

## Pelatihan dan Bimbingan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Kepanjen Lor Kota Blitar

### *Digital Marketing Training and Guidance for MSME Actors in Kepanjen Lor Urban Village Blitar City*

Nabigus Thoriq Harasta <sup>1</sup>, Sugito <sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya

Korespondensi penulis : [20012010319@student.upnjatim.ac.id](mailto:20012010319@student.upnjatim.ac.id)

#### Article History:

Received: 25 April 2023

Revised: 30 Mei 2023

Accepted: 14 Juni 2023

**Keywords:** *Training, MSMEs Guidance, Digital Marketing, Tiktok Shop*

**Abstract:** *Food is a basic human need, therefore, the food industry is an industry that will always grow, at least following population growth. It is not surprising that the food industry, especially small-scale industries, has sprung up to meet this demand. As a form of community service, the East Java UPN "Veteran" KKN-T 26 group invites and educates the public to do entrepreneurship, especially digitally using social media by creating "Singkong Crispy" Training and Online Marketing programs. This program is an activity that aims to increase people's creativity in entrepreneurship. The target of this program is the surrounding community, especially the women of RT 01 RW 05 in the Kepanjenlor Village, Blitar City. The methods used in this program are lectures, demonstrations and practicum. The results of this activity participants can receive knowledge and can develop potential in entrepreneurship through "Singkong Crispy".*

#### Abstrak

Pangan merupakan kebutuhan dasar manusia, oleh karena itu, industri pangan merupakan industri yang akan selalu tumbuh, paling tidak mengikuti pertumbuhan penduduk. Tidak heran jika industri pangan, terutama industri skala kecil bermunculan untuk memenuhi permintaan tersebut. Sebagai bentuk pengabdian masyarakat, kelompok KKN-T 26 UPN “Veteran” Jawa Timur mengajak dan mengedukasi masyarakat untuk berwirausaha khususnya secara digital menggunakan media sosial dengan membuat program Pelatihan “Singkong Crispy” dan Marketing Online. Program ini merupakan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kreativitas masyarakat dalam berwirausaha. Sasaran dari program ini adalah masyarakat sekitar khususnya ibu-ibu RT 01 RW 05 dikelurahan Kepanjenlor Kota Blitar. Metode yang digunakan dalam program ini adalah ceramah, demonstrasi dan praktikum. Hasil dari kegiatan ini peserta dapat menerima pengetahuan dan dapat mengembangkan potensi dalam berwirausaha melalui “Singkong

\* Marudut Bernadtua Simanjuntak, [bernadmarudut@gmail.com](mailto:bernadmarudut@gmail.com)

Crispy”.

**Kata Kunci:** Pelatihan, Pendampingan UMKM, Digital Marketing, Tiktok Shop

## **PENDAHULUAN**

Pekembangan teknologi tiap tahunnya meningkat seiring berjalannya waktu teknologi berdampingan dengan manusia dalam aktivitasnya sehari-hari. Kesempatan ini tentunya dimanfaatkan oleh berbagai kalangan, salah satunya bagi konsumen, pemasok, dan pelaku usaha barang / jasa. Menggunakan media online berupa sosial media sebagai perantara pertukaran informasi dan juga sebagai lingkungan bisnis bagi para pelaku UMKM. Para pemangku kepentingan UMKM yang menggunakan internet atau lebih dikenal dengan bisnis online memiliki banyak peluang besar karena banyak orang yang sudah menggunakan internet untuk mengembangkan bisnis UMKM mereka.

Kami selaku mahasiswa kelompok KKN-T No.26 Universitas Pembangunan Veteran Jawa Timur berkesempatan mengikuti program kuliah merdeka belajar yaitu Kuliah Kerja Praktek Tematik (KKNT). Tujuan dari KKN-T ini adalah untuk meningkatkan keterampilan sosial mahasiswa, meningkatkan empati dan minat mahasiswa terhadap isu-isu sosial, sekaligus mengajarkan mahasiswa untuk inovatif, termotivasi, memfasilitasi dan memecahkan masalah. Kami kelompok KKN-T 26 juga diberikan tugas untuk mengembangkan suatu wilayah di Kota Blitar, yaitu di daerah Kelurahan Kepanjen Lor, Kecamatan Kepanjen Kidul, Kota Blitar. Daerah Kepanjen Lor memiliki keunikan yaitu berdekatan dengan titik pusat kota, banyak UMKM yang tersebar di Kelurahan Kepanjen Lor seperti batik, kerajinan tangan, makanan ringan, dan masih banyak lagi. Kami menargetkan pelaku UMKM dalam pemasaran digital.

