

**WORKSHOP UMKM:  
PEMASARAN BERBASIS LITERASI DIGITAL DI DESA POMAHAN  
KECAMATAN PULUNG KABUPATEN PONOROGO PROVINSI JAWA TIMUR**

---

Ratri Harida\*), Cutiana Windri Astuti, Rifa Suci Wulandari,  
Lusy Novitasari, Risky Mustikasari  
STKIP PGRI Ponorogo  
[ratri\\_pbi@stkipgriponorogo.ac.id](mailto:ratri_pbi@stkipgriponorogo.ac.id)\*

**ABSTRACT**

*The Digital Literacy-Based Marketing Workshop for UMKM entrepreneurs in Pomahan Village, Pulung District, Ponorogo Regency, East Java Province is a means to practice photo and video editing skills, and use persuasive language to increase consumer's interest for UMKM businesses. This activity aimed to make the wider and larger UMKM marketing of the village in the following year. The method of implementing this activity was participatory and held on February 14<sup>th</sup>, 2022. The form of activity was counseling and mentoring which was divided into four sessions. The first session was counseling on the benefits of digital marketing for UMKM which included the benefits of digital marketing for UMKM. In the second session, counseling was given regarding the benefits of using persuasive language in marketing to increase the effectiveness and efficiency of UMKM products online marketing. The third session was explanation on the importance of photo and video editing in social media marketing. The fourth session was the practice and mentoring of the use of persuasive language and photo and video editing in social media marketing through Canva and Kinemaster applications. All the sessions provided understanding and experiences for the participants to optimize the use of persuasive language and visual elements to increase the effectiveness and efficiency of product marketing. At the end of the activity, the participants gave positive response and actively participated in all the sessions.*

**Key words:** *UMKM, Marketing, Digital Literasi*

**ABSTRAK**

Workshop Pemasaran UMKM Berbasis Literasi Digital kepada pengusaha UMKM di Desa Pomahan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur merupakan sarana untuk melatih kemampuan mengedit foto dan video, serta menggunakan bahasa persuasi untuk meningkatkan ketertarikan konsumen pada usaha UMKM. Kegiatan ini bertujuan agar pemasaran UMKM di desa tersebut semakin luas dan bertambah pada tahun berikutnya. Metode pelaksanaan kegiatan ini adalah *participatory* dan dilaksanakan pada 14 Februari 2022. Bentuk kegiatannya adalah penyuluhan dan pendampingan yang terbagi dalam empat sesi materi. Sesi pertama adalah penyuluhan manfaat menggunakan digital marketing bagi UMKM yang mencakup manfaat menggunakan digital marketing bagi UMKM. Pada sesi kedua tersampaikan penyuluhan terkait manfaat penggunaan bahasa persuasi dalam pemasaran yang ditujukan untuk menambah efektivitas dan efisiensi pemasaran online produk UMKM. Sesi ketiga merupakan materi yang memaparkan pentingnya editing foto dan video dalam pemasaran melalui sosial media. Sesi keempat adalah praktek dan pendampingan penggunaan bahasa persuasi dan editing foto dan video dalam pemasaran melalui sosial media, melalui aplikasi Canva dan Kinemaster. Pemahaman kepada peserta untuk mengoptimalkan penggunaan bahasa persuasi dan elemen visual untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pemasaran produk. Diakhir kegiatan ini dapat disimpulkan bahwa para peserta mengikuti semua sesi penyuluhan dengan respon positif dan mengikuti sesi praktek dengan aktif.

**Kata kunci:** *UMKM, Pemasaran, Literasi Digital*

## PENDAHULUAN

Desa Pomahan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur adalah salah satu desa yang hampir 80% penduduknya memiliki usaha UMKM. Namun berdasarkan informasi dari perangkat Desa Pomahan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur, para pengusaha UMKM tersebut terkendala dalam hal pemasaran. Dari Pra-kuisisioner yang diberikan kepada para pengusaha UMKM di desa tersebut ditemukan bahwa sebanyak 82% dari 30 pengusaha UMKM di Desa Pomahan belum menggunakan teknik persuasi dan elemen visual dalam pemasaran produk mereka dalam beberapa aplikasi media sosial dan marketplace seperti WA Group, Facebook, dan Shopee untuk menunjang pemasarannya. Realitas ini perlu mendapatkan perhatian khusus agar pemasaran UMKM di Desa Pomahan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur dapat secara maksimal terakses dan dimanfaatkan para pengusaha. Kegiatan ini merupakan sarana untuk melatih kemampuan mengedit foto dan video, serta menggunakan bahasa persuasi untuk meningkatkan ketertarikan konsumen pada usaha UMKM. Tentunya fakta ini, harus segera ditindak lanjuti dalam bentuk kegiatan **Workshop Pemasaran UMKM Berbasis Literasi Digital** kepada pengusaha UMKM di Desa Pomahan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur agar pemasaran UMKM di desa tersebut semakin luas dan bertambah pada tahun berikutnya.

