

Peningkatan Pengetahuan Digital Marketing di Kalangan Pelaku UMKM

Hasbiyadi , Abd Mansyur Mus, Andi Mansyur Tanra, Siti Masyita, Djamilah Saleh, Rusni,Hasyim Mochtar. Andi Dahrul, Erniwati Madya

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Bongaya
hasbiyadi@stiem-bongaya.ac.id

Abstrak : Pelaku UMKM dalam kegiatan mengolah produk serta memasarkan produk mereka , diperoleh informasi bahwa UMKM di Kabupaten Gowa tepatnya dikacamatan Pattallassang belum mampu secara optimal dalam melakukan promosi dan memasarkan produknya dengan berbasis digital, banyak dari pelaku UMKM dalam memasarkan produknya masih dalam system tradisional dengan menanti pembeli datang. Hal ini disebabkan karena kurangnya sosialisasi, tentang bagaimana literasi mengenai memasarkan produk secara digital serta pemahaman pentingnya pelaku UMKM melek digital. Kegiatan ini bermaksud untuk memberikan informasi dan pemahaman Literasi gital marketing bagi pelaku UMKM sehingga nantinya para pelaku UMKM bisa melek Teknologi serta mereka dapat lebih meningkatkan omset penjualan ketika memakai teknologi dalam memasarkan produknya. Tujuan yang diharapkan dari pengabdian masyarakat ini ialah pelaku UMKM mampu menggunakan teknologi dalam memasarkan produknya serta mengharapkan pelaku UMKM melek digital. Upaya konkrit yang perlu dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut melalui kegiatan Sosialisasi Digital Marketing Pelaku UMKM di Kecamatan Pattallassang Kabupaten Gowa. Metode pengabdian pada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif. Metode penyampaian materi dalam bentuk ceramah. Bentuk ceramah digunakan pemateri untuk menyampaikan materi kegiatan kemudian dilanjutkan dengan diskusi. Perkembangan UMKM di Kabupaten Gowa tidak luput dari berbagai masalah yang menghambat kegiatan usaha tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dan informasi tertulis dalam bentuk kuesioner dari para pelaku usaha sebagai peserta dalam kegiatan tersebut diperoleh informasi bahwa UMKM yang mereka kelola berkembang dengan baik, namun dalam masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi. Peserta setelah mengikuti ulasan atas materi yang dijelaskan, baik oleh pemateri dan tambahan penjelasan dari tim dosen yang lain, maka ada beberapa harapan mereka agar kegiatan ini dapat dtindaklanjuti dalam bentuk yang lebih teknis yakni dilakukan dalam bentuk bimbingan teknis. Perkembangan UMKM telah berjalan dengan baik dan keberadaan UMKM telah banyak memberikan manfaat bagi masyarakat setempat.

Kata kunci : Kue Bolu Sukun, Timbuseng

***Abstract :** MSME actors in the activities of processing their products and marketing their products, obtained information that MSMEs in Gowa Regency, precisely in the Pattallassang district, have not been able to optimally promote and market their products on a digital basis, many of the MSME actors in marketing their products are still in the traditional system by waiting for buyers to come . This is due to the lack of socialization, regarding how literacy is about marketing products digitally and understanding the importance of digitally literate MSME actors. This activity intends*

to provide information and understanding of digital marketing literacy for MSMEs so that later MSME actors can be literate in technology and they can further increase sales turnover when using technology to market their products. The expected goal of this community service is that MSME actors are able to use technology in marketing their products and expect MSME actors to be digitally literate. Concrete efforts that need to be made to overcome these problems are through Digital Marketing Socialization activities for MSMEs in Pattalassang District, Gowa Regency. This community service method uses a participatory approach. The method of delivering material is in the form of lectures. The form of the lecture is used by the presenter to convey the activity material then followed by discussion. The development of MSMEs in Gowa Regency is not immune from various problems that hinder these business activities. Based on the results of interviews and written information in the form of questionnaires from business actors as participants in these activities, information was obtained that the MSMEs they managed were developing well, but there were still some obstacles being faced. After participating in a review of the material explained, both by the presenters and additional explanations from other lecturer teams, they have some hope that this activity can be followed up in a more technical form, namely carried out in the form of technical guidance. The development of MSMEs has been going well and the existence of MSMEs has provided many benefits for the local community

Keywords: MSMEs, Marketing, Digital

PENDAHULUAN

Potensi Unggulan dan Permasalahan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sektor ekonomi nasional yang paling strategis dan menyangkut hajat hidup orang banyak sehingga menjadi tulang punggung perekonomian Nasional. UMKM juga merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian di Indonesia dan telah terbukti menjadi kunci pengaman perekonomian Nasional dalam masa krisis ekonomi serta menjadi desiminotor pertumbuhan ekonomi pasca krisis.

