



PELATIHAN DIGITAL – MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DAN KETERAMPILAN TENAGA KERJA PADA UKM DODOL PENGLATAN IBU NYOMAN SUPENI**Oleh****Kadek Nanda Sinta Dewi¹, Komang Ayu Alit Wirandani², I Gusti Made Oka Astana³****^{1,2,3}Manajemen STIE Satya Dharma Singaraja****E-mail: ¹kadeknandasintadewi15@gmail.com**

Article History:*Received: 02-10-2022**Revised: 12-11-2022**Accepted: 26-11-2022***Keywords:***UKM, Pelatihan Digital-Marketing, Keterampilan Tenaga Kerja*

Abstract: *Usaha kecil menengah (UKM) masuk dalam pengelompokan jenis usaha yang meliputi industri dan perdagangan. Dimana UKM berperan sebagai daya serap dalam pertumbuhan dan keterampilan tenaga kerja. Tetapi UKM yang ada di Indonesia masih menghadapi berbagai masalah antara lain masalah promosi, pemasaran dan penjualan produk yang dihasilkan. Dalam hal ini pemasaran berperan penting dalam meningkatkan penjualan dan diimbangi dengan meningkatkan keterampilan tenaga kerja dalam proses produksi dengan cara memaksimalkan kinerja yang dimiliki oleh tenaga kerja. Salah satu UKM yang menarik di Buleleng adalah UKM Dodol Ibu Nyoman Supeni, dimana UKM Dodol milik Ibu Supeni ini terletak di Jalan Pulau Iria, Desa Penglatan, Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng, Bali. Dalam UKM Dodol Ibu Nyoman Supeni perlu melakukan promosi dengan memanfaatkan digital- marketing untuk mempermudah dan menjangkau pemasaran yang lebih luas, kurangnya pengetahuan tentang digitalisasi membuat perlunya pelatihan dengan memanfaatkan aplikasi sebagai media promosi dan juga dapat meningkatkan keterampilan tenaga kerja dalam bidang promosi dengan penggunaan digital- marketing dalam peningkatan penjualan pada UKM milik Ibu Nyoman Supeni*

PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu bidang yang memberikan kontribusi yang signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini dikarenakan daya serap UKM terhadap tenaga kerja yang sangat besar dan dekat dengan rakyat kecil (Kuncoro, 2008, Sripo, 2010). Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu bidang yang memberikan kontribusi yang signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini dikarenakan daya serap UKM terhadap tenaga kerja yang sangat besar dan dekat dengan rakyat kecil. Statistik pekerja Indonesia menunjukkan bahwa 99,5 % tenaga kerja Indonesia bekerja di bidang UKM (Kurniawan, 2008). Hal ini sepenuhnya disadari oleh pemerintah, sehingga UKM termasuk dalam salah satu fokus program



pembangunan yang dicanangkan oleh pemerintah Indonesia. Kebijakan pemerintah terhadap UKM dituangkan dalam sejumlah Undang-undang dan peraturan pemerintah. Pemakaian Teknologi Informasi (IT) dalam memasarkan produk UKM telah berhasil dikembangkan oleh sejumlah Negara seperti Cina, Jepang, dan India. Bahkan Konfederasi Industri India atau Confederation of Indian Industry (CII) merilis hasil survey yang memperlihatkan bahwa peranan.

Berbicara mengenai UKM. Indonesia merupakan salah satu negara yang berusaha untuk mengembangkan dan memajukan UKM yang ada, salah satunya adalah UKM dibidang kuliner. Berdasarkan data statistik tahun 2021 Indonesia merupakan negara penghasil beras terbesar di dunia nomor tiga yaitu Indonesia mampu memproduksi beras mencapai 35,5 juta ton. Beras sangat memiliki peran penting bagi masyarakat Indonesia, dimana beras merupakan bahan pokok yang harus diusahakan ada di setiap rumah tangga, seiring dengan perkembangan zaman yang sangat pesat beras tidak hanya dimasak kemudian disajikan dengan lauk pauk namun para pelaku UKM dapat mengolah beras menjadi berbagai jenis jajanan. Dimana salah satunya adalah jajanan Dodol, dimana keberadaan Dodol dengan unsur beras di dalamnya merupakan salah satu wakil dari budaya agraris masyarakat Betawi tempo dulu.

