

Webinar Dan Pelatihan Digital Marketing Menggunakan Ternak Database, Konten Kalender, Aplikasi Canva

Zuli Wulandari*, Gharnis Purbo Tyas, Yasmin Syahidah, Azhar Alam

Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Surakarta

email: i000190075@student.ums.ac.id

Abstract

During the Covid-19 pandemic, many business actors and MSMEs have difficulty marketing their business. So that digital marketing is the right solution to help business marketing by utilizing digital technology. This marketing can be through social media such as Instagram by creating interesting content. The object of this service is MSME actors in Makamhaji Village, Kartasura District, Sukoharjo Regency, Central Java, and the community around Solo Raya. The purpose of this community service is to provide education to the community, especially business actors about digital marketing strategies and provide training on how to optimize business accounts using database cattle, create calendar content and create Instagram content using the Canva application. The service method is carried out online through an extension webinar using the Zoom meeting application for one day and followed by digital marketing training for three days using WhatsApp Group. The results of the service activities participants can understand a good marketing strategy using digital marketing. Meanwhile, through training, participants learned how to optimize database livestock, create and optimize Instagram content using the Canva application, and design Instagram content schedules and can practice it.

Keywords: Canva, Digital Marketing, Instagram, Content, Entrepreneurs

Abstrak

Di masa pandemi Covid-19 ini banyak pelaku UMKM yang kesulitan memasarkan usahanya. Sehingga digital marketing menjadi solusi yang tepat untuk membantu pemasaran usaha dengan memanfaatkan teknologi digital. Pemasaran tersebut bisa melalui media sosial seperti Instagram dengan membuat konten yang menarik. Objek pengabdian ini adalah pelaku UMKM yang berada di desa Makamhaji, kecamatan Kartasura, kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah dan masyarakat sekitar Solo Raya. Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan edukasi kepada masyarakat terutama pelaku usaha seputar strategi digital marketing dan memberikan pelatihan cara mengoptimalkan akun bisnis menggunakan ternak database, pembuatan konten kalender dan pembuatan konten Instagram menggunakan aplikasi Canva. Metode pengabdian dilakukan dengan cara daring melalui webinar penyuluhan menggunakan aplikasi zoom meeting selama satu hari dan dilanjutkan dengan pelatihan digital marketing selama tiga hari menggunakan WhatsApp Group. Hasil dari kegiatan pengabdian peserta mampu memahami strategi pemasaran yang baik menggunakan pemasaran digital. Sedangkan melalui pelatihan peserta mendapatkan pembelajaran cara mengoptimalkan ternak database, membuat konten Instagram menggunakan aplikasi Canva dan perancangan schedule konten Instagram serta dapat mempraktikannya.

Kata Kunci: Canva, Digital Marketing, Instagram, Konten, Pelaku Usaha

PENDAHULUAN

Dampak pandemi Covid-19 sangat dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat, terutama untuk pelaku usaha.

Menurut hasil survei dari beberapa lembaga seperti Bappenas, BPS dan World Bank membuktikan bahwa akibat dari pandemi Covid-19 banyak pelaku UMKM

mengalami kesulitan seperti halnya dalam membayar listrik, membayar gas, maupun menggaji para karyawan. Beberapa di antaranya bahkan ada yang memutuskan untuk melakukan PHK. Selain itu UMKM juga sulit dalam mendapatkan bahan baku, pemasaran, dan jumlah konsumen menurun [1]. Ada sebanyak 39,9 persen UMKM memutuskan untuk mengurangi stok barang selama PSBB dan 16,1 persen memilih mengurangi karyawan [2].