Dengan banyaknya masyarakat yang menjalankan bisnis UMKM, tidak hanya menguntungkan bagi pemilik UMKM namun juga menguntungkan masyarakat sekitar dengan di bukanya lapangan pekerjaan sehingga dapat di jadikan sebagai sarana untuk peningkatan perekonomian masyarakat dan juga memberi pemasukan devisa bagi negara. Dengan adanya pajak UMKM juga dapat meningkatkan APBN.

Saat ini menurut Andi Azis Pieter sebagai kepala Dinas Koperasi dan UMKM Gowa menyatakan jumlah pelaku usaha di kabupaten Gowa yang terdaftar kurang lebih 37.000 ribu UMKM sangat dibutuhkan, pasalnya pemberdayaan UMKM salah satu program prioritas pemerintah Kabupaten Gowa, namun masih banyak yang terkendala dengan berbagai permasalahan, seperti permodalan, SDM. Teknologi Informasi serta kesulitan melakukan promosi dan pemasaran produk UMKM (Gowakab.go.id, 2021)

Jika dicermati lebih mendalam keberadaan UMKM cukup dilematis. Di satu sisi keberadaannya dianggap sebagai penolong karena lebih mampu bertahan di masa krisis ekonomi serta menjadi tumpuan harapan masyarakat. Karena keberadaannya mampu menyediakan banyak kesempatan kerja, mengurangi kemiskinan, pengangguran, dan arus urbanisasi, serta motor penggerak pembangunan nasional dan daerah. Selain itu, pertumbuhan UMKM yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat juga mampu memberi pemasukan devisa bagi negara melalui pembayaran pajak. Dengan adanya pajak UMKM juga dapat meningkatkan APBN. Namun, tingginya jumlah UMKM di Indonesia juga tidak terlepas dari tantangan yang ada.

Berdasarkan hasil wawancara Tim Dosen STIEM Bongaya dengan pelaku UMKM Kecamatan Pattalassang pada tanggal 16 Juli 2022 untuk menggali data tentang bagaimana pelaku UMKM dalam kegiatan mengolah produk serta memasarkan produk mereka ,

Hasbiyadi , Abd Mansyur Mus, Andi Mansyur Tanra, Siti Masyita, Djamilah Saleh, Rusni, hasyim mochtar. Andi dahrul, Erniwati Madya

diperoleh informasi bahwa UMKM di Kabupaten Gowa tepatnya dikacamatan Pattallassang belum mampu secara optimal dalam melakukan promosi dan memasarkan produknya dengan berbasis digital, banyak dari pelaku UMKM dalam memasarkan produknya masih dalam system tradisional dengan menanti pembeli datang. Hal ini disebabkan karena kurangnya sosialisasi, tentang bagaimana literasi mengenai memasarkan produk secara digital serta pemahaman pentingnya pelaku UMKM melek digital.



Gambar 1 Wawancara dengan pelaku UMKM yang ada di desa Pattallassang bersama para mahasiswa KKL STIEM Bongaya

Perkembangan teknologi informasi berkembang dengan pesat. Sebagaimana aktivitas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan usahanya. Semakin banyaknya pesaing menjadi pertimbangan bagi pelaku usaha untuk melakukan inovasi dalam memenangkan persaingan tersebut. Strategi komunikasi pemasaran yang tepat digunakan untuk bisa meraih pangsa pasar yang dituju sehingga dapat meningkatkan penjualan (Pradiani, 2017). Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) harus mampu bersaing di pasar internasional agar tak tertindas. Apalagi, di era persaingan ini, pelaku UMKM seharusnya melek akan teknologi informasi (TI) agar dapat memudahkan memasarkan produk hingga ke luar negeri. Tercatat, jumlah UMKM di Indonesia cukup banyak, sekira 50 juta pelaku UMKM. Dalam era digital saat ini, pelaku UMKM akan membutuhkan teknologi informasi yang tepat untuk bisa tumbuh berkembang dan bersaing di era digital saat ini. Pelaku UMKM menemui kesulitan untuk mendapatkan solusi teknologi informasi yang tepat karena pelaku UMKM tidak memiliki staf khusus yang ahli dalam bidang teknologi informasi yang dinamis. Kendala lain, yakni banyaknya ragam produk teknologi, membuat pelaku UMKM bingung memilih solusi yang pas. Oleh sebab itu para pelaku UMKM membutuhkan panduan dalam memilih teknologi informasi yang tepat sesuai jenis usaha dan kebutuhannya.

