

PELATIHAN PENGUATAN *DIGITAL MARKETING* DI KELURAHAN KETAMI SEBAGAI SOLUSI PENUNJANG PASAR BISNIS GLOBAL MENUJU ERA-REVOLUSI INDUSTRI 5.0

¹Zihan Novita Sari, ²Siti Masula, ³Ica Purnamasari, ⁴Arief Darmawan, ⁵Sugiyanto
Universitas Negeri Malang

*e-mail: zihan.novita.fik@um.ac.id

Abstrak: Era Revolusi Industri 4.0 merupakan era digital dimana semua pekerjaan apapun bisa dilakukan dengan mudah melalui teknologi internet dengan kapabilitas yang sangat besar, namun belum lama ini beberapa negara sudah berjalan menuju era Revolusi 5.0 yang mana semua apapun pekerjaan bisa tercover dengan mudah dengan teknologi yang lebih prima lagi serta pembacaan data yang lebih terstruktur. Tujuan dari Pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan pelatihan bagi para warga kelurahan Ketami dalam cara menggunakan teknologi sebagai salah satu alat saran atau wadah dalam memperkenalkan Usaha yang di miliki oleh warga khususnya kelurahan Ketami, sehingga usaha yang dimiliki oleh warga diketahui oleh masyarakat lokal maupun non lokal. Metode yang dilakukan dalam pengabdian ini menggunakan metode Rencana pemecahan masalah, yang dibagi menjadi 2, yaitu 1. mencari Alternatif pemecahan masalah. 2. memilih salah satu alternatif yang terbaik, kegiatan ini dilakukan selama 4 kali dalam 2 bulan. Berdasarkan hasil pelatihan dan wawancara kepada warga kelurahan ketami mampu mengaplikasikan aplikasi **platform** *Place Market*, sehingga penjualan hasil UMKM Warga ada peningkatan yang signifikan.

Kata Kunci: digital marketing, revolusi industri 5.0

Abstract: The Industrial Revolution 4.0 era is a digital era where all work can be done easily through internet technology with enormous capabilities, but recently several countries have walked towards the 5.0 Revolution era where all kinds of work can be easily covered with available technology. . better and more structured data reading. The purpose of this community service is to provide training to the residents of Ketami village how to use technology as a means of counseling or a forum to introduce businesses owned by residents, especially Ketami village, so that the businesses owned by residents are known by the community. local and non-local communities. . The method used in this trial uses a problem-solving plan method which is divided into 2, namely 1. looking for alternative problem solving. 2. choose one of the best alternatives, this activity is carried out for 4 times in 2 months. Based on the results of training and interviews with residents of the Ketami village, they were able to apply the Place Market platform application, so that the sales of the results of the UKM residents experienced a significant increase.

Keywords: digital marketing, industrial revolution 5.0

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan bermasyarakat sumber daya manusia memegang peran penting dalam proses keberhasilan suatu ekonomi. Ekonomi merupakan suatu proses perubahan disegala bidang kehidupan, sumber daya manusia sebagai potensi yang terkandung dalam diri manusia harus maupun mewujudkan perannya sebagai makhluk sosial yang adaptif dan transformatif yang mampu mengelola dirinya sendiri serta seluruh potensi yang terkandung di alam menuju tercapainya kesejateran kehidupan.

Di tengah tren penurunan omset yang dirasakan hampir semua bidang di sektor ekonomi, ternyata bisnis ikan hias menunjukkan tren sebaliknya. Terutama jenis ikan cupang hias. Andri peternak ikan cupang hias di kelurahan ketami mengatakan bahwa selama pandemi ini penjualan ikan cupang hias mengalami peningkatan omset mencapai 70 persen. Peternak lain di daerah kota Kediri khususnya Kelurahan ketami. tak halnya dengan petani budidaya ikan cupang usaha-usaha yang lainnya juga terdampak penurunan yang signifikan. Seperti kita ketahui bahwa di penuruan ini terjadi karena masyarakat hampir keseluruhan terdampang pada covid -19, di samping itu karena masyarakat tidak memanfaatkan teknologi dan inovasi.