Pada zaman dulu orang yang membuat Dodol itu hanya untuk kalangan tertentu atau lebih dikenal dengan orang kaya. Dodol bagi masyarakat Betawi dulu tidak hanya menyimbolkan status sosial seseorang saja, tetapi juga memiliki makna filosofi berupa kebersamaan dan silaturahmi. Dengan perkembangan zaman yang sangat pesat Dodol berkembang di beberapa daerah di Indonesia, salah satunya di daerah Bali Utara yaitu di daerah Buleleng. Masyarakat Buleleng tentunya sudah tidak asing lagi dengan nama Dodol. Dodol merupakan salah satu makanan ciri khas Buleleng. Di Buleleng terdapat banyak sentra-sentra usaha pembuatan Dodol yang biasanya dilakukan melalui industri-industri rumah tangga (UKM). Salah satu desa di Bali Utara yang merupakan sentra penghasil Dodol terbesar adalah Desa Penglatan. Dodol memang tidak dapat dilepaskan dari Desa Penglatan, karena sebagian besar masyarakat di Desa Penglatan memiliki industri rumah tangga berupa pembuatan Dodol yang termasuk dalam usaha kecil dan menengah atau yang lebih dikenal dengan UKM. Masyarakat yang pertama kali membuat Dodol di Desa Penglatan yaitu Ibu Rati, dia merupakan orang pertama yang membuat Dodol kemudian diikuti oleh para masyarakat di Desa Penglatan.

Hal ini terlihat jelas saat kita berkunjung ke desa tersebut, dimana hampir setiap sudut rumah penduduk menjajakan makanan manis ini. Ibu Nyoman Supeni, yang merupakan salah satu pembuat Dodol di Desa Penglatan mengatakan, bahan pembuatan Dodol antara lain terdiri dari tepung beras ketan, tepung beras injin, gula pasir, gula merah, kelapa, dan lain-lain. Untuk pengolahan Dodol dari proses awal sampai proses akhir dia lakukan bersama anggota keluarga yang lainnya. Dodol yang sudah selesai dibuat kemudian dibungkus dengan daun jagung kering kemudian dijemur di bawah terik matahari yang tujuannya agar Dodol yang akan di jual rasanya semakin gurih dan awet. Ini merupakan salah satu kelebihan dari proses pembuatan Dodol Penglatan. Dodol Penglatan menghasilkan rasa yang enak dan awet hingga 1 bulan. Ibu Nyoman Supeni juga menambahkan bahwa pembuatan Dodol Penglatan tanpa menggunakan bahan pengawet dan pemanis buatan, sehingga aman untuk dikonsumsi. Untuk mengawetkannya, masyarakat Penglatan melakukan dengan metode tradisional yaitu dengan cara dijemur.



Dodol ini memang sangat unik, semakin sering di jemur rasa yang dihasilkan akan semakin enak, gurih dan mudah dikonsumsi oleh para penikmat dodol. Banyak variasi rasa yang ditawarkan oleh Dodol Pengelatan, diantaranya: rasa injin, nangka, pandan, kacang dan juga ada rasa durian. Dodol kacang adalah salah satu dodol yang paling diminati oleh pembeli, karena selain gurih dan manis juga terdapat kacang didalamnya sehingga membuat rasa dodol menjadi lebih enak. Dodol dari Desa Pengelatan memiliki ciri khas tersendiri, salah satunya adalah pembungkus Dodol dari daun jagung. Selain alami pembungkus Dodol dengan daun jagung juga sehat, karena tidak mengandung plastik yang bisa menyebabkan penyakit, dan juga membantu mendukung program pemerintah agar Bali ini hijau, bersih dan indah, dimana bersumber dari kearifan lokal sat kerthi (enam sumber utama kehidupan masyarakat) salah satunya adalah upaya dalam mengurangi sampah plastik. Adanya usaha pembuatan Dodol tentu berdampak positif bagi masyarakat Desa Pengelatan, karena 80% masyarakat desa yang menggeluti usaha pembuatan Dodol di dalam proses pembuatan hingga pengemasan membutuhkan tenaga kerja yang tidak sedikit, sehingga masyarakat desa setempat memiliki lapangan pekerjaan khususnya bagi ibu rumah tangga.

Usaha Dodol di Desa Pengelatan sudah sangat terkenal diluar Desa Pengelatan bahkan sudah sampai ke seluruh Bali. Harga yang ditawarkan sangat terjangkau, rata-rata di jual Rp 30.000/ kg dan biasanya konsumen membeli dodol secara kiloan atau boleh juga secara eceran tergantung permintaan konsumen. Agar tidak penasaran dengan berbagai varian rasa dodol Pengelatan lebih baik langsung mencoba sendiri, dijamin tidak akan menyesal dan bisa ketagihan. Jika berminat bisa langsung mengunjungi Desa Pengelatan dan dapat menikmati jajanan manis satu ini. Banyaknya persaingan usaha Dodol di Desa Pengelatan membuat usaha lain gencar mempromosikan usahanya, tujuannya yaitu agar cepat laku dan cepat habis. Dengan adanya persaingan usaha tersebut membuat UKM Dodol Ibu Nyoman Supeni menurun drastis terlebih dikondisi pandemi seperti sekarang ini, permasalahan yang ditemukan dalam UKM Dodol Ibu Nyoman Supeni ini yaitu tidak melakukan bauran pemasaran dengan baik seperti halnya melakukan promosi secara digitalisasi dan permasalahan ini juga berdampak kepada tenaga kerja yang sedikit karena mengingat dimasa pandemi masyarakat lebih sering bermain gadget dan memesan makanan secara online.