Digital marketing menjadi salah satu media yang sering digunakan oleh pelaku usaha karena kemampuan baru konsumen dalam mengikuti arus digitalisasi, beberapa perusahaan sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/dan beralih ke pemasaran moderen. Dengan digital marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu/real time dan bisa di akses ke seluruh dunia, seseorang juga dapat melihat berbagai barang melalui internet, sebagian besar informasi mengenai berbagai produk sudah tersedia di internet, kemudahan dalam pemesanan dan kemampuan konsumen dalam membandingkan satu produk dengan produk lainnya (Kotler & Keller, 2008).

Merujuk keadaan saat ini, masih belum pastinya covid-19 berakhir menunjukkan bahwa banyak UMKM yang terdampak akibat keadaan pandemi yang hampir 2 tahun melanda perekonomian ini khususnya UMKM di Kabupaten Gowa terkhusus kecamatan Pattallassang yang kurang mengetahui apa peranan UMKM dalam memasarkan Produk berbasis digital, masih rendahnya pengetahuan pelaku UMKM terkait teknologi maka dibutuhkan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh TIM dosen Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Bongaya berupa sosialisasi terkait digital Marketing bagi pelaku UMKM. Kegiatan ini bermaksud untuk memberikan informasi dan pemahaman Literasi gital marketing bagi pelaku UMKM sehingga nantinya para pelaku UMKM bisa melek Teknologi serta mereka dapat lebih meningkatkan omset penjualan ketika memakai teknologi dalam memasarkan produknya. Tujuan yang diharapkan dari pengabdian masyarakat ini ialah pelaku UMKM mampu menggunakan teknologi dalam memasarkan produknya serta mengharapkan pelaku UMKM melek digital.

Penyelesaian Masalah dan Metode

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM, khususnya terkait dengan permasalahan digital marketing, maka upaya konkrit yang perlu dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut melalui kegiatan Sosialisasi Digital Marketing Pelaku UMKM di Kecamatan Pattallassang Kabupaten Gowa.

Metode pengabdian pada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif. Metode penyampaian materi dalam bentuk ceramah. Bentuk ceramah digunakan penerjemah untuk menyampaikan materi kegiatan kemudian dilanjutkan dengan diskusi.

Lembaga Mitra

Lembaga Mitra dalam kegiatan ini adalah Pemerintah Kabupaten Gowa dalam hal pemerintah kecamatan Pattallassang. Jumlah pelaku UMKM yang terlibat dalam kegiatan pelatihan sebanyak 20 pelaku UMKM

Susunan Acara Kegiatan

Tabel 1
Manual Acara
Kegiatan Pengabdian Masyarakat : Sosialisasi Digital Marketing pelaku UMKM
Di Kabupaten Gowa Kecamatan Pattallassang

No	Jam	M ata Acara	Pemateri	Pemandu Acara
1	08.00 – 08.30	Registrasi peserta	Mahasiswa	-
2	08.30 – 09.00	Pembukaan Kata Sambutan dari Tim Pelaksana Kata Sambutan Kepada Dinas Koperasi/UMKM Sekaligus Membuka Acara	Perwakilan Dosen Kepala Desa Pattallassang	MC
3	09.00 – 09.30	Materi 1 Sosialisasi Marketing Digital pelaku UMKM	Tim Dosen Kelompok I	Moderator

4	09.30 – 11.30	Pengelolaan UMKM berbasis Digital Bagi pelaku Usaha, Diskusi dan Tanya Jawab	Tim Dosen Kelompok I	Moderator
5	11.30 – 12.00	Penutup Sambutan Kepala Desa dan UMKM Sekaligus Menutup Acara	Kepala Desa	MC

TARGET DAN LUARAN

Target Kegiatan

Target yang ingin dicapai dalam kegiatan pengabdian masyarakat dosen dan mahasiswa program studi Manajemen pada UMKM di Kabupaten Gowa kecamatan Pattallassang adalah :Meningkatkan pemahaman Literasi marketing Digital kepada pelaku UMKM .

