepada karyawan yang bertujuan untuk mengembangkan sistem pemasaran digital di CV Occe serta membangun *brand awareness* produk kulit kepada masyarakat. Dalam pelatihan ini, mitra juga akan diberikan bantuan dalam pembuatan akun bisnis di media sosial yakni Instagram dan TikTok, serta *e-commerce* di Shopee. Metode kegiatan ini adalah memberikan pelatihan berupa penyuluhan dan pembuatan konten *marketing* serta cara mengelola media sosial. Hasil dari kegiatan ini diharapkan dapat memperluas pemasaran dengan menyajikan konten-konten yang menarik dan membangun *brand awareness* produk kulit kepada masyarakat yang dapat meningkatkan penjualan CV Occe.

Kata kunci: digital marketing; UKM; *e-commerce*; konten marketing; pemasaran.

CV OCCE DIGITAL MARKETING TRAINING IN EFFORTS TO DEVELOP SOCIAL MEDIA-BASED MARKETING OF LOCAL LEATHER PRODUCTS

ABSTRACT

The Community Service Partner in this activity is one of the Small and Medium Enterprises (UKM) located in the Tanggulangin sub-district, Sidoarjo district which is engaged in the business of producing and buying and selling leather products, namely CV Occe. Since the Covid-19 pandemic, partners have complained of decreasing income. We also identified problems namely the lack of utilization of marketing on social media, not using e-commerce so that competitiveness is lacking, minimal marketing activities. Therefore, we propose to provide digital marketing to employees with the aim of developing a digital marketing system at CV Occe and build brand awareness of leather products to the public. In addition, we also provide assistance in creating business accounts on social media, namely Instagram, TikTok and e-commerce at Shopee and Tokopedia. The method of this activity is to provide training in the form of directing and make content marketing also how to manage social media. The results of this activity are expected to expand marketing by presenting interesting content and building brand awareness of leather products to the public which can increase sales of CV Occe.

Keywords: digital marketing, UKM, *e-commerce*, konten marketing, marketing.

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya zaman, teknologi dan jaringan komunikasi dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam menjalani berbagai aktivitas, salah satunya kegiatan berbelanja. Dengan adanya kemajuan teknologi tersebut, mengakibatkan banyaknya masyarakat yang lebih memilih melakukan belanja secara *online* dibandingkan datang ke tokonya secara langsung karena belanja *online* dianggap lebih efisien terhadap waktu dan biaya.

Hal ini bisa menjadi kesempatan berharga bagi pelaku usaha untuk memanfaatkan peluang yang telah tersedia. Namun banyak pihak yang belum memahami betapa pentingnya peran teknologi dalam pengembangan usaha kecil dan menengah. Justru banyak yang beranggapan bahwa adanya digitalisasi ini membawa banyak tantangan terhadap pelaku usaha dalam menghadapi persaingan bisnis.



Terbatasnya pengetahuan dan pemahaman pelaku UKM terhadap *digital marketing* mendorong adanya kegiatan sosialisasi dan pelatihan terkait pemanfaatan teknologi sebagai media dalam mengembangkan bisnis. Pelatihan *digital marketing* dibutuhkan oleh seluruh pelaku usaha baik lingkup kecil maupun besar dalam memperluas jaringan pemasaran.

Taiminen & Karjaluoto (2014) mengemukakan tentang pentingnya pengembangan UKM dengan mengadakan program pelatihan untuk membantu UMKM mengeksplorasi digitalisasi, demikian juga diperlukan dukungan dari pemerintah.

Menurut Bernadian dan Rusell yang dikutip oleh Cardoso dalam buku (Sunyoto. 2016:137) "Pelatihan tenaga kerja adalah setiap usaha untuk memperbaiki performa pekerja pada suatu pekerjaan tertentu yang sedang menjadi tanggung jawabnya atau satu pekerjaan yang ada kaitannya dengan pekerjaan".

Digital marketing menurut Ridwan Sanjaya & Josua Tarigan (2009:47) adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, adwords, ataupun jejaring sosial. Tentu saja *digital marketing* bukan hanya berbicara tentang *marketing* internet. Dengan *digital marketing* penjual dan pembeli dapat dengan mudah terhubung untuk melakukan transaksi, selain itu penjual juga dapat dengan cepat menanggapi permintaan pembeli untuk mencapai kepuasan pelanggan sehingga terjadi peningkatan keuntungan penjual. *Digital marketing* juga dapat membangun *brand awareness*, yang dilakukan dengan cara menentukan media sosial yang akan digunakan, perencanaan pesan, dan menentukan teknik bauran promosi yang akan digunakan (Oktaviyani dan Rustandi, 2018).

