
PENINGKATAN PENGETAHUAN DAN KEMAMPUAN DIGITAL MARKETING DALAM MENGHADAPI INDUSTRI 4.0

Indira Rachmawati, Arien Arianti Gunawan, Dian Indiyati, Pandan Zahwa

Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Universitas Telkom

indirarachmawati@telkomuniversity.ac.id, ariengunawan@telkomuniversity.ac.id, dianindiyati@telkomuniversity.ac.id,
pandanzahwa@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Perkembangan industri menuju industri 4.0 dimana penggunaan teknologi menjadi elemen pendukung utama dalam pelaksanaan bisnis telah dirasakan juga di IKM kerajinan dan batik di Indonesia. Balai Besar Kerajinan dan Batik (BBKB), Kementerian Perindustrian pun selama ini cukup gencar dalam menyediakan pelatihan dan workshop untuk teknis produksi. Namun sayangnya, pelatihan mengenai digital marketing masih sangat terbatas yang berdampak pada kurangnya wawasan para pemilik Industri Kecil Menengah (IKM) dalam memasarkan produknya. Maka dari itu, Universitas Telkom menugaskan seorang narasumber yang ahli di bidang digital marketing untuk membekali para pemilik IKM di industri kerajinan dan batik ini dalam menghadapi tantangan pemasaran di era industri 4.0. Dengan adanya acara ini, diharapkan para pemilik IKM dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuannya dalam memasarkan produknya melalui media social. Pengabdian kepada masyarakat (Abdimas) ini dilaksanakan pada tanggal 21 Oktober 2021 dengan memberikan seminar online melalui zoom yang dihadiri oleh 116 peserta yang terdiri dari pemilik IKM, perajin, akademisi, mahasiswa, PNS, dan pegiat industri kerajinan dan batik. Hasilnya mereka sangat menyukai materi yang disampaikan dan menginginkan sesi prakteknya dari materi digital marketing yang telah dibawakan.

Kata Kunci : *Digital Marketing; Industry 4.0; Industri Kecil Menengah*

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang terjadi pada saat ini memberikan dampak negatif pada sektor IKM. Hal ini menyebabkan para pelaku IKM harus beradaptasi dengan menurunkan produksi barang dan jasa, dikarenakan penjualan yang biasanya dilakukan secara offline harus digantikan dengan secara online melalui media digital marketing (Bahtiar & Saragih, 2020; Bahtiar, 2021). Hal ini juga diperkuat dengan kebijakan pemerintah dalam membuat aturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan kegiatan

Masyarakat (PPKM) pada daerah-daerah tertentu, terutama di Pulau Jawa dan Bali (Antara, 2020; Permatasari, 2021; Utami, 2021).

Salah satu IKM yang terdampak adalah industri batik dan kerajinan, dimana dampak yang dialaminya adalah penurunan penjualan, perolehan bahan baku, piutang, dan pembayaran gaji karyawan (Sari, 2020). Untuk menghadapi hal ini maka pemerintah memberikan solusi kepada para pelaku agar menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran online (Sari, 2020). Industri kerajinan dan batik yang merupakan bagian dari industri kreatif dan didominasi oleh sektor IKM,

mendapat prioritas pengembangan oleh Kementerian Perindustrian (kemenperin), karena dinilai mempunyai daya ungkit besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional (Nalini, 2021; Neraca, 2021; Wren-Lewis, 2020).

Masyarakat sasaran yang dilibatkan dalam program pengabdian masyarakat ini adalah pemilik dan perajin yang ada di industri batik di Indonesia, terutama IKM yang berada di bawah binaan Balai Besar Kerajinan dan Batik (BBKB) Kementerian Perindustrian. Sudah 2 tahun terakhir ini pandemi Covid-19 sangat berpengaruh pada keberlangsungan bisnis UMKM batik dan berdampak pada pemiliknya maupun perajinnya. Sejauh ini, pelatihan batik telah sering dilakukan oleh BBKB, namun lebih banyak dititikberatkan pada pelatihan inovasi secara teknis dalam proses pembuatan batik. Sedangkan, pelatihan dari sisi manajemen bisnisnya masih perlu disokong oleh akademisi yang ahli di bidang ini, seperti Manajemen Sumber Daya Manusia dan Marketing terutama agar IKM ini lebih sustainable dan siap menghadapi perubahan menuju Industry 4.0. Maka dari itu, pelatihan ini akan sangat membantu BBKB dalam meningkatkan kualitas binaannya dan juga dapat meningkatkan kualitas dan nilai kompetitif para IKM binaan yang kesulitan menghadapi tantangan era new normal seperti saat ini (Sumarta & Supriyono, 2021).

