



Pemberdayaan Masyarakat melalui Pelatihan Soft Skill Digital Marketing di Desa Kemujan Kecamatan Karimunjawa

Fajar Sari Kurniawan¹⁾, Endra Winarni²⁾, Septina Dwi Retnandari³⁾,
Christine Widilestari⁴⁾

1, 2, 3, 4 Politeknik Maritim Negeri Indonesia

*endra@polimarin.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.31331/manggali.v3i1.2353>

Info Articles

Sejarah Artikel:

Disubmit : November 2022
Direvisi : Desember 2022
Disetujui : Januari 2023

Keywords:

Training, soft skill digital
marketing

Abstrak

Dari sejumlah pewirausaha di Desa Kemujan, diketahui bahwa masih sangat sedikit yang melakukan pemasaran produk atau jasa melalui media online. Kebanyakan mereka melakukan aktivitas usaha secara manual (*offline*), sehingga selama pandemi praktis tidak ada penjualan atau pemasukan bagi para pewirausaha Desa Kemujan. Kemampuan pengelolaan pemasaran produk atau jasa setidaknya didukung oleh dua unsur utama yaitu (1) Keinginan/ motivasi yang kuat dari pewirausaha untuk memasarkan atau mempromosikan sebuah produk atau jasa yang ditekuni melalui media *online*; (2) Dikuasai pengetahuan dan keterampilan teknik promosi, dalam hal ini adalah *soft skill digital marketing*. Tujuan Kegiatan PPM di Desa Kemujan, Karimunjawa adalah memberikan penguatan keterampilan pada kelompok pelaku usaha dalam memasarkan atau mempromosikan sebuah produk atau jasa yang ditekuni melalui media *online* seperti *website* dan *marketplace* agar bisa menjangkau konsumen dan calon konsumen dengan lebih luas dan cepat. Metode diterapkan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan pemasaran digital, yaitu pembuatan *content* sebagai media peningkatan akses promosi dan penggunaan media sosial untuk promosi *online* produk atau jasa yang dimiliki. Simpulan kegiatan ini adalah masyarakat dapat memanfaatkan digital sebagai sarana pemasaran produk atau jasanya secara online untuk jangkauan pemasaran yang lebih luas agar lebih dikenal oleh konsumen.

Abstract

From a number of business actors in Kemujan Village, it is known that very few are marketing their products or services through online media. Most of them carry out business activities manually (offline), so that during the pandemic there were practically no sales or income for Kemujan Village business actors. The ability to manage product or service marketing is at least supported by two main elements, namely (1) a strong desire/motivation from entrepreneurs to market or promote a product or service that is occupied through online media; (2) Mastery of promotional technical knowledge and skills, in this case, digital marketing soft skills. The aim of PPM activities in Kemujan Village, Karimunjawa is to provide skill strengthening for groups of business actors in marketing or promoting a product or service they are engaged in through online media such as websites and marketplaces so they can reach consumers and potential customers more broadly and quickly. The method is applied in the form of digital marketing training and assistance, namely content creation as a medium for increasing promotional access and using social media for the online promotion of products or services owned. The conclusion of this activity is that people can use digital as a means of marketing their products or services online for a wider marketing reach so that they are better known by consumers.

PENDAHULUAN

Karimunjawa memiliki biota laut yang mencapai lebih dari 50 jenis, 200 lebih jenis ikan hias, dan terumbu karang yang mencapai 90-an jenis. Potensi terumbu karang dapat meningkatkan kunjungan wisata dan pendapatan nelayan karena biota laut sering ditemukan di celah terumbu karang. Potensi lain di wilayah Karimunjawa, yaitu hutan mangrove seluas 10,5 km² yang dimanfaatkan sebagai objek wisata serta menjadi salah satu sumber penghasilan, seperti adanya retribusi, dan pemandu wisata. Selain keindahan alamnya, Karimunjawa juga memiliki potensi dari sektor industri dan jasa, yaitu kerajinan dari kayu seperti Kayu Dewandaru, Kayu Stigi, Kayu Kalimasada, dan juga hiasan dari kerang laut serta penginapan (*home stay*) juga penyewaan transportasi baik motor, mobil, maupun perahu.