Hal ini juga dirasakan oleh UMKM kabupaten Sukoharjo. Sehingga ketua UMKM Sukoharjo mendorong pelaku usaha untuk mulai memasarkan produknya secara online dengan memanfaatkan media digital. Meski sudah adanya anjuran dari ketua UMKM Sukoharjo, masih banyak pelaku usaha yang belum memaksimalkan pemasaran online dengan baik karena keterbatasan. Baik dari mental pelaku usaha yang masih rendah karena takut gagal, kurangnya permodalan dalam berwirausaha, maupun informasi dan pengetahuan pemasaran melalui digital marketing yang masih kurang. Hal ini yang menjadi penyebab digital marketing belum mampu diterapkan dengan baik.

Untuk itu pelaku usaha atau UMKM harus memperhatikan strategi pemasaran dalam bersaing. Strategi pemasaran ini memiliki peran penting dalam menyusun dan merencanakan usaha secara menyeluruh untuk dijadikan pedoman dalam menjalankan usahanya [3]. Di masa saat ini tentunya penggunaan teknologi digital menjadi solusi untuk membantu para pelaku usaha atau UMKM dalam menjalankan usahanya. Salah satunya adalah melakukan pemasaran menggunakan media digital [4].

Digital marketing kerap dikenal dengan kegiatan pemasaran atau promosi sebuah produk yang memanfaatkan media digital atau internet. Media promosinya bisa menggunakan website, media sosial, atau layanan iklan. Media tersebut berfungsi untuk memberikan gambaran produk yang dipasarkan oleh perusahaan

maupun pelaku usaha. Digital marketing menjadi solusi yang tepat untuk meroketkan merek dari suatu produk atau jasa [5]. Tujuan dari digital marketing sendiri adalah untuk menjangkau konsumen dengan tepat, mengenalkan produk usahanya kepada masyarakat, dan mendapatkan omset yang tinggi.

Dalam meningkatkan omset penjualan seorang pebisnis atau pelaku usaha juga perlu melakukan *database customer* atau kerap dikenal dengan pendataan pelanggan. *Database* merupakan sekumpulan informasi yang tersusun secara sistematis dan tersimpan di dalam komputer atau laptop sehingga dapat diperiksa ulang untuk mendapatkan informasi dari data tersebut [6]. Dengan menggunakan database, pelaku usaha dapat mendapatkan berbagai informasi dan juga mengetahui apa yang sedang dibutuhkan oleh pelanggannya. Sehingga pelaku usaha dapat memperbaiki kualitas produknya.

Tidak hanya itu, pelaku usaha juga perlu melakukan kalender konten untuk bisnis usahanya. Kalender konten ini merupakan penjadwalan yang akan membantu dalam mengatur waktu postingan konten di media sosial. Penjadwalan yang baik akan mempermudah pemilik usahanya dalam mengatur postingan konten di media sosialnya. Sedangkan konten yang baik akan mempermudah dalam menarik pelanggan dan menjaga ketertarikan pelanggan agar dapat melakukan pembelian kembali [7].

Dalam membuat konten yang baik diperlukan juga bantuan aplikasi pendukung, salah satunya adalah aplikasi Canva. Canva adalah aplikasi yang berfungsi untuk membuat desain grafis. Canva banyak menyediakan *template* untuk pembuatan presentasi, poster, logo dan konten visual lainnya. Selain itu Canva juga menyediakan beragam foto yang dapat digunakan untuk pembuatan konten. *Font* yang disediakan juga banyak,

sehingga memudahkan dalam pemilihan [8].

Untuk itu pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dijalankan melalui webinar penyuluhan dan pelatihan digital marketing. Dengan tujuan memberikan edukasi kepada pelaku usaha atau UMKM mengenai strategi pemasaran menggunakan digital marketing dan memberikan wawasan dalam pembuatan konten ketika menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu masyarakat dalam memasarkan atau promosi produknya melalui media digital sesuai dengan target dan dapat menambah keuntungan usaha.

METODE PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan secara daring melalui webinar penyuluhan digital marketing menggunakan aplikasi *zoom meeting* pada tanggal 4 September 2021 dan dilanjutkan dengan pelatihan digital marketing secara daring melalui *WhatsApp Group* pada tanggal 5-7 September 2021.

