

EDUKASI PENERAPAN DIGITAL MARKETING BERBASIS SISTEM INFORMASI CHATBOT PADA BUMDES DESA KLAMPAR

Prita Dellia, Sigit Dwi Saputro, Muhamad Afif Effindi, Mochamad Habibie Dwi Prasyo, Hurin In Liaf Detina, Ira Sentiawati, Renny Puji Astutik, Charlista Angel Puspita Gozal

Prodi Pendidikan Informatika, Universitas Trunojoyo Madura
prita.dellia@trunojoyo.ac.id

Abstract

In the increasingly advanced digital era, traditional marketing strategies are no longer effective because people spend more time online through their digital devices. The decline in batik sales in Klampar Village is a result of the impact of Covid-19. Additionally, only a few villagers utilize the internet to promote their batik products. The purpose of this community service activity is to provide educational understanding to the people of Klampar Village, especially the Village-Owned Enterprises (BUMDes), in the use of digital marketing, such as chatbots, and to assess their response to the training and their skills in using website chatbots and photographing batik products. This training activity uses seminar and workshop methods for using website chatbots and photographing batik products, involving 6 BUMDes members and 14 batik artisans. The instrument used is a response questionnaire distributed through Google Forms. The results of this research indicate that the training response percentage for chatbot operation is 84%, rated as very good; website chatbot usage is 87%, rated as very good; understanding of content delivery is 86%, rated as very good; batik product photo editing is 76%, rated as good, and training benefit response is 92%, rated as very good.

Keywords: Digital Marketing, Chatbots, BUMDes.

Abstrak

Dalam era digital yang semakin maju, strategi pemasaran tradisional sudah tidak lagi efektif karena masyarakat lebih banyak menghabiskan waktu online melalui perangkat digital mereka. Menurunnya penjualan batik di Desa Klampar sebagai dampak dari adanya Covid-19. Selain itu, hanya sedikit warga desa yang memanfaatkan internet untuk mempromosikan produk batik mereka. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah untuk memberikan edukasi pemahaman kepada masyarakat Desa Klampar khususnya Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam penggunaan digital marketing berupa chatbot, mengetahui respon terhadap pelatihan, keterampilan menggunakan website chatbot dan fotografi produk batik. Kegiatan Pelatihan ini menggunakan metode seminar dan workshop penggunaan website chatbot dan fotografi produk batik yang melibatkan 6 anggota BUMDes dan 14 pengrajin batik. Instrumen yang digunakan adalah berupa angket respon yang dibagikan melalui google form. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat persentase respon pelatihan berupa pengoperasian chatbot 84% dengan tingkatan sangat baik, penggunaan website chatbot 87% tingkatan sangat baik, pemahaman penyampaian materi 86% dengan tingkatan sangat baik, pengeditan foto produk batik 76% dengan tingkatan baik dan respon manfaat pelatihan 92% dengan tingkatan sangat baik.

Keywords: Digital Marketing; Chatbot; BUMDes.

PENDAHULUAN

Promosi adalah aspek kunci dalam pemasaran produk, terutama untuk usaha kecil seperti Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Pada era digital saat ini, pemasaran produk melalui media digital seperti *website*, media sosial, dan *email* menjadi hal yang sangat penting. Pemanfaatan media sosial sebagai *digital marketing* dalam proses bisnis dapat menciptakan efisiensi biaya, waktu dan energi (Andamisari 2021 dalam (D et al. 2022)). Potensi pertumbuhan belanja online dan pemanfaatan internet sebagai alat promosi bisnis pun terus berkembang pesat di Indonesia (Febriyantoro and Arisandi 2018). Dalam era digital yang semakin maju, strategi pemasaran tradisional sudah tidak lagi efektif karena masyarakat lebih banyak menghabiskan waktu *online* melalui perangkat digital mereka.

Desa Klampar merupakan wilayah dengan jumlah pengrajin batik terbanyak di Kabupaten Pamekasan. Industri batik yang ada di desa Klampar merupakan industri rumahan yang dilakukan secara turun temurun sehingga batik menjadi mata pencaharian utama masyarakat. Permasalahan yang dihadapi masyarakat di Desa Klampar adalah menurunnya penjualan batik akibat dampak dari Covid-19 yang melanda Indonesia selama kurang lebih 2 tahun. Selain itu, tidak banyak dari masyarakat Desa Klampar yang memanfaatkan internet untuk mempromosikan produk mereka. Semakin banyaknya pesaing harus menjadi pertimbangan bagi para pengrajin batik khususnya BUMDes, dengan kata lain hadirnya BUMDes menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari perekonomian masyarakatnya (Nadialista Kurniawan 2021).

