



Pelatihan Pembuatan Konten Digital untuk Mendukung Kegiatan Promosi pada UMKM Seblak di Kedung Waringin

Digital Content Creation Training To Support Promotional Activities At Umkm Seblak In Kedung Waringin

Alviansyah Rizki Fatkhu ¹, Etty Zuliawati Zed ^{2*}, Awaladina Suhaebah Siti ³,
Dewi Winarty Mayly ⁴

¹⁻⁴ Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

Alamat: Jl. Inspeksi Kalimalang No.9, Cibatu, Cikarang Sel., Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17530

Korespondensi email: ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id

Article History:

Received: November 01, 2024

Revised: November 18, 2024

Accepted: Desember 09, 2024

Published: Desember 10, 2024

Keywords: MSMEs, Digital, Content, Promotion

Abstract: MSMEs (Enterprises, Micro, Small and Medium Enterprises) play a crucial role in the economy in Indonesia, but many MSME owners (Micro, Small and Medium Enterprises) have not maximized digital technology in their business activities, so they cannot develop and explore technological advances. Seblak MSMEs in Kedung Waringin are one of the businesses that have great potential to compete and promote in digital technology. This community service activity aims to provide digital content creation training to Seblak MSME actors in Kedung Waringin. This training includes creating attractive product photos, creating simple promotional videos, as well as marketing techniques through social media such as Instagram and Tiktok. The methods used in the training include discussions, and content creation practices. The results of this activity showed an increase in participants' understanding of the importance of digital content in supporting promotions and abilities in creating relevant and interesting Seblak content in Kedung Waringin. With this training, it is hoped that MSMEs will carry out more effective digital promotions so that they can increase their competitiveness through this training. The number of participants is expected to be approximately 20 participants of Seblak MSMEs in Kedung Waringin so that they can create maximum results.

Abstrak

UMKM (Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah) memegang peran yang krusial dalam perekonomian di Indonesia, namun banyak sekali pada pemilik UMKM (Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah) belum memaksimalkan teknologi digital dalam kegiatan usaha nya, sehingga tidak bisa berkembang dan mengeksplor dalam kemajuan teknologi. UMKM Seblak di Kedung Waringin merupakan salah satu usaha yang memiliki potensi besar dapat bersaing dan berpromosi di dalam teknologi digital. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan pembuatan konten digital kepada para pelaku UMKM Seblak di Kedung Waringin. Pelatihan ini mencakup pembuatan foto produk yang menarik, pembuatan video promosi sederhana, serta teknik pemasaran melalui media sosial seperti Instagram dan Tiktok. Metode yang digunakan dalam pelatihan meliputi diskusi, dan praktek pembuatan konten. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman peserta tentang pentingnya konten digital dalam mendukung promosi serta kemampuan dalam membuat konten Seblak di Kedung Waringin yang relevan dan menarik. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan UMKM melakukan promosi digital yang lebih efektif sehingga dapat meningkatkan daya saing mereka melalui pelatihan ini. Jumlah Peserta yang diharapkan kurang lebih 20 peserta UMKM Seblak di Kedung Waringin sehingga dapat menciptakan hasil yang maksimal.

Kata Kunci: UMKM, Digital, Konten, Promosi

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi lokal yang dinamis di Kedung Waringin yang dikenal sebagai kota metropolitan telah menempatkan Unit Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai faktor utama pertumbuhan ekonomi. Salah satu contoh UMKM yang berpotensi besar adalah warung makan seblak, yang populer karena rasa lezat dan harga yang terjangkau. Namun, demi meningkatkan visibilitas dan daya saing, penting bagi UMKM seblak di Kedung Waringin untuk memanfaatkan strategi promosi modern yang efektif. Digital marketing pada dasarnya adalah tentang menyampaikan ide-ide melalui platform digital. Keberhasilannya dapat diukur dari sejauh mana produk yang dipromosikan menjadi pembicaraan di kalangan masyarakat. Dibandingkan dengan pemasaran tradisional, digital marketing memungkinkan distribusi informasi yang lebih cepat dan menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, media digital memberikan konsumen akses untuk mencari informasi mendalam yang mereka butuhkan sebelum memutuskan untuk membeli, serta memungkinkan mereka berinteraksi langsung dengan penjual mengenai produk yang ditawarkan.