Salah satu wilayah Kecamatan Karimunjawa adalah Desa Kemujan, secara administratif Pemerintahan Desa Kemujan berpusat di Pulau Kemujan. Terdiri dari 5 RW dan 20 RT dengan luas wilayah daratan Desa Kemujan 1649 Ha yang terdiri dari beberapa pulau, termasuk Pulau Kemujan yang memiliki luas 1.501 Ha. Pulau-pulau lainnya yaitu Pulau Bengkoang (105 Ha), Pulau Sintok (21 Ha), Pulau Cendekian (13 Ha), Pulau Cilik (2 Ha), Pulau Gundul (2 Ha), Pulau Mrican (1 Ha), dan Pulau Tengah (4 Ha). Desa Kemujan berpenduduk sebanyak 3.284 orang yang terdiri dari 1.707 laki-laki dan 1.517 perempuan, sementara jumlah Kepala Keluarganya adalah sebanyak 1.089 KK. Dengan jumlah warga sekitar 3 ribu orang, desa Kemujan terdiri dari 5 buah Rukun Warga (RW) dan sejumlah 20 buah Rukun Tetangga (RT). Mata pencaharian penduduk Desa Kemujan bisa dilihat pada tabel 1. berikut.

Tabel 1. Mata Pencaharian Penduduk Desa Kemujan

Mata Pencaharian	Jumlah
Petani	90
Pegawai Negeri	18
Karyawan Swasta	22
Pengrajin	14
Pedagang	61
Tukang	113
Nelayan	519
Jasa	51
Tukang kayu	56
Tukang batu	57

Pensiunan	5
Lainnya	1.337
Tidak bekerja	940
<hr/>	
Jumlah	3.783
<hr/>	

Sumber : Data Desa tahun 2018

Dari data mengenai mata pencaharian tersebut, dapat diketahui bahwa profesi pengrajin dan pedagang merupakan profesi yang erat dengan dunia wirausaha. Nelayan pun memiliki kesempatan untuk menjadi pedagang, kecuali jika profesi nelayan merupakan buruh nelayan. Jika dihitung ada sebanyak 626 orang yang memiliki potensi sebagai wirausaha. Data yang diperoleh dari Kantor Desa terkait wirausaha, ternyata selama ini belum ada asosiasi atau kelompok wirausaha di Desa Kemujan. Desa Kemujan memiliki 1 (satu) Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yaitu dalam bentuk lembaga simpan pinjam.

Selama pandemi, praktis tidak ada pemasukan bagi para wirausaha Desa Kemujan. Dari sekian banyak pewirausaha, ada beberapa warga yang memilih mendirikan hotel/penginapan. Untuk jenis dagangan jasa sewa kamar hotel, tidak ada pemasukan sama sekali saat pandemi. Berdasarkan pengalaman selama pandemi, permasalahan yang dihadapi oleh mitra yang dalam hal ini adalah masyarakat di Desa Kemujan, di antaranya:

- a. Pewirausaha Desa Kemujan hanya fokus pada penjualan secara langsung di pasar-pasar atau tengkulak tanpa mencoba memasarkan secara *online* dan memberi nilai tambah pada produk.
- b. Pewirausaha Desa Kemujan kurang menyadari arti penting meningkatkan nilai jual terhadap aspek pemasarannya.
- c. Pewirausaha Desa Kemujan belum memaksimalkan media digital untuk memasarkan produk atau jasanya.
- d. Pewirausaha Desa Kemujan belum memiliki keterampilan *digital marketing* untuk meningkatkan penjualan.
- e. Pewirausaha Desa Kemujan membutuhkan ide kreatif dalam memasarkan produknya.