Menurut Henneberry (2020) *digital marketing* adalah usaha mempromosikan dan menjual suatu produk dan jasa dengan memanfaatkan sarana dan jalur media daring seperti media sosial, website, media sosial, *blog*, dan berbagai *platform online* lainnya. Menurut Stokes (2013), *digital marketing* dirasa lebih dapat melakukan pemetaan sasaran konsumen dengan lebih akurat, cepat, efektif, dan efisien. Terdapat empat elemen yang membentuk suatu kegiatan marketing yakni produk, harga, target distribusi, dan promosi. Promosi adalah salah satu cara bagi produsen untuk memperkenalkan suatu produk. Dalam melakukan promosi, kesan pertama kali sangatlah penting, sehingga akurasi promosi menjadi sangat penting. (Kingsnorth, 2016). Menurut (Tjiptono, 2015), promosi adalah kesatuan elemen *variable* pemasaran yang bertujuan untuk menyampaikan informasi, membujuk, dan mengingatkan konsumen tentang suatu produk atau jasa. Promosi sangat penting untuk dilakukan dalam usaha untuk memasarkan suatu produk atau jasa dengan rencana dan konsep yang matang sehingga dapat menarik dan bahkan membeli produk tersebut. Rancangan promosi harus disusun semenarik mungkin dan penyampaian informasi harus mudah dipahami oleh calon konsumen atau wisatawan (Wiro, 2018). Dalam melakukan kegiatan *marketing* atau promosi lebih khususnya, terdapat hal-hal yang harus dikuasai oleh SDM agar target konsumen memahami, tertarik, dan terkesan yakni 1) *Digital Advertising*, 2) *Search Marketing*, 3) *Digital Content Marketing*, 4) *Social Media Marketing*, 5) *Community management*, dan 6) *Copywriting* (Henneberry, 2020). Social Media Marketing adalah salah satu hal yang harus dikuasai oleh pengusaha UMKM untuk memperluas dan meningkatkan pemasaran karena sosial media menawarkan jangkauan luas yang mudah diakses dengan murah dan mudah. Kemampuan untuk menyusun kata-kata yang menarik menggunakan bahasa persuasi, serta kemampuan edit foto dan video merupakan beberapa kemampuan yang harus dimiliki oleh pengusaha UMKM untuk mempromosikan produk mereka terutama dalam kondisi pandemi Covid-19 yang mengharuskan kita untuk mampu melakukan upaya adaptasi, modifikasi dan penyesuaian kegiatan di segala bidang dengan memanfaatkan fasilitas digital.

Mengetahui kekurangan, kelebihan, dan memaksimalkan potensi dari kemampuan bahasa dan teknologi online akan membantu para pengusaha UMKM di Desa Pomahan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur untuk dapat memperluas dan menambah jumlah

pemasaran produk mereka di masa pandemi ini. Merupakan awal penulisan artikel, pada bagian ini penulis dapat menyajikan beberapa argumentasi dan fakta berupa analisis kondisi atau situasi yang mendorong atau melatarbelakangi atau menginspirasi memilih pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Selain itu pada bagian ini penulis diwajibkan menyampaikan tujuan dilaksanakan kegiatan tersebut.