Dalam era digital yang semakin maju, pelatihan pembuatan konten digital telah menjadi alat penting untuk meningkatkan promosi UMKM. Konten digital yang menarik dan relevan dapat membantu meningkatkan kesadaran pasar, mempertahankan loyalitas pelanggan, dan secara signifikan meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, kita harus fokus pada pelatihan yang sistematis dan interaktif untuk meningkatkan kemampuan tim UMKM seblak dalam menghasilkan konten digital yang berkualitas.

Promosi merupakan suatu kegiatan yang membujuk langsung serta menawarkan insentif atau nilai lebih untuk sesuatu produk kepada konsumen. Promosi penjualan memuat suatu variasi yang luas dari alat - alat promosi yang didesain untuk mendapatkan respon pasar yang lebih cepat dan kuat. Saat ini, tidak semua perusahaan telekomunikasi dapat menyampaikan pesannya kepada konsumen secara efektif dan efisien, baik itu dari segi cara maupun segi alat penyampaian nya. Penyampaian yang dilakukan perusahaan telekomunikasi melalui periklanan dan promosi penjualan harus memiliki inovasi baru setiap waktunya. Hal ini untuk menarik perhatian dan membuat rasa ingin tahu konsumen kepada produk, yang ingin atau sudah digunakan oleh mereka.

Tujuan utama dari pelatihan ini adalah memberikan keterampilan dasar dan lanjutan kepada tim UMKM seblak di Kedung Waringin dalam membuat konten digital yang menarik, seperti foto, video, dan pos-pos media sosial. Kami akan menggunakan aplikasi-aplikasi desain seperti Canva yang sudah teruji efektif dalam membuat desain visual yang

profesional tanpa memerlukan latar belakang desain yang spesifik. Dengan demikian, tim UMKM seblak dapat dengan mudah menciptakan konten yang atraktif dan relevan untuk platform-media sosial terutama TikTok.

Menurut Putra (2018) Aplikasi TikTok merupakan alat yang memberikan efek khusus yang unik dan menarik yang membuatnya mudah digunakan dan ringkas karena pengguna dapat membuat video pendek dengan hasil yang bagus untuk ditampilkan kepada teman atau pengguna lain. TikTok adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna berbagi video pendek berdurasi 15 hingga 60 detik. Platform ini dapat dimanfaatkan sebagai media promosi yang efektif dengan membuat video menarik tentang produk, dilengkapi efek visual atau latar musik yang dapat memancing interaksi audiens. Interaksi tersebut bisa berupa komentar, like, atau share. Semakin tinggi tingkat interaksi pada video Anda, semakin besar peluang TikTok untuk mempromosikan konten tersebut kepada lebih banyak pengguna, memberikan kesempatan besar untuk membangun branding (Aji, 2015).

Meskipun TikTok bisa digunakan sekadar untuk hiburan, akan lebih baik jika penggunaannya diselaraskan dengan tujuan bisnis. Apakah Anda ingin menjangkau audiens baru, meningkatkan citra merek, memperkenalkan produk, atau memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui interaksi, penting untuk memiliki strategi yang terarah. Salah satu cara untuk menetapkan tujuan yang jelas adalah dengan menggunakan kerangka S.M.A.R.T., yakni tujuan yang Spesifik, Terukur, Dapat Dicapai, Relevan, dan Tepat Waktu.

Platform Tiktok menjadi salah satu strategi efektif untuk salah satu media promosi untuk UMKM Seblak di Kedung Waringin karena beberapa alasan, diantaranya jaringan yang luas sehingga memberi kesempatan luas untuk menjangkau audiens yang besar, selain itu juga media visual yang interaktif sehingga mempresentasikan produk dengan menarik dan informatif, selain itu adanya viral marketing atau pembuatan konten yang unik dapat menarik dan meningkatkan visibilitas produk sehingga menarik perhatian calon konsumen, atau melakukan challenge, sesuai tingkat trend harian tiktok nya, sehingga di harapkan dengan menggunakan platform tiktok sebagai media promosi digital bagi UMKM Seblak di Kedung Waringin, dapat menarik audiens dan meningkatkan jangkauan produk seblak lebih di kenal bagi masyarakat.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelatihan ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk menggambarkan secara detail

bagaimana pelatihan pembuatan konten digital mempengaruhi kegiatan promosi UMKM Seblak di Kedung Waringin. Dengan pendekatan kualitatif, peneliti bisa lebih mendalam memahami pengalaman peserta pelatihan dan dampaknya terhadap usaha mereka.