METODE

Metode pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode diskusi dengan pemilik usaha UKM Dodol Pengelatan yaitu Ibu Nyoman Supeni dan beberapa karyawan. Dan juga melakukan pelatihan digital- marketing dengan memperkenalkan beberapa aplikasi untuk mempermudah dalam melakukan promosi, dimana pemanfaatan digital- marketing digunakan untuk mempermudah pemasan produk Dodol Pengelatan milik Ibu Nyoman Supeni dan memberikan pelatihan kepada karyawan guna meningkatkan mutu tenaga kerja baik bidang produksi maupun promosi. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Jl. Pulau Irian, Desa Pengelatan, Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng, Bali. Pada tanggal 1 Agustus 2022 – 31 Agustus 2022.

Tahap pengabdian masyarakat ini terbagi menjadi 2, yaitu tahap perencanaan dan pelaksanaan. Tahap perencanaan dimulai dengan mengumpulkan informasi mengenai bagaimana cara melakukan digitalisasi yang baik dan benar, dan juga bagaimana melakukan pelatihan kepada tenaga kerja. Dimana sumber informasi yang didapat berasal dari jurnal-



jurnal penelitian nasional dan bahkan internasional, yang sudah terakreditasi. Kemudian tahap selanjutnya yaitu tahap pelaksanaan pengabdian masyarakat, yakni dengan memberikan pelatihan mengenai digital- marketing kepada pemilik usaha dan karyawan, juga ikut serta dalam proses produksi, baik dari pembuatan Dodol sampai dengan proses pengemasan produk.

Tabel 1 Kegiatan Pengabdian

Pert	Kegiatan	Kemampuan yang diharapkan
1	Pelatihan Digital - Marketing	Kegiatan yang dilakukan adalah memberikan materi pelatihan mengenai cara pemasaran yang dilakukan di media sosial dengan tujuan untuk menarik pembeli. Peserta diharapkan dapat meningkatkan keterampilan penggunaan media sosial sebagai media pemasaran produk.
2	Keterampilan Tenaga Kerja	Peserta dapat meningkatkan keterampilan tenaga kerja dalam proses produksi dengan cara memaksimalkan kinerja yang dimiliki oleh tenaga kerja yaitu dengan cara mengikuti pelatihan baik dibidang produksi dan juga pemasaran melalui belajar menggunakan aplikasi seperti Instagram, whatapps dll.
3	Tes pelatihan	Peserta mampu memasarkan produk dengan memanfaatkan sosial media dan mampu meningkatkan keterampilan dibidang digital- marketing.

Partisipasi mitra dalam hal ini yaitu pemilik UKM Dodol Penglatan, yaitu Ibu Nyoman Supeni, mahasiswa pengabdian kepada masyarakat, dan juga para karyawan di UKM Dodol Ibu Nyoman Supeni.

HASIL

Berdasarkan yang telah dilaksanakan beberapa tahap diantaranya: 1 Pelatihan *digital-marketing* 2) Pelatihan tenaga kerja untuk meningkatkan produksi penjualan.

Pada tahap pertama adalah berkoordinasi dengan pemilik usaha UKM Dodol Ibu Nyoman Supeni, dan menentukan tanggal pelaksanaan kegiatan yaitu pelatihan dan pendampingan yang sudah di jadwalkan. Pada tahap ini diawali dengan koordinasi dengan pemilik UKM, dimana kita berdiskusi mengenai kapan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Pada diskusi kali ini jadwal pelaksanaan pengabdian masyarakat sudah bisa di pastikan yaitu: tanggal keberangkatan menuju mitra, mempersiapkan surat ijin pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat, mempersiapkan rencana kegiatan, dan mempersiapkan sarana dan prasarana yang dibutuhkan saat kegiatan pengabdian kepada masyarakat, yang dilaksanakan pada tanggal 1 Agustus -30 Agustus 2022 seperti yang ada pada (gambar 1).

Gambar 1 Koordinasi Dengan Pemilik UKM Dodol Penglatan.



