

Sureq Jurnal Pengabdian Masyarakat Berbasis Seni dan Desain

Volume 2 Nomor 2 Juli-Desember 2023



PELATIHAN DIGITALISASI MANAJEMEN DAN PEMASARAN PRODUK IKM KABUPATEN 50 KOTA

Ferry Fernando, Ary Leo Bermama, Aryoni Ananta

¹Institut Seni Indonesia Padangpanjang Fakultas Seni Rupa dan Desain Prodi Desain Komunikasi Visual
ferrydamara@gmail.com

²Institut Seni Indonesia Padangpanjang Fakultas Seni Rupa dan Desain Prodi Desain Komunikasi Visual
arileobermana@gmail.com

³Institut Seni Indonesia Padangpanjang Fakultas Seni Rupa dan Desain Prodi Desain Komunikasi Visual
aryoniananta15@gmail.com

Abstrak

Pelatihan digital adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan individu atau kelompok dalam menggunakan teknologi digital dan memanfaatkannya untuk berbagai keperluan, seperti manajemen, pemasaran, komunikasi, dan pengembangan produk. Pelatihan ini melibatkan pengenalan dan pembelajaran tentang berbagai alat dan platform digital, serta strategi yang efektif dalam mengoptimalkan penggunaan teknologi digital. Pelatihan digital produk IKM adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) dalam menggunakan teknologi digital untuk mengelola dan memasarkan produk mereka. Pelatihan ini melibatkan pengenalan dan pembelajaran tentang berbagai alat dan platform digital yang dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan daya saing produk IKM. Peserta pelatihan akan diberikan pengetahuan dan keterampilan dalam hal branding, pemasaran digital, komunikasi visual, dan penggunaan media sosial. Pelatihan ini bertujuan untuk membantu IKM dalam menghadapi tantangan dan peluang yang ditawarkan oleh era digitalisasi.

Pelatihan digitalisasi manajemen dan pemasaran produk IKM Kabupaten 50 Kota bertujuan untuk meningkatkan kapasitas IKM melalui penggunaan teknologi digital. Pelatihan mencakup topik seperti branding, komunikasi visual, pemasaran digital, dan media sosial. Peserta diperkenalkan pada pentingnya literasi digital dan keterampilan dalam mengembangkan dan mempromosikan produk mereka melalui berbagai platform digital. Pelatihan ini menghasilkan peningkatan kesadaran di antara peserta dan pembentukan kerjasama lintas sektor untuk mendukung pengembangan sektor IKM lokal. Para penyelenggara berharap untuk melanjutkan kegiatan pendidikan semacam ini untuk lebih meningkatkan literasi digital dan daya saing di antara IKM.

Keyword : Pelatihan digitalisasi, manajemen pemasaran, produk IKM.

Abstract

Digital training is an activity that aims to improve individual or group understanding and skills in using digital technology and utilizing it for various purposes, such as management, marketing, communication, and product development. This training involves introducing and learning about various digital tools and platforms, as well as effective strategies for optimizing the use of digital technology. IKM digital product training is an activity that aims to increase the understanding and skills of Small and Medium Industry (IKM) actors in using digital technology to manage and market their products. This training involves introducing and learning about various digital tools and platforms that can be used to increase the efficiency, effectiveness and competitiveness of IKM products. Training participants will be given knowledge and skills in terms of branding, digital marketing, visual communication, and the use of social media. This training aims to assist SMEs in facing the challenges and opportunities offered by the digitalization era.

Training on digitalization of management and marketing of IKM products in 50 Kota districts aims to increase the capacity of IKM through the use of digital technology. Training covers topics such as branding, visual communication, digital marketing, and social media. Participants are introduced to the importance of digital literacy and skills in developing and promoting their products through various digital platforms. This training resulted in raising awareness among participants and establishing cross-sector collaboration to support the development of the local SMI sector. The organizers hope to continue this kind of educational activities to further enhance digital literacy and competitiveness among SMIs.

Keyword : Digitalization training, marketing management, IKM products.

