



PEMBERDAYAAN UMKM LOKAL DAN PELESTARIAN BUDAYA TRADISIONAL MELALUI DIGITAL MARKETING KELURAHAN RANDUSARI, KOTA PASURUAN**Oleh****Yufenti Oktafiah¹, Nurul Akramiah², Sri Hastari³****^{1,2,3}Univesitas Merdeka Pasuruan****Email: ¹oktaviavnty@gmail.com**

Article History:*Received: 08-10-2024**Revised: 23-10-2024**Accepted: 03-11-2024***Keywords:***Empowerment of UMKM,
Preservation of Traditional
Culture, Digital Marketing*

Abstract: *Empowering UMKM not only contributes to the development of the individual or business, but also has a positive impact on the local economy. The aim of this Community Service is to empower local UMKM through digital marketing training. The method used in this article is a qualitative method with literature study or Library Research. To increase competitive advantage, UMKM need to increase adaptation to developments in marketing technology that are currently developing, such as capabilities in social media or digital marketing. Marketing training for local UMKM through digital marketing development to encourage the community's economy to improve and keep up with current developments. . It is necessary to utilize digital platforms as global media so that they can reach a wider audience, especially the millennial generation. Currently, the growth of digital media is so fast and easy, providing equal access opportunities for everyone in all parts of the world. With the mentoring and training program, the training participants gain new knowledge and understanding regarding digital platforms which can be used as a medium to promote their products*

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara dengan keberagaman budaya tradisional yang tersebar dipenjuru daerah. Keanekaragaman budaya Indonesia mempunyai nilai, sehingga perlu dilestarikan. Kebudayaan Indonesia merupakan perpaduan dari berbagai macam budaya dan tradisi lokal yang otentik dan beragam mulai dari seni tari, upacara adat, pakaian tradisional, makanan khas hingga adat istiadat (Hartanti & Setiawan, 2019). Kesenian tradisional merupakan identitas budaya masyarakat lokal. Hal ini penting, untuk melindungi identitas masyarakat agar tidak kehilangan identitas masyarakat berbudaya. Apalagi karena arus globalisasi, budaya tradisional kurang diapresiasi dibandingkan budaya asing (Limano et al., 2021). Sebagai bagian integral dari masyarakat, kesenian tradisional ini telah diturunkan dari generasi ke generasi. Kemajuan teknologi membawa banyak perubahan dalam tatanan kehidupan. Budaya yang beragam tersebut tentu memiliki ancaman bagi Indonesia sendiri, hal tersebut disebabkan teknologi yang semakin canggih dan akan membawa arus budaya tidak pada tempatnya. Budaya asing dengan mudah dapat masuk ke Indonesia melalui



banyak hal, namun salah satunya yakni melalui teknologi.

Budaya adalah produk masyarakat yang berkembang dengan pesat, hal ini terjadi karena adanya kontak dengan budaya lain. Era digital berkembang pesat dan semua lini terhubung dengan konsep digital, hal tersebut ditandai dengan perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi yang sangat cepat. Kemajuan teknologi, alat komunikasi dan transportasi yang semakin canggih, sudah dapat dinikmati oleh di seluruh lapisan masyarakat. Penggunaan internet dan gawai sudah merubah gaya hidup masyarakat. Bagi sebagian orang terutama generasi y dan z, gawai digunakan hanya sebagai sarana komunikasi dan sebagai hiburan. Namun, bagi sebagian yang lain, gawai, teknologi, dan beberpa platform bawaannya dimanfaatkan untuk mengembangkan marketing dan juga branding untuk brandnya sendiri (Sukmasetya et al., 2021). Kemajuan teknologi di era global belum sepenuhnya dimanfaatkan secara tepat sebagai bentuk media digitalisasi dan promosi kesenian tradisional.

Di era digital saat ini teknologi informasi memiliki peran yang sangat strategis dalam membantu memberdayakan potensi anggota masyarakat. Kehadiran teknologi informasi perlu disikapi memberikan kemudahan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Seiring dengan perkembangan teknologi, bisnis pada umumnya telah beralih ke ranah digital. Konsumen modern cenderung mencari dan membeli produk atau layanan secara online. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk mengikuti perubahan ini agar dapat tetap bersaing di pasar yang semakin terhubung secara digital. UMKM sering menghadapi tantangan seperti keterbatasan modal, minimnya pengetahuan digital, dan terbatasnya akses pasar. Melalui pelatihan digital marketing dan e-commerce, diharapkan UMKM dapat mengatasi hambatan tersebut dan memanfaatkan potensi pasar yang lebih luas. Dengan memahami konsep digital marketing dan e-commerce, UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar global. Dengan memanfaatkan teknologi, UMKM dapat mencapai pelanggan baru, meningkatkan visibilitas, dan memperluas pangsa pasar mereka.