CV Occe merupakan usaha yang bergerak di bidang usaha kerajinan kulit dan terletak di Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo. Produk-produk yang dihasilkan berupa tas, dompet, card holder, gantungan kunci, dan produk kulit lainnya. Metode pemasaran yang telah dilakukan oleh CV Occe sebelumnya masih dengan cara konvensional yaitu penjualan *door to door* atau penjual bertemu langsung dengan pembeli di toko. UKM tersebut memiliki keinginan dan tertarik untuk mulai memasuki pemasaran digital dengan tujuan memperluas pangsa pasar.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di *Showroom* CV Occe yaitu Jocce yang berlokasi di Desa Kludan Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo. Kegiatan ini berbasis pelatihan karyawan yang diadakan pada tanggal 30 November 2022. Pelaksanaan kegiatan ini ditujukan untuk CV Occe dan diikuti oleh seluruh karyawan CV Occe bagian toko dan pemasaran yang berjumlah 2 orang. CV Occe merupakan UKM yang bergerak dalam bidang usaha kerajinan kulit khas Tanggulangin.

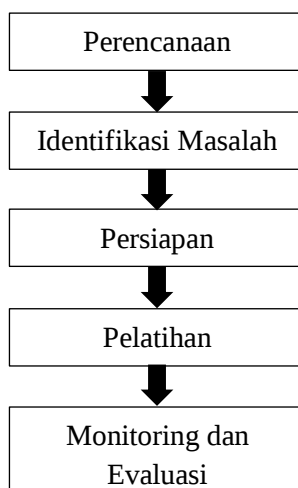
Kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi lima tahapan rencana kerja yang telah ditentukan. Pertama, tahap perencanaan dilakukan dengan menentukan tujuan diadakannya pelatihan serta mempersiapkan bahan dan materi pelatihan.

Tahap kedua yaitu identifikasi masalah, dilakukan dengan pendataan permasalahan CV Occe melalui kegiatan wawancara terhadap pemilik serta karyawan bagian toko dan pemasaran CV Occe untuk mengetahui permasalahan yang sedang terjadi, sehingga dapat ditentukan solusi penyelesaiannya.

Tahap ketiga, persiapan dilakukan dengan meminta perizinan pada mitra untuk mengadakan sosialisasi dan pelatihan kepada karyawan. Selain itu, memberikan sosialisasi kepada seluruh karyawan CV Occe terkait kegiatan pengabdian masyarakat yang akan diadakan serta memberikan informasi terkait tujuan diadakannya kegiatan tersebut.

Tahap keempat pelaksanaan pelatihan *digital marketing*, meliputi pelatihan mengenai manfaat *digital marketing*, jenis-jenis *digital marketing*, macam-macam metode yang dapat digunakan, *platform* yang mendukung, cara membuat dan mengedit konten, hingga tips-tips dalam pembuatan konten untuk menunjang kegiatan pemasaran digital.

Kemudian tahap kelima, monitoring dan evaluasi kegiatan sebagai upaya pendampingan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dan untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan yang telah dilaksanakan.

**Gambar 1.** Alur Pelaksanaan Pelatihan

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Penyuluhan Mengenai Pemasaran Digital

Kegiatan penyuluhan mengenai pemasaran digital dilaksanakan pada tanggal 30 November 2022 pukul 10.30-12.00 bertempat di Jocce (*Showroom CV Occe*), Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo. Pembukaan penyuluhan diawali dengan menyampaikan maksud dan tujuan dari diadakannya kegiatan pelatihan. Dilanjutkan dengan penjelasan mengenai pengertian dari *digital marketing* dan materi yang berjudul Pentingnya *Digital marketing* bagi Suatu Perusahaan. Peserta pelatihan ini dihadiri oleh 2 orang karyawan toko.