1. PENDAHULUAN

Sentra IKM merupakan salah satu wadah pemusatan industri kecil dan menengah yang menghasilkan produk sejenis, menggunakan input, serta adanya proses produksi yang sama dan dilengkapi fasilitas berupa sarana penunjang, yang dirancang sebagai pengembangan potensi industri daerah (www.kemeperin.go.id). Industri kecil menengah merupakan suatu usaha yang memiliki fungsi dasar utama memperkuat struktur perekonomian, dilihat IKM juga memiliki pengaruh yang besar terhadap permasalahan yang berkaitan dengan sosial ekonomi dalam negeri seperti halnya kemiskinan, tingginya masalah pengangguran, ketimpangan distribusi pendapatan (Lestari,2012).

Bedasarkan Undang-Undang Republik Indonesia nomor 3 Tahun 2014 tentang perindustrian, industri merupakan bentuk seluruh kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk jenis industri. Sektor Industri Kecil Menengah (IKM) tak dapat disangkal memiliki peran penting dalam menopang perekonomian daerah, sehingga peningkatan kapasitas IKM terus menjadi fokus Pemerintah Daerah. Salah satu langkah yang dapat ditempuh untuk memperluas jangkauan pasar dan daya saing IKM yakni melalui transisi sistem pemasaran menggunakan teknologi digital. Untuk mendukung peningkatan kemampuan digitalisasi IKM tersebut, Pemerintah Kabupaten Limapuluh Kota melalui Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja (Disperinaker) menyelenggarakan Pelatihan digitalisasi manajemen dan pemasaran produk IKM bagi 50 orang pelaku industri di Limapuluh Kota.

Tujuan dan manfaat kegiatan yaitu; 1) Terjalannya kerjasama lintas sektoral untuk membangun sentra IKM yang ada di kabupaten 50 Kota berbasis Teknologi informasi dan komunikasi; 2) Dapat meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat mengenai pentingnya pemasaran dan manajemen secara digitalisasi; 3) Terwujudnya pelaku sentra IKM dan ekonomi kreatif yang melek teknologi informasi digital; 4) Terjalannya Kerjasama antara ISI Padangpanjang terkhusus prodi DKV dengan Perindustrian dan Tenaga Kerja Kabupaten 50 Kota.

Adapaun target dan luaran pengabdian yaitu Kegiatan Pelatihan Digitalisasi Manajemen Dan Pemasaran Produk Ikm Kabupaten 50 Kota diadakan selama 3 (tiga) hari yang dimulai dari tanggal 5– 7 September 2022 dengan materi terkait brand dan kemasan, dasar komunikasi visual dan digital marketing & social media, sampai kepada praktek untuk membuat konten digital berupa foto produk untuk kebutuhan promosi melalui berbagai platform digital dan juga penggunaan aplikasi CANVA di komputer para peserta pelatihan. Dengan telah selesainya pelaksanaan kegiatan Kegiatan Pelatihan Digitalisasi Digitalisasi Manajemen Dan Pemasaran Produk Ikm Kabupaten 50 Kota maka hasil yang telah dicapai adalah timbulnya kesadaran para pelaku IKM Kabupaten 50 kota mengenai pentingnya pengetahuan dan kemampuan untuk menguasai teknologi dan informasi digital yang dapat diimplementasikan untuk mengembangkan produk melalui berbagai media sosial. Dampak dari kegiatan ini adalah terjalannya Kerjasama lintas sektoral yang saling bersinergi untuk membangun iklim sentra IKM yang ada di Kabupaten 50 kota sesuai dengan nafas pembangunan digital tourism yang telah dicanangkan oleh Kemenparekraf republik Indonesia. Ditambah lagi para UMKM yang ada di Kabupaten 50 Kota ingin meminta prodi

DKV untuk membantu promosi produknya lebih baik dan maksimal lagi. Panitia dari kegiatan ini adalah Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja Kabupaten 50 Kota dengan melibatkan 50 para pelaku sentra IKM seperti komoditi usaha gambir, jeruk, ubi kayu, gula aren, kopi, tenun kubang, tenun halaban, anyaman mansiang, sulaman dan bordir, ecoprint, batik dan lain-lain.

2. METODE PENELITIAN

Kegiatan Pelatihan Digitalisasi Digitalisasi Manajemen Dan Pemasaran Produk Ikm Kabupaten 50 Kota diadakan selama 3 (tiga) hari yang dimulai dari tanggal 5–7 September 2022 dengan materi terkait brand dan kemasan, dasar komunikasi visual dan digital marketing & social media, sampai kepada praktek untuk membuat konten digital berupa foto produk untuk kebutuhan promosi melalui berbagai platform digital dan juga penggunaan aplikasi CANVA di komputer para peserta pelatihan.