Pemberdayaan UMKM tidak hanya berkontribusi pada perkembangan individu atau bisnis tersebut, tetapi juga memberikan dampak positif pada ekonomi local, dengan memfasilitasi UMKM untuk masuk ke pasar digital, ini dapat menjadi dorongan ekonomi yang signifikan bagi komunitas lokal. Upaya pemberdayaan dan pengembangan UMKM dewasa ini mendapat sorotan yang lumayan besar dari berbagai lini pihak, baik dari pihak negeri atau pemerintah, pihak swasta, pihak perbankan, pihak Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), bahkan hingga lembaga-lembaga internasional (Abcd & Desa, 2023). Pelatihan digital marketing dapat merangsang inovasi dan kreativitas di antara pelaku UMKM Meningkatkan keterampilan digital mereka dapat membuka pintu untuk strategi pemasaran yang lebih inovatif dan efektif. Perilaku konsumen terus berubah seiring dengan perkembangan teknologi. UMKM yang mampu beradaptasi dan memahami cara konsumen berinteraksi dengan produk dan layanan secara digital akan memiliki keunggulan dalam menarik pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang.

UMKM perlu meningkatkan kemampuan pemasaran agar mamapu bersaing dengan UMKM lain dengan meningkatkan kemampuan marketing atau social media marketing (Widia, 2021). Pemberdayaan UMKM melalui digital marketing dan e-commerce juga sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan, dengan menciptakan peluang ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Saat ini tanpa meningkatkan kemampuan dalam pemasaran online atau digital marketing, maka daya saing UMKM akan ketinggalan (Hidayati et al.,



2020). Pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan ini bukan hanya tentang memberikan pengetahuan, tetapi juga tentang menciptakan dampak positif jangka panjang pada tingkat individu, bisnis, dan masyarakat secara keseluruhan.

Kelurahan Randusari merupakan salah satu Kelurahan yang berada di Kecamatan Gadingrejo, Kota Pasuruan, Jawa Timur. Kelurahan Randusari mempunyai potensi ekonomi yang tinggi dengan sumber daya yang dihasilkan. Kelurahan Randusari mempunyai beberapa unit UMKM yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai produk yang lebih besar. Tujuan dari pelaksanaan pengabdian di Kelurahan Randusari adalah peningkatan pendapatan masyarakat yang dapat ditempuh dengan menciptakan atau memperluas UMKM, dan melestarikan budaya tradisional serta menyelesaikan permasalahan yang ada di Kelurahan Randusari. Kelurahan Randusari merupakan salah satu wilayah kelurahan di Kota Pasuruan yang terkenal dengan pengrajin mebel. Wilayah ini juga dikenal sebagai tempat pembuatan gerabah khususnya cobek. Gerabah, sebuah kerajinan tangan yang terbuat dari tanah liat ditambah dengan kaolin, tanah putih, menghasilkan karya seni terapan, biasanya menghasilkan peralatan-peralatan rumah tangga yang masih tradisional, seperti kendi, kuali, tungku, genteng, cobek, dan lain-lain. Sedangkan perkakas hiasan jenis gerabah antara lain celengan, guci, vas bunga, asbak, dan masih banyak lagi jenis hasil olahan dari tanah liat.

Di wilayah kelurahan Randusari terdapat 4 pengerajin gerabah, maka dari itu Kelurahan Randusari disebut penghasil gerabah. Banyak produk UMKM Randusari yang diakui oleh pihak lain sehingga meski memiliki potensi yang unggul namun citra potensi lokal Randusari kurang terlihat dimata masyarakat di luar kota Pasuruan. Perlu adanya upaya promosi dan digitalisasi untuk mempublikasi keanekaragaman potensi lokal agar dikenal oleh publik dan masyarakat umum sebagai identitas unggulan kelurahan Randusari. Kelurahan sebagai ajang promosi dan publikasi digital berguna agar promosi tersebut bisa mencakup masyarakat yang lebih luas. Oleh karena itu, katalog hendaknya disusun menggunakan konten sederhana namun memuat informasi yang jelas sehingga memudahkan konsumen mencari produk yang dibutuhkan. Selain itu, tampilan produk hendaknya dibuat menarik sehingga menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) membutuhkan peran bersama dari lingkungan sekitar, baik dari regulator maupun perusahaan lainnya. Kami mahasiswa membantu UMKM di sekitar Kelurahan Randusari agar lebih dikenal dan banyak peminat dalam produk yang dihasilkan masyarakat sekitar. Hasil dari pengembangan UMKM ini adalah dapat terjualnya produk dari beberapa UMKM yang kami bantu pasarkan melalui iklan video promosi di sosial media juga pasaran kami yang terjual ala pameran akhir kegiatan. Bahwa program kami ini sudah sesuai dilaksanakan dengan bijak sehingga dapat membantu pengembangan UMKM yang ada di Kelurahan Randusari.

