

## **Sosialisasi dan Pelatihan Pembuatan Blog Sebagai Media Pemasaran Online Pada Pelaku Usaha UMKM Kelurahan Plosokandang Kabupaten Tulungagung**

**Yayak Kartika Sari<sup>1</sup>, Agung Prasetya<sup>2</sup>, Amartya Bambang Kusuma<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Prodi Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Bhinneka PGRI, Indonesia

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Yayak Kartika Sari

**E-mail:** [yayakkartikasari93132042@gmail.com](mailto:yayakkartikasari93132042@gmail.com)

### **Abstrak**

UMKM Kelurahan Plosokandang merupakan salah satu komunitas yang bergerak dibidang wirausaha untuk masyarakat dan masyarakat kelurahan plosokandang mempunyai banyak usaha baik usaha rumah maupun industri. Namun sebagian dari para pelaku usaha ini masih belum menggunakan digital marketing sebagai sarana pemasaran produk. Sebagian dari para pelaku usaha masih memasarkan produknya secara tradisional seperti mendistribusikan produknya ke pasar dan ke warung-warung di sekitarnya. Sehingga pangsa konsumen hanya terbatas pada wilayah itu sendiri. Maka dari tim pengabdian memberikan sosialisasi dan pelatihan pemanfaatan blog sebagai digital marketing dalam pemasaran usaha agar usaha lebih dikenal di wilayah sendiri maupun luar wilayah tersebut. Metode yang digunakan dalam tahap persiapan yaitu observasi, identifikasi masalah, menetapkan prioritas masalah dan solusi, dan membuat rencana pelaksanaan. Sedangkan metode dalam pelaksanaan yaitu sosialisasi, pelatihan dan konsultasi serta evaluasi. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa simpulan yaitu pada kegiatan sosialisasi mengenai pemanfaatan digital marketing sebagai strategi pemasaran bagi pelaku usaha menggunakan media online yaitu Blog dapat menjadi salah satu alternatif bagi wirausaha di desa Plosokandang dalam mengembangkan usaha bisnisnya. kegiatan pendampingan dalam pemanfaatan digital marketing sebagai strategi pemasaran bagi pelaku wirausaha di desa Plosokandang telah dilaksanakan dengan lancar dan mengikuti dengan sangat baik.

**Kata kunci** – UMKM, Digital Marketing, Blog, Observasi

### **Abstract**

UMKM in Plosokandang Village are a community that operates in the field of entrepreneurship for the community and the people of Plosokandang Village have many businesses, both home and industrial. However, some of these business actors still do not use digital marketing as a means of marketing products. Some business actors still market their products in a traditional way, such as distributing their products to markets and to surrounding stalls. So the consumer share is only limited to the region itself. So the service team provides outreach and training on the use of blogs as digital marketing in business marketing so that the business is better known in its own region and outside the region. The methods used in the preparation stage are observation, problem identification, determining problem priorities and solutions, and creating an implementation plan. Meanwhile, the implementation methods are socialization, training and consultation and evaluation. Based on the results of the activities that have been carried out, several conclusions can be drawn, namely regarding socialization activities regarding the use of digital marketing as a marketing strategy for business actors using online media, namely Blogs can be an alternative for entrepreneurs in Plosokandang village in developing their business ventures. Assistance activities in the use of digital marketing as a marketing strategy for entrepreneurs in Plosokandang village have been carried out smoothly and followed very well.