Seperti kita ketahui bahwa dampak dari pandemi Covid-19 yang melanda khususnya Desa Kemujan sangat berpengaruh terhadap sektor perekonomian seperti Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hambatan yang dihadapi oleh pengusaha di Desa Kemujan adalah bidang pemasaran. Bagi pengusaha ini, melakukan usaha produksi bisa mengikuti kebutuhan pasar, masalahnya produk tidak menjangkau pasar luar lokasi desa. Pemasaran *online* bisa menjadi solusinya. Sementara, dari sekian banyak warga yang memiliki usaha bisnis, masih banyak yang belum melek pada pemasaran *online*. Untuk jaringan internet, Desa Kemujan bisa diandalkan karena jaringan internet sudah mulai dibangun di desa ini sejak 20 tahun terakhir dan tersedia BTS dengan jaringan yang amat kuat di salah 1 operator seluler. (Bernadi dkk, 2020). Potensi pengembangan pengusaha sangat besar. Untuk itu diperlukan bagaimana memberikan solusi atas hambatan atau permasalahan yang dihadapi warga pengusaha Desa Kemujan agar dapat memotivasi dan membangun mental pengusaha tetap bertahan dan terus berjalan pasca pandemi covid-19 ini. Tren perkembangan dunia usaha saat ini sedang berkembang menuju ke arah digital. Oleh karena itu pelatihan soft skill digital marketing mutlak diperlukan. Dengan demikian masalah yang dirumuskan dalam kegiatan ini difokuskan dalam hal penguasaan keterampilan teknis yang dapat dirangkum sebagai berikut:

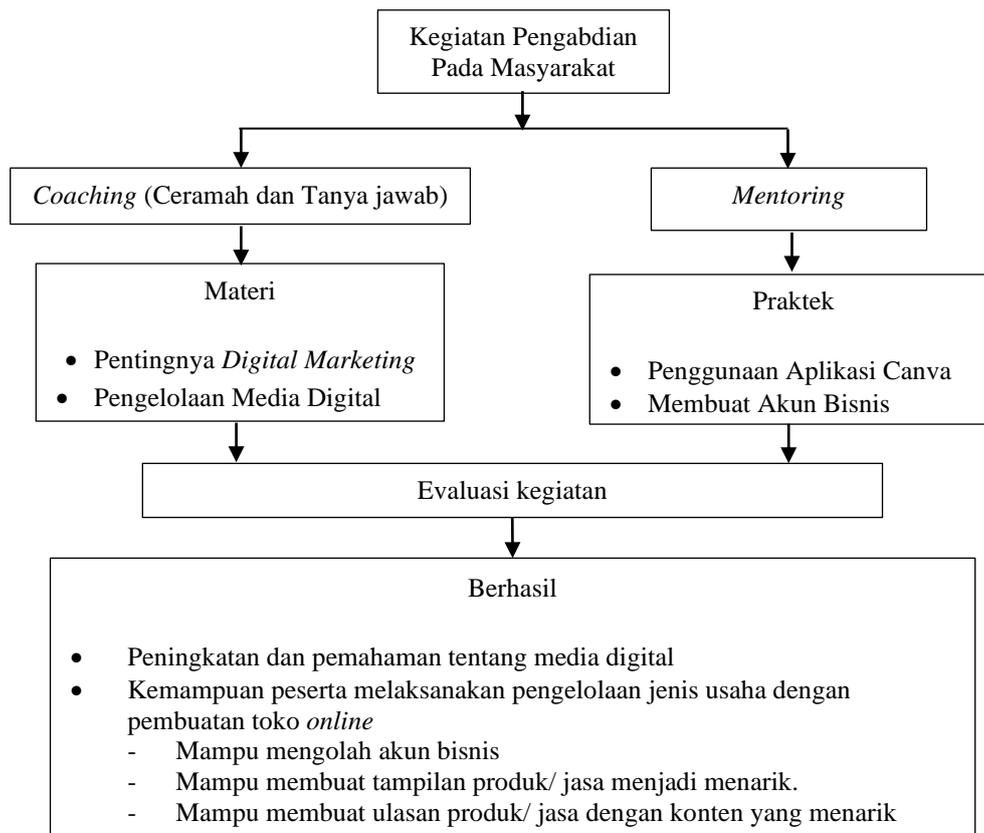
- a. Bagaimana membelajarkan pengetahuan tentang *digital marketing*?
- b. Bagaimana melatih keterampilan pemasaran secara *online*?