Seperti yang telah disebutkan di atas, pandemi Covid-19 membawa dampak yang tidak mudah untuk dihadapi bagi para pelaku bisnis, khususnya di industri batik. Tidak sedikit para pemilik UMKM batik mengalami kerugian baik finansial, tenaga, dan waktu agar dapat mempertahankan bisnisnya di masa seperti ini. Mereka dituntut untuk lebih kreatif dan responsif terhadap situasi yang tidak menentu ini. Ada yang memproduksi masker atau barang lain yang tidak berhubungan dengan batik, menjual murah produknya, merumahkan perajinnya, sampai menutup tokonya. Hal ini tentu sangat menyedihkan, apalagi mengingat batik Indonesia merupakan salah satu warisan budaya dunia yang harus dilestarikan dan dijaga keberadaannya (Chan, 2020). Maka dari itu, dibutuhkan pengetahuan yang mumpuni untuk bisa menjadi IKM atau lebih spesifik lagi, individu yang siap menghadapi tantangan global di era new normal. Beberapa hal

yang dapat dilakukan adalah meningkatkan kualitas SDM dan kemampuan marketing secara digital. Melalui program pengabdian masyarakat ini, pelaku IKM diharapkan dapat mempersiapkan SDMnya agar lebih kreatif, kuat, dan responsif akan perubahan, serta dapat meningkatkan penjualannya melalui platform digital yang saat ini lebih diminati masyarakat terutama generasi muda, juga lebih aman dan praktis (Bisnis.com, 2020; Bisnis.com, 2021).

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan serta pelatihan bagi pemilik dan perajin yang ada di industri batik di Indonesia, terutama IKM yang berada di bawah binaan Balai Besar Kerajinan dan Batik (BBKB) Kementerian Perindustrian. Sehingga para pemilik dan perajin yang ada di industri batik di Indonesia terutama UMKM dapat bersaing dan siap menghadapi perubahan atau tantangan menuju industri 4.0 dan di era new normal (Amindoni, 2020).

Kegiatan pengabdian masyarakat ini diselenggarakan sebagai wujud solusi terhadap permasalahan terkait terbatasnya pelatihan mengenai sisi manajemen bisnisnya seperti Manajemen Sumber Daya Manusia dan Marketing terutama agar IKM ini lebih berkelanjutan dan siap menghadapi perubahan menuju Industry 4.0. Keterbatasan ini menuntut pemilik atau pengelola IKM tersebut untuk mengelola dan mempertahankan sumber daya manusia (SDM) serta meningkatkan kemampuan pemasarannya dengan mengikuti perkembangan zaman di era industri 4.0. SDM yang diharapkan dapat bersaing di Industry 4.0 adalah SDM yang memiliki kemampuan menggunakan teknologi, kreatif, kuat, dan responsif terhadap perubahan. Terlaksananya kegiatan ini juga memperhatikan kapasitas dan kemampuan dari Tim Pelaksana bidang keahlian Manajemen mengenai pengetahuan MSDM dan Digital Marketing.

METODE

Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan keilmuan yang memberikan nilai tambah bagi masyarakat. Pelatihan keilmuan berupa seminar membahas

pengelolaan sumber daya manusia dan marketing berbasis online bagi UKM Batik Binaan Balai Besar Kerajinan dan Batik Kementerian Perindustrian. Peserta akan menerima pelatihan sebanyak dua sesi, yang terdiri dari Sesi 1 mengenai Pengelolaan Sumber Daya Manusia dan Sesi 2 mengenai Digital Marketing. Di akhir acara, peserta akan dibagikan e-sertifikat sebagai apresiasi atas keikutsertaannya. Kegiatan ini akan berlangsung pada 21 Oktober 2021.

Metode yang digunakan adalah ceramah, praktek, diskusi serta tanya jawab dengan peserta pelatihan via Zoom. Metode yang digunakan adalah mendengar pemateri melalui zoom, diskusi serta tanya jawab dengan peserta pelatihan.

Kegiatan Pengabdian pada Masyarakat ini dilakukan dalam tiga tahapan, yaitu pra-kegiatan abdimas, pelaksanaan kegiatan abdimas, dan pasca kegiatan abdimas. Pra-kegiatan abdimas yang dimaksud adalah mengidentifikasi permasalahan yang ada dan diperlukan saat ini. Hasil identifikasi ini kemudian ditindaklanjuti oleh tim abdimas dengan mempersiapkan materi yang membahas tentang pengelolaan sumber daya manusia dan marketing berbasis online bagi IKM Batik Binaan Balai Besar Kerajinan dan Batik Kementerian Perindustrian dalam bentuk pelatihan keilmuan dengan memberikan nilai tambah bagi masyarakat.