Setelah dilakukan observasi dan wawancara kepada Kelompok pengusaha di Kelurahan Ketami , didapatkan informasi tentang beberapa permasalahan yang ada yaitu pemasaran yang kurang optimal, kreativitas anggota kelompok yang masih perlu ditingkatkan, serta belum tersedianya Instalasi Pengolahan Air Limbah (IPAL) yang efisien dan sesuai kebutuhan (Muljadi, 2009). Saat ini, pemasaran pada UMKM di kelurahan Ketami dilakukan melalui pameran, *word of mouth*, *facebook*, serta showroom mini di sebelah rumah produksi. Pameran yang diikuti adalah pameran UMKM yang diadakan oleh dinas terkait. Dengan *facebook* inilah penjualan UMKM di kelurahan ketami seperti Kuliner berbahan dasar bekicot, perahan susu sapi dan produk unggulan dari Kelurahan ketami adalah penjualan ikan hias cupang dapat menyasar pasar yang lebih luas. Namun, kurangnya kemampuan pengoperasian media sosial menjadi kendala tersendiri.

Karena keterbatasan inilah kelompok budi daya ikan cupang membutuhkan media dan cara pemasaran yang lebih optimal sehingga lebih dikenal serta dapat meningkatkan penjualan. Selain dari sisi pemasaran, menurut , Petani budidaya Ikan cupang perlu kreativitas anggota kelompok dalam menciptakan motif atau corak ikan perlu ditingkatkan. Motif, corak, serta paduan warna yang menarik diharapkan dapat lebih disukai pasar sehingga jumlah penjualan dapat meningkatkan lebih signifikan.

Permasalahan Mitra

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara kepada ibu-ibu KRPL (Kawasan Rumah Pangan lestari) , Petani ikan cupang dan kepengurusan pokdarwis, yakni adalah kurang pemasaran UKMK di luar kota kediri , yang artinya pemasaran hanya di ruangkup lokal, sehingga penjualan tidak naik secara signifikan, yang di ingkan oleh warga setempat adalah bagaimana agar usaha mereka dapat di kenal oleh masyarakat luar, baik itu nasional maupun internasional, dan penjualan Ikan cupang maupun kuliner dapat berkembang dengan pesat, Selain permasalahan di atas, tim pebadian juga mewancarai salah satu pengususaha Ikan cupang di kelurahan ketami tersebut, dari hasil wawancara tersebut di dapati masih adanya persaingan antar petani ikan cupang. Tidak ada ruang kalaborasi antar petani ikan cupang. Pemasaran ikan cupang hanya di ketahui olah pihak internal saja karena kurangnya akses pengetahuan penggunaan teknologi, masih kurangnya pemasok bibi ikan cupang yang berkualitas baik.

Justifikasi Pengusul Bersama Mitra

Setelah di lakukan observasi dan wawancara dengan mitra dan warga keluruhan ketamu secara langsung di lokasi, tempat usaha dan budidaya ikan cupang dan UKMK kuliner Jamu dan makanan berbahan dasar bekicot, maka dapat menentukan permasalahan yang diangkat antara lain di sajikan dalam beberapa solusi yang ditawarkan oleh team PKM, yang ditunjukkan pada table 1: **Tabel 1.** Permasalahan dan penawaran solusi dari tim PKM

No	Masalah	Solusi yang ditawarkan team PKM
1	Metode yang digunakan warga kampung dalam memperomosisan produk masih secara manual. Hanya dari orang ke orang	Membuatkan Video Profil usaha yang akan di sematakan di <i>website</i> kelurahan Ketami
2.	Minimnya pengetahuan dalam berbisnis Berbasis teknologi. Kurangnya bisa menata bisnis sehingga penurunan dalam pendapatan dalam budi daya ikan cupang	Memberikan edukasi manfaat berbisnins menggunakan teknologi di era 5.O. Memberikan edukasi berkaitan dengan penetaan dalm berbisnis menggunakan metode analisis SWOT
3	Beberapa masyarakat hanya menggunakan social berupa Facebook saja, Kurangnya pengetahuan Warga terhadap pemetaan di bidang UMKM di kampung	Memberikan pendampingan sekaligus membuat aplikasi <i>Place market</i> , <i>platfrom</i> dan memberikan edukasi cara.