Luaran Kegiatan

Kegiatan ini merupakan program pengabdian kepada masyarakat yang berbasis riset, kajian atau studi pada pelaku UMKM di Kabupaten Gowa kecamatan Pattallassang Propinsi Sulawesi Selatan. Untuk itu luaran dari kegiatan tersebut dapat diuraikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 2
Rencana Target Capaian

No	NN	Jenis Luaran	Indikator Capaian
1		Laporan kegiatan	Dokumen laporan dan dukumen kegiatan sebanyak 5 (lima) laporan kegiatan
2		Publikasi pada media	Submission
3		Publikasi Ilmiah di jurnal/prosiding ¹⁾ dengan kategori sinta 4,5,atau 6/ojs	5 (lima) artikel pengabdian masyarakat

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan menjelaskan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan yang memuat tahapan berikut ini :

Persiapan dan

Pembekalan

1. Mekanisme pelaksanaan kegiatan

Pelaksanaan kegiatan melalui mekanisme sebagai berikut :

- a. Pembentukan Tim pelaksana kegiatan yang terdiri dari dosen tetap dan mahasiswa program studi Manajemen pada tanggal 25 Juli 2022 di STIEM Bongaya



- b. Tim Mahasiswa melakukan rapat persiapan kolaraborasi pengabdian Masyarakat dengan Tim Dosen di kecamatan Pattallassang tanggal 23 Juli 2022



Gambar 3 Rapat dengan Tim mahasiswa dan Tim Dosen Salah satu Tim (Berjibab & Berkaca Mata) di desa Pattallassang

2. Persiapan Materi dan pembekalan Tim

a.

Materi disusun sesuai dengan kebutuhan kelompok sasaran yakni pengelola UMKM. Untuk

itu materi pada kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah Sosialisasi Digital Marketing Untuk Pelaku UMKM Pelatihan Kecamatan Pattallassang Kabupaten Gowa

b. Pembekalan Tim melalui rapat pemantapan yang dilaksanakan pada hari Rabu tanggal 27 Juli 2022 di Ruang G1 STIEM Bongaya

Pelaksanaan

Langkah-langkah pelaksanaan kegiatan

- a. Registrasi peserta
 - b. Acara pembukaan
 - c. Penyajian materi
 - d. Simulasi dan diskusi
 - e. Acara penutupan
1. Metode pengabdian pada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif. Metode penyampaian materi dalam bentuk ceramah. Bentuk ceramah digunakan pameri untuk menyampaikan materi kegiatan kemudian dilanjutkan dengan simulasi dan diskusi.
 3. aLangkah-langkah operasional diperlukan untuk mengatasi permasalahan UMKM yang terkait dengan teknik penyusunan laporan keuangan dilakukan melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan dan bimbingan teknis..

Rencana Keberlanjutan Program

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi Marketing Digital untuk Pelaku UMKM ini dapat berhasil dengan baik, jika kegiatan pelatihan ini perlu ditindaklanjuti dalam bentuk bimbingan teknis pada masa yang akan datang. sebagai keberlanjutan dari program kegiatan.

KELAYAKAN PERGURUANTINGGI

Pemberdayaan terhadap masyarakat merupakan tanggung jawab bersama. Salah satu wujud tanggung jawab Perguruan Tinggi dalam melakukan pemberdayaan masyarakat adalah melalui dharma pengabdian pada masyarakat Tri Dharma Perguruan Tinggi. Oleh karena STIEM Bongaya sebagai salah satu Perguruan Tinggi berperan serta dalam melakukan kegiatan pengabdian pada masyarakat dengan memberikan penugasan kepada Dosen dan mahasiswa melalui surat penugasan melalui Pusat Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat (P3M) STIEM Bongaya untuk melakukan kegiatan pengabdian masyarakat di kecamatan Pattallassang di Kabupaten Gowa. Surat Tugas Nomor : 2140/A/U.I/STIEM/VII/2022

Dosen dan mahasiswa yang ditugaskan serta deskripsi kegiatan sebagai berikut :

HASIL DAN LUARAN DICAPAI

Analisis Kondisi Objektif UMKM

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari Kepala Dinas Koperasi dan UMKM kecamatan pattallassang Kabupaten Gowa bahwa jumlah UMKM yang sebanyak 20. Umumnya usaha industri rumahan. Sehingga pada kegiatan tersebut pelaku UMKM yang diikuti dalam pelatihan pada umumnya usaha industry rumahan yang berjumlah 20 pelaku usaha. Pemerintah daerah berperan aktif dalam memberikan pembinaan terhadap pengembangan UMKM. Upaya konkret yang dilakukan oleh pemerintah berupa kegiatan pelatihan dan setiap kecamatan ditempatkan satu orang pendamping untuk mendampingi pelaku UMKM dalam melakukan kegiatan usahanya.