## **METODE PELAKSANAAN**

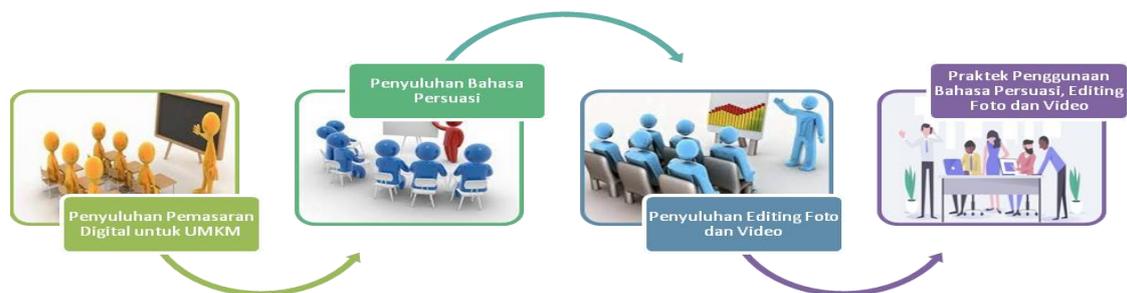
Metode pelaksanaan *participatory* dipilih untuk melibatkan pengusaha UMKM di Desa Pomahan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur secara proaktif dalam pelaksanaan kegiatan. Penyuluhan dan pendampingan dalam pemasaran melalui sosial media dilakukan dengan mengoptimalkan penggunaan bahasa persuasi dan elemen visual dari produk UMKM di Desa Pomahan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur. Melalui optimalisasi penggunaan bahasa dan elemen visual diharapkan dapat meningkatkan minat konsumen terhadap produk UMKM di Desa Pomahan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur. Kegiatan yang dilaksanakan di Balai Desa Pomahan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur juga melakukan evaluasi untuk melihat efektivitas dan efisiensi program. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melibatkan dosen-dosen sebagai Tim Pengabdian Masyarakat STKIP PGRI Ponorogo, mahasiswa KKNT di Desa Pomahan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur, perangkat desa, serta para pengusaha UMKM di Desa Pomahan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur dalam menyelesaikan prioritas permasalahan pada kelompok mitra.

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat pada tanggal 14 Februari 2022 ini dilaksanakan melalui tahapan-tahapan dalam sebagai berikut:

1. Penyuluhan dalam bentuk paparan manfaat menggunakan digital marketing bagi UMKM yang dilaksanakan di balai Desa Pomahan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur.  
Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada tanggal selama satu jam dan diikuti oleh pengusaha UMKM Desa Pomahan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur berjumlah 30 peserta yang meliputi masyarakat desa, dan mahasiswa. Pada kegiatan tersebut tim pelaksana mengadakan penyampaian materi mengenai manfaat menggunakan digital marketing melalui sosial media seperti FB, IG, dan marketplace sebagai wawasan untuk mendukung pemasaran produk UMKM secara lebih efektif dan efisien.
2. Materi kedua merupakan materi yang memaparkan manfaat penggunaan bahasa persuasi dalam pemasaran melalui sosial media. Kegiatan pengabdian dilaksanakan selama satu jam dan diikuti oleh pengusaha UMKM Desa Pomahan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur berjumlah 30 peserta meliputi masyarakat desa, dan mahasiswa. Materi mengenai penggunaan bahasa persuasi ini ditujukan untuk menambah efektivitas dan efisiensi pemasaran online produk UMKM.
3. Materi ketiga merupakan materi yang memaparkan pentingnya editing foto dan video dalam pemasaran melalui sosial media. Kegiatan pengabdian dilaksanakan selama satu jam dan diikuti oleh pengusaha UMKM Desa Pomahan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur berjumlah 30 peserta meliputi masyarakat desa, dan mahasiswa. Materi mengenai pentingnya editing foto dan video ini ditujukan untuk menambah efektivitas dan efisiensi pemasaran online produk UMKM.

4. Setelah penyampaian ketiga materi tersebut, tim pelaksana melakukan pendampingan selama dua jam mengenai penggunaan teknologi informasi editing foto dan video melalui Canva dan Kinemaster dengan memberikan pemahaman kepada mitra untuk mengoptimalkan penggunaan bahasa persuasi dan elemen visual untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi pemasaran produk.

Keempat tahap dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat meningkatkan efektifitas dan efisiensi pemasaran produk, serta memperluas segmen pemasaran produk UMKM Desa Pomahan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur tidak hanya bersifat lokal, namun meningkat hingga antar desa, kecamatan, kabupaten bahkan ke level nasional dan internasional. Gambar 1 merupakan metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini.



**Gambar 1.** Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyuluhan dan pendampingan dalam pemasaran UMKM dengan optimalisasi literasi digital terutama dalam meningkatkan efisiensi dan efektifitas pemasaran berbasis sosial media dapat memberikan pengetahuan dan menambah ilmu dalam pemasaran produk UMKM berbasis sosial media kepada pengusaha UMKM Desa Pomahan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur. Dokumentasi kegiatan pengabdian masyarakat tersebut adalah sebagai berikut:

### 1. Penyuluhan manfaat menggunakan digital marketing bagi UMKM

Paparan dalam tahap ini mencakup manfaat menggunakan digital marketing bagi UMKM yang dilaksanakan di balai Desa Pomahan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur.