Setelah itu, dilanjutkan dengan penyampaian materi yang membahas mengenai tujuan, manfaat dan metode-metode *digital marketing*. Melalui kegiatan pelatihan ini, para karyawan menjadi mengenal elemen-elemen apa saja yang terdapat pada *digital marketing* seperti *website*, *search engine marketing*, *social media marketing*, *online advertising*, email marketing dan video marketing. Selain itu, ditampilkan juga contoh-contoh hasil konten yang telah dibuat dan diunggah ke media sosial selama 2 bulan lalu kepada karyawan CV Occe sebagai referensi konten di media sosial.

Tim PKKM CV Occe juga memberikan materi tentang cara-cara dalam pembuatan konten yang menarik untuk disajikan di media sosial. Pentingnya *digital marketing* dalam suatu perusahaan juga selalu ditekankan pada setiap penjelasan bahwa melalui pemasaran digital, perusahaan akan mendapatkan dampak yang besar.

Misalnya, meningkatnya *traffic* di media sosial CV Occe, mendapatkan pendapatan penjualan lebih tinggi, penjual memberikan pelayanan *real-time*, dan lain sebagainya. Selain itu, di akhir materi juga diberikan tips konsisten untuk membuat konten disertai dengan contohnya. Tips ini bertujuan supaya pengelola media sosial CV Occe dapat melanjutkan dan mengembangkan konten-konten yang sebelumnya telah dibuat oleh Tim PKKM CV Occe.

Tabel 1. Susunan acara kegiatan pelatihan *Digital marketing*

WAKTU	KEGIATAN
10.30-11.00	Persiapan
11.00-11.05	Pembukaan penyuluhan
11.05-11.30	Penyampaian materi <i>Digital marketing</i>
11.30-11.40	Tanya Jawab
11.40-12.00	Penutupan



Gambar 2. Pelatihan *digital marketing* oleh Mahasiswa PKKM

B. Pembuatan Akun serta Konten di Media Sosial

Dalam pemasaran berbasis digital, seorang pelaku usaha harus memiliki akun di media sosial karena hal tersebut merupakan langkah awal untuk memasuki pemasaran produknya di dunia digital. Platform yang akan dimanfaatkan dalam kegiatan penyuluhan pemasaran produk CV Occe ialah Instagram dan TikTok.



Gambar 3. Akun Instagram CV Occe



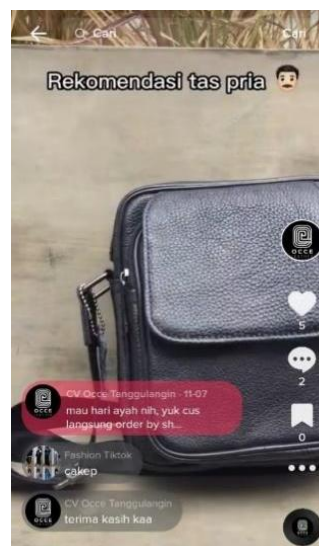
Gambar 4. Akun Tiktok CV Occe

Pada umumnya, pelaku usaha akan langsung menyajikan foto-foto produknya di beranda media sosial, namun Tim PKKM CV Occe memilih untuk menggunakan metode *soft-selling*. *Soft-selling* mengacu pada pendekatan periklanan dan penjualan yang menampilkan bahasa halus dan teknik non-agresif. *Soft-selling* adalah teknik penjualan dengan tekanan rendah, persuasif, dan halus, hal itu mungkin tidak menghasilkan penjualan saat pertama kali produk disajikan tetapi membantu mendorong penjualan berulang (Will Kenton, 2019).

Dengan menerapkan metode *soft-selling*, akan terbentuk *brand awareness* masyarakat terhadap produk kulit melalui konten-konten yang persuasif dan secara halus mempengaruhi penilaian masyarakat. Konten-konten yang telah disajikan antara lain konten edukasi mengenai kulit, rekomendasi tas yang anti ribet dan simpel, dan lain sebagainya.



Gambar 5. Video Konten di Instagram



Gambar 6. Video Konten di Tiktok

Dalam proses pembuatan konten tidak sepenuhnya berjalan mulus, perbedaan selera masyarakat menjadikan konten yang telah dibuat tidak selalu ditonton banyak orang. Namun konsistensi dalam pembuatan konten harus tetap dijaga supaya *audience* semakin penasaran dengan konten-konten selanjutnya. Konten yang disajikan juga harus diupayakan untuk tren terkini supaya *audience* tertarik. Dengan demikian, Tim PKKM sangat berharap mitra terkait yakni CV Occe dapat lebih memahami pentingnya pemasaran digital dan tertarik untuk mengembangkan pemasaran digital dengan harapan dapat terjadi peningkatan penjualan produk kulit.