Selanjutnya kegiatan pelaksanaan kegiatan abdimas berupa pelatihan keilmuan yang diberikan berupa seminar yang terbagi kedalam dua sesi, dengan sesi pertama sumber daya manusia dan sesi kedua marketing berbasis online. Materi pelatihan diberikan untuk membantu IKM lebih berkelanjutan dan siap menghadapi perubahan menuju industri 4.0. Pada tahap ini, materi berupa PowerPoint maupun video, kuisisioner, dan dokumen pendukung lainnya sudah disiapkan oleh tim abdimas. Ceramah dan diskusi adalah metode yang digunakan diikuti dengan tanya jawab peserta pelatihan.

Tahapan pasca kegiatan abdimas ini mencakup evaluasi kegiatan terutama setelah kegiatan abdimas berlangsung. Penyebaran

kuisisioner yang telah siap dilakukan kepada peserta pelatihan untuk mengetahui penilaian kegiatan abdimas apakah sudah sesuai dengan tujuan dan kebutuhan mitra sasaran atau masyarakat pelaku IKM Batik Binaan Balai Besar Kerajinan dan Batik Kementerian Perindustrian, serta mengetahui saran untuk kegiatan selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada masa new normal yang diberlakukan pemerintah Indonesia belum memungkinkan adanya sosialisasi secara tatap muka dengan massa yang banyak, sehingga pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat menggunakan media aplikasi ZOOM yang dihadiri oleh pihak BBKB dan pelaku IKM Batik Binaan Balai Besar Kerajinan dan Batik Kementerian Perindustrian. Kegiatan abdimas yang dilakukan adalah berupa pemaparan materi oleh Indira Rachmawati, S.T., M.S.M, Ph.D. Dalam pemaparannya pemateri menjelaskan mengenai materi Manajemen Sumber Daya Manusia dan Marketing khusus untuk pelaku IKM. Pembahasan marketing dalam hal ini mengenai penggunaan media sosial halaman bisnis Facebook dan Instagram. Para peserta diberikan kampanye bagaimana membuat lalu mengaktifasi pada halaman bisnis Facebook dan Instagram. Tak hanya itu, peserta juga diberikan arahan bagaimana mempromosikan iklan agar muncul di Facebook marketplace.

Saat ini penggunaan media sosial di kehidupan adalah sebagai aktualisasi diri menunjukkan siapa sebenarnya identitas dari pengguna. Kemudian selanjutnya kegiatan yang terjadi oleh pengguna adalah melakukan interaksi dan sharing untuk membuat lawan meyakini bahwa pengguna media sosial itu hadir eksis sehingga menimbulkan hubungan yang berguna untuk individu maupun kelompok yang dapat digunakan dalam bisnis di era 4.0 ini. Pada kegiatan abdimas yang dilaksanakan kali ini mengusung bagaimana penggunaan media sosial yang tepat khususnya untuk pelaku IKM Batik Binaan Balai Besar Kerajinan dan Batik Kementerian Perindustrian. Menurut data tahun 2021 yang diperoleh saat ini media sosial seperti Facebook dan Instagram masih

berada di urutan kedua penggunaan paling banyak oleh masyarakat. Lalu pemateri melakukan sosialisasi singkat menggunakan fitur bisnis yang ada di Facebook dan Instagram yang bermanfaat dalam hal pemasaran oleh para pelaku IKM.

Pemateri juga menyediakan fasilitas berupa buku digital yang dapat dibaca sewaktu-waktu oleh para pelaku UMKM sebagai ilmu menggunakan media sosial untuk pemasaran produk mereka masing-masing. Buku digital ini diserahkan langsung oleh Ibu Indira Rachmawati, S.T., M.S.M, Ph.D sebagai perwakilan dari Universitas Telkom kepada Kepala Balai Besar Kerajinan dan Batik Ibu Dra. Hendra Yetty, M.Si. Penyerahan buku digital ini dilakukan secara daring dikarenakan keadaan Indonesia yang masih darurat covid-19 sehingga belum memungkinkannya kegiatan secara tatap muka dengan jumlah orang yang banyak.



Gambar 1. Penyerahan Buku Digital Secara Daring



Gambar 1. Buku Pemasaran Melalui Media Sosial.

Program Pengabdian Masyarakat ini dievaluasi melalui kuesioner feedback terkait instruktur pelatihan dan kegiatan secara umum. Kuesioner ini disebarkan kepada peserta pelatihan setelah pelatihan selesai dilaksanakan. Hasil kuesioner dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Kuesioner Peserta

No	Butir-Butir Penilaian	STS	TS	N	S	SS
1.	Apakah materi yang diberikan secara keseluruhan telah sesuai dengan tema kegiatan ini, yaitu "SDM Industri dan Digital Marketing?"				8,3%	91,7%
2.	Apakah materi yang disampaikan oleh pemateri 1 sudah sesuai dengan kebutuhan anda?				8,3%	91,7%
3.	Apakah materi yang disampaikan oleh pemateri 2 sudah sesuai dengan kebutuhan anda?				8,3%	91,7%
4.	Apakah materi yang disampaikan bermanfaat untuk anda?				16,7%	83,3%
5.	Apakah tema "SDM Industri dan Digital Marketing" baik dibutuhkan?				8,3%	91,7%

Hasil kuisisioner menunjukkan bahwa lebih dari 90% peserta menyatakan sangat setuju bahwa materi

yang disampaikan oleh pemateri 1 dan 2 sudah sesuai dengan kebutuhan peserta. Selain itu, lebih dari 80% dari peserta merasa bahwa materi yang disampaikan sangat bermanfaat bagi mereka.

