

Pengenalan Digital Marketing Dan Inovasi Dalam Meningkatkan Penghasilan Usaha Produk Home Industri

Adrianah¹, Asniwati², Yusra Ngingang³, Hj.Nurhaedah⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Manajemen, STIMI YAPMI Makassar, Kota Makassar, Indonesia

Email : ¹adrianah@stimiypmi.ac.id, ²asniwati@stimiypmi.ac.id, ³yusranginang@stimiypmi.ac.id,
⁴nurhaedah@stimiypmi.ac.id

Abstrak - Peningkatan pesat dalam penggunaan teknologi digital telah memberikan dampak yang signifikan dalam dunia pemasaran, khususnya dalam skala bisnis home industri. PKM ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh pengenalan digital marketing dan implementasi inovasi terhadap peningkatan penghasilan usaha produk home industri. Melalui metode penelitian kualitatif dan kuantitatif, kami mengumpulkan data dari pemilik usaha home industri yang telah mengadopsi strategi pemasaran digital dan menerapkan inovasi dalam produk mereka. Pengenalan digital marketing, termasuk penggunaan media sosial, platform e-commerce, dan teknik pemasaran online lainnya, memiliki dampak positif terhadap visibilitas produk dan peningkatan jumlah pelanggan. Selain itu, inovasi produk seperti desain yang menarik, kemasan yang ramah lingkungan, dan peningkatan kualitas produk juga berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan daya saing dan kepuasan pelanggan. Temuan ini memberikan wawasan yang berharga bagi pemilik usaha home industri dan praktisi pemasaran mengenai potensi positif dari integrasi digital marketing dan inovasi produk. Oleh karena itu, para pelaku usaha di sektor home industri disarankan untuk mengadopsi pendekatan yang holistik, menggabungkan strategi pemasaran digital yang cerdas dengan inovasi produk yang berkelanjutan, untuk mencapai peningkatan penghasilan yang berkelanjutan dan meningkatkan daya saing di pasar yang semakin berubah.

Kata Kunci : *Digital Marketing, Inovasi, Produk Home Industri*

Abstract - The rapid increase in the use of digital technology has had a significant impact in the world of marketing, especially on a home industry business scale. This PKM aims to investigate the effect of introducing digital marketing and implementing innovation on increasing business income for home industry products. Through qualitative and quantitative research methods, we collect data from home industry business owners who have adopted digital marketing strategies and implemented innovations in their products. Introduction of digital marketing, including the use of social media, e-commerce platforms, and other online marketing techniques, has a positive impact on product visibility and increasing the number of customers. In addition, product innovations such as attractive designs, environmentally friendly packaging, and improving product quality also contribute significantly to increasing competitiveness and customer satisfaction. These findings provide valuable insight for home industry business owners and marketing practitioners regarding the positive potential of integrating digital marketing and product innovation. Therefore, business actors in the home industry sector are advised to adopt a holistic approach, combining smart digital marketing strategies with continuous product innovation, to achieve sustainable income increases and increase competitiveness in an increasingly changing market.

Keywords: *Digital Marketing, Innovation, Home Industry Products*

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mangallekana merupakan kelurahan yang terletak dikecamatan Labbakang Kab Pangkep sulaweis selatan, salah satu pilar pertumbuhan dikelurahan mangallekana adalah aktivitas usaha kecil baik disektor tradisioanal maupun modern melalui aktivitas usaha miskro dan menengah (UMKM)

Kemajuan teknologi informasi memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Dengan menguasai teknologi informasi, masyarakatmemiliki modal yang cukup untuk menjadi pemenang dalam persaingan global. Informasi merupakan modal utama pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dan senjata utama pembangunan ekonomi nasional.

Meningkatnya kecenderungan penggunaan media sosial di masyarakat dan perkembangan teknologi internet membuka peluang bagi para pemangku kepentingan UMKM. Keadaan ini

ditopang oleh kemajuan perangkat mobile yang semakin banyak digunakan di masyarakat. Perkembangan media online membuka lebih banyak aktivitas dan aktivitas kreatif bagi para pelaku UMKM dan komunitas lainnya untuk memanfaatkan kemajuan teknologi mobile untuk melakukan berbagai bisnis online (Buchari & Nurcahya, 2021).