Identifikasi Kebutuhan dan Sasaran

Tahap awal dilakukan untuk memahami kebutuhan pelaku UMKM seblak di Kedung Waringin. Kegiatan meliputi:

- a. Survei Awal: Mengumpulkan informasi tentang tantangan dan tingkat pemahaman pelaku UMKM terkait pemasaran digital.
- b. Pemilihan Peserta: Menentukan peserta pelatihan yang memiliki produk seblak dan berpotensi untuk berkembang melalui strategi pemasaran digital.

Penyusunan Materi Pelatihan

Materi disusun berdasarkan kebutuhan peserta, dengan fokus pada:

- a. Dasar-dasar Pemasaran Digital: Penjelasan tentang pentingnya pemasaran digital untuk UMKM.
- b. Teknik Pembuatan Konten Visual: Panduan membuat foto dan video menarik untuk produk seblak.
- c. Penggunaan Media Sosial: Cara memanfaatkan Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business untuk promosi.
- d. Strategi Storytelling: Teknik membuat narasi yang menarik untuk mendukung konten promosi.

Selain itu, disediakan panduan penggunaan aplikasi sederhana seperti CapCut untuk membantu peserta membuat konten sendiri.

Pendampingan dan Evaluasi

Pendampingan dilakukan melalui:

- a. Bimbingan Praktis: Memberikan masukan dan solusi atas kendala yang dihadapi peserta dalam membuat konten.
- b. Evaluasi Hasil: Mengukur keberhasilan program dengan mengevaluasi konten yang dihasilkan peserta dan dampaknya terhadap promosi serta penjualan produk.

Publikasi dan Dokumentasi

Kegiatan ini akan didokumentasikan dalam bentuk laporan tertulis, foto, dan video. Hasil pelatihan juga akan dipublikasikan dalam artikel jurnal dan media sosial sebagai bagian dari penyebaran ilmu dan pencapaian kegiatan.

Metode ini dirancang untuk membantu pelaku UMKM seblak di Kedung Waringin mengembangkan keterampilan digital mereka, sehingga mampu bersaing di era

pemasaran modern.

3. HASIL PEMBAHASAN

Diferensiasi Produk

Seblak merupakan makanan yang identik dengan citra rasa yang pedas dan gurih. Kurangnya diferensiasi dapat menjadi hambatan yang signifikan untuk mendapatkan minat konsumen dipasar yang ramai. Kesulitan menciptakan rasa yang unik, keterbatasan bahan berkualitas, penyajian yang tidak konsisten, serta pengenalan produk yang lambat, serta persaingan yang ketat dapat menjadi permasalahan yang cukup krusial.

Keterbatasan Strategi Pemasaran Digital

Pemasaran digital semakin penting seiring dengan kemajuan zaman, sehingga sangat penting untuk menjangkau khayalak konsumen yang lebih luas. Kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital, konten yang kurang menarik, anggaran pemasaran yang terbatas, kesulitan mengukur efektivitas serta persaingan yang ketat di media sosial.

Konsistensi Kualitas Produk dan Pelayanan

Variasi rasa dan tekstur, serta keterbatasan sumber daya manusia, pengontrolan kualitas yang kurang ketat, terjadinya fluktuasi dalam stok bahan baku, dan pengelolaan serta pelayanan pelanggan yang tidak merata sehingga membutuhkan standar yang tepat untuk memastikan pengalaman yang memuaskan untuk setiap pembelian.

Akses Pasar yang Terbatas

Minimnya pemasaran digital, serta persaingan yang ketat, dan pendistribusian terbatas, kurangnya sertifikasi produk. Banyak pemilik bisnis yang hanya menggunakan gerai fisik untuk tujuan penjualan tanpa memperluas jaringan distribusi mereka. Potensi pasar produk dibatasi, khususnya di area dengan pangsa pasar yang signifikan.

Kurangnya Inovasi Produk

Inovasi merupakan elemen kunci dalam menciptakan daya tarik baru. variasi rasa yang terbatas, dan minimnya diversifikasi produk, serta kurangnya adaptasi pada trend dapat menjadi permasalahan dalam kepemilikan usaha.