Untuk kelancaran pelatihan dan materi mudah dipahami maka digunakan beberapa metode untuk pelaksanaannya. Diawali dengan metode studi kasus dalam pengambilan visual sebuah content digital, ceramah sebagai pengenalan materi literasi digital dan teknik sinematografi, tanya jawab dan demonstrasi. Metode ceramah dan tanya jawab dilakukan dengan memberikan pengetahuan dan pemahaman secara teoritis kepada peserta. Melalui metode ini juga di berikan penjelasan mengenai peluang dalam meningkatkan kompetensi, kreativitas para puan dalam ber literasi digital.

Terakhir metode demonstari dan latihan dilakukan pada saat peserta memasuki tahap praktek dengan metode teknik pengambilan foto produk secara berkelompok dan mendesain sederhana untuk kebutuhan promosi di media sosial. Metode ini dilakukan berurutan secara teknis sehingga peserta benar-benar menguasai keterampilan mulai dari perencanaan secara naratif, hingga mengaplikasikan secara sinematik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dilakukan secara berkelompok sesuai dengan kebutuhan dan permintaan dari mitra di luar instansi Institut Seni Indonesia Padang Panjang.

Pengabdian ini berisi tentang pelatihan Desain Kemasan, Sosial Media Marketing dan Dasar Komunikasi Visual. Metode pengabdian ini dilakukan dengan presentasi, diskusi dan juga pelatihan teknik, content dan marketing digital. Di dalam Pembahasan mengenai desain kemasan produk IKM merupakan salah satu aspek yang penting dalam pelatihan digitalisasi manajemen dan pemasaran produk IKM. Desain kemasan memiliki peran yang sangat signifikan dalam menarik perhatian konsumen, membedakan produk dari pesaing, dan menciptakan kesan yang positif terhadap merek dan produk. Dalam pelatihan ini, peserta diberikan pemahaman tentang pentingnya desain kemasan yang menarik dan fungsional. Mereka diajarkan tentang prinsip-prinsip desain, seperti penggunaan warna, tipografi, gambar, dan elemen visual lainnya untuk menciptakan kemasan yang menarik dan sesuai dengan karakteristik produk. Peserta juga diajarkan tentang pentingnya mempertimbangkan aspek ergonomi dan kepraktisan dalam desain kemasan, sehingga produk dapat dengan mudah digunakan dan diakses oleh konsumen.

Selain itu, peserta juga diberikan pengetahuan tentang bagaimana desain kemasan dapat mencerminkan nilai-nilai merek dan membangun identitas merek yang kuat. Mereka diajarkan tentang pentingnya konsistensi desain kemasan dengan elemen branding lainnya, seperti logo, slogan, dan visual merek. Peserta juga diajarkan tentang bagaimana desain kemasan dapat berkontribusi dalam membangun citra merek yang positif dan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas dan nilai produk. Dalam pelatihan ini, peserta juga diberikan kesempatan untuk berlatih dan menerapkan pengetahuan yang telah mereka peroleh dalam merancang desain kemasan untuk produk IKM mereka. Mereka diajarkan tentang penggunaan alat desain digital, seperti aplikasi desain grafis, untuk membuat desain kemasan yang profesional dan menarik. Peserta juga diajarkan tentang pentingnya berkolaborasi dengan desainer profesional atau ahli desain untuk mendapatkan hasil yang optimal.

Pembahasan mengenai sosial manajemen marketing produk IKM melibatkan penggunaan media sosial sebagai salah satu strategi pemasaran yang efektif. Dalam pelatihan digitalisasi manajemen dan pemasaran produk IKM, peserta diajarkan

tentang pentingnya memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk mereka kepada target pasar yang lebih luas. Melalui pelatihan ini, peserta diberikan pemahaman tentang berbagai platform media sosial yang populer, seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube. Mereka diajarkan tentang cara membuat dan mengelola akun bisnis yang efektif di platform-platform tersebut. Peserta juga diajarkan tentang strategi pemasaran digital yang tepat untuk media sosial, termasuk penggunaan konten visual yang menarik, penggunaan hashtag yang relevan, dan interaksi aktif dengan pengikut.