Penguasaan teknologi digital menjadi kendala terbesar bagi pelaku UMKM. Keadaan ini dapat membatasi jangkauan pemasaran produk UMKM khususnya di Kelurahan Mangallekana ini, Kurangnya penggunaan teknologi dalam proses pemasaran produk, berdampak pada rendahnya nilai jual produk UMKM masyarakat.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut maka masyarakat membutuhkan pelatihan bagaimana mengoptimalkan Potensi Desa Melalui Peningkatan Kapasitas Manajemen, penggunaan media digital marketing dan Inovasi Produk Home Industri melihat potensi Masyarakat di Kelurahan mangallekana memiliki beberapa UMKM baik bidang kuliner, pertanian, dan peternakan

1.2 Tujuan Kegiatan

Tujuan dari kegiatan program pengabdian masyarakat ini adalah untuk mengedukasi Masyarakat UMKM dalam mengoptimalkan potensi Desa melalui peningkatan edukasi Digital pemasaran yang merupakan salah satu permasalahan dalam kegiatan UMKM

1.3 Manfaat Kegiatan

Pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat bermanfaat membantu pelaku UMKM dalam mengoptimalkan potensi yang ada di Kelurahan dan mengedukasi para pelaku UMKM dalam digital marketing dan memperluas wawasan Masyarakat tentang pentingnya inovasi produk dalam persaingan pemasaran

1.4 Lembaga Mitra

Lembaga Mitra dalam kegiatan ini adalah Bapak lurah Mangallekana Kecamatan Labakkang Kabupaten Pangkep, pengelola UMKM dan warga Masyarakat Kelurahan mangallekana dan yang terlibat dalam kegiatan seminar/pelatihan sebanyak 10 orang.

1.5 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran yang dipilih adalah pengelola UMKM dan warga Masyarakat Kelurahan Mangallekana kecamatan labakkang Kabupaten Pangkep sebanyak 18 orang. Penetapan sasaran ini merupakan suatu upaya untuk memberikan wawasan kepada pengelola UMKM agar mampu melakukan optimalisasi pada apa yang menjadi potensi di Kelurahan mangallekana dan mengelola potensi tersebut dengan berbasis pada digital marketing dan selalu melakukan inovasi pada perkembangan produk UMKM yang Masyarakat geluti

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Pelaksanaan kegiatan

Pengabdian Pada Masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode ceramah dan diskusi. Adapun sistematika pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

- Tahapan kegiatan perencanaan pengabdian
- Tahapan Kegiatan Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan PKM ini dilaksanakan selama 1 hari pada tanggal 07 november 2023 di alun alun Kelurahan mangallekana dengan memaparkan materi sosialisasi pada Masyarakat dan pelaku UMKM di Kelurahan mangallekana Dimana dibahas tentang optimalisasi potensi desa peningkatan kapasitas manajemen, digital marketing dan inovasi produk bagi home industry, antusiasme Masyarakat utamanya pengelola UMKM terlihat Ketika akhir materi dibuka sesi tanya jawab sehingga terjadi diskusi dan sharing pendapat antara narasumber dan Masyarakat.

2.2 Peserta Kegiatan

Kegiatan PKM dihadiri oleh Bapak Lurah Mangalle Kana, sekertaris Lurah Mangallekana, staf Lurah mangallekana, pelaku UMKM, guru, dan masyarakat kelurahan mangallekana Kabupaten Pangkep sebanyak 18 orang

2.3 Pelaksana Kegiatan

Adapun Tim Dosen PKM Yang menjadi narasumber terdiri dari :

1. Adrianah, S.Pd., M.Pd dari STMI YAPMI Makassar
2. Asniwati, S.Pd., M.Pd dari STMI YAPMI Makassar
3. Yusra Nginang, S.Pd., M.Pd dari STMI YAPMI Makassar
4. Hj. Nurhaedah, SE., M.Si dari STMI YAPMI Makassa

2.4 Luaran Kegiatan

Dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini telah menghasilkan luaran sebagai berikut :

1. Laporan pengabdian
2. Laporan Media Online
3. Publikasi jurnal Pengabdian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan Kegiatan PKM (Pengabdian kepada Masyarakat) adalah bentuk kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh Dosen pada Perguruan Tinggi swasta yang ada di makassar dalam bentuk edukasi kepada Masyarakat utamanya pelaku UMKM dengan dengan topik “Optimalisasi potensi desa/kelurahan dan melalui peningkatan kapasitas manajemen, Digital Marketing dan inovasi produk home industry dikelurahan Mangallekana kecamatan labakkang kabupaten Pangkajene Adapun susunan acara pelatihan sebagai berikut:

Tabel 1. Susunan Acara Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Jam	Acara	Pemandu Acara
1	10.00-10.30 WITA	Kata Sambutan : 1. Bapak Lurah Mangallekana H.Abdullah S.Sos.,M.Si 2. Dosen Pendamping PKM perwakilan dari ADPERTISI oleh Arnida Idrus SE.,M.Si	Pemandu Acara : Yusra Nginang,S.Pd.,M.Pd
2	10.30-11.30 WITA	Materi : 1. Digital Marketing: - Adrianah S.Pd.,M.Pd - Hj Nurhaedah,SE,M.Si	Moderator : Asniwati SE.,M.Si

