

PELATIHAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL DESA BEJIJONG

M.Andi Fikri, Kukuh Sinduwiatmo, Nilahtul Qudus Sukma Nirwana

Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
nihlaqsn@umsida.ac.id

Abstract

Bejjong Village, which is located in the Trowulan sub-district, Mojokerto district, is famous for its residents as batik and sculpture craftsmen, so it has quite good business potential in creating opportunities to drive the village's economy. The purpose of community service is expected to be able to build public awareness to be creative in marketing their products through social media so that they can help improve the economy of the Bejjong village community. The method used in this community service is training by socialization, lectures and teaching. By utilizing digital technology, MSMEs in Bejjong village make it possible to make photos and videos so that it is easier to introduce and introduce their businesses.

Keywords: Utilization, Digital Technology, Village, Bejjong.

Abstrak

Desa Bejjong yang terletak di kecamatan Trowulan kabupaten Mojokerto terkenal dengan penduduknya sebagai pengrajin batik dan patung sehingga memiliki potensi yang cukup bagus dalam menciptakan peluang usaha untuk menggerakkan perekonomian desa. Tujuan pengabdian masyarakat diharap dapat membangun kesadaran masyarakat agar kreatif dalam memasarkan produknya melalui media sosial sehingga mampu membantu dalam meningkatkan perekonomian masyarakat desa Bejjong. Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah pelatihan dengan cara sosialisasi, ceramah dan pengajaran. Dengan memanfaatkan teknologi digital UMKM desa Bejjong memungkinkan dapat membuat foto dan video sehingga lebih mudah memperkenalkan dan meningkatkan usaha mereka.

Kata kunci: Pemanfaatan, Tehnologi Digital, Desa, Bejjong

PENDAHULUAN

Bisnis pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam pertumbuhan, keuntungan, dan perkembangan usaha. Menurut Laksana (2019:1), pemasaran adalah ketika penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan transaksi produk atau jasa. Saat ini, pasar tidak hanya merujuk pada tempat fisik, melainkan juga merupakan aktivitas atau pertemuan antara penjual dan pembeli dalam upaya menawarkan produk kepada konsumen (Seturi & Urotadze, 2017). Beberapa jenis pemasaran yang penting bagi

pebisnis meliputi iklan, pemasaran melalui internet, MLM, dan branding.

UMKM merupakan tonggak utama dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, segala upaya agar geliat usaha yang dijalankan tetap bergerak dalam kondisi apapun, terlebih pasca Pandemi yang sudah 2 tahun terakhir ini sangat signifikan atas dampak yang dirasakan khususnya bagi para pelaku usaha. Atas dasar mengeliatkan perekonomian khususnya bagi para pelaku usaha UMKM perlu ditingkatkan lagi dengan segala upaya bagaimana dari hasil produk yang dibuat mampu menembus pasaran luar

yang lebih meluas lagi. Dari potensi dan ketersediaan yang ada dari para pelaku usaha UMKM perlu dioptimalkan lagi bagaimana mereka dapat membuat suatu inovasi dan kreatifitas dalam memasarkan produknya, maka perlu adanya pelatihan dan kegiatan yang sistematis, menyeluruh, dan berkesinambungan.

Mengenalkan penggunaan video dan foto kepada masyarakat, terutama pelaku UMKM di desa Bejjong, memiliki pentingnya dalam meningkatkan pemahaman mereka tentang strategi pemasaran produk, terutama melalui media sosial yang saat ini menjadi sarana promosi yang populer. Tujuan dari pengenalan ini adalah untuk membantu desa Bejjong agar lebih memahami cara efektif memasarkan produk mereka, terutama di platform media sosial, sehingga dapat meningkatkan omset penjualan dan mendukung perekonomian secara menyeluruh.

Desa Bejjong yang terkenal dengan penduduknya pengrajin batik dan patung. Patung yang dihasilkan terbuat dari tanah liat dan cor kuning. Selain pengrajin patung juga terdapat pengrajin batik yang mempunyai ciri khas sendiri seperti halnya batik yang berada di daerah-daerah lainnya. Melihat potensi yang ada, masyarakat Bejjong tidak menyaiyakan begiti saja, kondisi ini bagi mereka merupakan peluang baik dalam memicu kreatifitas maupun peluang usaha yang diciptakan dalam menggerakkan perekonomian mereka, hal ini disambut oleh semua kalangan yang berada dikawasan desa Bejjong.

Menurut Nasution (1982), pelatihan adalah suatu proses pembelajaran yang melibatkan penggunaan teknik dan metode tertentu untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuan kerja individu. Tujuan

utama dari pelatihan adalah untuk meningkatkan produktivitas. Endah (2018) menjelaskan bahwa terdapat berbagai macam metode yang dapat digunakan dalam pelatihan, termasuk ceramah, diskusi, peragaan, latihan/praktek, instruksi kerja, studi kasus, permainan, bermain peran, in-tray, simulasi, dan pembelajaran online..