Kurangnya Edukasi dan Pelatihan

Banyak pelaku UMKM seblak yang belum sepenuhnya mendapatkan pelatihan memadai dalam manajemen bisnis, inovasi produk, atau penggunaan teknologi digital sehingga sulit untuk mengembangkan usaha secara optimal.

Eksplorasi rasa baru

Dengan melakukan kolaborasi untuk mengembangkan varian rasa yang inovatif, seperti menggunakan rempah-rempah khas lokas, ataupun menggunakan bahan baku tambahan seperti jamur dan lainnya.

Peningkatan Penyajian

Menggunakan kemasan yang menarik dan ramah lingkungan, serta informative untuk meningkatkan daya tarik produk.

Strategi Pemasaran Digital

Dengan mengadakan pelatihan untuk pelaku usaha terkait dengan strategi pemasaran digital, serta mengoptimasi media sosial dengan membuat konten yang menarik seperti cara pembuatan, cerita pelanggan dan testimonial.

Konsistensi Kualitas dan Pelayanan

Melakukan konsistensi pada kualitas dan pelayanan produl dengan merancang SOP yang jelas untuk proses produksi, pengemasan dan pelayanan pelanggan, serta membuat system inventarisasi bahan baku untuk mencegah penyimpanan bahan baku.

Lokasi penelitian dipusatkan di beberapa UMKM Seblak yang berada di daerah Kedung Waringin Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara purposive karena UMKM tersebut telah beroperasi lebih dari 2 Bulan dan memiliki tantangan serta peluang yang relevan untuk diteliti.

Pelatihan ini diikuti oleh para pemilik usaha seblak di Kedung Waringin, yang sebagian besar belum memiliki pengetahuan atau keterampilan mengenai pembuatan konten digital. Selain itu kami terbuka akan para peserta yang memiliki jiwa pebisnis muda yang ikut berpartisipasi dalam pelatihan pembuatan konten digital. Melalui pelatihan ini, para peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi.



Gambar 1. Pertemuan dengan para pemilik UMKM Seblak di Kedung Waringin



Gambar 2. Penyampaian materi kepada peserta muda yang memiliki jiwa bisnis

Selain itu sesi pelatihan diadakan juga di tempat usaha seblak nya secara langsung, karena pemilik usaha menyediakan tempat nya untuk diadakan pelatihan dan pemilik usaha pun juga mendapatkan ilmu pembuatan konten karena pemilik tidak mengerti pembuatan konten digital pada usaha nya.



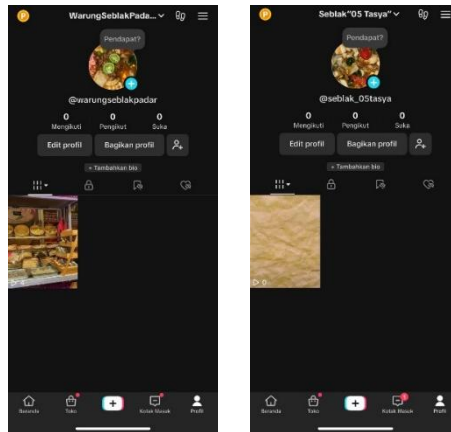
Gambar 3. Penyampaian materi kepada pemilik UMKM Seblak

Pada pelatihan ini para peserta diarahkan untuk membuat konten dengan menggunakan kamera ponsel masing-masing, peserta diarahkan untuk pembuatan konten digital, dalam proses pelatihan, diberikan materi mengenai pemanfaatan beberapa software editing di ponsel seperti CapCut, Canva dan platform TikTok sebagai wadah promosi produk.



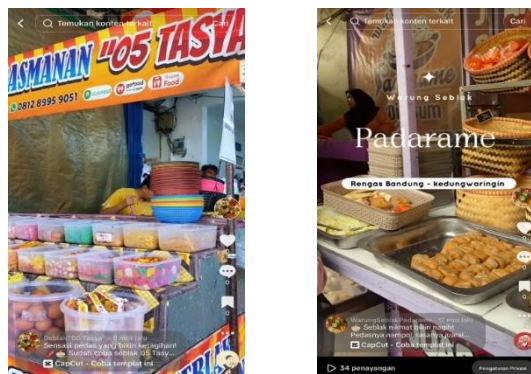
Gambar 4. Pengarahan untuk membuat konten pada peserta

Pada sesi ini peserta diberikan keterampilan bagaimana membuat akun di TikTok, membuat profil yang menarik sehingga mendatangkan follower, serta bagaimana cara menerbitkan postingan, tips and trik cara menambah followers dan viewers, dan bagaimana membaca insight dari TikTok sehingga kita bisa menentukan kapan waktu terbaik posting, konten apa saja yang diminati oleh follower kita, dan lain-lain.



