.**Edukasi Penerapan Digital Marketing Guna Menunjang Perluasan Pemasaran Produk UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja**

I Made Riski Aditya Darma1, Kadek Devi Kalfika Anggria Wardani2, Adie Wahyudi Oktavia Gama3

*1Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Nasional, 2Fakultas Ekonomi dan Bisnis,Universitas Pendidikan Nasional 3 Fakultas Teknik dan Informatika, Universitas Pendidikan Nasional*

*Universitas Pendidikan Nasional, Jl.Bedugul No.39, Sidakarya, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali 80224, Indonesia*

|  |
| --- |
| **Article Info:**Received: 2019-05-24Revised: 2019-10-19Accepted: 2020-01-18  |

Corresponding Author: **I Made Riski Aditya Darma**: Tel. +62 81 353068953 │ E-mail: riskyaditya649@gmail.com

**ABSTRACT**

The very rapid development of information technology brings many impacts to all sectors in the world, especially in the business sector, there are many practicalities offered by current technological developments that have brought the business world into the digital era, although this era of digitalization does not necessarily touch all existing business actors such as the UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja who have not been touched by adequate business technologies that can develop the empowerment of UMKM resources in this digital era. Intense competition in business brings significant problems for the UMKM Gerabah Khas Binoh, where the development of UMKM only occurs in the environment where these UMKM are founded, so that the wider market environment has not been touched, causing these UMKM to experience a bit of a stagnation in development. UMKM Gerabah Khas Binoh Ubung Kaja Village will be able to face the era of digitalization and be able to reach a broad market with education and application of digital-based business so that UMKM managers and actors can carry out marketing and maximize product promotion through digital media. Through this service, the author offers a solution that can be done to achieve the wishes of the MSMEs managers and actors of Binoh Typical Pottery in Ubung Kaja Village, namely by educating the application of digital business in the development of UMKM which will bring UMKM to be more advanced, follow the development of the digital era and be able to compete. more widely in a wider market, so as to achieve maximum sales. The implementation of this service activity is by providing education on the application of digital business to the perpetrators and managers of UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja, where in this education UMKM managers and actors will receive education about the understanding, use and function of digital marketing in the main business that occurs in UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja.

.

**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi informatika yang sangat pesat membawa banyak dampak bagi segala sektor yang ada di dunia, utamanya dalam sektor bisnis banyak sekali kepraktisan yang ditawarkan oleh perkembangan teknologi saat ini yang membawa dunia bisnis masuk ke era digital, kendati demikian era digitalisasi ini tidak serta merta dapat menyentuh semua pelaku – pelaku bisnis yang ada seperti UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja yang belum tersentuh dengan teknologi – teknologi bisnis yang memadai yang dapat mengembangkan pemberdayaan sumber daya UMKM di era digital ini. Persaingan yang ketat dalam bisnis membawa masalah yang cukup berarti bagi UMKM Gerabah Khas Binoh yang dimana perkembangan UMKM hanya terjadi di lingkungan tempat berdirinya UMKM ini sehingga belum tersentuhnya lingkungan pasar yang lebih luas menyebabkan UMKM ini mengalami perkembangan yang sedikit tersendat. UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja akan mampu menghadapi era digitalisasi dan mampu meraih pasaran luas dengan adanya edukasi danpenerapan bisnis berbasis digital sehingga pengelola dan pelaku UMKM dapat melakukan pemasaran dan pemaksimalan promosi produk yang lebih luas melalui media digital. Melalui pengabdian ini penulis menawarkan solusi yang dapat dilakukan untuk mencapai keinginan pengelola dan pelaku UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja yaitu dengan melakukan edukasi penerapan digital bisnis dalam perkembangan UMKM yang dimana ini akan membawa UMKM akan lebih maju lagi, mengikuti perkembangan era digital dan mampu bersaing lebih luas lagi di pasaran yang lebih luas, sehingga tercapainya penjualan yang maksimal. Implementasi dari kegiatan pengabdian ini yaitu dengan pemberian edukasi penerapan digital bisnis kepda pelaku dan pengelola UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja, dimana dalam edukasi ini pengelola dan pelaku UMKM akan mendapatkan edukasi tentang pengertian, pemanfaatan serta fungsi dari digital marketing di dalam bisnis utamanya yang terjadi di UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja.