Kegiatan pengabdian pada UMKM pengolahan makanan dalam pemasaran digital ini dilakukan sebagai respon atas tanggung jawab sosial para pendidik untuk terlibat dalam inkuiri pendidikan untuk meningkatkan kualitas masyarakat (Wahyudi, R., & Linawati, N, 2018). Program Studi Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Agribisnis, Administrasi Publik, Bisnis dan Informatika, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur Desa Kepanjenlor berkesempatan menjalin kerjasama dengan pengusaha-pengusaha usaha kecil dan menengah.

Kegiatan kolaboratif adalah cara kerja sama yang diciptakan oleh kedua belah pihak dilakukan. Bentuk kegiatan yang dilakukan adalah konsultasi dan pelatihan digital marketing.

## **METODE**

Pengabdian masyarakat ini dimulai pukul sembilan pagi dan berlangsung selama enam jam. Tempat kegiatan tanggal 22 Maret 2023 di halaman RT 01 RW 05. 22 Maret 2023 di Jalan Kartini No 6 Kota Blitar. Metode yang digunakan dalam menjalankan program kerja kelompok KKN-T 26 hingga mencapai target yaitu:

- 1) Komunikasi: pertemuan dengan mitra dalam fase ini adalah tentang program pelatihan termasuk perencanaan, persiapan dan pelaksanaan kegiatan gerak.
- 2) Pengamatan dan pengesahan: mengumpulkan data dari peserta pelatihan, mengidentifikasi kebutuhan operasional, mengembangkan solusi dan Menyusun dokumen
- 3) Strategi, presentasi teknis pada tahap Pada paragraf ini dilakukan penugasan tugas dan rencana aksi pelatihan
- 4) Diimplementasikan dalam Pelatihan pengolahan makanan singkong RT 01 RW 05 mengacu pada penerapan singkong krispy
- 5) Evaluasi: telah dilakukan review operasional. Yang dilakukan meliputi ketepatan program, proses dan target hasil serta kualitas output untuk mengukur keberhasilan acara.

## **HASIL**

Pada pertemuan pelatihan ini para warga setempat diundang sebagai peserta untuk mengikuti kegiatan ini, di Halaman RT 01 RW 05. Pelatihan ini membahas terkait tentang industri olahan pangan yang mudah dibuat dan di perjual belikan, yaitu dengan bahan singkong. Dalam membuat masakan krispi dari olahan singkong dibutuhkan berbagai bahan dan alat, seperti singkong, minyak, garam, bawang, bumbu dapur, penggorengan, oven, gas elpiji, piring dan panci. Langkah pertama proses menggoreng tapioka ini dimulai dengan terlebih dahulu mengupas singkong, kemudian membilas tapioka dalam mangkuk berisi air bersih dan memastikan lendir di

antara kulit dan umbinya juga ikut terangkat. pembersihan. Tahap selanjutnya bawang bombay dan bumbu lainnya diaduk rata, adonan bumbu tersebut kemudian dimasukkan ke dalam air tapioca dan dicuci bersih selama 5-10 menit. Jika sudah, langkah selanjutnya adalah menggoreng, siapkan wajan berisi minyak dan tunggu hingga minyak panas. Saat minyak sudah panas, masukkan singkong yang sudah dibumbui. Goreng hingga kecoklatan, lalu saring airnya. Singkong siap disajikan. Singkong akan dimuat dalam kemasan yang bisa dibawa kemana-mana dan tahan lama.



**Gambar 1: Penyampaian Materi Digital Marketing Kepada Peserta Kegiatan**

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kelompok kami turut serta mengisi kegiatan di akhir kegiatan dengan mengadakan pelatihan media digital, dikarenakan masyarakat RT 01 RW 05 dianggap masih kurang mengerti mengenai betapa pentingnya mengolah bisnis usahanya via digital di zaman sekarang. Kelompok kami menjelaskan beberapa materi terkait tentang marketing digital, salah satunya melalui aplikasi “Tiktok Shop”. Keuntungan menggunakan aplikasi ini ialah sejak tahun 2021 hingga sekarang aplikasi tiktok ini cukup digemari dikala pandemi, sehingga akan memudahkan dalam mencari target pasar yang tepat. Hingga tiktok membuat fasilitas dimana bisa melakukan proses jual-beli, Kami membimbing peserta untuk mendaftar aplikasi Toko Tiktok dan cara menjual baran melalui aplikasi Toko Tiktok. Dengan demikian, peserta memiliki informasi tentang digital marketing yaitu

penjualan online melalui Tiktok Shop.