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualan produk batik adalah dengan menerapkan *digital marketing*. Salah satu teknologi yang dapat digunakan dalam *digital marketing* adalah *chatbot*. *Chatbot* adalah program komputer yang dapat melakukan percakapan dengan manusia melalui aplikasi pesan instan. *Chatbot* dapat membantu pelanggan dalam memilih produk, memberikan informasi tentang produk, dan menerima pesanan dari pelanggan. Tim pengabdian kepada masyarakat Universitas Trunojoyo Madura telah mengembangkan *Chatbot* dengan nama Batikbot. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan edukasi pemahaman kepada masyarakat Desa Klampar khususnya Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam penggunaan *digital marketing* berupa *chatbot*, mengetahui respon terhadap pelatihan, keterampilan menggunakan *website chatbot* dan fotografi produk batik.

METODE PELAKSANAAN

Metode pengabdian dilakukan melalui sosialisasi, pelatihan *website chatbot* dan fotografi produk batik untuk pemberdayaan BUMDes. Secara umum, kegiatan ini meliputi tahapan pra pelaksanaan, pelaksanaan dan evaluasi.

Pra pelaksanaan berupa pengamatan langsung dan wawancara kepada pengrajin batik dan BUMDes. Rangkaian kegiatan mulai dari perizinan pada hari Jum'at, 29 September 2023, mengundang peserta pelatihan pada Sabtu, 30 September 2023. Hingga persiapan tempat pelatihan tanggal 1-2 Oktober 2023.

Pelaksanaan pelatihan pada hari Selasa tanggal 3 Oktober 2023. Kegiatan pengabdian berupa seminar

dan pelatihan penggunaan *website chatbot* dan fotografi produk batik. Subjek pelatihan adalah anggota BUMDes sebanyak 6 orang dan pengrajin batik Klampar berjumlah 14 orang yang bertempat di kediaman kepala desa Klampar. Acara seminar ini berisi pelatihan tentang penggunaan *website chatbot* dan fotografi produk batik guna mengoptimalkan penjualan batik. Pelatihan *website chatbot* didampingi oleh 3 mahasiswa sedangkan pelatihan fotografi produk batik didampingi oleh 2 mahasiswa.

Kegiatan selanjutnya tahapan evaluasi yang dilakukan selama 3 hari. Di dalam kegiatan evaluasi dilakukan dengan cara memberikan angket kepada peserta pelatihan untuk mengetahui respon peserta terhadap pelatihan dan keterampilan peserta dalam menggunakan *website chatbot* dan fotografi produk batik. Bentuk angket dibagikan dengan memanfaatkan *google form*

(<https://bit.ly/kuisisionerpelatihanchatbotfotografi>) yang diberikan secara virtual melalui whatsapp dan kunjungan langsung ke rumah peserta. Kategori dari uji keterampilan meliputi kategori sangat kurang baik jika 0%-20%, kurang baik jika 21%-40%, cukup baik jika 41%-60%, baik jika 61%-80% dan sangat baik jika 81%-100% (Saputro et al., 2023 dalam (Saputro, Stefany, and Setyawan 2023)).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sub Judul Pelatihan *Website Chatbot* dan Fotografi Produk

Sebelum pelaksanaan pelatihan dilakukan sambutan dari DPL (Dosen Pembimbing Lapangan) tim pengabdian kepada masyarakat dengan menyampaikan maksud tujuan, sekaligus membuka acara. Kegiatan

pelatihan dihadiri oleh anggota BUMDes dan para pengrajin batik, seperti yang terlihat di dalam Gambar 1.



Gambar 1. Penyampaian Materi Pelatihan *Website Chatbot* dan Fotografi Produk

Kegiatan pelatihan berisi pemaparan pengoperasian dan pemanfaatan *Website Chatbot* bagi BUMDes serta para pengrajin batik. Tim penyampaian materi mengenalkan fitur apa saja yang tersedia pada *Website Chatbot* dan penggunaan pengoperasian *Website Chatbot*. Anggota BUMDes dan pengrajin batik menyampaikan bahwa mereka belum pernah menggunakan *Website Chatbot* untuk penjualan batik.