***Keywords****: Digital Marketing, Edukasi, Perluasan Pasar, UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja, Promosi Produk*

*© 2020 Published by University of Merdeka Malang.*

*This is an open access article distributed under the CC BY-SA 4.0 license*

*(*[*https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/*](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)*)*

1. **PENDAHULUAN**

Kerajinan gerabah atau keramik tradisional merupakan salah satu diantara berbagai macam barang kerajinan yang secara khusus menggunakan bahan dasar tanah liat (lempung). Potensi tanah liatnya yang memiliki kualitas cukup baik sebagai bahan baku produk-produk gerabah, sebagai sentra kerajinan gerabah berbagai macam produk telah dihasilkan dari tangan-tangan perajinnya diantaranya berupa, jembangan, pengaron, genthong, padasan, anglo, berbagai macam kendhi, celengan, kriuk dan lain sebagainya (Pandanwangi 2011).

Pembuatan gerabah di Bali pada awalnya adalah untuk sarana peribadatan agama Hindu. Keberadaan barang-barang gerabah ini tidak dapat digantikan oleh material lainnya seperti plastik atau material aluminium kecuali oleh emas. Dalam upacara ngaben keberadaan penggunaan material gerabah tersebut akan dipecahkan, karena menurut beberapa sumber bahwa gerabah memiliki nilai-nilai filosofi yakni bahwa gerabah mengandung unsur-unsur tanah, air dan api, yang maknanya bahwa manusia berasal dari tanah dan hidup dengan air dan matinya dibakar dengan api (ngaben) (Mulyadi,2007;145).

Menurut Utomo (2007) dalam bukunya mengenai wawasan dan tinjauan seni keramik Bali hingga tahun 2007 di Bali terdapat 27 lokasi pembuatan gerabah Bali yang tersebar dibeberapa daerah. Produksi gerabah Bali pada saat ini selain untuk upacara adat juga untuk memenuhi kebutuhan kepariwisataan Bali. Bagian dari kepariwisataan Bali adalah sektor-sektor yang bergerak dalam bidang perhotelan, restoran, keperluan ekterior dan interior, seta elemen estetis. Cenderamata dari gerabah Bali banyak dimanfaatkan oleh para industriawan karena menunjang kepariwisataan Bali.

Kendati demikian disamping dengan memang diperlukannya dalam sarana upakara di era maju seperti saat ini perkembangan sudah banyak terjadi di segala sektor dengan adanya teknologi semua menjadi lebih praktis dan lebih gampang, namun dengan adanya fenomena ini tidak memberikan dampak yang besar di sektor perekonomian UMKM pengerajin gerabah khas Binoh di Desa Ubung Kaja Denpasar yang dimana tidak banyak orang yang tau dengan keberadaan UMKM dan utamanya dengan keberadaan budaya yang kita miliki dan asli bali, ini juga disebabkan karena kurangnya pengetahuan pengelola terhadap fungsi dari teknologi yang ada untuk membantu keberlangsungan perekonomian UMKM Gerabah Khas Binoh ini sehingga dapat menyentuh pasar yang lebih luas.

 Dengan hasil observasi penulis bersama pengelola UMKM yang menyatakan memang benar, UMKM Gerabah Khas Binoh ini sama sekali belum tersentuh dengan yang namanya teknologi yang lebih spesifiknya kita kenal dengan Digital Marketing, para pelaku UMKM Gerabah Khas Binoh ini biasanya hanya mengandalkan dengan adanya masyarakat yang langsung datang dan bahkan itu merupakan orang disekitar lokasi UMKM yang memang sejak dulu sudah menggunakan Gerabah Khas Binoh sebagai pemenuhan keperluannya, sehingga penting memang dilakukanya suatu edukasi berkaitan dengan Digital Marketing terhadap UMKM Gerabah Khas Binoh ini untuk menopang keberlangsungan dari roda perekonomian para pelaku UMKM Gerabah Khas Binoh di Desa Ubung Kaja, Denpasar.

Pemanfaatan teknologi disini tidak hanya akan membawa angin segar bagi para pelaku UMKM Gerabah Khas Binoh dibidang Ekonomi, tapi juga akan membawa suasana baru dan awal dari kemajuan kearifan lokal yang memang dimiliki dan diwariskan oleh leluhur kepada masyarakat Desa Ubung Kaja, sehingga akan mengembalikan eksistensi gerabah khas Binoh di Bali khususnya dan di seluruh dunia pada umumnya.