No	Masalah	Solusi yang ditawarkan team PKM
4	Kurangnya kerjama/kalaborasi yang kurang di larasakan antar petani ikan cupang di kelurahan ketami sehingga adanya persaingan antar petani ikan cupang	Memberikan edukasi dan menjelaskan kepada para perangkat desa melalui diskusi, bawasannya di era mobileisasi di zaman minelai seperti sekraang ruang kalaborasi sangat penting sebagai penjuang sukses dalam <i>entrepreneur</i>
5	Masih kurangnya tertatanya stuktur organisasi perangkat desa sehingga itu menjadi salah satu dampak dari penjualan ikan cupang	Dengan membentuk suatu organisasi yang tertata melalui perngkat desa yang sebelumnya sudah disapakti oleh beberpa pihak

Dalam mengenalkan *Website*, *Place market* dan cara pemanfaatan, menggunakan digital marketing, yang menghasilkan website dan juga video Profil yang berisikan ke unggulan dari potensi UMKM warga kelurahan ketami sehingga itu dapat menarik konsumen baik dari lokal maupun non lokal.

METODE

Observasi

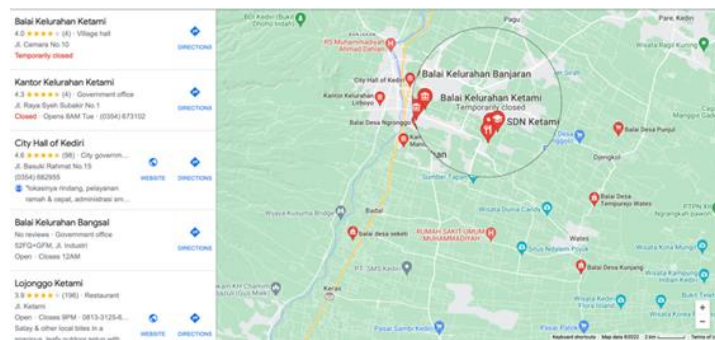
Hal pertama yang dilakukan oleh team Pengabdian Kepada Masyarakat sebelum menentukan sebuah program kerja adalah Observasi lingkungan, Dengan ini kami akan bisa mengetahui bagaimana keadaan di kelurahan Ketami dan apa yang belum ada di Kelurahan Ketami tersebut serta dapat menentukan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat setempat.

Penentuan solusi

Berdasarkan hasil Observasi lingkungan yang dilakukan oleh kelompok Team Pengabadi Kepada Masyarakat dengan beberapa catatan, hal tersebut digunakan sebagai modal untuk melakukan diskusi hingga pada akhirnya berdasarkan kesepakatan Bersama di temukan penentuan masalah

Pelatihan dan pendampingan

Website, *social media*, dan *marketplace* sesuai dengan usaha masing-masing pengusaha.

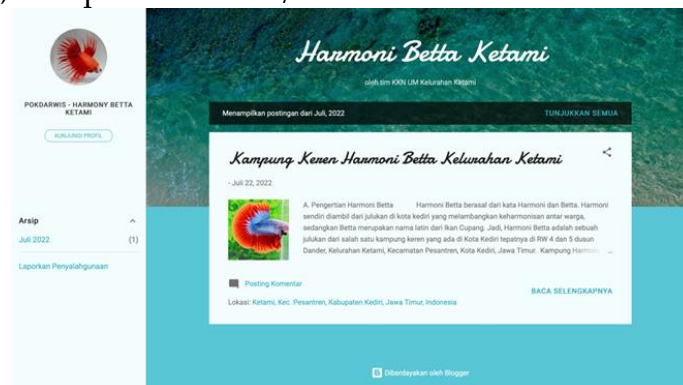


Gambar 1. Lokasi Pengabdian Kepada Masyarakat di balai Kelurahan Ketami

HASIL & PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan selama 3 hari Pada Tahap ini kegiatan lakukan selama 3 hari di mulai dari tanggal 30 Juli-2 Agustus 2022 di balai Kelurahan Ketami, dan dilakukan secara offline, metode yang digunakan adalah metode ceramah kemudian dilanjutkan ada sesi diskusi sekaligus tanya jawab peserta kepada kedua narasumber. Selain, Selain pemberian materi Peserta juga diberikan ada pelatihan pembuatan Website, social media sehingga peserta dapat mengaplikasikan secara mandiri, tanpa perlu di damping oleh team pengabdian Kepada masyarakat. Kegiatan ini di hadir oleh 30 peserta dari pengusaha budidaya Ikan cupang, Usaha Susu perah sapi, Jamu tradisional dan makan berbahan dasar bekicot. Kemudian 2 minggu kemudian team pengabdian melakukan evaluasi dari hasil pelatihan yang telah di laksanakan. Dengan melihat data dari hasil penjualan dari pengusaha Pengerjaan Produk.

