



PENERAPAN GREEN MARKETING DAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM BINAAN KECAMATAN TAMALANREA

Ridwan Jamal^{1*}, Eva Fachria², Junaedi³, M. Djazman Addin S.⁴

¹Program Studi Desain Grafis (Kampus Makassar) Jurusan Desain, Politeknik Negeri Media Kreatif, Indonesia

²Program Studi Periklanan (Kampus Makassar) Jurusan Komunikasi, Politeknik Negeri Media Kreatif, Indonesia

^{3,4}Program Studi Teknik Grafika (Kampus Makassar) Jurusan Teknologi Industri, Politeknik Negeri Media Kreatif, Indonesia

Wajana64@polimedia.ac.id, eva_fachria@polimedia.ac.id, juna_edi@polimedia.ac.id,
addinsuryana@polimedia.ac.id

ABSTRAK

Masalah yang dihadapi oleh UMKM pada Kecamatan Tamalanrea yaitu meskipun mendapatkan fasilitas pinjaman lunak namun beberapa UKM kesulitan dalam mengembalikan karena usaha mereka belum menghasilkan keuntungan yang cukup. Hal ini dikarenakan para pelaku usaha seringkali tidak melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap usahanya. Selain itu, selama pandemi, pelatihan yang diberikan kepada pelaku UMKM juga terbatas, khususnya dalam hal pemasaran yang efektif. Tujuan Kegiatan pengabdian Pada Masyarakat ini untuk menciptakan metode yang friendly untuk mitra dan dapat meningkatkan penjualan produk mereka dan meningkatkan pemberdayaan ekonomi masyarakat agar mampu bersaing di pasar. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan metode One-Day Training (ODT) yang dilakukan dalam waktu satu hari. Pelaksanaan pelatihan ini melibatkan metode ceramah, demonstrasi, dan sesi tanya jawab. Dalam pelaksanaan kegiatan PkM telah dilaksanakan pada Bulan Juli 2024 yang melibatkan 40 Orang Perwakilan Pelaku UMKM Kecamatan Tamalanrea yang berjalan dengan lancar selama sehari offline dan dilanjutkan dengan pendampingan via Online dan Grup Whatsapp.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Green Marketing, Social Media, UMKM*

Abstract:

The problem faced by MSMEs in the Tamalanrea District is that although they receive soft loan facilities, some MSMEs struggle to repay because their businesses have not yet generated sufficient profits. This is because business operators often do not conduct evaluations and improvements on their businesses. In addition, during the pandemic, the training provided to MSME actors was also limited, especially in terms of effective marketing. The purpose of this community service activity is to create a friendly method for partners that can increase their product sales and enhance the economic empowerment of the community so that they can compete in the market. The method used in this community service activity is implemented using the One-Day Training (ODT) method, which is conducted in one day. The training implementation involves lectures, demonstrations, and question-and-answer sessions. In the implementation of the PkM activities, it was carried out in July 2024, involving 40 representatives of MSME actors from the Tamalanrea District, which ran smoothly for one day offline and continued with online mentoring and a WhatsApp group.

Keywords: *Digital Marketing, Green Marketing, Sosial Media, UMKM*

A. LATAR BELAKANG

Situasi Pasca pandemi Covid-19 yang masih berlangsung sejak awal tahun 2020 hingga saat ini telah memberikan dampak yang signifikan pada berbagai aspek kehidupan masyarakat. Pandemi ini mempengaruhi aspek sosial, pendidikan, budaya, dan terutama aspek ekonomi. Dampak ekonomi dapat dirasakan di semua sektor usaha, baik perusahaan berskala besar, BUMN, maupun usaha mikro milik masyarakat. Usaha Mikro dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu kelompok yang paling terdampak, seperti yang diungkapkan oleh Wakil Menteri BUMN, hal

ini disampaikan dalam sebuah forum diskusi virtual oleh Kartika Wirjoatmodjo. Dampak signifikan pada UMKM dialami oleh para pelaku UMKM pada tahun 2020 ketika pusat-pusat perbelanjaan tidak berjalan. Dampak pandemi Covid-19 ini juga dirasakan oleh UMKM dibawah naungan Kecamatan tamalanrea, Kota kakassar meskipun Covid sudah berlalu namun dampaknya masih ada hingga saat ini.

Pemasaran produk UMKM yang sebelumnya didukung melalui expo UMKM yang diselenggarakan Pemerintah Kota Makassar dan tingkat nasional juga mengalami penundaan kegiatan. Dari data hasil wawancara dan observasi dengan tokoh masyarakat dan pelaku UMKM, masalah utama yang dihadapi yaitu minimnya kompetensi pelaku UMKM dalam menelola marketing yang berbasis digital seiring perkembangan Zaman, serta struktur, bahan kemasan dan desain kemasan yang tidak menarik bagi konsumen (Wijoyo, 2020).