1. **METODE**

Di tengah era serba digital pada saat ini memang membawa banyak perubahan disegala sector utamanya sektor perekonomian, ini akan menyebabkan berlomba-lombanya para pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya berbasis digital begitu juga dengan UMKM Gerabaha Khas Binoh yang ingin mampu bersaing dan mampu memperluas pemasarannya, sehingga di dalam pengabdian ini solusi yang dapat ditawarkan untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi UMKM Gerabah Khas Binoh ini untuk mencapai tujuannya yaitu dengan edukasi penerapan digital marketing guna menunjang perluasan pemasaran produk UMKM Gerabah Khas Binoh yang dimana sudah pasti akan menyasar pada pengimplementasian berupa pengedukasian cara dan strategi menggunakan media social media kepada pelaku UMKM Gerabah Khas Binoh yang dapat digunakan untuk memperluas pemasaran dari UMKM Gerabah Khas Binoh. Yang dimana penerapan digital marketing akan sangat membantu UMKM dalam perluasan pemasaran utamanya menjangkau kosumen yang jauh atau berada di bali khususnya dan diluar bali umumnya, sehingga dapat kembali membangkitkan eksistensi dari Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja di kalangan masyarakat.

**Metode** **kegiatan**

Tahapan – tahapan dalam proses kegiatan pengabdian ini yaitu:

**Tahap Awal dan Perencanaan**

Pada tahap ini penulis mendapatkan bimbingan dari dosen pembimbing berkaitan dengan akan dilaksanakannya pengabdian ini dan kegiatan apa yang akan dilaksanakan termasuk monitoring terhadap proses perencanaan kegiatan.

Kemudian berikutnya penulis melakukan observasi yang berupa wawancara yang diakukan dengan pelaku UMKM Gerabah Khas Binoh, pihak pengelola, dan juga pengerajin Gerabah Khas Binoh yang berkaitan dengan kendala apa saja yang terjadi dalam keberlangsungan UMKM Gerabah Khas Binoh ini. Yang dimana beberapa masalah telah dirangkum oleh penulis dan penulis menitik beratkan pada masalah pemasaran yang dimana alternativ yang penulis ambil yaitu dengan melakukan edukasi penerapan digital marketing terhadap seluruh komponen UMKM Gerabah Khas Binoh untuk mencapai pemasaran produk yang optimal dan menjangkau pasaran luas.

Selanjutnya penulis menjelaskan secara garis besar bagaimana strategi dalam penerapan digital marketing untuk menunjang keberlangsungan UMKM. Kemudian penulis menyusun rancangan kegiatan yang dapat diikuti oleh seluruh komponen UMKM Gerabah Khas Binoh dalam edukasi penerapan digital marketing guna menunjang perluasan pemasaran produk UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja.

**Tahap Pelaksanaan**

Adapun tahapan pelaksanaan program pengabdian yang telah dirancang penulis yaitu melakukan pengedukasian berupa pengenalan pentingnya pemanfaatan teknologi dalam keberlangsungan UMKM Gerabah Khas Binoh di era serba teknologi ini, melakukan edukasi berupa pelatihan langsung terhadap penerapan digital marketing terhadap UMKM Gerabah Khas Binoh, perancangan strategi apa yang akan digunakan dalam menarik minat pelanggan atau konsumen terhadap produk UMKM, Pengimplementasian dari strategi yang telah dirancang.

**Tahapan Pengawasan**

Pada tahapan pengawasan akan dilakukan kontroling dalam penerapan digital marketing di UMKM Gerabah Khas Binoh, sehingga tidak terjadi penyimpangan dan pelanggaran aturan dari penggunaan digital marketing dan mencegah terjadinya penyimpangan terhadap penggunaan media digital.

**Tahap Pengevaluasian & Akhir**

Pada tahap ini penulis melaksanakan evaluasi terkait penggunaan penerapan digital marketing di UMKM Gerabah Khas Binoh sehingga benar-benar membawa pengaruh positif terhadap UMKM dan membawa kemajuan bagi UMKM.

Kemudian pada tahap akhir penulis menyerahkan seluruh komponen penunjang digital marketing kepada pengelolan dari UMKM Gerabah Khas Binoh Desa ubung Kaja.