Perkembangan UMKM di Kabupaten Gowa tidak luput dari berbagai masalah yang menghambat kegiatan usaha tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dan informasi tertulis dalam bentuk kuesioner dari para pelaku usaha sebagai peserta dalam kegiatan tersebut

diperoleh informasi bahwa UMKM yang mereka kelola berkembang dengan baik, namun dalam masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi. Hasil analisis kondisi perkembangan UMKM berdasarkan informasi yang diperoleh dari pengisian kuesioner seperti yang diuraikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 4
Kondisi Perkembangan UMKM

NNo	Kondisi Perkembangan UMKM	F	Prosen (%)
a	Berkembang dengan baik tanpa kendala	0	
b	Berkembang dengan baik, namun masih terdapat kendala	15	
c	Tidak berkembang dengan baik	5	
d	Tidak menjawab	0	
Jumlah		20	

Kemudian faktor-faktor yang dominan yang mereka alami terkait perp untuk UMKM adalah ;(a) kurang memahami pentingnya literasi digital marketing bagi pelaku UMKM, (b) belum mengetahui teknik pengelolaan marketing berbasis digital tid. (c) Kurangnya pemahaman pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara digital. Hal seperti terlihat dari hasil analisis kuesiner berikut ini :

Tabel 5
Sistem digital marketing UMKM

NNo	Kondisi Perkembangan UMKM	F	Prosen (%)
a	Tidak memahami pentingnya digital marketing	9	
b	kurang melek teknologi	8	
c	Kurangnya pemahaman pelakum UMKM memasarkan produk dengan memakai teknologi sebagai media	4	
d	Tidak menjawab	0	
Jumlah		20	

Berdasarkan beberapa kendala tersebut, maka ada beberapa harapan dari pengelola UMKM yang perlu dilakukan dalam rangka pengembangan UMKM kearah lebih baik adalah perlu dilakukan pelatihan, bimbingan teknis dalam pengelolaan bagaimana memasarkan produk dengan berbasis digital. Harapan mereka tersebut tertuang dalam kuesioner pelatihan yang hasilnya dapat diuraikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 6
Solusi Untuk Mengatasi Masalah UMKM

NNo	Solusi Untuk Mengatasi Masalah	F	Prosen (%)
a	Pelatihan, Bimtek cara melaporkan dan membayar pajak	20	
b	Tidak menjawab	0	
Jumlah		20	

Keadaan Kegiatan Pelatihan

Kegiatan Sosialisasi Digital Marketing Untuk Pelaku UMKM pada tanggal 28 Juli 2022 bertempat di Kantor Desa Pattallassang kecamatan Pattallassang yang difasiitasi oleh Pemerintahan Kecamatan Pattallassang dan UMKM. Peserta pelatihan merupakan pelaku UMKM yang berjumlah sebanyak 20 orang dan (Daftar Hadir Peserta terlampir). Pelaksana

kegiatan sebanyak 8 orang yang terdiri dari dosen dan mahasiswa program studi Manajemen STIEM Bongaya.

Acara Pembukaan

Acara pembukaan pelatihan dipandu oleh salah satu tim dosen STIEM Bongaya yakni Dra. Hj. Djamilah Saleh, M.Si selaku MC (*Master of Ceremony*). Penyampaian kata sambutan dalam acara pembukaan diawali oleh dari pimpinan STIEM Bongaya dalam hal ini wakil ketua 1 yaitu, Ibu Dr Hj Salma Abdullah SE, Msi. Mengawal sambutannya beliau menyampaikan salam dan permohonan maaf dari pimpinan STIEM Bongaya yang tidak sempat hadir dalam kegiatan tersebut. Beliau menyampaikan bahwa STIEM Bongaya merupakan salah satu lembaga pendidikan di bidang ekonomi, tentunya berperan dalam membantu pemerintah untuk melakukan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Sehingga kegiatan ini merupakan wujud atas kepedulian STIEM Bongaya dalam memberikan kontribusi nyata untuk mengembangkan UMKM sebagai salah satu unit ekonomi produktif. Mengakhiri sambutannya beliau menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada Pemerintah Daerah Kabupaten Gowa dalam hal ini diwakili oleh bapak Kepala Dinas Koperasi dan UMKM yang telah menyediakan fasilitas dan sarana pelatihan serta mendatangkan peserta untuk mengikuti kegiatan pelatihan tersebut.

Penyampaian kata sambutan selanjutnya oleh kepala desa yang mewakili pemerintahan Pattallasang sekaligus membuka acara pelatihan tersebut. Dalam sambutannya, Kepala Desa menyampaikan bahwa kegiatan ini sangat membantu pelaku UMKM dalam mengelola usahanya. Lebih lanjut beliau menyampaikan pelaku UMKM yang hadir pada kegiatan tersebut lebih banyak dari usaha industry rumahan (*home industry*). Beliau berharap kegiatan ini bisa dapat ditindaklanjuti dalam bentuk bimbingan teknis sehingga pengusaha UMKM lebih melek teknologi dalam memasarkan produknya

Penyajian Materi dan Diskusi

Kegiatan penyajian materi sosialisasi Digital Marketing untuuk pelaku UMKM dipandu oleh satu Tim Dosen yaitu Bapak Drs Rusni. M.Hum.MM, selaku moderator. Pemateri pada kegiatan tersebut adalah Erniwati Madya, S.P.MM dan Hasyim Mochtar, SE, MM dan ada dosen yang berperan sebagai pengamat yaitu Bapak Drs. Abd Mansyur Mus, SE, MM, Dr H. Andi Mansyur Tanra, SE, M.Si, Dr Hasbiyadi, SE, MM, Dra Masyita, M.Si, serta Bapak Andi dahrul, SE, SE, MM H. Serta dibantu oleh satu mahasiwa yaitu Nur Afniyang berperan meregistrasi peserta dan mengarahkan peserta untuk mengisi kuesioner kegiatan.

Moderator dalam mengawali pembicaraannya beliau menyampaikan kegiatan ini merupakan salah satu bentuk pengabdian kepada masyarakat dari dosen dan mahasiswa program studi Manajemen STIEM Bongaya. Penyajian materi dengan metode ceramah dengan durasi waktu penyajian materi kurang lebih 30 menit. Kemudian dilanjutkan dengan sesi simulasi, diskusi dan tanya jawab. Penyajian materi oleh Ibu erniwati Madya .S.P, MM sebagai pemateri pertama dan Bapak Hasyim Mochtar . SE, MM sebagai pemateri ke 2 dengan judul : **Sosialisasi Digital Markering Untuk Pelaku UMKM**. Pokok bahasan materi terdiri dari:

- a. Konsep teori Marketing
- b. Pentingnya Marketing
- c. Pentingnya marketing digital
- d. Pemahaman literasi digital marketing
- e. Pentingnya kesadaran pelaku UMKM memasarkan produknya berbasis digital
- f. Pengelolaan pemasaran Produk berbasis Digital
- g. Praktek sederhana digital marketing



Gambar 4 Penyajian Materi oleh Tim (Foto 1) dan ParaPeserta Pelaku UMKM Tim (Foto2)

Berdasarkan pengamatan menunjukkan bahwa para peserta sangat antusias dalam mengikuti kegiatan sosialisai digital Marketing . Hal ini dapat dilihat dari keberadaan mereka dalam forum mulai dari acara pembukaan sampai selesainya kegiatan. Kemudian beberapa peserta ketika dibuka sesi diskusi memberikan tanggapan bahwa kegiatan ini sangat baik bagi mereka. Menurut peserta pelatihan kegiatan ini telah memberikan banyak manfaat, diantaranya adalah ; meningkatkan pemahaman tentang pentingnya literasi digital marketing serta pentingnya pelaku UMkM memasarkan produk dengan berbasis digital. Peserta setelah mengikuti ulasan atas materi yang dijelaskan, baik oleh pemateri dan tambahan penjelasan dari tim dosen yang lain, maka ada bebrapa harapan mereka agar kegiatan ini dapat dtindaklanjuti dalam bentuk yang lebih teknis yakni dilakukan dalam bentuk bimbingan teknis. Hal ini juga disampaikan oleh Bapak Kepala Desa pada saat menutup acara kegiatan. Bentuk harapan mereka terdokumentasi juga dalam kuesioner dan hasil analisis pengisian kuesioner berikut ini :

Tabel 7
Tindak Lanjut Kegiatan Pelatihan

No	Faktor Penghambat	F	Prosen (%)
a	Cukup dengan sosialisasi	0	
b	Sosialisasi diikuti dengan pelatihan	1	
c	Sosialisasi ikuti dengan pelatihan dan Bimtek	19	
d	Tidak menjawab	0	
	Jumlah	20	

Kegiatan Lainnya

Selain melakukan kegiatan pengabdian pada masyarakat dalam bentuk pelatihan penyusunan laporan keuangan UMKM,dan sosialisasi pelaporan Pajak yang diadakan di kecamatan yang sama dengan desa yang berbeda tepatnya desa Timbuseng yang diikuti juga oleh 20 pelaku dengan melakukan kolaborasi Antara tim Dosen dengan Mahasiswa kkl STIEM Bongaya dikecamatan Pattallassang



Gambar 5 Penutupan kegiatan workshop

RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

Sehubungan dengan kegiatan pengabdian ini masih terbatas karena rentang waktu pelaksanaan yang terbatas, sehingga capaian sosialisasi Digital Marketing untuk UMKM. Kemudian merespon berbagai harapan dan usulan dari pemerintah setempat dan peserta pelatihan, maka ada beberapa rencana yang akan dilakukan sebagai tindak lanjut dari kegiatan tersebut, yaitu : Melakukan pelatihan dan bimbingan teknis cara memasarkan produk berbasis digital

Beberapa upaya yang dilakukan oleh program studi dan dosen manajemen agar kegiatan tersebut dapat berjalan sesuai dengan harapan, yaitu :

1. Melakukan Training Of Trainer (TOT) kepada dosen dan mahasiswa Manajemen tentang aplikasi UMKM. Sebagai upaya untuk meningkat keahlian dosen dan mahasiswa tentang aplikasi tersebut sebelum melakukan kegiatan pengabdian di desa-desa.
2. Menyusun modul kegiatan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah diuraikan maka kesimpulan dari kegiatan pengabdian pada masyarakat tentang sosialisasi Digital Marketing untuk pelaku UMKM di di Kecamatan Pattalassang Kabupaten Gowa oleh Tim Dosen dan Mahasiswa STIEM Bongaya sebagai berikut :

1. Perkembangan UMKM telah berjalan dengan baik dan keberadaan UMKM telah banyak memberikan manfaat bagi masyarakat setempat.
2. Sebigain besar pengusaha UMKM belum melakukan digital marketing dengan baik.
3. Terdapat beberapa kendala dalam pengelolaan UMKM yaitu kemampuan SDM yang masih rendah, pangsa pasar barang/jasa yang dihasilkan UMKM masih terbatas, kurangnya permodalan, tidak memiliki sistem pembukuannya belum baik.serta kurang pemahnyanya pelaku UMKM bagaimana memasarkan produk dengan berbasis Digital
4. Kegiatan pelatihan memberikan manfaat dalam meningkatkan kemampuan dan kemudahan dalam pengelolaan Marketing berbasis Digital bagi pelaku UMKM

5. Tindak lanjut kegiatan diharapkan lebih teknik dalam bentuk pelatihan dan bimbingan teknis terkait dengan Digital Marketing penyusunan UMKM baik secara manual maupun berbasis aplikasi.

Daftar Pustaka

- A. Wardhana, "Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia," *Semin. Nas. Keuang. dan Bisnis IV*, no. April 2015, pp. 327–337, 2015.
- S. Mas and A. Resources, "Kata Kunci : E-Bisnis, Penerapan E-Bisnis pada PT SMART, Tbk dan Analisis Penerapan E-Bisnis pada PT SMART, Tbk 1)," *J. Pendidik. Akunt. Indones.*, vol. VI, no. 2, pp. 52–59, 2008.
- Supangat, F. H. Chandar, and A. Hermanto, "The design of e-learning applications by considering aspects of the user's personality based on students take courses in humancomputer interaction," *MATEC Web Conf.*, vol. 154, 2018.
- A. Hermanto, S. Supangat, and F. Mandita, "Evaluasi Usabilitas Layanan Sistem Informasi Akademik Berdasarkan Kombinasi ServQual dan Webqual Studi Kasus : SIAKAD Politeknik XYZ," *J. Inf. Syst. Eng. Bus. Intell.*, vol. 3, no. 1, p. 33, 2017.