Menghadapi kenyataan di atas, bahwa pentingnya pelatihan *soft skill digital marketing* di Desa Kemujan yang melatarbelakangi tim dosen Politeknik Maritim Negeri Indonesia khususnya dosen Prodi Transportasi Laut untuk membantu mewujudkan konsep pengelolaan *digital marketing* dengan perencanaan atau strategi yang diharapkan mampu menjangkau target pasar yang lebih luas dengan lebih efektif dan efisien. Tim pengabdian melakukan penyuluhan dan pelatihan *soft skill digital marketing* yang memuat langkah-langkah konkrit membuat konten *digital marketing*. Adapun untuk pendampingan dan monitoring akan dilakukan secara *online*.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini diawali dengan survei lapangan untuk menentukan kondisi sistem pemasaran produk/ jasa yang ada saat ini, sebagai dasar

perencanaan peningkatan sistem *digital marketing* jangka panjang. Mengidentifikasi potensi dan kebutuhan keterampilan dalam rangka memberdayakan pewirausaha untuk melakukan pengelolaan dalam memasarkan produk/ jasanya. Kondisi ini dilakukan di Desa Kemujan Kecamatan Karimunjawa Kabupaten Jepara. Selanjutnya dirumuskan pola pengembangan teknis-teknologis sistem digital marketing yang meliputi: (1) subsistem pembuatan *content*, (2) subsistem penyuluhan dan pelatihan editing *content* dengan pengenalan aplikasi Canva. Pada akhir kegiatan dilakukan evaluasi keberhasilan program.



Gambar 1. Diagram Rancangan Evaluasi

Pengabdian masyarakat ini menggunakan metode transfer ilmu pengetahuan melalui bentuk pelatihan dan pendampingan. Untuk melaksanakan kegiatan pengabdian pada masyarakat, tim pelaksana kegiatan akan melakukan serangkaian kegiatan sebagai berikut:

a. Penyampaian materi (*sharing knowledge*)

Metode ini dimaksudkan sebagai metode penyampaian materi seluas-luasnya tentang pengenalan dasar dalam menggunakan media sosial untuk pemasaran produk seperti: (1)

pelatihan *digital marketing* untuk pemasaran produk yang terdiri dari dari cara memposting gambar/video dan memberi *caption* atau keterangan produk yang dapat menarik konsumen. (2) pelatihan pengenalan *marketplace* dan *copywriting* sebagai alternatif lain selain media sosial untuk pemasaran produk, dan teknik penulisan deskripsi pada produk serta cara membuat penawaran-penawaran yang menarik.

- b. *Coaching*, sifat *coaching* di sini adalah tanya jawab yang dapat memicu kesadaran diri dan mendorong timbulnya tindakan kreatif.
- c. *Mentoring*, sebagai suatu proses berbagi pengalaman dan pengetahuan dari seorang yang sudah berpengalaman (*been there done that*) kepada seseorang yang yang ingin belajar di bidang tersebut.

Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan antara lain:

- a. Tahap Persiapan.

Pada tahap ini dilakukan koordinasi dengan mitra yang meliputi penyusunan jadwal kegiatan, lokasi kegiatan, waktu pelaksanaan kegiatan serta peserta kegiatan. Dalam hal ini Petinggi Desa Kemujan menunjuk siapa saja yang dianggap tepat untuk mengikuti pelatihan *soft skill digital marketing*. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat mempersiapkan materi yang akan ditampilkan dalam sesi *sharing knowledge* dengan ceramah dan diskusi, persiapan pembicara, menyiapkan peralatan dan sarana pendukung seperti materi *print out* untuk peserta, daftar hadir, konsumsi dan lain-lain.