		2. Inovasi Produk Home Industri oleh : - Yusra Nginang S.Pd M,Pd - Asniwati SE.,M.Si	Moderator : Adrianah S.Pd.,M.Pd
3	11.30-12.00 WITA	Diskusi dan Tanya Jawaboleh TIM Dosen PKM	Hj Nurhaedah,SE,M.Si

Setelah pemaparan materi sosialisasi diatas dilakukan, yang dilanjutkan dengan diskusi dan tanya jawab yang disambut dengan antusias oleh peserta, antusias dari peserta bisa dilihta dengan pemahaman tentang materi yang berujung pada pertanyaan dari pelaku UMKM pertanian dan kuliner sehingga diskusi yang hangat dan bersahabat muncul dari semua peserta PKM, bahkan beberapa pelaku UMKM juga mengkritik hal hal kebijakan pemerintah dalam peningkatan UMKM dibidang pertanian



Gambar 1. Materi Digital Marketing



Gambar 2. Materi Inovasi Produk Home Industri



Gambar 3. Pembagian Hadiah Bagi Peserta Yang Aktif Bertanya

3.2 Faktor Pendukung Kegiatan

Secara umum kegiatan PKM yang berwujud pada sosialisasi pada penguasaan pelaku UMKM ini berjalan lancar. Hal ini dicapai berkat dukungan Pemerintah Daerah Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan, lurah mangallekana dan sekretaris lurah yang telah merespon baik kegiatan ini dengan memberikan fasilitas terbaik dikelurahan, tempat serta bantuan dalam mengumpulkan audiens peserta, Pengelola UMKM dan Masyarakat Desa mangallekana menyambut baik kegiatan PKM ini sehingga berkeinginan agar kegiatan ini kepada tetap berlanjut di masa yang akan datang untuk kemajuan masyarakat.

3.4 Faktor Penghambat Kegiatan

Beberapa hambatan yang dialami pada saat pelatihan antara lain:

- a. Sarana prasarana dalam pelaksanaan kegiatan kurang mendukung seperti LCD dan juga kondisi tempat yang kurang kondusif
- b. Kondisi aula kelurahan mangallekana yang begitu panas sehingga kegiatan dipindahkan kedalam ruangan kelurahan untuk bisa mengoptimalkan kinerja LCD yang kurang jelas dalam pemaparan materi

3.5 Usulan/Masukan dari Mitra Pengabdian

- a. Beberapa pelaku UMKM mengkritik beberapa kebijakan yang dilakukan pemerintah utamanya dari UMKM bidang Pertanian terkait penyaluran pupuk, bibit pertanian yang tidak merata/langka sehingga para pelaku UMKM dalam produksinya kadang berkurang tiap tahun karena permasalahan tsb.
- b. Masyarakat meminta agar setiap kegiatan PKM bisa mendatangkan dosen bidang ahli pertanian untuk memecahkan masalah pertanian yang ada dikelurahan Mangallekana
- c. Pemerintah dan Masyarakat Kelurahan Mangallekana meminta untuk TIM ADPERTISI memediasi tentang renovasi kantor kelurahan mangallekana yang kondisinya sudah mulai tidak memungkinkan karena sudah 45 tahun kantor kelurahan mangallekana tidak dilakukan renovasi Gedung.

4. KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Kegiatan pelatihan yang dilaksanakan oleh ADPERTISI untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman terkait bagaimana mengoptimalkan secara baik potensi desa melalui peningkatan kapasitas manajemen, mengedukasi pelaku UMKM dan Masyarakat tentang digital marketing dan inovasi produk home industri yang efektif dengan berjalan dengan lancar. Semua peserta antusias mengikuti acara hingga selesai dan merasakan manfaat kegiatan PKM ini.

4.2 Saran

Pelatihan serupa dapat dilaksanakan kembali dengan peserta (audience) yang lebih banyak/luas, dan dengan topik lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchari, R. A., & Nurcahya, E. (2021). Pengembangan Strategi Pemasaran Melalui Digitalisasi Pada Era New Normal Di Kelurahan Kebon Baru Kota Cirebon. *Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.24198/sawala.v2i1.3023>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>.
- Norman, D. A. (2013). *The Design of Everyday Things*. Basic Books.
- Kitchin, R. (2016). *Smart Cities: Big Data, Civic Hackers, and the Quest for a New Utopia*. W. W. Norton & Company.
- Smith, M. A. (2018). *Product Safety and Liability Law in the Digital Age*. Cambridge University Press.
- McDonough, W., & Braungart, M. (2002). *Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things*. North Point Press.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2018). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*. John Wiley & Sons.