**Keywords** - UMKM, digital marketing, blog, observation

## **PENDAHULUAN**

Teknologi informasi dan komunikasi berkembang pesat menjadi faktor pendorong dalam transformasi digital yang membuat tatanan industri menjadi tidak sama lagi (Fukuyama, 2018 dalam (Sugiono, 2020). Hal tersebut dapat dilihat pada kegiatan pemasaran dengan menggunakan internet dalam berbagai bidang baik pada pemasaran produk besar sampai kecil. Transformasi pemasaran dari menggunakan cara manual sampai ke digital membawa pengaruh yang besar dan kompleks. Hal ini mengakibatkan banyak pihak, baik pembuat kebijakan di sektor publik maupun para pelaku bisnis di sektor privat, untuk membuat pendekatan pendekatan dalam merancang strategi bisnis yang baru. Penciptaan platform digital sebagai bagian dari transformasi digital menjadi medium terbaik bagi para pelaku usaha dalam memaksimalkan nilai tambah produk mereka (Arifin, A Rahman, & Othman, 2020). Indonesia merupakan pengguna internet terbesar di dunia, terdapat 204,7 juta pengguna internet di Indonesia per Januari 2022. Tren jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir. Jika dibanding dengan tahun 2018, saat ini jumlah pengguna internet di Indonesia naik sebesar 54,25% (Katadata, 2022). Pengaruh dari banyaknya pengguna internet akan berpengaruh juga terhadap penggunaan digital marketing.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan ekonomi rakyat yang memiliki lingkup kecil yang berdiri sendiri dan dikelola oleh perorangan atau kelompok. Pengembangan UMKM di Indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi nasional. Ditujukan tidak hanya mengurangi masalah kesenjangan antar golongan pendapatan dan antar pelaku usaha, juga dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempercepat perubahan struktural. Kontribusi tersebut adalah meningkatnya perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional (Suryati, 2021).

UMKM Kelurahan Plosokandang merupakan salah satu komunitas yang bergerak dibidang wirausaha untuk masyarakat dan masyarakat kelurahan plosokandang mempunyai banyak usaha baik usaha rumah maupun industri. Desa plosokandang adalah salah satu desa yang berada di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten tulungagung. Secara geografis Desa Plosokandang merupakan wilayah yang berada di Kawasan kota kurang lebih berjarak 3 km dari pusat Kabupaten Tulungagung, dan berjarak kurang lebih 150 km dari ibukota provinsi Jawa Timur. Pada bidang ekonomi masyarakat plosokandang mempunyai banyak usaha yang beraneka ragam, mulai dari karyawan, petani, peternak, pedagang, warung, rumah kos, percetakan, dan masih banyak lagi. Namun banyak juga yang melakukan usaha kerajinan keset dan sapu ijuk, industry ini juga banyak dilakukan oleh warga desa Plosokandang.

UMKM Kelurahan Plosokandang berusaha mengembangkan dan memasarkan usahanya baik untuk wilayah sendiri maupun ke luar wilayah. Namun sebagian dari para pelaku usaha ini masih belum menggunakan digital marketing sebagai sarana pemasaran produk. Sebagian dari para pelaku usaha pada UMKM Kelurahan Plosokandang masih memasarkan produknya secara tradisional seperti mendistribusikan produknya ke pasar dan ke warung-warung di sekitarnya. Salah satu digital marketing yang dapat murah dan mudah digunakan oleh pelaku usaha adalah blog dapat menjadi salah satu solusi digital marketing karena mudah digunakan oleh para pelaku usaha untuk memasarkan produk kepada konsumennya.

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, maka dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini berupaya untuk memotivasi dan mendorong pelaku usaha pada UMKM Kelurahan Plosokandang memanfaatkan strategi pemasaran digital marketing menggunakan blog sehingga dapat meningkatkan pendapatan serta mengembangkan bisnis yang dibangun di era persaingan bisnis melalui digital saat ini.

## **METODE**

Metode pelaksanaan program pengabdian masyarakat dengan judul "Sosialisasi dan Pelatihan Pembuatan Blog Sebagai Media Pemasaran Online Pada Pelaku Usaha UMKM Kelurahan

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

Plosokandang Kabupaten Tulungagung” ini dilakukan dengan prosedur kerja/langkah-langkah sebagai berikut:



**Gambar 1.**  
Tahapan Persiapan Pengabdian Masyarakat

Program pengabdian ini diawali dengan observasi/kunjungan ke Pelaku Usaha UMKM Kelurahan Plosokandang. Kemudian pengabdian melakukan identifikasi dan diskusi bersama dengan Pelaku Usaha UMKM Kelurahan Plosokandang kabupaten Tulungagung terkait dengan permasalahan yang dihadapi para wirausahawan tentang cara melakukan pemasaran. Tim pengabdian juga mengidentifikasi para wirausahawan tentang penggunaan digital marketing, apakah sudah mengerti dan paham bagaimana menggunakan digital marketing apa belum dan bagaimana kesiapan para pelaku usaha terhadap teknologi pemasaran yang sebelumnya menggunakan cara tradisional menjadi digital marketing. Setelah pengabdian mengidentifikasi dan diskusi beberapa masukan tim pengabdian menganalisis permasalahan-permasalahan terkait teknik pemasaran yang selama ini sedang berjalan serta menetapkan prioritas dari masalah tersebut. Dari beberapa masalah yang sudah diprioritaskan kemudian bisa menentukan solusi dari masalah tersebut. Menetapkan solusi yang dapat dijelaskan secara ilmiah keterkaitannya dengan prioritas masalah yang disepakati bersama, dibarengi dengan melakukan identifikasi faktor penghambat dan pendukung, baik dari aspek ekonomi/ finansial, juga aspek yang terkait dalam proses sosial-budaya masyarakat. Beberapa solusi yang telah disepakati bersama tersebut dirancang dalam beberapa program. Target ditetapkan untuk menghasilkan wujud luaran program secara terencana dan terukur baik berupa jasa ataupun fisik material yang telah siap dimanfaatkan oleh kelurahan. Rencana pelaksanaan program dilengkapi dengan jadwal pelaksanaan, rincian anggaran, dan beberapa lampiran yang diperlukan dalam pelaksanaan kegiatan yang telah tercakup dalam program.



**Gambar 2.**  
Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Tahap pelaksanaan yang dilakukan oleh pengabdian adalah melakukan sosialisasi, tahap ini bertujuan untuk memberikan dan mengenalkan Blog sebagai media pemasaran online pada Pelaku Usaha UMKM Kelurahan Plosokandang Tulungagung, waktu yang diperlukan hanya 1 hari. Pada tahap ini, pihak pelaku usaha akan mendapatkan penjelasan pentingnya Blogger dalam media pemasaran. Dalam upaya penguatan strategi pemasaran secara inovatif sebagai optimalisasi eksistensi

pada masyarakat di Kelurahan Plosokandang, maka program ini memfasilitasi pelatihan pembuatan blog sebagai teknik pemasaran produk bagi Pelaku Usaha UMKM Kelurahan Plosokandang Tulungagung, waktu yang diperlukan 1 hari. Dengan langsung mempraktekkan, metode ini bisa diikuti dengan cukup baik oleh Pelaku Usaha UMKM Kelurahan Plosokandang Tulungagung dan masyarakat Kelurahan Plosokandang sehingga mereka bisa mempraktekkan secara langsung.

Mengevaluasi perkembangan pelaksanaan program yang dilaksanakan. Untuk menilai keberhasilan dari program pengabdian masyarakat yang berjalan dengan melibatkan mitra di Kelurahan Plosokandang. Dalam evaluasi program ada 2 metode yaitu evaluasi selama proses pelatihan dan evaluasi saat pelaksanaan pelatihan meliputi, keterlibatan dan kemampuan peserta setiap tahap pelatihan. Pada tahap akhir, peserta diharapkan dapat memanfaatkan halaman blog untuk membuat media pemasaran. Evaluasi saat pelaksanaan pelatihan meliputi, keterlibatan dan kemampuan peserta setiap tahap pelatihan. Pada tahap akhir, peserta diharapkan dapat memanfaatkan blog untuk membuat media pemasaran. Evaluasi saat pelaksanaan pelatihan meliputi, keterlibatan dan kemampuan Pelaku Usaha UMKM Kelurahan Plosokandang Tulungagung yang mempunyai usaha setiap tahap pelatihan. Pada tahap akhir, peserta diharapkan dapat memanfaatkan blogger yang digunakan untuk menggunakan teknik pemasaran. Keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dievaluasi berdasarkan hasil penyelesaian materi pelatihan, dan Tim Pengabdian akan melakukan evaluasi dengan mengamati dan memeriksa hasil dari pemanfaatan teknik pemasaran dengan menggunakan blogger.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi upaya peningkatan pendapatan pelaku usaha melalui digital marketing menggunakan media online yaitu Blog pada masyarakat desa Plosokandang telah dilaksanakan pada hari jumat tanggal 29 September 2023, dengan rincian kegiatan dan materi sebagai berikut:

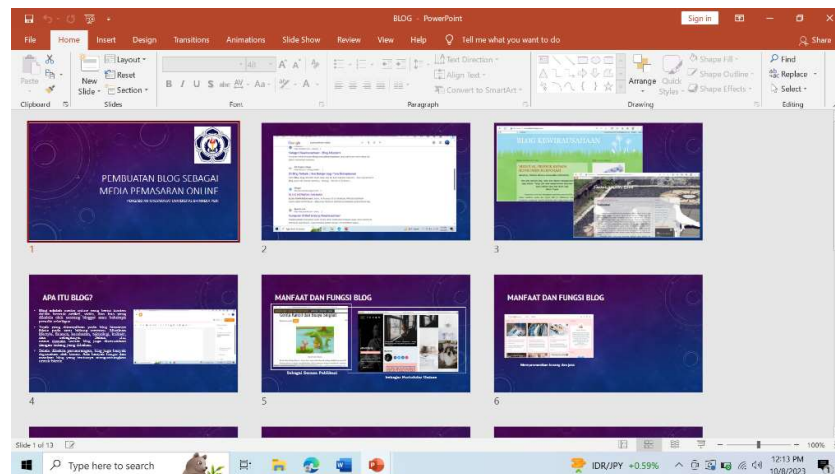
**Tabel 1.**  
Kegiatan Pelaksanaan

Jam	Nama Pelaksana	Kegiatan
13.00-13.15 WIB	Amartya Bambang Kusuma	Pembukaan Sosialisasi
13.15 – 14.00 WIB	Yayak Kartika Sari	Penyampaian Materi Kedua – Pengenalan dan pentingnya media blogger sebagai pemasaran online
14.00-14.45 WIB	Agung Prasetya	Penyampaian Materi Ketiga – Pembuatan Blogger
14.45-15.00	Pemateri dan Peserta	Sesi diskusi, sharing, pembagian doorprize dan penutup

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di desa Plosokandang Kecamatan Kedungwaru kabupaten Tulungagung berjalan dengan lancar. Sasaran utama kegiatan sosialisasi yaitu masyarakat yang mempunyai usaha diberbagai bidang, diantaranya adalah industry keset dan spau ijuk, laundry, makanan dan minuman, dll. Peserta yang hadir dalam kegiatan sosialisasi adalah 13 orang dari 15 tamu undangan. Acara dilaksanakan pukul 13.00 WIB – 15.00 WIB. Tujuan utama pengabdian melakukan kegiatan sosialisasi adalah meningkatkan wawasan dan pengetahuan kepada masyarakat Plosokandang mengenai pentingnya media blogger dan pelatihan pembuatan blogger sebagai cara pemasaran menggunakan media online. Pengabdian masyarakat ini diharapkan mampu

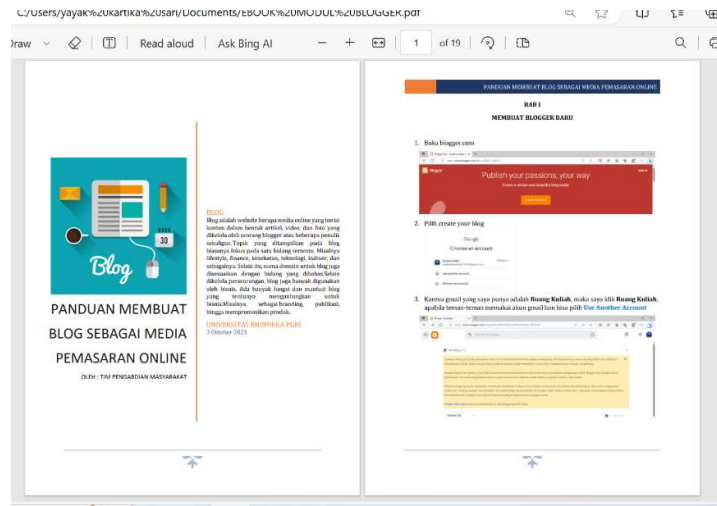
meningkatkan semangat dan inspirasi kepada masyarakat wirausaha agar dapat meningkatkan pendapatan serta produk dapat dikenal di masyarakat yang lebih luas.

Dalam sosialisasi pentingnya blogger dan pelatihan pembuatan blogger sebagai cara pemasaran dengan secara online menggunakan digital marketing dibagi menjadi 3 sesi materi. Sesi pertama yang disampaikan adalah seputar pengenalan mengenai pentingnya blogger sebagai alat pemasaran secara online menggunakan media digital. Pengabdian atau pemateri pertama menjelaskan banyaknya pengguna blogger yang digunakan untuk pemasaran/pembelian karena selain prosesnya lebih efisien dibandingkan dengan penjualan/pembelian lewat manual/offline serta manfaat yang diperoleh apabila menggunakan blogger sebagai pemasarannya. Pemateri juga menanya pada setiap peserta tentang usaha yang mereka geluti sekarang ini. Dari 13 peserta diperoleh hasil bahwasanya mereka dalam pemasaran produk masih membuka toko dirumah dan ada yang sebagian menggunakan media social seperti whatsapp dan facebook sebagai media pemasaran mereka.