Kegiatan pengabdian dilaksanakan selama 2 jam dan diikuti oleh pengusaha UMKM Desa Pomahan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur berjumlah 30 peserta. masyarakat desa, dan mahasiswa Pada kegiatan tersebut tim pelaksana mengadakan penyampaian materi mengenai manfaat menggunakan digital marketing melalui sosial media seperti FB, IG, dan marketplace sebagai wawasan untuk mendukung pemasaran produk UMKM secara lebih efektif dan efisien. Dokumentasi kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Penyampaian Materi Manfaat Digital Marketing

2. Penyuluhan manfaat penggunaan bahasa persuasi dalam pemasaran  
Materi kedua merupakan materi yang memaparkan manfaat penggunaan bahasa persuasi dalam pemasaran melalui sosial media. Kegiatan pengabdian dilaksanakan selama 2 jam dan diikuti oleh pengusaha UMKM Desa Pomahan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur berjumlah 30 peserta. masyarakat desa, dan mahasiswa. Materi mengenai penggunaan bahasa persuasi ini ditujukan untuk menambah efektivitas dan efisiensi pemasaran online produk UMKM. Dokumentasi kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 3



**Gambar 3.** Penyampaian Materi Bahasa Pemasaran

3. Penyuluhan manfaat editing foto dan video dalam pemasaran melalui sosial media.  
Materi ketiga merupakan materi yang memaparkan pentingnya editing foto dan video dalam pemasaran melalui sosial media. Kegiatan pengabdian dilaksanakan selama 2 jam dan diikuti oleh pengusaha UMKM Desa Pomahan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur berjumlah 30 peserta. masyarakat desa, dan mahasiswa. Materi mengenai pentingnya editing foto dan video ini ditujukan untuk menambah efektivitas dan efisiensi pemasaran online produk UMKM. Dokumentasi kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 4.



**Gambar 4.** Penyampaian Materi Editing Foto dan Video

4. Praktek dan pendampingan penggunaan bahasa persuasi dan editing foto dan video dalam pemasaran melalui sosial media  
Tim pelaksana melakukan pendampingan penggunaan teknologi informasi editing foto dan video melalui Canva dan Kinemaster dengan memberikan pemahaman kepada mitra untuk mengoptimalkan penggunaan bahasa persuasi dan elemen visual untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi pemasaran produk. Dokumentasi kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 5.



**Gambar 5.** Pendampingan dan Praktek

Setelah melaksanakan kegiatan pendampingan dan praktek, maka diakhir kegiatan para peserta mengumpulkan file foto dan video pemasaran yang telah menggunakan bahasa persuasi dan diedit menggunakan aplikasi Canva dan Kinemaster. Hasil karya peserta dapat dilihat dalam Gambar 6.



Gambar 6. Hasil Editing Peserta

## SIMPULAN

Penyuluhan dan pendampingan dalam penerapan bahasa persuasi kemampuan mengedit foto dan video, melalui aplikasi Canva dan Kinemaster untuk meningkatkan ketertarikan konsumen pada usaha UMKM di Desa Pomahan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur. Workshop Pemasaran UMKM Berbasis Literasi Digital kepada pengusaha UMKM agar pemasaran UMKM di desa tersebut semakin efektif, efisien, dan bertambah di masa pandemi ini. Di akhir kegiatan ini dapat disimpulkan bahwa para peserta yang terdiri dari pengusaha UMKM di Desa Pomahan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur mengikuti dengan baik tahap penyuluhan dan pendampingan yang diadakan. Para peserta juga memberikan respon positif dan aktif pada tahapan praktek uji coba pada aplikasi yang diseminasikan. Kegiatan lanjutan berupa monitoring terhadap perkembangan hasil pemasaran usaha UMKM di Desa Pomahan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur juga dilaksanakan untuk dapat memperluas dan menambah jumlah pemasaran produk UMKM di Desa Pomahan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur.

## REFERENSI

- Henneberry, R. (2020). *The Ultimate Guide to Digital Marketing*. DigitalMarketer. <https://www.digitalmarketer.com/digital-marketing/>
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing* (1st Edition). Kogan
- Stokes, R. (2013). *eMarketing: The Essential Guide to Marketing in a Digital World* (Fifth Edition). Quirk eMarketing (Pty) Ltd. <https://open.umn.edu/opentextbooks/textbooks/14>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.

Wiro. (2018). *Pengaruh Promosi di Instagram dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Di Pariwisata Puncak Mas Bandar Lampung* (ThesisS2). Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya. <http://repo.darmajaya.ac.id/402/3>