- b. Tahap Pelaksanaan Pelatihan.

Pada tahap ini, dilakukan dalam 2 sesi. Sesi pertama yaitu menyampaikan tentang pentingnya *digital marketing* dengan ceramah (*coaching*) oleh salah satu anggota yang berkompeten dalam ilmu teknologi informasi selama 30 menit yang dilanjut dengan diskusi dan tanya jawab. Sesi kedua yaitu dengan memberikan mentoring dengan praktek membuat content dengan aplikasi canva serta membuat akun pada *market place* (shopee dan instagram) beserta pengelolaannya selama 60 menit. Waktu pelaksanaan disepakati antara Petinggi Desa Kemujan dengan tim pengabdian, yaitu pada hari Sabtu 18 juni 2022, mulai jam 10.00 sampai dengan selesai. Tempat pelaksanaan dilakukan di Perpustakaan Kantor Petinggi Kemujan.

- c. Tahap Evaluasi.

Tahap ini dilakukan evaluasi pada semua kegiatan yang telah dilaksanakan. Evaluasi untuk kegiatan pengabdian secara keseluruhan seperti tertera pada Gambar 1. Pada

evaluasi diberikan penjelasan indikator pencapaian untuk menyatakan keberhasilan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Peralatan yang digunakan adalah sebagai berikut: 1. Laptop, LCD, dan layer proyektor untuk penyampaian materi pelatihan; 2. Laptop/Gadget beserta paket jaringan internet untuk pemrograman canva serta mengakses media digital dalam pembuatan akun bisnis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan pada kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan *soft skill digital marketing* di Desa Kemujan Kecamatan Karimunjawa meliputi dua hal, yaitu (1) Penguasaan pengetahuan tentang digital marketing dan (2) Keterampilan yang diperoleh dari pelatihan *digital marketing*.

1. Penguasaan Pengetahuan Tentang Digital Marketing

Materi yang disampaikan kepada pewirausaha Desa Kemujan adalah pengetahuan praktis yang terkait dengan pembuatan *content* yang menarik, pengklasifikasian jenis-jenis produk dan jasa, cara pengelolaan akun bisnis, spesifik pada pengolahan *content marketing* dan sosial marketing, yang meliputi:

- a. Teknik pengambilan foto produk atau layanan jasa yang akan digunakan sebagai bahan promosi di media sosial. Hasil terlihat pada Gambar 2.



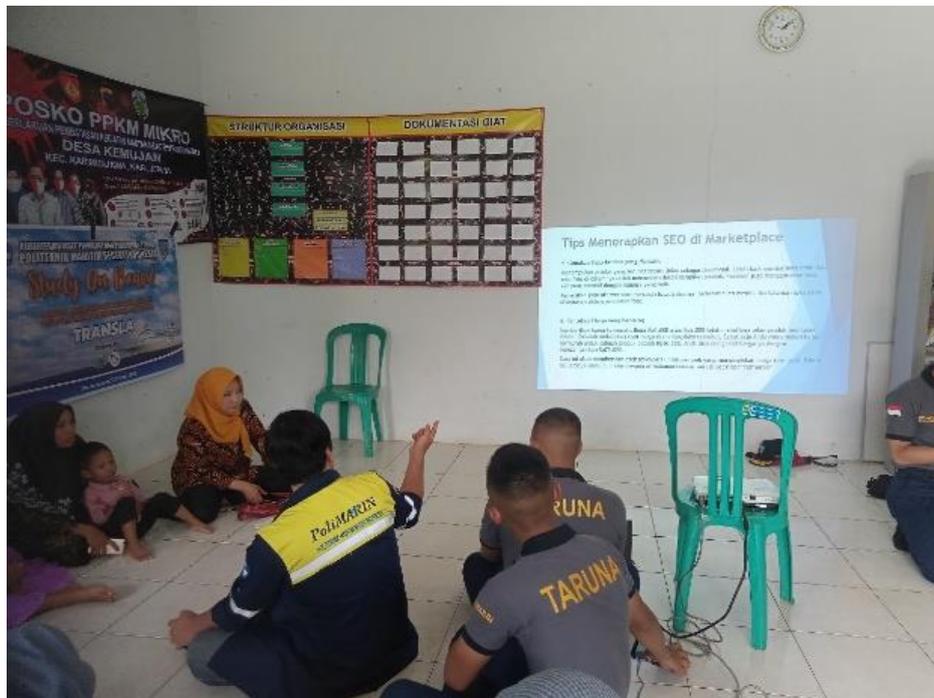
Gambar 2 Hasil Pengambilan Foto Produk atau Layanan Jasa