**Tabel 1.** Tahapan Kegiatan Pengabdian

|  |  |
| --- | --- |
| TAHAP | RENCANA KEGIATAN |
| Tahap Awal dan Perencanaan | Penulis melakukan observasi terhadap komponen (pengelola, penjual, pengerajin) UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung kaja, penulis menjelaskan secara garis besar manfaat penerapan digital marketing untuk alternatif masalah yang dihadapi UMKM |
| Tahap Pelaksanaan | Melakukan pengedukasian berupa pengenalan pentingnya pemanfaatan teknologi dalam keberlangsungan UMKM Gerabah Khas Binoh di era serba teknologi ini, melakukan edukasi berupa pelatihan langsung terhadap penerapan digital marketing terhadap UMKM Gerabah Khas Binoh, perancangan strategi apa yang akan digunakan dalam menarik minat pelanggan/konsumen terhadap produk UMKM, pengimplementasian dari strategi yang telah dirancang. |
| Tahap Pengawasan | Penulis melaksanakan pengawasan dan kontroling terhadap penerapan digital marketingg di UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja |
| Tahap evaluasi dan akhir | Penulis melakukan evaluasi terhadap keefektifan penerapan digital marketing di UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja |

1. **HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil**

Kegiatan yang telah dilaksanakan penulis adalah memberikan edukasi tentang penerapan digital marketing pada UMKM Gerabah Khas Binoh yang dimana ini dilakukan untuk membantu percepatan penjualan dan peluasan lingkup penjualan dari hasil produksi UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Uung Kaja, adapun solusi yang penulis tawarkan yaitu pemberian edukasi terhadap pelaku UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja, yang dimana yang dilakukan penulis dalam proses edukasi ini adalah melakukan pengedukasian berupa pengenalan pentingnya pemanfaatan teknologi dalam keberlangsungan UMKM Gerabah Khas Binoh di era serba teknologi ini, melakukan edukasi berupa pelatihan langsung terhadap penerapan digital marketing terhadap UMKM Gerabah Khas Binoh, perancangan strategi apa yang akan digunakan dalam menarik minat pelanggan/konsumen terhadap produk UMKM.

Yang dimana solusi inilah yang diharapkan dapat membantu pelaku UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung kaja untuk melakukan percepatan pemasaran dan perluasan pemasaran hasil produksi UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dari tanggal 10 januari sampai dengan 7 februari 2022. Pengabdian ini dilaksanakan dengan tahapan sebagai berikut:

**Tabel 2.** Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **NO** | **TGL PELAKSANAAN** | **TAHAP** |
| 1 | 10 - 20 januari 2022 | Awal & Perencanaan |
| 2 | 25 – 30 januari 2022 | Pelaksanaan |
| 3 | 31 januari – 5 februari 2022 | Pengawasan (*Monitoring)* |
| 4 | 6 & 7 februari 2022 | Pengevaluasiaan  |

**Tahapan pelaksanaan**

**Tahap Awal & Perencanaan**

* + 1. Pengenalan Digital Marketing Kepada Pelaku UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja

Penulis memberikan edukasi kepada pelaku UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja tentang pengenalan digital marketing, manfaat digital marketing, dan fungsi bagu UMKM ketika nanti digital marketing ini diterapkan di UMKM Gearabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja. Seperti pada gambar 3.1 Edukasi yang diberikan yakni tentang pengenalan pengertian, manfaat dan fungsi dari digital marketing.



**Gambar 1**. Pengenalan Digital Marketing

* + 1. Pemberian Edukasi Tentang Cara Memasarkan Dan Cara Melakukan Promosi Dengan Digital Marketing

Media sosial yang telah dirancang dan dibuat oleh UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja memang dirancang untuk keperluan perluasan dan percepatan penjualan produk UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja, selain juga sebagai media pengenalan tentang keberadaan Gerabah Khas Binoh di Desa Ubung, sehingga keberadaan UMKM Gerabah Khas Binoh di Desa Ubung Kaja dapat selalu lestari yang akan ditunjang oleh hasil penjualan dan pengenalan sebagai media pelestarian seni budaya khas Desa Ubung kaja.

**Tahapan Pelaksanaan**

1. Pelatihan dan pengenalan aplikasi digital marketing

Pada tahap ini penulis melakukan edukasi dan pelatihan langsung terkait dengan penggunaan dan pembuatan media sosial yang nantinya akan menunjang percepatan dan perluasan pemasaran hasil produksi UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja, yang dimana tahap ini diawali dengan pengenalan aplikasi – aplikasi digital marketing yang akan digunakan, kemudian melakukan pelatihan cara untuk menggunakan aplikasi dimulai dengan membuat email, cara membuat akun pada aplikasi, sampai nanti para pelaku UMKM Gearabah Khas Binoh ini dapat memasarkan produk UMKMnya.