Pembuatan Proses pembuatan Website dan pembuatan Logo sebagai salah satu branding di kelurahan ketami adalah kampung harmoni betta kata lain dari ikan hias cupang, dikerjakan oleh ketua dan anggota Pengabdian Kepada Masyarakat. Setelah semua jadi maka website di berikan kepada warga, dan dapat implementasikan upaya ini dilakukan agar perekonomian di kelurahan ketami naik secara signifikan, dan UMKM di desa tersebut tidak hanya diketahui baik itu warga lokal, Maupun luar kota/ non local.



Gambar 2. Halaman Website desa Harmoni Betta



Gambar 3. Logo sebagai salah satu *branding* Kelurahan ketami. Desa harmoni betta

Desa Harmoni bette, Kelurahan ketami memiliki 5 RW yang memiliki Potensi di bidang kuliner dan budidaya Ikan Cupang.

Tabel 2. Macam-macam potensi RW di Kelurahan Ketami

RW	POTENSI
01	Susu perah sapi
02	Ikan cupang
03	Minuman Jamu
04	Makanan Berbahan dasar bekicot
05	Ikan cupang dan pangnan makan ikan cupang



Gambar 4. Pemberian Materi kepada pengusaha UMKM di kelurahan ketami



Gambar 5. Mengunjungi Petani Budidaya Ikan cupang RW 02



Gambar 6. Bersama ibu-ibu Penghasil Jamu, susu perah dan makanan berbahan dasar bekicot



Gambar 7. Foto Bersama dengan para peserta pelatihan

SIMPULAN

Dari kegiatan PKM ini dapat disimpulkan bahwa masyarakat Kelurahan Ketami menjadi mengetahui dan bertambah ilmu tentang meningkatkan sumber daya manusia dan bagaimana cara budidaya ikan cupang. Serta menambah minat masyarakat dalam budidaya ikan cupang khususnya, Kuliner dan UMKM yang di kelolah oleh masyarakat Kelurahan Ketami, semoga dengan adanya pelatihan ini perekonomian di desa jauh meningkat jauh lebih pesat dari sebelumnya.

DAFTAR RUJUKAN

- Amaru, K., Asdak, C., & Balia, R. (2013). Penyuluhan Pengenalan Peta Dan Identifikasi Potensi Daerah Untuk Pembuatan Peta Potensi Desa Di Desa Jatimekar Dan Desa Cijati Kecamatan Situraja Kabupaten Sumedang. *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat*, 2(1), 32–40.
- Isnaini, W. (2019). Pelatihan Pengutan Brand Serta Penggunaan Digital Marketing Bagi Kelompok Batik Sariwarni Kabupaten Madiun. *Jurnal Pengabdian Dan Pengembangan Masyarakat*, 2(2), 305. <https://doi.org/10.22146/jp2m.49046>
- Jabar, M. A., Bakri, M., Purnama, A., Hudri, F., Mahendra, V. R., & Rahman, A. S. (2021). Meningkatkan Sumber Daya Manusia Dalam Upaya Budidaya Ikan Cupang Dimasa Covid-19. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM): Kreasi Mahasiswa Manajemen 1*, 1(2), 109–118.
- Kurniawan, A. (2021). Pendampingan Entrepreneurship Budidaya dan Pemasaran Ikan Cupang (*Betta sp.*) oleh Alumni Jurusan Akuakultur, Universitas Bangka Belitung. *Abdimasku : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 14. <https://doi.org/10.33633/ja.v4i1.143>
- Pontoh, O. (2010). Identifikasi Dan Analisis Modal Sosial Dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat Nelayan Desa Gangga Dua Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Perikanan Dan Kelautan Tropis*, 6(3), 125. <https://doi.org/10.35800/jpkt.6.3.2010.156>
- Setiawan, E., Suwarman, R. F., Firmansyah, A., & Saputra, M. D. (2021). Pandemi COVID-19 memberikan dampak yang serius di sektor ekonomi. *Jurnal Abdimas Sang Buana*, 2(1), 20.