C. Pembuatan Akun serta Katalog di E-commerce

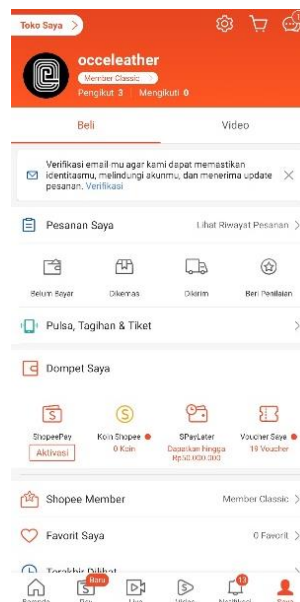
Saat ini banyak sekali aplikasi belanja *online* yang telah tersedia di smartphone. Aplikasi-aplikasi tersebut tentunya memberikan fitur-fitur yang ramah pengguna (*user friendly*) sehingga seluruh kalangan dapat dengan mudah memanfaatkannya dan tertarik untuk menggunakannya. Kelebihan dari adanya aplikasi belanja *online* diantaranya pembeli dapat dengan leluasa memilih produk-produk yang dibutuhkan, kegiatan berbelanja terasa lebih aman dan nyaman karena dapat dilakukan tanpa harus keluar rumah, pembeli dapat dengan mudah membaca informasi terkait produk-produk yang dibutuhkan, selain itu bagi pihak penjual, aplikasi belanja *online* dinilai sangat menguntungkan karena bisa menjangkau lebih banyak pelanggan sehingga dapat membantu dalam meningkatkan pendapatan.

Banyaknya kelebihan dari aplikasi belanja *online* yang dapat dimanfaatkan, Tim PKKM CV Occe tertarik untuk memperkenalkan *e-commerce* Shopee kepada pelaku usaha UKM CV Occe. Menurut Rahmati (2009), *e-commerce* adalah singkatan dari *Electronic Commerce* yang artinya sistem pemasaran secara atau dengan media elektronik. *E-commerce* ini mencakup distribusi, penjualan, pembelian, marketing dan *service* dari sebuah produk yang dilakukan dalam sebuah sistem elektronika seperti internet atau bentuk jaringan komputer yang lain.

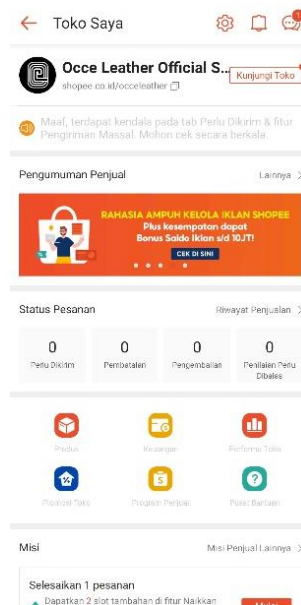
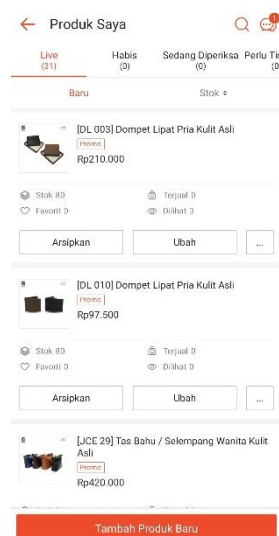
Langkah pertama yaitu dilakukan dengan pembuatan akun pada *e-commerce* Shopee dikarenakan sebelumnya CV Occe belum pernah memiliki akun Shopee. Pembuatan akun Shopee diawali dengan menentukan *username* yang menarik dan mudah dikenal oleh konsumen, oleh karena itu *username* untuk akun Shopee CV Occe akan disamakan dengan akun Instagram supaya konsumen lebih mudah mengingat *username* yang dimiliki CV Occe.