1. Perancangan LOGO UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja

Perancangan logo bertujuan agar memiliki sebuah ikon yang digunakan sebagai pengingat bagi konsumen dan sebagai identitas dari UMKM Gerabah Khas Binoh, yang dimana sebelumnya UMKM ini bekum memiliki logo yang digunakan sebagai identitas UMKM sehingga penulis membantu untuk merancang logo yang akan digunakan sebagai ikon dan sebagai identitas pengenal dari UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja.



**Gambar 2.** Logo UMKM Gerabah Khas Binoh

Adapun makna dari logo tersebut adalah gambar gerabah dan gambar legong Binor gerabah yang menggambarkan bahwa UMKM ini memang memiliki hasil produksi dan produk penjualannya adalah berupa barang yaitu gerabah, legong Binor yang merupakan tarian ciri khas warga Binoh yang sudah dikenal di berbagai penjuru bali bahkan indonesia, gambar ini diisi dengan tujuan memberikan kesan bahwa UMKM ini berasal dari Binoh Desa Ubung Kaja, tulisan UMKM Gerabah Khas Binoh adalah nama UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja.

1. Perancangan Promosi Produk Pada Aplikasi yang dipilih Sebagai Media penunjang Digital Marketing

Setelah dilakukannya perancangan logo dan pengambilan gambar gerabah, penulis dan pelaku UMKM Gerabah Khas Binoh melakukan perancangan proses promosi yang akan dilakukan di aplikasi yang telah dipilih sebagai aplikasi penunjang digital marketing yaitu instagram dan facebook yang akan menjadi media promosi serta media penjualan dari hasil produksi UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja.

1. Pengelolaan akun dan aplikasi

Setelah penulis memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM Gerabah Khas Binoh terkait pembuatan akun aplikasi digital marketing, perancangan logo, edukasi mengenai cara mempromosikan produk dalam aplikasi, dan pembuatan caption. Selanjutnya penulis memberikan edukasi berkaitan dengan pengelolaan akun dan melakukan edukasi berkaitan dengan pengelolaan aplikasi sehingga tidak terjadi penyimpangan dalam penggunaannya dan tetap pada tujuan kita yaitu dapat mendatangkan banyak keuntungan bagi UMKM dan pngelolanya serta pelaku UMKM Gerabah Khas Binoh di Desa Ubung Kaja sehingga tidak memberikan kerugian bagi pihak UMKM mengingat riskannya terjadi penyimpangan dalam penggunaan aplikasi utamanya berkaitan dengan media sosial.

.



**Gambar 3.** Screenshoot Media Social

**Tahap Pengawasan (Monitoring)**

Pada tahap pengawasan ini, penulis memberikan pengelola serta pelaku UMKM Gerabah Khas Binoh kelompok sebuah edukasi kembali dan sekaligus melakukan pengawasan terkait perkembangan yang terjadi pada UMKM dan terkait dengan berfungsi atau tidaknya digital marketing dan memantau bagaimana manfaat yang sudah didaoat oleh UMKM dari pemanfaatan digital marketing ini dalam melakukan promosi dan media pemjualan secara online oleh UMKM Gerabah Khas Binoh, selain iyu juga penulis memantau setiap harinya akun media sosial dari UMKM Gerabah Khas Binoh yang dimana sesuai dengan edukasi yang penulis berikan agar tidak terjadi penyimpanga dari penggunaan akun media sosial tersebut.

**Tahap Pengevaluasian & Akhir**

Tahap selanjutnya adalah pengevaluasian yang dilakukan oleh penulis atas edukasi yang telah diberikan kepada UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja, evaluasi dilakukan dari bagaimana pengelolaan akun, penggunaan aplikasi, manfaat yang sudah di dapat oleh UMKM, kemudian pemanfaatan logo yang telah dirancang, dan evaluasi ini juga penulis isi dengan test kepada pengelola dan pelaku UMKM Gerabah Khas Binoh untuk melakukan tahapan promosi di akun aplikasi penunjang digital marketing mereka, yang dimulai dari tahapan login akun mengingat akun sudah dirancangkan sebelumnya pada tahap edukasi yang dimana ini bertujuan untuk seberapa pelaku dan pengelola mengalami perkembangan setelah dilakukan edukasi dan dilakukan perancangan akun digital marketing oleh penuulis terhadap UMKM Gerabah Khas Binoh di Desa Ubung Kaja. Berikut merupakan hasil evaluasi sebelum dan sesudah dilakukannya edukasi oleh penulis di UKMK Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja :

**Tabel 3.** Hasil Evaluasi Kegiatan Pengabdian di UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Agenda Kegiatan** | **Sebelum Pengabdian** | **Sesudah Pengabdian** |
| 1 | Penerapan digital marketing | UMKM Gerabah Khas Binoh belum memiliki akun aplikasi penunjang digital marketing | UMKM sudah memiliki akun media sosialuntuk melakukan promosi dan menjangkau pasaran yang lebih luas |
| 2 | Perancangan logo | UMKM belum memiliki logo atau ikon pengenal sebagai identitas UMKM | UMKM sudah memiliki logo baru yang telah dirancang penulis dengan pertimbangan pegelola |
| 3 | Jangkauan pemasaran | Jangkauan pemasaran hanya konsumen di sekitar lokasi UMKM Gerabah Khas Binoh saja | Sudah mampu menjangkau pasar diluar pulau Bali, dimana ada pemesanan yang berasal dari luar pulau Bali |
| 4 | Edukasi penerapan digital marketing | Pengelola dan pelaku UMKM tidak mengetahui manfaat dan cara penerapan digital marketing, mengingat faktor usia dari pelaku dan pengelola | Pengelola dan pelaku sudah mampu melakukan promosi dan menjajakan produk hasil produksi UMKM Gerabah Khas Binoh melalui aplikasi penunjang digital marketing yang digunakan |

**Penutupan**

Setelah dilakukan evaluasi terhadap kegiatan pengabdian kepada pelaku dan pengelola UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja, penulis kembali mengingatkan kepada pengelola dan pelaku UMKM untuk selalu berhati-hati dalam penggunaan aplikasi yang telah digunakan sebagai penunjang digital marketing, mengingat maraknya terjadi penipuan dan penyalahgunaan aplikasi sehingga aplikasi ini benar – benar membawa keuntungan lebih bagi UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja.

**Pembahasan**

Kegiatan program pengabdian pada masyarakat yang dilaksanakan dengan edukasi kepada UMKM Gerabah Kha Binoh Desa Ubung Kaja merupakan program yang memang terlaksana setiap tahunnya yang dilaksanakan oleh mahasiswa Universitas pendidikan Nasional, yang dimana penulis pada pengabdian ini memilih UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja sebagai objek pengabdian yang memang memiliki peluang perkembangan yang baik untuk dapat bersaing di pasaran luas dan mampu mengangkat kebudayaan lokal *go to international*. Pada kegiatan ini penulis memberikan edukasi mengenai pemanfaatan digital marketing guna menunjang keberlangsungan pemasaran produk UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja, yang dimana topic ini juga penulis ambil dari beberapa pengakuan dan hasil wawancara terhadap mitra yang dimana mengalami permasalahan yang belum dpat terpecahkan.

Berdasarkan dari hasil wawancara dan observasi penulis mendapatkan rumusan masalah atau permasalahan yang disampaikan oleh pengelola UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja, permasalahan yang tersampaikan kepada penulis adalahkeingina pengelola untuk dapat bersaing dan menjangkau pasaran luas serta dapat memperkenalkan hasil produk UMKM Khas Binoh Desa Ubung Kaja kepada masyarakat luas, dengan demikian penulis sekaligus selaku pelaksana melakukan suatu kegiatan yang dilaksanakan dengan menyusu beberapa tahap dengan tujuan penulis mampu memberikan kontribusi buah pemikiran untuk membantu menjawab permasalahan dari pengelola UMKM sehingga tercapai tujuan UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja berikut kgiatan yang dilakukan saya sajikan dalam bentuk tabel.

**Tabel 4.** Pelaksanaan kegiatan

|  |  |
| --- | --- |
| TAHAP | RENCANA KEGIATAN |
| Tahap Awal dan Perencanaan | Penulis melakukan observasi terhadap komponen (pengelola, penjual, pengerajin) UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung kaja, penulis menjelaskan secara garis besar manfaat penerapan digital marketing untuk alternatif masalah yang dihadapi UMKM. |
| Tahap Pelaksanaan | Melakukan pengedukasian berupa pengenalan pentingnya pemanfaatan teknologi dalam keberlangsungan UMKM Gerabah Khas Binoh di era serba teknologi ini, melakukan edukasi berupa pelatihan langsung terhadap penerapan digital marketing terhadap UMKM Gerabah Khas Binoh, perancangan strategi apa yang akan digunakan dalam menarik minat pelanggan/konsumen terhadap produk UMKM, pengimplementasian dari strategi yang telah dirancang. |
| Tahap Pengawasan | Penulis melaksanakan pengawasan dan kontroling terhadap penerapan digital marketingg di UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja. |
| Tahap evaluasi dan akhir | Penulis melakukan evaluasi terhadap keefektifan penerapan digital marketing di UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja. |