Pada tahapan kedua kegiatan pelatihan yaitu kegiatan mengenalkan beberapa aplikasi dan membuat akun media sosial guna mempermudah pemasaran produk dan mengenalkan kepada karyawan bagaimana cara memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran yang lebih efektif dan juga dengan menguasai penggunaan digital marketing juga akan meningkatkan keterampilan tenaga kerja khususnya dalam bidang pemasaran seperti pada gambar 2.

Gambar 2. Pelatihan Digital- Marketing Dan Peningkatan Keterampilan Tenaga Kerja



PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini difokuskan pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Dengan memilih UKM Dodol milik Ibu Nyoman Supeni sebagai tempat pengabdian masyarakat. UKM Dodol Ibu Nyoman Supeni beralamat di Jl. Irian, Desa Penglatan, Kec. Buleleng, Kab. Buleleng Bali. Letak UKM Dodol Ibu Nyoman Supeni ini sangat strategis, dimana letaknya berada dipinggir jalan, jadi masyarakat ataupun calon konsumen sangat mudah untuk mengunjungi tempat produksi Dodol milik Ibu Nyoman Supeni. Alasan kami memilih dan melaksanakan program pengabdian masyarakat di UKM Dodol milik Ibu Nyoman Supeni yaitu kami tertarik untuk mengetahui apa yang menjadi produk unggulan desa, yaitu salah satunya adalah Dodol Penglatan, dimana Dodol merupakan jajanan yang sudah menjadi ciri khas tersendiri di Desa Penglatan, dilihat dari banyaknya masyarakat yang bermata pencaharian sebagai pembuat Dodol, khususnya para ibu-ibu rumah tangga yang menjadikan Dodol sebagai usaha sampingan. Dengan melakukan program pengabdian masyarakat di UKM Dodol milik Ibu Nyoman Supeni semoga kedepannya UKM Dodol ini



mampu berkembang, berkelanjutan dan memiliki propek kedepannya. Dan dengan pelatihan digital- marketing dapat meningkatkan penjualan dan keterampilan tenaga kerja yang ada pada ukm dodol penglatan ibu nyoman supeni

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat yang telah dilakukan diketahui bahwa pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat terdiri dari beberapa langkah kegiatan yang terdiri dari pelatihan digital- marketing kepada karyawan dan pemilik usaha dimana tujuannya adalah untuk memperluas jangkauan pemasaran dan jug cara yang lebih efektif agar para calon konsumen mudah mengetahui produk UKM Dodol Ibu Nyoman Supeni, disamping itu juga dapat meningkatkan keterampilan para tenaga kerja dalam menggunakan aplikasi seperti facebook dan Instagram, dimana ketika pemasaran melalui sosial media dilakukan dengan konsisten pastinya akan membuahkan hasil yang maksimal dan konsisten pula, ketika pemasaran sudah dilakukan dengan baik maka jumlah produksi atau permintaan juga akan meningkat.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Casalino, N., Żuchowski, I., Labrinos, N., Munoz Nieto, Á. L., & Martín, J. A. (2020). Digital Strategies and Organizational Performances of SMEs in the Age of Coronavirus: Balancing Digital Transformation with An Effective Business Resilience. SSRN Electronic Journal, <https://doi.org/10.2139/ssrn.3563426>. (Diakses pada Sabtu, 10 september 2022). Pukul 14.30 WITA.
- [2] Fensel, D. et all. 2001. Product Data Integration in B2B E-commerce, IEEE Intelligent Systems. (Diakses pada Sabtu, 10 september 2022) Pukul 21.25 WITA
- [3] Kasmir, and Jakfar. Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi. Jakarta: Kencana, 2013. (Diakses pada Senin, 19 september 2022). Pukul 20.00 WITA.
- [4] Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas Jilid 1. Jakarta:PT. Index. (Diakses pada Senin 19 september 2022) Pukul 18.20 WITA.
- [5] Kuncoro, Mudrajad, 2008. Tujuh Tantangan UKM di Tengah Krisis Global. Harian Bisnis Indonesia 21 Oktober 2008. [Online] <http://www.mudrajad.com/upload/Tujuh%20Tantangan%20UKM%20di%20Tengah%20Krisis%20Global.pdf> (Diakses pada Selasa, 20 september 2022) Pukul 19.15 WITA.
- [6] Nassarudin, N. ., Chin, Y. ., & Yusof. (2012). Effect of processing on instrumental textural properties of traditional dodol using back extrusion. Int. Jurnal Food Pro, 15 No.3, 495–506. (Diakses pada Jumat,23 September 2022). Pukul 11.15 WITA.
- [7] Tract L. Tuten dalam Buku “Advertising 2.0 Social Media Marketing in a Web 2.0 World” (Diakses pada Jumat,23 september 2022). Pukul 16.00 WITA.