KESIMPULAN

Berjalannya kegiatan abdimas ini telah sesuai dengan maksud dan tujuan yang telah disepakati yaitu memotivasi pelaku UMKM untuk bisa menghadapi industri 4.0. Keseluruhan testimoni yang diberikan oleh peserta yang hadir dalam webinar merasa puas serta ilmu yang diberikan tersampaikan dengan baik.

Adanya kendala terhadap keterbatasan media dalam penyampaian tidak menjadi halangan yang signifikan kegiatan abdimas ini berjalan. Untuk selanjutnya saran yang penulis dapat sampaikan adalah adanya sosialisasi atau bedah buku digital tersebut agar pembaca bisa lebih memahami isi dari buku tersebut.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Telkom University, Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik. Tim penulis diberikan kebebasan untuk menuliskan kalimat ini dengan struktur yang baik.

REFERENSI

- Antara. (2020). 43 Ribu UMKM Pekalongan Terdampak COVID-19. <https://jateng.antaranews.com/berita/310156/43-ribu-umkm-pekalongan-terdampak-covid-19>. Diakses pada tanggal 25 Oktober 2021.
- Amindoni, A. (2020). Virus corona: Pendapatan usaha kecil 'pupus' akibat covid 19, pemerintah siapkan bantuan sosial untuk pekerja harian <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-52059235>. Diakses pada tanggal 28 April 2021.
- Bahtiar, R. A., & Saragih, J. P. (2020). Dampak

Covid-19 terhadap perlambatan ekonomi sektor umkm. *Jurnal Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 7(6), 19–24.

- Bahtiar, R. A. (2021). Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Serta Solusinya. *Info Singkat*, 13(10), 19-24.
- Bisnis.com (2020). Pandemi Covid-19 Bikin Ekonomi Buruk, Istana: Kita Masih Bisa Bertahan | Ekonomi. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200608/9/1249847/pandemi-covid-19-bikin-ekonomi-buruk-istana-kita-masih-bisa-bertahan>. Diakses pada tanggal 30 Oktober 2021.
- Bisnis.com (2020). Dampak Pandemi Covid-19, Ekonomi Indonesia Diperkirakan Pulih 2022. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200427/9/1233454/dampak-pandemi-covid-19-ekonomi-indonesia-diperkirakan-pulih-2022>. Diakses pada tanggal 30 Oktober 2021.
- Chan, S. P. (2020). Karena virus corona, dunia hadapi resesi yang lebih buruk daripada Depresi Besar tahun 1930-an. <https://www.bbc.com/indonesia/dunia-52295243>. Diakses pada tanggal 1 November 2021.
- Harian Kompas. (2020). Sebanyak 37.000 UMKM Terdampak Virus Corona. <https://money.kompas.com/read/2020/04/17/051200426/sebanyak-37.000-umkm-terdampak-virus-corona> Diakses pada 22 November 2021.
- Nalini, S. N. L. (2021). Dampak Dampak covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 662–669.
- Neraca. (2021). Industri Kerajinan dan Batik Terus Dipacu. <https://kemenperin.go.id/artikel/22406/Industri-Kerajinan-dan-Batik-Terus-Dipacu>., Diakses pada tanggal 10 November 2021.

- Permatasari, D. (2021). Kebijakan Covid-19 Dari PSBB Hingga PPKM Empat Level. <https://kompaspedia.kompas.id/baca/infografik/kronologi/kebijakan-covid-19-dari-psbb-hingga-ppkm-empat-level.>, Diakses pada tanggal 9 November 2021.
- Sari, R. N. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Batik Di Kabupaten Sumenep, *Ristansi Riset Akuntansi*, 1(1), 45-53.
- Sumarta, N. H., & Supriyono, E. (2021). Pendampingan Pengajuan Relaksasi Kredit Pada Umkm Terdampak Covid-19 Di Kelurahan Kauman, Surakarta, *Jurnal Budimas*, 3(1), 123-128.
- Utami, B. S. A. (2021). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Sektor UMKM di Indonesia, *Economie*, 3(1), 1-7.
- Wren-Lewis, S. (2020). The economic effects of a pandemic. In *Economics in the Time of COVID-* 19. <https://voxeu.org/content/economics-time-covid-19>. Diakses pada tanggal 22 November 2021.