Pengabdian Masyarakat ini melibatkan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di desa Bejjong yang terlibat dalam kegiatan perdagangan. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk membantu meningkatkan kemajuan usaha mereka. Salah satu pendekatan yang digunakan adalah dengan memberikan pelatihan kepada warga desa Bejjong agar mereka dapat menggunakan video dan foto sebagai sarana untuk mempromosikan perdagangan mereka. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan omset penjualan mereka serta mendorong kemandirian dalam memanfaatkan media visual tersebut.

METODE

Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah metode Pelatihan. . Dalam Kegiatan ini Tim kami menggunakan ceramah, latihan/praktek dan simulasi. Adapun bentuk kegiatan ini dilakukan dengan langkah: 1) memberikan pemahaman tentang marketing Digital, pemasaran produk. 2) Pelatihan pembuatan video dan foto produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan dalam Pelatihan Pengabdian Masyarakat ini diikuti oleh kelompok UMKM yang ada di Desa Bejjong yang memiliki usaha. UMKM desa Bejjong belum optimal dalam pengembangan pemasaran. Selain itu pengetahuan pelaku usaha dalam

memanfaatkan teknologi sebagai media untuk memasarkan produknya belum mereka jalankan sehingga inovasi dalam hal ini seperti membuat video, dan foto produk dengan menggunakan HP belum dilakukan. Setelah menganalisa hasil dari permasalahan yang ada, Tim kami menawarkan solusi dengan memberikan pelatihan pembuatan video dan foto pada produk UMKM desa Bejjong. Ada beberapa langkah dalam kegiatan pelatihan Pemanfaatan Digital tersebut.

Langkah Pertama: Memberikan pemahaman tentang marketing Digital dan pemasaran produk.



Gambar 1. Peserta Pelatihan Pemanfaatan Tehnologi Digital



Gambar 2: Sosialisasi Pemasaran Digital

Pelaku UMKM dengan antusias mendengarkan materi yang disampaikan dari dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dan pada saat sesi tanya jawab banyak yang menginginkan cara memasarkan produk melalui video atau foto sehingga segera langsung dipraktekkan agar mempermudah mereka dalam pengaplikasiannya pada digital.

Langkah Kedua : Memberikan Pelatihan pembuatan video dan foto produk.



Gambar 3. Kegiatan Pelatihan Pemanfaatan Tehnologi Digital



Gambar 4. Foto Penulis bersama dengan peserta Pelatihan Pemanfaatan Tehnologi Digital

Dengan diberikannya sosialisasi dan pemaparan tentang pemanfaatan teknologi digital maka pelaku UMKM sadar bahwa pemasaran produk melalui video dan foto akan menghasilkan sebuah karya berbasis teknologi sehingga dapat meningkatkan daya kreatifitas dan inovasi para pelaku usaha UMKM. Selain itu juga produk yang dipasarkan dapat dikenal oleh kalangan masyarakat luas.

SIMPULAN

Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini berharap dapat memberikan manfaat positif bagi UMKM dalam meningkatkan perekonomian desa Bejjong. Desa ini memiliki potensi yang bagus karena merupakan desa wisata yang berada dikawasan Mojokerto. Pelatihan

pemanfaatan teknologi digital melalui foto dan video dapat mempermudah UMKM mendeskripsikan usahanya sehingga dapat meningkatkan penjualan.

Saran

Untuk menjaga kesinambungan dari berbagai pihak serta meningkatkan inovasi maka dapat dibuat sebuah program kegiatan khusus dengan pengadaan event khusus bagi para UMKM. Branding sebagai desa Wisata Mojopahit merupakan nilai lebih dalam mengenalkan kepada masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Endah Nuraini Hamdani (2018). Materi Metode Pelatihan *Training For Trainer* PPM Manajemen. Balai Pendidikan dan Pelatihan Aparatur. Balai riset dan SDM Kelautan dan Perikanan.
- Gumelar, M. S., & Gumelar, M. S. (2016). *Dekonstruksi: Pemikiran Mistis Fritjof Capra dalam Buku "Titik Balik Peradaban"* (Vol. 1). AnImage.
- Hidayat, C. (2022). Education related to product photos for the development of micro-enterprises in Amansari Village. *Literasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi*, 2(2), 1469–1472.
- Seturi, M., & Urotadze, E. (2017). About Marketing Process Model and Relationship Marketing. *Proceedings of International Workshop „Model-Based Governance for Smart Organizational Future*, 169–171.