Objek dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah pelaku usaha desa Makamhaji, kecamatan Kartasura, kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah dan masyarakat yang berdomisili di Solo Raya. Alat yang digunakan saat pengabdian daring diantaranya adalah komputer atau laptop, *handphone*, materi berupa *power point*, materi berupa *file pdf* dan *video*, aplikasi *zoom meeting* dan *WhatsApp Group*.

Webinar penyuluhan ini dihadiri 136 peserta yang terdiri dari 15 warga Makamhaji dan 121 peserta umum yang berdomisili di Solo Raya. Sedangkan untuk pelatihan digital marketing pada hari pertama dihadiri 63 peserta, hari kedua dihadiri 65 peserta, dan hari terakhir dihadiri 40 peserta.

Sebelum pelaksanaan kegiatan, untuk mengetahui permasalahan yang ada, dilakukan wawancara kepada salah satu

warga Makamhaji yaitu pemilik usaha warung kelontong. Dari hasil wawancara diketahui bahwa mayoritas penduduk Makamhaji adalah pelaku usaha di bidang makanan dan minuman. Sebelumnya juga belum ada penyuluhan terkait digital marketing sehingga penyuluhan dan pelatihan digital marketing ini akan diminati, terutama untuk pelaku usaha dan UMKM.



Gambar 1. Wawancara dengan salah satu warga Makamhaji

Secara umum pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terbagi menjadi dua bagian yaitu :

1. Kegiatan Webinar

Webinar penyuluhan ini diawali dengan pembukaan, tilawatil qur'an, menyanyikan Hymne Sang Surya dan Indonesia Raya dan dilanjutkan dengan sambutan-sambutan. Memasuki acara inti yaitu penyampaian materi. Materi ini disampaikan oleh dua pembicara. Pembicara pertama menyampaikan materi dengan judul "Penerapan Digital Marketing berbasis Syariah" selama 30 menit dan dilanjutkan sesi tanya jawab selama 15 menit. Pemateri kedua menyampaikan materi dengan judul "Strategi Digital Marketing for UMKM" selama 45 menit dan dilanjutkan sesi tanya jawab selama 15 menit, dan terakhir adalah penutupan yang disertai dengan sesi foto bersama.

2. Kegiatan Pelatihan

Pelatihan *digital marketing* dilaksanakan secara daring melalui *WhatsApp Group*. Tahapan kegiatannya adalah pemateri menyampaikan materi terlebih dahulu sebagai bekal pelatihan,

selanjutnya diikuti sesi tanya jawab dan terakhir adalah simulasi atau pemberian kesempatan praktik kepada peserta dari materi yang telah didapatkan selama pelatihan.

Pelatihan ini terbagi menjadi tiga hari.

- a. Hari Pertama
Pelatihan yang disampaikan adalah terkait pengoptimalan digitalisasi *database customer* dengan menggunakan ternak *database*.
- b. Hari Kedua
Pelatihan membuat perancangan konten *Instagram*
- c. Hari Ketiga
Pembuatan konten *Instagram* menggunakan aplikasi *Canva*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pokok pembahasan dari pelaksanaan webinar penyuluhan yang disampaikan pemateri pertama adalah membahas penerapan *digital marketing* berbasis syariah yang didalamnya mencakup hukum dasar *digital marketing*, kaidah dasar *digital marketing*, dan hal-hal yang dilarang dalam *digital marketing* seperti *riba*, *maysir*, *gharar*, *tadlis* dan *taghdir*.

Sedangkan pemateri kedua lebih membahas ke strategi *digital marketing*. Sub bab pembahasannya adalah mengenal lebih jauh *digital marketing*, memahami langkah-langkah pemasaran digital, dan mengoptimalkan salah satu fitur *channel digital marketing*. Pemateri juga menjelaskan kesalahan umum yang sering dilakukan dalam melakukan pemasaran *digital* diantaranya adalah strategi yang tidak tepat sasaran, tidak memahami keinginan *audience*, situs pemasaran yang berantakan, dan pemberian alur pembayaran yang menyulitkan *customer*.