2. Pelatihan *Website Chatbot* dan Fotografi Produk

Semua peserta pelatihan dilatih penggunaan *Website Chatbot* dan fotografi produk yang didampingi oleh tim pelatih. Peserta mencoba *Website Chatbot* menggunakan *smartphone* individu, seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Peserta Berlatih Menggunakan *Smartphone*

Untuk menghasilkan tampilan gambar yang maksimal dalam *website*, peserta juga dilatih dalam fotografi produk menggunakan *smartphone*, seperti terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Peserta Berlatih Fotografi Produk

3. Uji Keterampilan Penggunaan Website Chatbot dan Fotografi Produk

Pernyataan pertama “Setelah pelatihan ini dilakukan, apakah bapak/ibu bisa mengoperasikan atau menggunakan *chatbot*?” diperoleh data seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Respon Pengoperasian *chatbot*

No	Pernyataan	Jumlah	Skor	Skor Maksimal	Persentase
1	Sangat Setuju	9	45	100	84%
2	Setuju	7	28		
3	Netral	3	9		
4	Tidak Setuju	1	2		
5	Sangat Tidak Setuju	0	0		
Total			84		

Skor peserta pelatihan menjawab sangat setuju 45, setuju 28, netral 9 dan tidak setuju 2. Tingkat persentase sebesar 84% sehingga dapat disimpulkan bahwa peserta dapat menggunakan *website chatbot* dengan kategori sangat baik. Pertanyaan kedua “Menurut bapak/ibu, apakah *website chatbot* membantu untuk bisa memudahkan calon pembeli batik?”

diperoleh data seperti terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Respon Penggunaan *website chatbot*

No	Pernyataan	Jumlah	Skor	Skor Maksimal	Persentase
1	Sangat Setuju	11	55	100	87%
2	Setuju	6	24		
3	Netral	2	6		
4	Tidak Setuju	1	2		
5	Sangat Tidak Setuju	0	0		
Total			87		

Skor peserta pelatihan menjawab sangat setuju 55, setuju 24, Netral 6 dan tidak setuju 2. Tingkat persentase sebesar 87% sehingga dapat disimpulkan bahwa *website chatbot* dapat membantu pembeli untuk memilih motif batik dengan kategori sangat baik. Pertanyaan ketiga “Apakah penyampaian materi *chatbot* mudah dimengerti?” diperoleh data seperti terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Respon Pemahaman penyampaian materi

No	Pernyataan	Jumlah	Skor	Skor Maksimal	Persentase
1	Sangat Setuju	9	45	100	86%
2	Setuju	8	32		
3	Netral	3	9		
4	Tidak Setuju	0	0		
5	Sangat Tidak Setuju	0	0		
Total			86		

Skor peserta pelatihan menjawab sangat setuju 45, setuju 32 dan netral 9. Tingkat persentase sebesar 86% sehingga dapat disimpulkan bahwa penyampaian materi dipahami oleh peserta pelatihan dengan kategori sangat baik. Pertanyaan keempat “Melalui pelatihan ini, apakah bapak/ibu sudah tahu cara memotret batik yang benar?”

diperoleh data seperti terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Respon Pengambilan gambar pada produk

No	Pernyataan	Jumlah	Skor	Skor Maksimal	Persentase
1	Sangat Setuju	8	40	100	87%
2	Setuju	11	44		
3	Netral	1	3		
4	Tidak Setuju	0	0		
5	Sangat Tidak Setuju	0	0		
Total			87		

Skor peserta pelatihan menjawab sangat setuju 40, setuju 44 dan netral 3. Tingkat persentase sebesar 87% sehingga dapat disimpulkan bahwa peserta mengetahui cara memotret batik dengan kategori sangat baik. Pertanyaan kelima “Melalui pelatihan ini, apakah bapak/ibu sudah tahu cara mengedit foto batik yang benar?” diperoleh data seperti terlihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Respon Pengeditan foto produk

No	Pernyataan	Jumlah	Skor	Skor Maksimal	Persentase
1	Sangat Setuju	6	30	100	76%
2	Setuju	7	28		
3	Netral	4	12		
4	Tidak Setuju	3	6		
5	Sangat Tidak Setuju	0	0		
Total			76		