- b. Teknik membuat *content*.
- c. Teknik mengedit *content* dengan menggunakan aplikasi canva.
- d. Teknik membuat ulasan produk/ jasa yang menarik.
- e. Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk/ jasa.

Mangali

Pemberdayaan Masyarakat melalui Pelatihan Soft Skill Digital Marketing di Desa Kemujan Kecamatan Karimunjawa

Peserta dengan antusias mengikuti penjelasan dari tim pengabdian yang memberikan penjelasan tentang digital marketing. Berdasarkan hasil pantau dari tim pengabdian dan tanya jawab dan diskusi dengan peserta dapat dikatakan bahwa peserta dapat menguasai teori yang diberikan dengan baik dan tertarik untuk mengaplikasikannya dalam usaha yang dikelola.



Gambar 3. Kegiatan Pemberian Materi tentang Digital Marketing

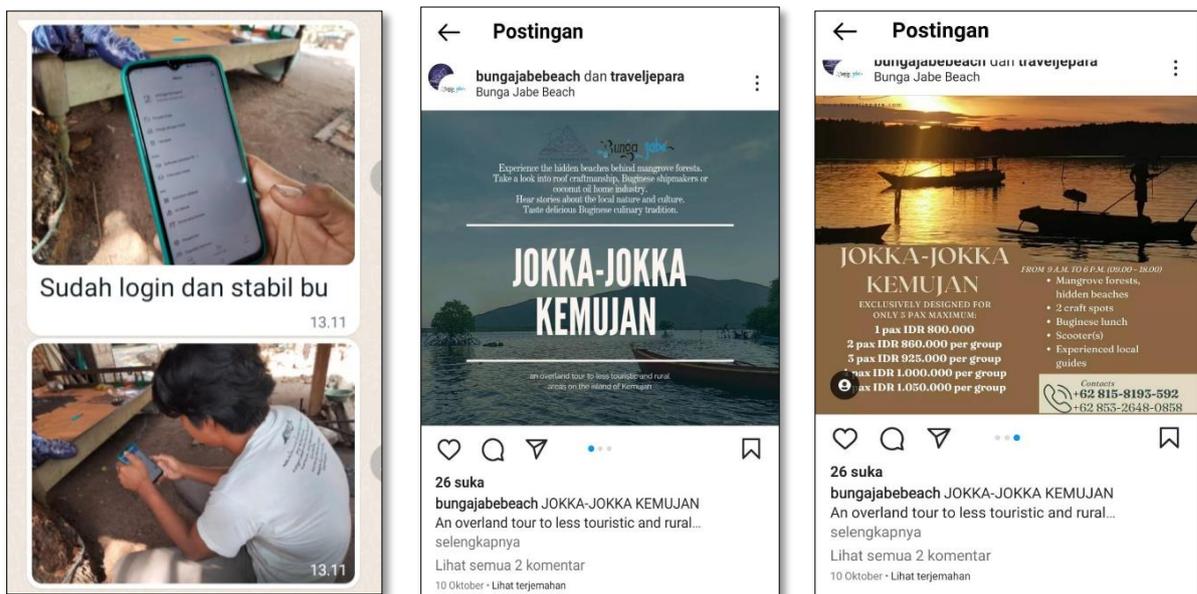


Gambar 4. Kegiatan Tanya Jawab dan Diskusi dengan Peserta

2. Keterampilan Yang Diperoleh Dari Pelatihan Digital Marketing

Setelah pemberian materi, tanya jawab dan diskusi dilanjutkan dengan praktek pembuatan *content*, pengeditan *content* dan membuat ulasan produk/ jasa. Keterampilan yang diperoleh dari tahap pelatihan digital marketing ini adalah:

- Mengenali jenis usaha dan permasalahannya. Dalam hal ini, peserta menentukan target pasar dengan teknik pemilahan kategori pemasaran yang ditentukan berdasarkan dari segi demografi, perilaku, geografi, dan psikografik.
- Mengenal prinsip dasar pembuatan content yang pada dasarnya *content* dapat dibuat dengan empat cara, yaitu menemukan keunikan produk/ jasanya, pendistribusian *content* secara strategis, membuat *tagline* yang menarik, dan inovasi.
- Menerapkan metode digital marketing. Pemilihan metode ini karena pewirausaha dapat mengembangkan usahanya lebih luas. Media social yang yang sudah terbentuk dapat diakses pada Instagram <https://www.instagram.com/p/CjhRbpnP3v9/?igshid=MDJmNzVkMjY=> Hasil kreatifitas terlihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Hasil Luaran Media Sosial dan Postingan Produk atau Layanan Jasa