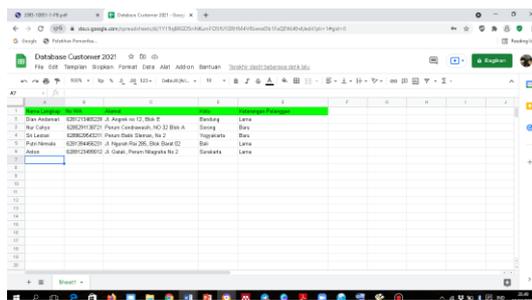
Selain itu pemateri memberikan trik mengoptimalkan akun bisnis melalui *Instagram* agar ramai pengunjung. Trik yang pertama adalah membangun relasi atau hubungan dengan target *follower* yang sesuai dengan target produk. Trik kedua adalah penulisan *username* dan *nickname*

disesuaikan dengan produk yang dibuat, contoh penamaan produknya adalah Batik Solo. Trik yang terakhir adalah memperhatikan *hashtag bio* dan *hashtag content*. Contoh pembuatan *hashtag* #BatikSolo, #BatikSoloPremium, #Batikmurahberkualitas. *Hashtag* ini berfungsi untuk memudahkan dalam pencarian dan memudahkan promosi di media sosial.



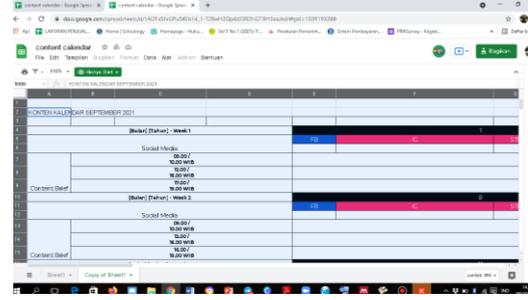
Gambar 2. Sesi Dokumentasi Kegiatan Webinar Penyuluhan *Digital Marketing*

Kegiatan selanjutnya adalah pelatihan digital marketing. Pada hari pertama yaitu membahas cara pengoptimalan *digitalisasi database customer* dengan menggunakan ternak database. Beberapa cara untuk mengelola database pelanggan diantaranya adalah dengan menentukan data yang diperlukan seperti data *supplier*, *customer*, *business partner*, *competitors*. Selanjutnya menentukan metode untuk menghasilkan ternak data dengan menggunakan akun sosial media, survei kepuasan pelanggan dengan pemberian *reward* atau hadiah. Menggunakan sistem pengolahan data seperti *excel*, *spreadsheets*, *salesforce.com*. Selanjutnya adalah menganalisa data pelanggan menggunakan rumus AIDA (*Awareness*, *Interest*, *Desire*, dan *Hot Market*) dan cara yang terakhir membuat program untuk pelanggan. Misalnya membuat paket hemat (*bundling*).



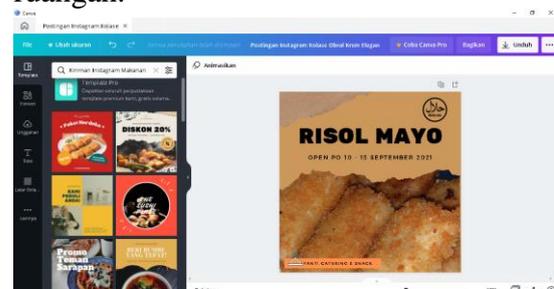
Gambar 3. Hasil pembuatan *database customer* pada hari pertama