Selanjutnya memasukkan foto profil sebagai identitas toko, foto profil yang akan digunakan oleh CV Occe adalah logo dari perusahaannya, tujuannya supaya konsumen mengenal logo yang dimiliki oleh mitra dan lebih mengingat identitas dari CV Occe. Dilanjutkan dengan mengedit profil toko dengan memasukkan nama toko, deskripsi toko, nomor telepon, serta email. Langkah berikutnya yaitu mulai mengunggah katalog produk yang berisi foto produk dan deskripsi produk secara detail.

Dalam melengkapi kebutuhan katalog produk, Tim PKKM CV Occe membantu mitra untuk mengedit foto supaya hasil foto yang ditampilkan dalam *platform* Shopee lebih rapi dan menarik. Dikarenakan banyaknya produk kulit yang dimiliki oleh pihak mitra, dalam pelatihan ini masih beberapa produk saja yang telah dipublish diantaranya tas, dompet, serta *clutch*.



Gambar 7. Akun Shopee CV Occe

**Gambar 8.** Atur Profil Toko di Shopee**Gambar 9.** Unggah Produk di Shopee

D. Monitoring dan Evaluasi

Setelah diadakannya pelatihan *digital marketing*, para karyawan CV Occe menjadi paham betapa pentingnya penggunaan media digital sebagai penunjang kegiatan promosi usaha. Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi kegiatan, mulai terjadi peningkatan audiens di media sosial. Hal ini dapat dibuktikan melalui adanya penambahan pengikut di media sosial, penonton video baik di Instagram maupun di Tiktok, komentar-komentar terhadap konten yang telah dibuat, dan terbentuknya *brand awareness* di masyarakat terhadap produk-produk CV Occe.

SIMPULAN

Pada era saat ini pelaku usaha seharusnya sadar akan pentingnya pemasaran digital karena perilaku konsumen yang semakin hari kian berubah, sehingga pelaku usaha dituntut untuk mampu mengikuti perkembangan teknologi yang terjadi. Seiring berjalannya waktu, teknologi semakin canggih dan pelaku usaha harus terus mengevaluasi perkembangan usahanya. Dengan adanya pelatihan *digital marketing* ini, UKM semakin paham akan pentingnya pemasaran digital di era perkembangan teknologi saat ini dengan menggunakan media promosi Instagram, Tiktok, serta Shopee. Tambahan materi berupa tips-tips dalam membuat konten yang menarik dan mempertahankan konsistensi dapat memotivasi karyawan



bagian pemasaran untuk terus membangun *brand awareness* produk kulit kepada masyarakat. Selain terus berupaya mengembangkan kegiatan pemasarannya, CV Occe juga diharapkan terus mempertahankan kualitas produk dan mengembangkan pelayanannya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik berkat adanya dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini Tim PKKM CV Occe menyampaikan terima kasih kepada:

1. LPPM Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur selaku koordinator pelaksanaan kegiatan Program Kompetisi Kampus Merdeka Tahun 2022.
2. Dosen Pembimbing Lapangan yang selalu membimbing dan mendampingi kegiatan PKKM Tahun 2022.
3. Pemilik serta seluruh karyawan CV Occe yang selalu berpartisipasi dalam kelancaran kegiatan.
4. Terima kasih juga kepada Tim Program Kompetisi Kampus Merdeka Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur Tahun 2022 yang ditempatkan di UKM CV Occe.

DAFTAR PUSTAKA

- Chusniyah, I., & Fauza, N. (2022). Pelatihan *Digital marketing* Bagi Pelaku UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran di Masa Pandemi Bagi Masyarakat. *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 138-149.
- Fahdia, M. R., Kurniawati, I., Amsury, F., & Saputra, I. (2022). Pelatihan *Digital marketing* Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi UMKM Tajur Halang Makmur. *AbdiFormatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 34-39.
- Mas’udah, K. W., Achmad, Z. A., Chayani, I. S. P., Multazam, N. A., & Putra, R. F. A. (2021). Pelatihan desain pengemasan dan pemasaran kelompok UMKM untuk meningkatkan pendapatan masyarakat Kelurahan Dupak Kecamatan Krembangan Kota Surabaya Jawa Timur. *SHARE: "SHaring-Action-REflection"*, 7(2), 129-135.
- 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.
- Wahyuni, N., & Gunawan, A. (2018). Pengenalan Dan Pemanfaatan Marketplace *E-commerce* Untuk Pelaku Ukm Wilayah Cilegon. *Jurnal Pengabdian Dinamika*, 5(1), 31-39.