Maka, melalui pelatihan digital marketing, UMKM dapat melampaui batasan pemasaran yang terjadi akibat tidak adanya pameran fisik. Hal ini memungkinkan produk mereka dikenal oleh tidak hanya oleh orang-orang yang berada di sekitar lingkungan mereka, tetapi juga oleh semua orang yang dapat mengakses e-commerce. Selain itu, penting dilakukan sosialisasi mengenai desain kemasan yang menarik dan sesuai dengan tren saat ini, serta mendorong kelompok UMKM untuk menggunakan kemasan yang ramah lingkungan (Yuwinanto, 2020). Dengan demikian, kemasan yang lebih baik akan memacu peningkatan minat dan kepercayaan pelanggan/konsumen pada produk UMKM (Octasyilva, 2020).

Salah satu strategi dalam Green Marketing adalah mengadopsi kemasan yang berkelanjutan (*sustainable packaging*), dengan tujuan untuk menjaga lingkungan. Green Marketing ini merupakan kombinasi dari berbagai aktivitas pemasaran meliputi perubahan proses produksi, inovasi produk, inovasi marketing, dan restrukturisasi & redesain kemasan. Dalam konteks pengembangan masyarakat, penerapan Green Marketing ini akan fokus pada desain dan bahan material kemasan yang berperan cukup signifikan terhadap produk UMKM. Adanya Green Marketing ini akan mendukung upaya pemasaran digital, mengingat mayoritas pengguna media sosial dan e-commerce adalah generasi muda yang peduli terhadap kelestarian lingkungan (Grand, 2008).

Tim pengusul dari Politeknik Negeri Media Kreatif bekerja sama dengan Kepala Kantor Kecamatan Tamalanrea untuk mencapai kesepakatan dalam menyelesaikan permasalahan utama yang dihadapi. Tujuan kesepakatan ini adalah menciptakan metode yang *friendly* untuk mitra dan dapat meningkatkan penjualan produk mereka. Permasalahan utama yang diidentifikasi meliputi aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. Dalam hal ini, tujuan utamanya adalah meningkatkan pemberdayaan ekonomi masyarakat agar mampu bersaing di pasar.

Salah satu permasalahan yang dihadapi mitra adalah kurangnya efektivitas pengemasan yang ramah lingkungan, meskipun mereka telah melibatkan kegiatan *recycle 3R* dalam pengelolaan limbah rumah tangga. Berbagai masalah yang diidentifikasi berdasarkan aspek yang berbeda antara lain:

1. Bidang Ekonomi: Pengemasan produk masih kurang menarik dan belum mengikuti tren terkini. Selain itu, pengetahuan tentang pemasaran digital/digital marketing juga belum memadai. Hal ini berdampak pada penjualan produk yang kurang maksimal.
2. Aspek Lingkungan: Penggunaan kemasan produk masih belum memanfaatkan material yang ramah lingkungan.
3. Aspek Sosial: Kurangnya antusiasme di kalangan konsumen disebabkan oleh

persepsi bahwa penjualan produk belum cukup menarik dibandingkan dengan usaha produksinya. Selain itu, terdapat kekurangan dalam keterampilan dan kemampuan dalam mengoptimalkan pemasaran produk mereka.

Dengan mengidentifikasi permasalahan ini, diharapkan dapat ditemukan solusi yang dapat meningkatkan kinerja mitra dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan metode One-Day Training (ODT) yang dilakukan dalam waktu satu hari dengan berbagai tujuan, seperti memberikan informasi, penyegaran, gathering, workshop, atau tujuan praktis lainnya (Suharto et al., 2022). Pelatihan ini rencananya dilaksanakan pada bulan Mei di Aula Kantor Kecamatan Tamalanrea yang beralamat di Jl.Perintis Kemerdekaan No.116, Tamalanrea, Kec. Tamalanrea, Kota Makassar,, dengan dukungan beberapa panitia yang terdiri dari Tim Pengabdian, dan mahasiswa serta supporting dari Pihak Kecamatan Tamalanrea.

Metode latihan berstruktur dipilih sebagai pendekatan pembelajaran yang efektif dan efisien dalam upaya meningkatkan hasil belajar (Hayati Tukidjo, 2014). Pelaksanaan pelatihan ini melibatkan metode ceramah, demonstrasi, dan sesi tanya jawab. Dengan menggunakan ODT dan metode latihan berstruktur, diharapkan pelatihan ini mampu memberikan manfaat maksimal bagi peserta, dengan pendekatan yang praktis dan efisien dalam penyampaian materi serta interaksi yang aktif antara fasilitator dan peserta.

Strategi pelaksanaan kegiatan PkM yang dirancang agar pelaksanaan kegiatan PkM berjalan sesuai rencana dan memperoleh hasil yang sesuai dengan target yaitu: (1)Penyusunan konsep Materi Workshop “Penerapan Green Marketing Dan Digital Marketing Pada UMKM Binaan Kecamatan Tamalanrea” sebagai bekal bagi para pelaku UMKM untuk meningkatkan kualitas marketing yang ramah lingkungan dan optimal dalam hal profit.(2) Membangun keterampilan dan skill pelaku UMKM dalam hal pemasaran Produk dengan konsep Green Marketing dan Digital marketing.

Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat dalam program pelatihan dan pemberdayaan UMKM binaan Kecamatan Tamalanrea akan dilaksanakan terdiri atas beberapa tahap yang setiap kegiatan yang ini untuk memenuhi ekspektasi para mitra

UMKM. Pada gambar 3.1 berikut menunjukkan alur kegiatan yang dilaksanakan.

Gambar 1. Tahapan/ Alur Pelaksanaan PkM



C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM di Kecamatan Tamalanrea dalam menerapkan green marketing dan digital marketing. Pelaksanaan dilakukan melalui pelatihan One Day Training dan pendampingan online selama dua pekan, melibatkan 40 peserta yang merupakan perwakilan dari berbagai UMKM di daerah tersebut.

Hasil Pelatihan

1. Peningkatan Pengetahuan

Setelah pelatihan, terjadi peningkatan signifikan dalam pengetahuan peserta mengenai konsep green marketing dan digital marketing. Sebelum pelatihan, hanya 30% peserta yang memahami dasar-dasar kedua konsep tersebut. Namun, setelah pelatihan, angka ini meningkat menjadi 85%. Peserta menunjukkan pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya keberlanjutan dalam pemasaran dan bagaimana memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan visibilitas produk mereka.

2. Keterampilan Praktis

Dalam sesi pelatihan, peserta diajarkan cara merancang strategi marketing yang ramah lingkungan dan penggunaan media sosial untuk memasarkan produk. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 70% peserta merasa lebih percaya diri dalam menerapkan strategi digital marketing di UMKM mereka. Beberapa peserta berhasil membuat akun

media sosial dan merancang konten pemasaran yang sesuai dengan nilai-nilai green marketing.

3. Pendampingan Online

Pendampingan online yang dilakukan selama dua pekan setelah pelatihan memberikan kesempatan bagi peserta untuk menerapkan ilmu yang didapat. Selama periode ini, banyak peserta yang aktif bertanya dan mendapatkan umpan balik mengenai strategi pemasaran yang mereka terapkan. 60% peserta melaporkan peningkatan penjualan produk mereka setelah menerapkan strategi yang dipelajari.

Pembahasan

1. Relevansi Green Marketing

Penerapan green marketing sangat relevan bagi UMKM di Kecamatan Tamalanrea, mengingat semakin tingginya kesadaran masyarakat akan pentingnya keberlanjutan. Peserta menyadari bahwa dengan mengadopsi prinsip-prinsip ramah lingkungan, mereka tidak hanya memenuhi tanggung jawab sosial tetapi juga dapat menarik konsumen yang peduli lingkungan. Hal ini terbukti dari feedback peserta yang menyatakan bahwa konsumen lebih tertarik pada produk yang mengedepankan keberlanjutan.

2. Pemanfaatan Digital Marketing

Digital marketing memberikan kesempatan bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien. Selama pendampingan, peserta belajar untuk menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif. Penggunaan platform seperti Instagram dan Facebook terbukti meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan memperluas jaringan pemasaran. Pengukuran hasil melalui insight media sosial menunjukkan peningkatan engagement hingga 50% dalam beberapa akun yang dikelola peserta.

3. Tantangan yang Dihadapi

Meskipun banyak peserta yang menunjukkan kemajuan, masih ada beberapa tantangan yang dihadapi, seperti keterbatasan akses internet dan pemahaman teknis terkait penggunaan platform digital. Oleh karena itu, penting untuk memberikan dukungan berkelanjutan dan workshop lanjutan untuk mengatasi masalah ini.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan dan pendampingan mengenai green marketing dan digital marketing bagi pelaku UMKM di Kecamatan Tamalanrea berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka. Hasil evaluasi menunjukkan dampak positif terhadap penjualan dan pemasaran produk mereka. Keberlanjutan dan digitalisasi menjadi kunci penting dalam pengembangan UMKM di era modern ini. Diperlukan program lanjutan untuk memastikan peserta dapat terus mengembangkan dan menerapkan strategi yang telah dipelajari.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M) POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- H. ; W. Wijoyo, “Digitalisasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah,” *Pros. Semin. Nas. Kahuripan I Tahun 2020*, no. 1, pp. 9–13, 2020.
- H. P. Yuwinanto, “Pelatihan keterampilan dan upaya pengembangan UMKM di Jawa Timur,” *J. Sociol. Dialekt.*, vol. 13, no. 1, p. 79, 2020, doi: 10.20473/jsd.v13il.2018.79-87.
- Hayati Tukidjo, D. (2014). Penerapan Metode Latihan Berstruktur Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Pada Materi Operasi Bentukaljabar Di Kelas Viii Mts Negeri Palu Barat. Elektronik.
- A. R. Pratiwi Octasyilva, S. Leonita, and S. M. Damang, “Pelatihan Desain Kemasan Produk UMKM di Tangerang Selatan,” *Empower.Community*, vol. 1, no. 2, p. 41, 2020, doi: 10.31543/ecj.v1i2.356.
- J. Grant, “Green marketing,” *Strateg. Dir.*, vol. 24, no. 6, pp. 25– 27, 2008, doi: 10.1108/02580540810868041.