METODE

Program pendampingan dan pelatihan *digital marketing* ini bertempat di Kelurahan Randusari. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui 3 tahapan, mulai dari tahapan persiapan dan perencanaan, dilanjutkan dengan pelaksanaan kegiatan dan yang terakhir adalah evaluasi program. Tabel 1 menjelaskan secara lebih detail mengenai tahapan dan metode kegiatan yang digunakan pada kegiatan pendampingan dan pelatihan ini.



Tabel 1 Tahapan da Metode Kegiatan

Tahap	Teknik	Cara	Solusi
Persiapan dan Perencanaan	Pengumpulan data, pengurusan administrasi dan persetujuan.	Sosialisasi dan FGD kepada beranggotakan para pemuda/karang taruna dan pelaku UMKM	Terkumpulnya data terkait kemampuan literasi digital calon peserta pendampingan
Pelaksanaan Kegiatan	Pembentukan tim digitalisasi yang beranggotakan para pemuda/karang taruna dan pelaku UMKM	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pengenalan platform digital instagram, <i>e-commerce</i> ➤ Workshop pembuatan konten video, foto 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Melaksanakan pendampingan dan pelatihan penggunaan platform digital instagram, <i>e-commerce</i>
Evaluasi Program	FGD evaluasi kegiatan pendampingan	Melakukan review	Dukungan dari tim untuk memberikan saran dan masukan

HASIL

Pemberdayaan UMKM Lokal dan pelestarian budaya tradisional melalui *digital marketing* menjadi sebuah langkah strategis dalam menghadapi tantangan global dan memanfaatkan peluang baru dalam era digital. Pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan teknis, tetapi juga merangsang pertumbuhan ekonomi lokal, meningkatkan daya saing bisnis, dan menciptakan dampak positif pada komunitas. UMKM memainkan peran utama dalam pembangunan ekonomi dan telah diakui secara luas di banyak negara. UMKM memiliki kebutuhan khusus karena keterbatasan sumber daya baik personal, keuangan, maupun pengetahuan yang berkaitan dengan manajemen, komersialisasi, atau teknologi informasi. Tekanan globalisasi yang timbul dari operasi *e-commerce* sering berarti bahwa UMKM harus memperoleh pengetahuan perdagangan internasional. Beberapa bisnis pemasok yang lebih kecil telah menderita karena pelanggan besar telah mulai membeli secara online secara global atau bergabung dengan portal pembelian internasional, mengakibatkan tekanan harga yang turun dan terkadang tidak berkelanjutan (Kala'lembang, 2020). UMKM perlu diberdayakan terutama UMKM lokal dengan memberikan pelatihan yang berkaitan dengan teknologi guna untuk meningkatkan pengetahuan dalam pemasaran. Oleh sebab itu, perlunya beberapa strategi dalam pemasaran. Salah satunya adalah memanfaatkan *e-commerce* (Putri, Triana, and ST 2023). *E-commerce* menjadi aspek penting seperti yang disampaikan oleh Dwijayanti and Pramesti (2021) dan Rahmidani (2015), bahwa Ada banyak keuntungan dari *e-commerce*, termasuk manfaat operasional seperti jangkauan global, pengurangan biaya, mengoptimal kan supply chain, dan membuka peluang bisnis.

Pada proses sosialisasi dan FGD diberikan kuesioner terkait pengetahuan, literasi dan *skill* terkait media digital. Dari hasil kuesiner tersebut diperoleh data bahwa kemampuan para peserta pelatihan terkait media digital masih rendah. *Platform* digital seperti instagram dan podcast belum semua peserta menggunakan aplikasi tersebut, hanya sebagian kecil saja



yang sudah menginstal namun belum memanfaatkan secara optimal. Kemudian terkait pembuatan konten seperti fotografi, videografi dan *storytelling* para peserta juga belum memiliki *skill* untuk memproduksinya, oleh karena itu kegiatan pendampingan digitalisasi ini dilakukan bukan hanya teori dengan ceramah saja, namun juga dilakukan pelatihan bertahap mulai dari pengenalan platform, pembuatan konten digital, proses kurasi, proses upload dan proses evaluasi konten.