SIMPULAN

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan dapat disimpulkan (1) Pewirausaha menyadari bahwa ada peluang yang besar ketika penjualan dan promosi dikelola secara digital. (2) Pewirausaha di Desa Kemujan Karimunjawa belum mengerti besarnya manfaat dan peranan media digital dan belum menerapkan teknologi informasi khususnya dalam menggunakan media digital untuk pertumbuhan ekonomi desanya. (3) Dengan adanya pelatihan soft skill digital marketing, masyarakat dapat memanfaatkan digital sebagai sarana pemasaran produk atau jasanya secara online untuk jangkauan pemasaran yang lebih luas agar lebih dikenal oleh konsumen. (4) Perlunya keberlanjutan kegiatan pengabdian untuk strategi dan pengelolaan media digital dengan membuat cluster usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Irwan Bernardi, Ashabul Kahfi, Khoirul Taufiqi; Kehidupan dan Penghidupan Masyarakat Jawa di Karimunjawa (Analisis Tingkat Pendidikan dan Pola Interaksi antar etnik), *Journal of Social Science Teaching*, Vol. 4 No. 1 Tahun 2020' Program Studi Tadris Ilmu Pengetahuan Sosial, Institut Agama Islam Negeri Kudus. <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/Ijtimaia>, p-issn: 2580-8990
- Musnaini, Suherman, Wiyono, H., & Indrawan, I. (2020). *Digital Marketing*. Banyumas: CV. Pena Persada. Dipetik Juli 9, 2022, dari https://www.researchgate.net/publication/344163047_DIGITAL_MARKETING
- Permana, Andrian. 2022. Pemasaran melalui Media Sosial: Solusi Marketing Digital Bisnis Anda. <https://seoanaksholeh.com/pemasaran-melalui-media-sosial/> (diakses 31 Mei 2022)
- Riyan Abdul Aziz. 2020. E-Book Digital Marketing Content. <https://www.amikomsolo.ac.id/wp-content/uploads/2020/09/E-BOOK-DM.pdf> (diakses 31 Mei 2022)
- Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 92–96.
- Wikipedia, "Kabupaten Jepara." p. 1, 2022, [Online]. Available: https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Jepara.