Pelatihan hari kedua pemateri memberikan pembelajaran tentang perancangan *schedule* konten *Instagram*. Selain itu pemateri juga menjelaskan lima tahap manajemen konten. Tahap yang pertama yaitu *Brainstorming* atau Konten Pilar. Langkah membuat Konten Pilar ini bisa dilakukan dengan cara memahami siapa *audience* kita, mengetahui emosi dan memahami logika *audience*, menggunakan konsep *storytelling*, dan yang terakhir adalah konsiten. Tahap yang kedua yaitu *scheduling* atau membuat konten kalender dalam satu bulan. Dalam pembuatan konten kalender seseorang bisa menggunakan bantuan aplikasi *Spreadsheets* dan *Trello* untuk mempermudah. Hasil pembuatan konten kalender bisa dilihat pada (Gambar 4). Tahapan yang ketiga yaitu Produksi Konten. Beberapa *tools* yang dapat digunakan untuk produksi konten diantaranya adalah *Canva*, *Piscart*, *Adobe Lightroom*, *VN*, *Capcut*, *Adobe Photoshop* dan *Kinimaster*. Tahap keempat adalah Posting. Postingan ini dapat dilakukan sesuai dengan menyesuaikan *schedule* konten kalender yang telah dibuat. Tahapan yang terakhir adalah Analisis Konten dengan tujuan untuk mengetahui apa saja yang disukai oleh *audience*. *Tools* yang dapat digunakan untuk analisis konten diantaranya adalah *Instagram Analisis*, *Buzzsumo*, *Hubspot*, *Google Analisis*.



Gambar 4. Hasil pembuatan konten kalender menggunakan *spreadsheets* pada pelatihan hari kedua

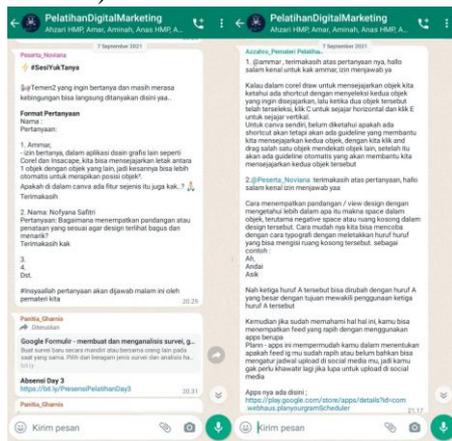
Selanjutnya pelatihan hari ketiga yaitu pembuatan konten *Instagram* melalui aplikasi *Canva*. Ada tiga pilihan *background* pada *canva* yaitu polos warna, objek gradasi dan gambar. Selain itu *canva* juga menyediakan objek-objek pelengkap yang disebut dengan *element*. Mulai dari garis, *emoticon*, *icon*, bentuk geometri, *frame* foto, bahkan elemannya mencapai ribuan. Hasil pembuatan konten menggunakan aplikasi *canva* bisa dilihat pada (Gambar 5). Selain itu pemateri juga memberikan trik foto produk menggunakan *smartphone*. Adapun trik yang harus dilakukan untuk mendapatkan hasil foto yang baik diantaranya adalah memperhatikan pencahayaan, fokus pada objek yang akan difoto, menghindari penggunaan foto zoom saat pemotretan, menggunakan fitur HDR jika diperlukan, mencari *angle* foto terbaik, menggunakan lampu *flash* jika diperlukan dan yang terakhir memperhatikan posisi matahari apabila mengambil gambar di luar ruangan.



Gambar 5. Hasil pelatihan hari ketiga Membuat konten menggunakan aplikasi *Canva* (*Risol Mayo* milik *Yanti Catering*)

Selama pelatihan peserta juga antusias dan aktif bertanya. Pada pelatihan terakhir terdapat dua penanya yaitu peserta yang

bernama Ammar, ia bertanya seputar perbandingan fitur aplikasi *canva* dengan aplikasi desain grafis lainnya, dan peserta bernama Nofyana bertanya mengenai cara menempatkan penataan yang sesuai agar desain terlihat bagus dan menarik (Gambar 6). Selama pelatihan peserta juga merasakan kemudahan dalam memahami materi dan puas terhadap penyampaian dari pemateri pelatihan, hal ini dibuktikan dengan survey kepuasan pelatihan (Gambar 7).