Skor peserta pelatihan menjawab sangat setuju 30, setuju 28, netral 12 dan tidak setuju 6. Tingkat persentase sebesar 76% sehingga dapat disimpulkan bahwa peserta mengetahui cara mengedit foto batik dengan kategori baik. Pertanyaan keenam “Apakah pelatihan ini bermanfaat bagi bapak/ibu?” diperoleh data seperti terlihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Respon Manfaat pelatihan

No	Pernyataan	Jumlah	Skor	Skor Maksimal	Persentase
1	Sangat Setuju	12	60	100	92%
2	Setuju	8	32		
3	Netral	0	0		
4	Tidak Setuju	0	0		
5	Sangat Tidak Setuju	0	0		
Total			92		

Skor peserta pelatihan menjawab sangat setuju 60 dan setuju 32. Tingkat persentase sebesar 92% sehingga dapat disimpulkan bahwa peserta menerima manfaat pelatihan dengan kategori sangat baik.

4. Pembahasan

Berdasarkan dari analisa data angket respon peserta pelatihan terhadap kegiatan pelatihan diperoleh hasil bahwa peserta dapat menjalankan *chatbot* dengan sangat baik. Hasil ini sebagaimana hasil pelatihan di MAN 1 TANGGERANG SELATAN (Winarti et al. 2023) . Hal ini juga tidak terlepas dalam kegunaan atau manfaat dari penggunaan *chatbot* dibuat untuk membantu menjawab pertanyaan dari calon pembeli dengan cepat dan praktis (Larasati Amalia and Wahyu Wibowo 2019). *Chatbot* sendiri memiliki peran cukup penting dalam menggantikan peran manusia untuk melayani calon pembeli untuk mencari referensi (Dwi R et al. 2018). Dari tim pengabdian telah memberikan pemaparan materi kepada peserta pelatihan serta praktik langsung bagaimana cara mengoperasikan *chatbot* di android peserta pelatihan (Orlando et al. 2023).

Hasil dari pelatihan ini juga memberikan penjelasan terkait fotografi dengan *smartphone* untuk menghasilkan gambar yang bagus sehingga peserta dapat menggunakan *smartphone* fotografi produk (Andasari et al. 2022).

Peserta juga dapat memanfaatkan fotografi produk untuk pemasaran berbasis digital dalam upaya promosi batik (Febriana et al. 2023). Pemaparan materi fotografi produk juga dilanjutkan dengan editing foto yang mana proses pengeditan dilakukan dengan *smartphone* sehingga tampilan batik dalam produk dapat terlihat oleh calon pembeli (Ustyannie et al. 2022).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dari pelatihan yang disiapkan tim pengabdian kepada masyarakat dari awal pra pelaksanaan samapi ke tahap evaluasi dapat disimpulkan pelatihan peserta memiliki respon yang cukup baik terhadap *chatbot* yang telah dibuat oleh tim pengabdian. Hasil ini diterima dengan persentase Respon Pengoperasian *chatbot* 84% dalam tingkatan sangat baik, Respon Penggunaan *website chatbot* 87% dalam tingkatan sangat baik, Respon Pemahaman penyampaian materi 86% tingkatan sangat baik, Respon Pengambilan gambar pada produk 87% tingkatan sangat baik, Respon Pengeditan foto produk 76% tingkatan baik, Respon Manfaat pelatihan 92% tingkatan sangat baik.

Saran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan baik BUMDes maupun pengrajin batik dapat menggunakan dan mengembangkan *website chatbot* secara mandiri sehingga dapat mengoptimalkan promosi produk batik. Selain itu, diharapkan juga BUMDes maupun pengrajin batik dapat memotret dan mengedit produk batik secara mandiri atau bahkan bisa mengembangkannya kembali sesuai dengan perkembangan zaman.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Trunojoyo Madura atas dana, koordinasi dan pemantauan yang telah diberikan untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian kami. Selain itu, kami juga berterima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Adesfiana, Z. N., Astuti, I., & Enawaty, E. (2022). Pengembangan Chatbot Berbasis Web Menggunakan Model Addie. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 10(2), 147-152.
- An'ars, M. G., Hendrastuty, N., Damayanti, D., & Putra, A. D. (2023). Perancangan Teks Promosi UMKM Sikop Arrum Batik Menggunakan Program Berbasis AI ChatGPT. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) TABIKPUN*, 4(1), 11-18.
- Andansari, D., Fibriane, E., & Shyafary, D. (2022). Pelatihan Fotografi Produk dengan Smartphone di Desa Pela Kecamatan Kota Bangun Kabupaten Kutai Kartanegara. *Jurnal ETAM*, 2(1), 113-117.
- Amalia, E. L., & Wibowo, D. W. (2019). Rancang Bangun Chatbot Untuk Meningkatkan Performa Bisnis. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 13(2), 137-142.
- Ardiansyah, A. (2023). Pendampingan Perancangan Chatbot Sebagai