Yang kemudian dari tahapan – tahapan yang telah dilaksanakan penulis sesuai isi tabel diatas bertujuan untuk menambah wawasan dan menambah ilmu pengelola selain juga sebagai sarana shareigg bersama oleh penulis dengan pengelola UMKM yang membawa tujuan yang sama yaitu menjawab permasalahan yang telah muncul dan membawa UMKM untuk lebih unggul dalam berprosesnya, berikut hasil dari kegiatan yang juga merupakan perkembangan yang dilakukan pengelola atas edukasi yang telah diberikan penulis yang juga selaku pelaksana kegiatan pengabdian ini.

**Tabel 5.** Hasil dari kegiatan pengabdian

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Agenda Kegiatan** | **Sebelum Pengabdian** | **Sesudah Pengabdian** |
| 1 | Penerapan digital marketing | UMKM Gerabah Khas Binoh belum memiliki akun aplikasi penunjang digital marketing | UMKM sudah memiliki akun media sosialuntuk melakukan promosi dan menjangkau pasaran yang lebih luas |
| 2 | Perancangan logo | UMKM belum memiliki logo atau ikon pengenal sebagai identitas UMKM | UMKM sudah memiliki logo baru yang telah dirancang penulis dengan pertimbangan pegelola |
| 3 | Jangkauan pemasaran | Jangkauan pemasaran hanya konsumen di sekitar lokasi UMKM Gerabah Khas Binoh saja | Sudah mampu menjangkau pasar diluar pulau Bali, dimana ada pemesanan yang berasal dari luar pulau Bali |
| 4 | Edukasi penerapan digital marketing | Pengelola dan pelaku UMKM tidak mengetahui manfaat dan cara penerapan digital marketing, mengingat faktor usia dari pelaku dan pengelola | Pengelola dan pelaku sudah mampu melakukan promosi dan menjajakan produk hasil produksi UMKM Gerabah Khas Binoh melalui aplikasi penunjang digital marketing yang digunakan |

Dalam pelaksanaan suatu kegiatan tentu saja tidak selalu berjalan dengan benar – benar lancar, seperti dalam proses kegiatan pengabdian ini penulis mangalami beberapa kendala dan hambatan berikut beberapa hambatan yang dialami oleh penulis yaitu pengelola dan pengerajin yang ada di UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja merupakan kalangan yang sudah memiliki umur di atas 55 tahun yang dimana sebagian besar masih belum pernah menggunakan apikasi – aplikasi, sehingga penulis juga meminta perbantuan dari kerabat pengelola dan juga perangkat desa agar edukasi ini benar – benar berjalan dengan efektiv dan mendatangkan hasil yang optimal, karena pelaksanaan pengabdian ini masih dalam keadaan pandemi maka penulis tidak dapat meramalkan hari, yang dimana di daerah lokasi UMKM mengalami peningkatan kasus covid-19 sehingga menghambat penulis dalam melaksanakan kunjungan secara langsung, sehingga harus menunggu keluarnya hasil swab dari pengelola. Namun kendati demikian penulis tetapberusaha melaksanakan kegiatan dengan semaksimal mungkin sehingga memang benar- benar dapat menjawab permasalahan dari UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja, dan juga dapat mendatangkan hal yang positif bagi UMKM Gerabah Khas Binoh desa Ubung Kaja.

1. **SIMPULAN DAN SARAN**

**Simpulan**

Program pengabdian masyarakat yang telah terlaksana ini bertujuan untuk memberikan inovasi dan memberikan peluang bagi mitra untuk mampu berkembang bersama melalui berbagi pengetahuan dan pengalaman oleh penulis bersama mitra yang menjadi objek dalam kegiatan pengabdian ini yang dimana pada pengabdian ini penulis bertujuan untuk memperkenalkan dan memgefektivkan peran penerapan digital marketing terhadap UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja dalam membawa produknya mampu bersaing dan mencapai pemasaran yang luas. Memberikan sumbangan pemikiran alternative atau solusi yang dapat diimplementasikan langsung dan digunakan dalam melakukan pemasaran jasa/produk untuk pelaku usaha dengan memanfaatkan secara optimal teknologi dan media social yang ada, sehingga dengan terlaksananya progam pengabdian ini UMKM Gerabah Khas Binoh Dapat mencapai tujuannya dan menjawab permasalahan – permasalahan yang dihadapi selama berproses dan juga dapat mendatangkan penghasilan yang selalu meningkat bagi UMKM Gearabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja.