Gambar 6. Sesi Tanya Jawab Pelatihan Formulir tanpa judul



Gambar 7. Survey kepuasan peserta terhadap penyampaian materi pelatihan

SIMPULAN

Hasil yang dicapai melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah sebagai berikut :

1. Melalui webinar penyuluhan peserta mendapatkan wawasan baru terkait dasar hukum *digital marketing*, kaidah dasar *digital marketing*, dan hal-hal yang dilarang dalam *digital marketing*. Selain itu peserta juga mendapatkan strategi yang baik dalam melakukan pemasaran digital, mengetahui kesalahan umum yang sering terjadi dalam *digital marketing*, mendapat trik akun instagram bisnis agar ramai pengunjung dan mendapatkan tips foto produk hanya menggunakan *smartphone*.
2. Melalui pelatihan digital marketing, peserta mendapatkan pembelajaran baru tentang bagaimana mengoptimalkan digitalisasi *database customer* dengan menggunakan ternak *database*, mendapatkan cara merancang *schedule* konten kalender di *Instagram* yang baik, serta dapat mengoptimalkan pembuatan menggunakan aplikasi *Canva*.

Dalam pelatihan ini peserta juga berkesempatan untuk mensimulasikan dalam bentuk praktik pembuatan *database customer*, konten kalender menggunakan bantuan *spreadsheet* dan pembuatan konten instagram menggunakan aplikasi *canva*.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Riau sebagai media publikasikan hasil Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM). Terimakasih juga kami sampaikan kepada Staff Dosen Prodi Hukum Ekonomi Syariah serta Himpunan Mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membantu menyelenggarakan dan

meluncurkan program kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. A. Bahtiar, "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Serta Solusinya," *Pus. Penelit. Badan Keahlian DPR RI, Bid. Ekon. Dan Kebijak. Publik*, vol. XIII, no. 10, pp. 19–24, 2021.
- [2] R. Rosita, "Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia," *J. Lentera Bisnis*, vol. 9, no. 2, p. 109, 2020.
- [3] D. H. Wibowo, Z. Arifin, and Sunarti, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Di Jeng Solo)," *J. Adm. Bisnis*, vol. 29, no. 1, pp. 59–66, 2015.
- [4] F. I. Farizki, R. Salamah, T. S. R. Mutiah, W. K. Wardhani, and P. Siddi, "Penyuluhan Umkm Di Era New Normal Dengan Memprioritaskan Ekonomi Digital Marketing," *SELAPARANG J. Pengabdi. Masy. Berkemajuan*, vol. 4, no. 1, p. 620, 2020.
- [5] F. Oktaviani and D. Rustandi, "Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness," *PROfesi humas J. Ilm. ilmu Hub. Masy.*, vol. 3, no. 1, p. 1, 2018.
- [6] D. C. Caroline, "ETHic Of Customer Database Based On Customer Relationship Management Customer Relationship Management," *Akademika*, vol. 13, no. 1, pp. 7–12, 2015.
- [7] F. Abiyyuansyah and A. Irawan, "Analisis Implementasi Strategi Content Marketing Dalam Meningkatkan Customer Engagement (Studi pada Strategi Content Marketing Amstirdam Coffee Malang)," *Adm. Bisnis*, vol. 73, no. 1, pp. 78–87, 2019.
- [8] M. Sholeh, R. Y. Rachmawati, and E. Susanti, "Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar Pada Media Sosial Sebagai Upaya Mempromosikan Hasil Produk Ukm," *SELAPARANG J. Pengabdi. Masy. Berkemajuan*, vol. 4, no. 1, p. 430, 2020.