Selain itu, peserta juga diajarkan tentang pentingnya memahami perilaku dan preferensi konsumen di media sosial. Mereka diajarkan tentang bagaimana melakukan riset pasar melalui media sosial, mengidentifikasi tren dan kebutuhan konsumen, serta berinteraksi dengan mereka secara efektif. Peserta juga diajarkan tentang pentingnya membangun komunitas online yang aktif dan terlibat, sehingga dapat memperkuat hubungan dengan konsumen dan mendapatkan umpan balik yang berharga.

Dalam pelatihan ini, peserta juga diberikan kesempatan untuk berlatih dan menerapkan pengetahuan yang telah mereka peroleh dalam mengelola media sosial untuk pemasaran produk IKM mereka. Mereka diajarkan tentang penggunaan alat analitik media sosial untuk melacak kinerja kampanye pemasaran, mengukur tingkat keterlibatan pengguna, dan mengidentifikasi peluang perbaikan. Peserta juga diajarkan tentang pentingnya mengikuti tren dan inovasi dalam pemasaran media sosial, sehingga dapat tetap relevan dan kompetitif di pasar yang terus berkembang.

Dengan telah selesainya pelaksanaan kegiatan Kegiatan Pelatihan Digitalisasi Digitalisasi Manajemen Dan Pemasaran Produk Ikm Kabupaten 50 Kota maka hasil yang telah dicapai adalah timbulnya kesadaran para pelaku IKM Kabupaten 50 kota mengenai pentingnya pengetahuan dan kemampuan untuk menguasai teknologi dan informasi digital yang dapat diimplementasikan untuk mengembangkan produk melalui berbagai media sosial. Dampak dari kegiatan ini adalah terjalannya Kerjasama lintas sektoral yang saling bersinergi untuk membangun iklim sentra IKM yang ada di Kabupaten 50 kota sesuai dengan nafas pembangunan digital tourism yang telah dicanangkan oleh

Kemendikbud republik Indonesia. Ditambah lagi para UMKM yang ada di Kabupaten 50 Kota ingin meminta prodi DKV untuk membantu promosi produknya lebih baik dan maksimal lagi.



Gambar 1. Penyampaian Materi Desain Kemasan



Gambar 2. Penyampaian Materi Digital Marketing

Gambar 3. Praktek foto produk



Gambar 5. Foto produk IKM 50 Kota



Gambar 4. Praktek foto produk



Gambar 6. Tampilan Produk Untuk Media Sosial



Gambar 7. Foto Bersama Dengan Para Pelaku IKM 50 Kota Sumatera Barat

- Ryan, Damian, 2014, Understanding Digital Marketing, Kogan Page. United Kingdom
- Samara, Timothy, 2007, Design Element, Rockport Publisher. United State
- W. Timothy Coombs & Sherry J. Holladay, 2012, Managing corporate social responsibility, John Wiley & Sons Ltd, UK

4. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Kegiatan Pelatihan Digitalisasi Digitalisasi Manajemen Dan Pemasaran Produk Ikm Kabupaten 50 Kota diadakan selama 3 (tiga) hari yang dimulai dari tanggal 05 – 07 September 2022 merupakan kegiatan yang sangat bermanfaat untuk membangun iklim UMKM dan IKM naik kelas yang sesuai dengan kemajuan zaman dan teknologi. Kegiatan semacam ini harus terus dilaksanakan karena perkembangan teknologi digital yang berlangsung sangat cepat, menuntut semua pihak terkait untuk terus update dan berinovasi agar tujuan bersama ini tetap terlaksana dan berkembang menuju arah yang lebih baik.

2. Saran

Harapan kepada pihak mitra Disperinaker Kabupaten Lima Puluh Kota agar terus meningkatkan kualitas literasi digital para peserta yakni IKM Kabupaten Lima Puluh Kota itu sendiri. Diharapkan kegiatan yang mengedukasi ini terus berlanjut meskipun pelatihan telah selesai sehingga ilmu dan keterampilan yang diperoleh oleh para peserta dikembangkan kearah yang lebih maju dan siap bersaing secara literasi digital.

REFERENSI

Sandra Moriaty, Nancy Mitchell, William Wels, 2009, Advertising, Prenadamedia Group. Jakarta