Kegiatan pengenalan platform digital ini adalah memberikan pengetahuan dan pemahaman dasar, selain itu peserta pendampingan dilatih untuk mengelola akun sosial media dengan baik. Pendampingan ini platform instagram lebih difokuskan untuk memuat konten yang berupa visual. Untuk output dari tahap pengenalan ini adalah para peserta dapat memahami karakter masing-masing platform digital yang berupa Instagram, *e-commerce* yang kemudian membuat masing-masing akun *platform digital*. Pada pelatihan fotografi ini dilakukan menggunakan gawai. Dalam pelatihan ini peserta diajarkan teknik pengambilan gambar, teknik editing sederhana sehingga hasilnya lebih maksimal. Setelah diberikan materi pengenalan tentang fotografi, kemudahan peserta melakukan praktik langsung pengambilan foto dengan diberi waktu 30 menit. Setelah itu hasilnya kemudian dibedah dan diberikan masukan sebagai bahan evaluasi. Pada pelatihan videografi peserta pelatihan juga diajarkan bagaimana cara produksi video dengan menggunakan gawai. Adapun alasan penggunaan gawai supaya peserta terbiasa dengan device atau alat yang dipunyai, serta familiar dengan cara dan teknik menggunakannya



Gambar 1. Pelatihan digital marketing

Mengelola konten digital memang tidak mudah, diperlukan kemauan dan kerja tim agar bisa membuat konten yang konsisten. Oleh karena itu dipertemuan terakhir pelatihan diberikan materi terkait tips dan trik membuat konten agar konsisten. Selain itu juga diberikan pelatihan bagaimana membuat timeline konten serta bagaimana membaca insight platform sosial media sehingga bisa maksimal. Dan sebagai penutup juga dilakukan evaluasi terkait program pendampingan pelatihan, dimana peserta sangat puas dan mereka berharap untuk sering diadakan program-program pendampingan.

KESIMPULAN

UMKM merupakan suatu bentuk usaha mikro, kecil, menengah yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang, sehingga dapat menurunkan tingkat pengangguran. Untuk meningkatkan keunggulan bersaing, maka UMKM perlu meningkatkan adaptasi terhadap perkembangan teknologi pemasaran yang sedang berkembang saat ini, seperti kemampuan



dalam bermedia sosial atau digital marketing. Pelatihan marketing dan e-commerce UMKM lokal melalui pengembangan marketing secara digital guna mendorong ekonomi masyarakat agar semakin bangkit dan mengikuti perkembangan saat ini. Pemanfaatan platform digital sebagai media global perlu dilakukan sehingga bisa menjangkau khalayak yang lebih luas, terutama generasi milenial. Saat ini pertumbuhan media digital yang begitu cepat dan mudah, memberikan kesempatan akses yang sama bagi semua orang di seluruh belahan dunia. Dengan program pendampingan dan pelatihan para peserta pelatihan memperoleh pengetahuan dan pemahaman baru terkait platform digital yang dapat dimanfaatkan sebagai media untuk mempromosikan produknya.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Abcd, D., & Desa, D. I. (2023). Pendampingan Umkm Dengan Pendekatan Asset Based Community. 2(1), 71–80
- [2] Dwijayanti, Andina, And Puji Pramesti. 2021. "Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital Menggunakan E-Commerce Dalam Mempertahankan Bisnis Umkm Pempek4beradek Di Masa Pandemi Covid-19." *Ikra-Ith Abdimas*4(2): 68–73
- [3] Fadhillah, P., & Yuniarti, A. (2023). Pemberdayaan Umkm: Melihat Peluang Bisnis Umkm Di Era Digital Di Desa Ujunge Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 2(1), 291–298. <https://doi.org/10.31004/Jerkin.V2i1.176>
- [4] Hartanti, G., & Setiawan, B. (2019). Pendokumentasian Aplikasi Ragam Hias Batik Jawa Budaya Bangsa Khususnya Pada Perancangan Interior Tengah Motif Kawung, Sebagai Upaya Konservasi Budaya Bangsa Khususnya Pada Perancangan Interior. *Aksen: Journal of Design and Creative Industry*, 3(2), 25–37.
- [5] Limano, F., Piliang, Y. A., Damajanti, I., & Koesma, R. E. (2021). Studi Tentang Digitalisasi Ondel-Ondel Betawi Melalui Teknologi 3D Animasi. *Rekam*, 17(2), 135–145. <https://doi.org/10.24821/rekam.v17i2.5138>
- [6] Sukmasetya, P., Apriyani, H., Wahyuni, T., Wulan, B. S., Nugroho, W., & Ardiyansah, A. H. (2021). Pendampingan Pemanfaatan Digital Branding dan Digital Marketing Pada Kuliner Kampung Kali Paremono. *Jurnal Abdimas PHB: Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 4(3), 322–328.