- Media Interaktif Dalam Menghadapi Tantangan Era Digitalisasi. *Lamahu: Jurnal Pengabdian Masyarakat Terintegrasi*, 2(1), 44-55.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61-76.
- Fitri, N., Negara, A. B. P., & Sholva, Y. (2023). Pengembangan Website dengan Fitur Chatbot Layanan Informasi Stunting. *JUSTIN (Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi)*, 11(3), 572-577.
- Hakim, L., & Ekoputro, W. (2021). Pengembangan dan Peningkatan SDM Pengelola BUMDES dalam Upaya Terwujudnya Pelayanan Prima Di Desa Plunturan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo. *ABDI MASSA: Jurnal Pengabdian Nasional (e-ISSN: 2797-0493)*, 1(04), 14-28.
- Huberta, B., & Wijaya, A. B. (2023). PERANCANGAN CHATBOT WEBSITE PROGRAM STUDI INFORMATIKA MENGGUNAKAN FRAMEWORK CODEIGNITER. *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, 11(3).
- Imamah, F., & Dores, A. (2018). Aplikasi chatbot (milki bot) yang terintegrasi dengan web CMS untuk customer service pada UKM MINSU. *Jurnal Cendikia*, 16(2 Oktober), 100-106.
- Orlando, F., Mawardi, V. C., & Lie, N. N. (2023). Sosialisasi Aplikasi Chatbot Berbasis Android Untuk Guru SD Immanuel Jakarta. *Inovasi Teknologi Masyarakat (INTEKMAS)*, 1(1), 15-23.
- Paliwahet, I. N. S., Sukarsa, I. M., & Putra, I. G. D. (2017). Pencarian Informasi Wisata Daerah Bali Menggunakan Teknologi Chatbot. *Lontar Komput. J. Ilm. Teknol. Inf*, 8(3), 144.
- Primasari, D., Kamilah, N., & Hermawan, E. (2022). Pelatihan Pemanfaatan Aplikasi Chatbot Wabot Untuk Layanan Informasi Produk Umkm. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(2), 1017-1029.
- Radjaban, R., Dewi, S. R., & Rianto, R. (2021). Implementasi website untuk meningkatkan omset penjualan Batik Berkah Lestari. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(1), 41-50.
- Rusmarasy, B., Priyambadha, B., & Pradana, F. (2019). Pengembangan Chat Bot pada CoMa untuk memberikan motivasi kepada pengguna menggunakan AIML. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 3(5), 4484-4490.
- Saputro, S. D., Stefany, E. M., Setyawan, A., & Romadhon, S. (2023). PELATIHAN PRAKTIKUM LABORATORIUM VIRTUAL FISIKA MENGGUNAKAN APLIKASI PHET SIMULATION TERINTEGRASI RW-VLAB BAGI GURU DAN SISWA. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 6(4), 742-751.
- Saputro, W. A., Kusriani, K., & Luthfi, E. T. (2021). Tinjauan Literatur

- Sistematis Chatbot Untuk Pelayanan Pelanggan. *Jurnal Informa: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 15-20.
- Setiawan, Y. B., & Fanani, F. (2023). KETERAMPILAN FOTOGRAFI PRODUK DI KAMPUNG BATIK TEMATIK, DURENAN INDAH, SEMARANG. *Jurnal Pengabdian DIMASTIK*, 1(2), 87-95.
- Ustyannie, W., Asih, E. W., Mawadati, A., Sulistyaningsih, E., Wibowo, A. H., Sekarjati, K. A., ... & Zaitunnah, A. (2022). Peningkatan Promosi Produk Melalui Sarana Fotografi Produk dan Editing Foto. *DHARMA BAKTI*, 91-98.
- Winarti, W., Maryanto, E., & Handayani, D. (2023). PENGENALAN APLIKASI CHATBOT BERBASIS TEKNOLOGI ARTIFICIAL INTELLIGENCE MENGGUNAKAN APLIKASI CHATGPT PADA MAN 1 KOTA TANGERANG SELATAN. *Abdi Jurnal Publikasi*, 1(6), 644-649.