**Gambar 2: Sosialisasi Progam Kerja KKN-T 26 dengan Kelompok Masyarakat**

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada gambar diatas menunjukkan sebelum kegiatan dimulai kami kelompok KKN-T 26 berkoordinasi dengan kelompok masyarakat (POKMAS). Kegiatan berlangsung dengan lancar dan mendapat respon yang baik dari peserta binaan. Hal ini karena kegiatan seperti ini selalu diadakan setiap tahunnya, sehingga peserta merasa bersyukur adanya kegiatan ini karena untuk menambah pengetahuan masyarakat dalam pelaku usaha bisnis di era digitalisasi ini. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara intensif selama kurang lebih enam jam.

## **DISKUSI**

Pangan merupakan kebutuhan pokok manusia, sehingga industri pangan merupakan industri yang akan selalu berkembang, paling tidak setelah jumlah penduduk bertambah. Tak heran jika industri makanan, khususnya industri kecil, terus bermunculan untuk memenuhi permintaan tersebut. Pengolahan makanan biasanya tidak membutuhkan teknologi yang rumit dan penguasaan ilmu pengetahuan. Makanan olahan adalah makanan atau minuman yang telah diolah dengan cara atau metode tertentu, dengan atau tanpa bahan tambahan (Nurchahyo, Edy, & E. Nurchahyo, 2018).

Sebagian warga dari peserta kegiatan meminta kami untuk mendaftarkan usahanya melalui aplikasi “Tiktok Shop”, dan membimbing untuk mengoperasikan usahanya serta bagaimana teknik memasarkan yang baik dan digemari banyak orang. Diharapkan warga yang sudah berhasil dalam menjalankan usahanya di bisnis digital ini dapat membuat warga lainnya untuk termotivasi membangun inovasi bisnis.

## **KESIMPULAN**

Dari hasil diskusi diperoleh hasil berupa kegiatan pengabdian masyarakat berupa program pelatihan digital marketing yang tujuan utamanya adalah ibu-ibu RT 01 RW 05 wasiat peserta pelatihan. Untuk “krispy” membuat singkong, berguna untuk menumbuhkembangkan kreativitas agar usaha keripik singkong tampil beda dan maju. Harapan mahasiswa kelompok KKN-T 26 saat menyelenggarakan acara pelatihan singkong krispy ini adalah ibu-ibu setempat menjadi lebih mandiri dan kreatif. Ia terampil dalam menciptakan produk yang bernilai ekonomi dengan cara memasak, berguna untuk menopang pendapatan keluarga di Desa KepanjenLor, serta dapat mempromosikan produk tersebut di jejaring sosial khususnya di toko tiktok untuk memulai usaha

## **Pengakuan/Acknowledgements**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam proses penelitian ini, terutama kepada :

1. Seluruh dosen pembimbing program KKN-Tematik MBKM UPN “Veteran Jawa Timur
2. Setiap anggota kelompok yang sudah memberikan banyak informasi dan bimbingan selama masa program.
3. Para perangkat kelurahan KepanjenLor dan Warga setempat yang sudah berpartisipasi dalam kegiatan kami sehingga Kelompok 26 KKN-T dapat menyelesaikan luaran dengan baik.
4. PIC KKN-Tematik UPN “Veteran” Jawa Timur yang dengan tulus memberi ilmu dan pengarahan yang sangat bermanfaat.

5. Orang tua, keluarga, dan teman-teman penulis, terima kasih banyak atas dukungannya. Penulis menyadari bahwa laporan ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Penulis berharap semoga laporan ini dapat memberi manfaat bagi para pembaca.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Muhardono, A., & Satrio, D. (2021). Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM Di Desa Kertoharjo Kelurahan Kuripan Kertoharjo. *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 359-368. <https://doi.org/10.47492/eamal.v1i3.888>
- 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. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Pranawa, I. P. L. A., & Abiyasa, A. P. (2019). Digital Marketing dan Hedonisme Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(4), 58-74 <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i4.2250>
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17 <https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>