Gambar 5. Pembuatan akun TikTok peserta

Setelah pembuatan konten, para peserta dikenalkan dengan software editing yang tersedia di ponsel, yaitu aplikasi CapCut yang menyediakan banyak sekali fitur menarik dan gratis. Selain itu pengaplikasian nya yang cukup mudah, dan sudah tersedia banyak sekali template gratis di dalam nya.



Gambar 6. Hasil konten peserta yang sudah di posting pada platform TikTok



Gambar 7. Dampak positif yang dirasakan peserta setelah adanya pelatihan

Berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan setelah melaksanakan penelitian, terdapat beberapa hasil positif yang dapat dipaparkan :

Meningkatkan Pengetahuan Teknologi Digital :

Peserta merasa bahwa mereka merasa lebih percaya diri dalam menggunakan media social untuk mempromosikan produk mereka. Mereka juga lebih memahami pembuatan konten menarik perhatian konsumen di dunia digital.

Meningkatkan Keterampilan dalam Pembuatan Konten :

Peserta menunjukkan kemajuan signifikan dalam hal pembuatan konten yang menarik , penggunaan aplikasi desain grafis, dan penyusunan caption yang dapat menarik audiens.

Tantangan dalam Implementasi :

Meskipun hasil pelatihan menunjukkan kemajuan yang signifikan, beberapa peserta mengakui bahwa mereka masih membutuhkan lebih banyak latihan dan waktu untuk mempraktikkan keterampilan baru mereka. Beberapa juga mengungkapkan bahwa mereka terkendala oleh keterbatasan perangkat teknologi, seperti smartphone dengan kualitas kamera yang rendah.

4. KESIMPULAN

Pelatihan pembuatan konten digital yang diberikan kepada pelaku UMKM seblak di Kedung Waringin memberikan dampak positif dalam meningkatkan keterampilan mereka dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi produk. Meskipun ada beberapa tantangan dalam hal keterbatasan perangkat dan waktu untuk menguasai keterampilan tersebut, secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil memberikan pemahaman baru yang bermanfaat dalam meningkatkan daya saing UMKM seblak di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahdia, M. R., Kurniawati, I., Amsury, F., & Saputra, I. (2022). Pelatihan digital marketing untuk meningkatkan penjualan bagi UMKM Tajur Halang Makmur. *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 34–39.
- Justitia, A., Werdiningsih, I., Effendy, F., & Taufik, T. (2021). Pelatihan dan pendampingan digital marketing bagi UMKM jasa laundry menuju UMKM Go Digital. *Jurnal Nasional Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 60–72.
- Kementerian Koperasi dan UMKM. (2020). *Transformasi digital UMKM: Strategi dan implementasi*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson.

- Mariam, S., & Ramli, A. H. (2023). Pelatihan dan pendampingan membangun praktik digital marketing unggul untuk peningkatan pemasaran UMKM di Kota Jakarta Barat. *Indonesian Collaboration Journal of Community Services (ICJCS)*, 3(4), 379–390.
- Muhardono, A., & Satrio, D. (2021). Pelatihan dan pendampingan digital marketing bagi pelaku UMKM di Desa Kertoharjo Kelurahan Kuripan Kertoharjo. *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 359–368.
- Purnomo, A. (2023). Peran digital marketing dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(3), 102–110.
- Rahmawati, I. (2021). Efektivitas pelatihan konten digital pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(2), 45–52.
- Setiadi, T., Rajendra, L., & Ilhami, S. D. (2023). Penerapan konten digital untuk mendukung strategi promosi untuk pelaku UMKM Kecamatan Weleri Kabupaten Kendal. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 3837–3842.
- Setiawan, R. (2022). Digitalisasi pemasaran pada UMKM makanan di Bekasi. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 87–95.
- Suharto, A. (2021). Pengaruh pelatihan digital terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(4), 212–225.
- Suryani, T., et al. (2020). Kendala dan solusi digitalisasi UMKM. *Jurnal Ekonomi Digital*, 4(2), 120–132.