**Gambar 3.**  
Materi Pentingnya Blog Sebagai Media Pemasaran

Pemateri kedua menjelaskan bagaimana cara pembuatan blog. Sebelum seminar pemateri mempersiapkan bahan yang akan diseminarkan yaitu modul yang berisi panduan pembuatan blog. Modul tersebut dibagikan kepada peserta seminar pada saat pelaksanaan pembuatan blog. Dalam panduan pembuatan blog dijelaskan dari langkah-langkah pendaftaran blog, mengganti logo yang ada di blog, mengganti tema blog, mengganti warna dalam halaman blog, serta bagaimana cara mengupload foto produk yang ada dalam blog.



**Gambar 4.**  
Modul Pembuatan Blog Sebagai Media Pemasaran

Setelah pemberian materi, tahap selanjutnya adalah sesi diskusi. Dalam tahap ini peserta menyampaikan beberapa permasalahan yang dialami saat ini, dan kemudian dilanjutkan dengan diskusi dengan pemateri untuk tindak lanjut dan upaya mengatasi masalah tersebut. peserta mengemukakan permasalahannya yaitu terjadinya penurunan pendapatan karena ada pesaing pendatang baru, terbatasnya media promosi sehingga hanya masyarakat sekitar yang mengetahui adanya usaha mereka, dan mereka belum bisa menggunakan media digital seperti blog sebagai media pemasarannya. Maka dari itu perlu adanya inovasi dari media pemasaran yang harus dilakukan, agar produk bisa dikenal oleh masyarakat yang tidak hanya tetangga local tetapi juga luar daerah maupun internasional. Setelah acara sesi diskusi berakhir dilanjutkan dengan pembagian doorprize kepada peseta seminar yang ikut berpartisipasi bertanya dan menjawab pertanyaan dengan pemateri.



**Gambar 5.**  
Tim Pengabdian Menyampaikan Materi



**Gambar 6.**  
Pembagian Doorprize

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa simpulan yaitu pada kegiatan sosialisasi mengenai pemanfaatan digital marketing sebagai strategi pemasaran bagi pelaku usaha menggunakan media online yaitu Blog dapat menjadi salah satu alternatif bagi wirausaha di desa Plosokandang dalam mengembangkan usaha bisnisnya. kegiatan pendampingan dalam pemanfaatan digital marketing sebagai strategi pemasaran bagi pelaku wirausaha di desa Plosokandang telah dilaksanakan dengan lancar dan mengikuti dengan sangat baik. Setelah melakukan sosialisasi dan pendampingan ini, saran yang dapat disampaikan adalah perlunya wirausaha untuk menggunakan digital marketing sebagai salah satu strategi di era digitalisasi saat ini dan hendaknya pihak Kelurahan dan Kecamatan untuk selalu memonitor dan mengevaluasi perkembangan wirausaha yang ada di desa Plosokandang.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Bhinneka PGRI yang telah membantu dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arifin, N. F., A Rahman, R. S. A. R., & Othman, N. (2020). Tahap Personaliti Big Six dan Hubungannya dengan Kecenderungan Keusahawanan Digital dalam Kalangan Pelajar Kolej Komuniti Among Community College Students ). *Jurnal Pendidikan Malaysia*, 45(1), 101–110. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17576/JPEN-2020-45.01SI-12>
- Katadata. (2022). Jumlah pengguna Internet di Indonesia. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- Sugiono, S. (2020). Industri Konten Digital dalam Perspektif Society 5 . 0 Digital Content Industry in Society 5 . 0 Perspective. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi*, 22(2), 175–191.
- Suryati, Indah. (2021). Pengaruh Ukuran Usaha Dan Sumber Modal Terhadap Penerapan Standar Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Bidang Jasa Atau Pelayanan Laundry Di Kecamatan Makasar Tahun 2019. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Unsurya*. Vol.1,No.1, 2021.