**Saran**

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan terkait edukasi penerapan digital marketing pada UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja dengan harapan mampu memberikan solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh pengelola dan pelaku UMKM serta mampu mendorong penjualan produk dari hasil produksi UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja. Untuk selanjutnya penulis memberikan rekomendasi berupa saran dan berharap kepada mitra yang dapat digunakan sebagai rencana berkelanjutkan yaitu lebih giat melakukan kegiatan edukasi dan promosi gerabah khas binoh, secara aktif menggunakan aplikasi penunjang digital marketing untuk melakukan edukasi dan promosi produk UMKM Gerabah Khas Binoh Desa Ubung Kaja, menggunakan media yang telah dirancang sebagaimana mestinya dan sesuai dengan peruntukannya dan melakukan regenerasi secara berkala kepada pengelola dan juga pengerajin yang dapat ditempuh dengan melakukan edukasi tentang keberadaan kearifan local gerabah khas binoh ini kepada generasi muda sehingga kearifan loka yang memang sudah dimiliki sejak dahulu tidak punah hanya sampai di generasi sekarang saja.

**UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terimakasi penulis ucapkan kepada seluruh komponen danindividu yang telah membantu terlaksananya kegiatan pengabdian ini sehingga dapat terlaksana dengan sebagaimana mestinya dan sesuai dengam harapan kita penulis.

Terimakasi kepada :

1. Universitas Pendidikan Nasional.
2. Pengerajin gerabah khas Binoh Desa Ubung

**DAFTAR PUSTAKA**

Adhyatman, Sumarah. 1987. Kendi. : Wadah Air Minum Tradisional. Jakarta; Yayasan Nusantara Jaya. Djelantik. 1999. Estetika Sebuah pengantar. Yogyakarta; Masyarakat Seni Pertunjukkan Indonesia. Koentjaraningrat.1990. Pengantar Ilmu Antropologi. Jakarta; Rhineka Cipta.

Agustin, D. (2018). Desain booth display ramah lingkungan untuk pemasaran produk olahan hasil tambak. Jurnal Envirotek, 10(1). https://doi.org/10.33005/envirotek.v10i1.1168

Chaffey, D. dan Ellis-Chadwick, F. 2019. Digital Marketing. Pearson UK. Coviello, N., Milley, R. dan Marcolin, B. 2001.Understanding IT-enabled interactivity in contemporary marketing.

Journal of Interactive Marketing. Febriandirza, A. 2020.Perancangan Aplikasi Absensi Online Dengan Menggunakan Bahasa Pemrograman Kotlin.

Jurnal Pseudocode, VII(2): 123–133. Febriyantoro, M. T. dan Arisandi, D. 2018. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean.

JMD: Jurnal Manajemen Dewantara, 1(2): 62–76. Kotler, P. dan Keller, K. L. 2008. Manajemen Pemasaran (13 Jilid 1). Jakarta: Penerbit Erlangga

Mudra, I Wayan. 2010. Studi Eksistensi Gerabah Tradisional Sebagai Warisan Budaya di Bali 3 Juli 2011, <http://www.badungkab.go.id/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=109>

Putra, I. K. A. M., & Astina, K. A. D. (2019). Pemanfaatan Media Instagram Multiple Post Sebagai Sarana Edukasi Berbasis Visual Bagi Warganet. *Jurnal Nawala Visual*, *1*(2), 113–121. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v1i2.42>

Raka, A. A. G. (2017). Implikasi Pemberdayaan Warisan “Nekara Pejeng” Gianyar, Bali Sebagai Daya Tarik Wisata. *Proceedings International Conference: Global Connectivity, Cross Cultural Connections, Social Inclusion, and Recognition: The Role of Social Sciences.*, *7*(5), 415–425. <https://doi.org/10.1080/00379818409514249>

Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e- commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, *5*(2), 259.

<https://doi.org/10.24198/jmk.v5i2.32746>

We Are Social. (2021). Digital 2021: The Latest Insights into the “State of Digital.” Retrieved July 28, 2021, from https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital- 2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital