

PELATIHAN PEMBUATAN BLOGSPOT UMKM WARGA DESA DOHO KABUPATEN MADIUN MENGGUNAKAN SMARTPHONE

Pradityo Utomo¹⁾, Dwi Nor Amadi²⁾, Setiyo Daru Cahyono³⁾

¹Fakultas Teknik, Universitas Merdeka Madiun

email: pradityo@unmer-madiun.ac.id

²Fakultas Teknik, Universitas Merdeka Madiun

email: dwinor@unmer-madiun.ac.id

³Fakultas Teknik, Universitas Merdeka Madiun

email: cahyono.ds@gmail.com

Abstract

This training on creating blogspots for UMKM residents of Doho Village, Madiun Regency, East Java, aims to help village communities improve their economy. The production results of UMKM residents of Doho Village have the potential to be marketed digitally. Digital marketing can save capital and expand market reach. Digital marketing can utilize blogspots. To introduce blogspots, this community service activity will train UMKM actors in Doho Village. Through this training, the community can manage blogspots to promote Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) products. The activities are divided into several stages: planning, training, and evaluation. The training participants were 20 UMKM residents of Doho Village. The training materials include an introduction to digital marketing, an introduction to blogspots, and the practice of creating blogspots. The UMKM blogspots of Doho Village residents can be a flexible and easy-to-manage promotional tool and can be used independently by residents. This training resulted in a personal UMKM blogspot for Doho Village residents. Based on the activity evaluation results, the percentage of participants' understanding of the material was 62%. This proves that the UMKM actors in Doho Village are enthusiastic about learning blogspots.

Keywords: training, UMKM blogspot, promotion, smartphone

1. PENDAHULUAN

Indonesia memiliki potensi perekonomian yang sangat besar, terutama di sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Pelaku UMKM harus memiliki pengetahuan untuk pengembangan usahanya. Beberapa upaya pengembangan UMKM adalah pemberian sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan.

Pelaku UMKM harus memiliki strategi dalam berwirausaha. Strategi berwirausaha juga harus mencakup strategi pemasaran produk. Pemilihan strategi pemasaran harus menyesuaikan dengan perkembangan zaman dan teknologi (Asdani et al., 2022). Kegiatan lainnya adalah pelatihan untuk pengelolaan keuangan. Dalam berwirausaha, pelaku UMKM harus memahami tentang pengelolaan keuangan. Hal ini bertujuan untuk mengetahui kondisi keuangan, dan untuk mengetahui keuntungan usaha (Rachmaniyah et al., 2024).

Beberapa UMKM dapat menghasilkan produk yang berkualitas, namun UMKM

memiliki keterbatasan dalam pemasaran produk. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Sehingga, UMKM kurang mampu memaksimalkan pendapatan dan pengembangan usaha.

Seiring perkembangan teknologi informasi, pelaku UMKM juga dapat menggunakan teknik digital marketing untuk pengembangan usaha. Teknik digital marketing dapat membantu pelaku UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Rachmaniyah et al., 2024). Digital marketing juga dapat disebut sebagai internet marketing. Karena proses promosi produk dan jasa menggunakan media internet (H. Utomo et al., 2024). Salah satu teknik digital marketing adalah *e-commerce*. Teknik ini memadukan antara jual beli dengan media internet. Dimana, internet dapat membantu komunikasi antara penjual dan pembeli tanpa harus bertemu secara langsung (Kusmana & Ali,

2022). Teknik *e-commerce* dapat menggunakan website jual beli yang telah beroperasi. Website tersebut dapat digunakan untuk menjual dan membeli produk, seperti platform market place (Purba et al., 2023; Sihotang et al., 2024).

Desa Doho, Kecamatan Dolopo, Kabupaten Madiun merupakan salah satu wilayah yang memiliki cukup banyak para pelaku UMKM. Untuk peningkatan ekonomi UMKM Desa Doho, beberapa strategi telah dilakukan, antara lain kegiatan sosialisasi dan pelatihan. Kegiatan-kegiatan tersebut diharapkan mampu menambah pengetahuan dan wawasan untuk pelaku UMKM Desa Doho.

Kegiatan sosialisasi *e-commerce* pernah dilakukan di Desa Doho pada tahun 2017. Kegiatan tersebut mengajarkan teknik pemasaran secara online bagi pelaku UMKM. Salah satu media online adalah *whatsapp* dan *marketplace*. Pelaku UMKM dapat menggunakan media-media tersebut untuk pemasaran produk. Pemasaran secara online dapat menjangkau pasar yang lebih luas daripada pemasaran secara offline (P. Utomo, 2017). Walaupun media online dapat membantu optimasi pemasaran, namun pelaku UMKM hanya dapat menggunakan media-media tersebut. Pelaku UMKM tidak dapat manajemen media untuk pemasaran digital. Manajemen media pemasaran menjadi salah satu faktor keberhasilan usaha. Untuk itu, pelaku UMKM harus menambah pengetahuan, khususnya tentang media pemasaran digital yang dapat dimanajemen secara mandiri.

Blogspot adalah salah satu media digital marketing. Pemanfaatan *blogspot* dapat membantu pelaku UMKM untuk pemasaran digital. Pelaku UMKM juga dapat manajemen *blogspot* secara personal. Sehingga, pelaku UMKM dapat merasakan seperti memiliki toko personal dengan desain yang sesuai keinginan.

Pembuatan blog dapat menjadi solusi untuk meningkatkan promosi. Karena blog dapat memberikan informasi secara digital (Hermawati et al., 2024; Pandie et al., 2024). Untuk itu, kegiatan pelatihan pembuatan *blogspot* UMKM harus dilaksanakan di Desa Doho untuk upaya peningkatan kesejahteraan dan perekonomian pelaku UMKM.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1. Digital marketing

Digital marketing merupakan salah satu teknologi promosi perdagangan secara digital atau online. Teknik ini memiliki beberapa keuntungan, antara lain jangkauan pasar semakin luas dan tidak memerlukan lahan untuk berjualan. Digital marketing dapat memanfaatkan media-media digital, seperti Facebook, Instagram, atau Whatsapp (Rachmaniyah et al., 2024).

2.2. Blogspot

Blogspot adalah media digital yang dapat digunakan untuk mempromosikan sesuatu, seperti produk hasil usaha. Media ini tergolong efektif untuk media promosi digital. Secara pengelolaan, blogspot mirip seperti website. Karena pemilik blogspot dapat mengelola blognya secara personal (Aisah & Fitriana, 2025). Pemilik blogspot dapat manajemen blogspot selama 24 jam sehari. Penjual dapat memberikan informasi produk dan jasa secara rinci dan online (Tristiarto & Wahyudi, 2018).

3. METODE

Pelaksanaan kegiatan pelatihan pembuatan blogspot UMKM di Desa Doho, Kecamatan Dolopo, Kabupaten Madiun melalui beberapa tahapan. Setiap tahapan kegiatan ini harus dilaksanakan dengan optimal untuk mencapai hasil pengabdian masyarakat dan menambah wawasan masyarakat, khususnya pelaku UMKM. Tahapan dari kegiatan pelatihan pembuatan blogspot UMKM di Desa Doho, Kecamatan Dolopo, Kabupaten Madiun dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur pelaksanaan

Pada tahap perencanaan, tim pelaksana melakukan perencanaan untuk persiapan pelatihan. Salah satu kegiatan perencanaan adalah mempersiapkan materi untuk pelatihan, meliputi pengenalan blogspot sebagai media digital marketing dan pembuatan blogspot. Setelah tahap perencanaan selesai, kemudian tim pelaksana melaksanakan pelatihan kepada para pelaku UMKM di Desa Doho. Peserta juga diminta untuk langsung mempraktekkan

materi pembuatan blogspot. Praktek pembuatan blogspot menggunakan smartphone. Karena peserta diasumsikan telah memiliki smartphone, dan sudah familiar untuk pemanfaatannya. Setelah selesai pelatihan, tim pelaksana mengevaluasi hasil kegiatan pelatihan untuk mengetahui keberhasilan kegiatan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas hasil-hasil dan pembahasan dari kegiatan pengabdian masyarakat tentang pembuatan blogspot UMKM desa Doho. Pelatihan pembuatan blogspot UMKM dilaksanakan pada Januari 2025 di Balai Desa Doho, Kecamatan Dolopo, Kabupaten Madiun. Pelatihan ini diawali oleh perencanaan, dan diakhiri oleh evaluasi.

4.1. Hasil Tahapan Perencanaan

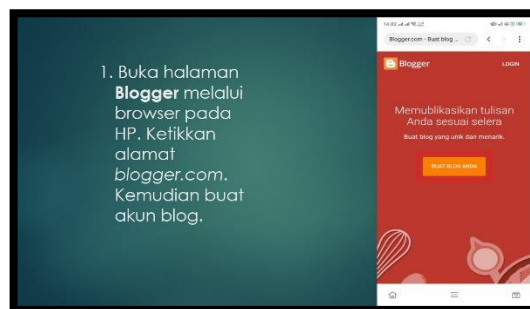
Pada tahap perencanaan, tim pelaksana mempersiapkan materi pelatihan. Materi pertama adalah pengenalan blogspot UMKM sebagai media digital marketing, dan materi kedua adalah praktek membuat blogspot. Beberapa materi pengenalan blogspot UMKM sebagai media digital marketing antara lain :

- a. Pengertian blogspot untuk UMKM
- b. Keuntungan blogspot untuk UMKM
- c. Strategi konten pada blogspot untuk UMKM
- d. Urgensi blogspot untuk UMKM
- e. Contoh blogspot UMKM
- f. Fitur-fitur blogspot UMKM

Selain pengenalan blogspot, tahap perencanaan juga mempersiapkan materi tentang tutorial pembuatan blogspot UMKM. Beberapa tampilan materi pelatihan dapat dilihat pada Gambar 2 dan Gambar 3.



Gambar 2. Materi pengenalan blogspot



Gambar 3. Materi tutorial pembuatan blogspot

4.2. Hasil Tahapan Pelatihan

Pada tahap pelatihan, peserta pelatihan mempelajari materi-materi tersebut. Materi-materi tersebut disampaikan oleh dua pemateri. Penyampaian materi dapat ditunjukkan oleh Gambar 4.



Gambar 4. Penyampaian materi digital marketing

Materi pertama adalah tentang digital marketing. Pemateri menyampaikan pengertian dan teknik-teknik secara umum terkait digital marketing. Kemudian, pelatihan dilanjutkan oleh pemateri kedua. Materi kedua adalah tentang pengenalan blogspot sebagai media digital marketing. Penyampaian materi blogspot dapat ditunjukkan pada Gambar 5.



Gambar 5. Penyampaian materi blogspot

Kemudian peserta mempraktekkan pembuatan blogspot. Peserta dapat menggunakan smartphone untuk membuat blogspot UMKM. Saat peserta memulai mengakses blogspot dengan smartphone, maka smartphone akan menampilkan tampilan awal

blog. Tampilan awal blog dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Tampilan awal blog pada smartphone

Berdasarkan Gambar 6, peserta dapat login terlebih dahulu. Untuk dapat masuk sistem, peserta dapat menggunakan email *google* masing-masing. Kemudian peserta dapat mengelola blogspot UMKM masing-masing. Beberapa materi tentang manajemen blogspot yaitu :

- a. Mengelola artikel di blog
- b. Mengelola tema blog
- c. Mengelola layout blog

Praktek pembuatan blogspot mengacu materi-materi tersebut. Tampilan salah satu blog dari hasil praktek dapat ditunjukkan pada Gambar 7.



Gambar 7. Tampilan blogspot UMKM dari hasil praktek

Gambar 7 telah menampilkan salah satu tampilan blogspot UMKM yang telah dibuat. Blog tersebut sudah berisi konten dan gambar untuk promosi. Selain itu, tema blog tersebut juga telah disesuaikan oleh peserta. Pembuatan blog juga didampingi oleh pemateri dan tim pelaksana. Praktek pembuatan blog dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Praktek membuat blogspot UMKM

Gambar 8 telah menampilkan proses praktek pembuatan blogspot UMKM. Pembuatan blogspot UMKM menggunakan smartphone, sehingga peserta dapat mengikuti dengan mudah. Dimana, semua peserta juga telah memiliki smartphone.

4.3. Hasil Tahapan Evaluasi

Setelah praktek membuat blogspot, kemudian tahapan dilanjutkan ke tahap evaluasi. Tahapan evaluasi menggunakan

metode survei kuisioner. Kuisioner berisi tentang pemahaman terhadap materi dan praktek pada pelatihan pembuatan blogspot UMKM. Tampilan kuisioner yang digunakan pelatihan ini dapat dilihat pada Gambar 9.

EVALUASI KEPEMAHAMAN MATERI
"Pelatihan Pembuatan Blogspot UMKM Warga Desa Doho"

Nama :

Nama Usaha :

Pilih salah satu dengan memberikan tanda silang (X) !

1. Apakah saudara dapat memahami definisi blogspot untuk digital marketing?
 - ☐ Ya
 - ☐ Tidak
2. Apakah saudara dapat membuat blogspot?
 - ☐ Ya
 - ☐ Tidak
3. Apakah saudara dapat mengelola artikel di blog?
 - ☐ Ya
 - ☐ Tidak
4. Apakah saudara dapat mengelola tema blog?
 - ☐ Ya
 - ☐ Tidak
5. Apakah saudara dapat mengelola layout blog?
 - ☐ Ya
 - ☐ Tidak

Gambar 9. Tampilan kuisioner evaluasi

Seluruh peserta mengisi kuisioner. Kemudian hasilnya menjadi acuan keberhasilan kegiatan pengabdian ini. Hasil evaluasi pemahaman peserta dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil evaluasi

No.	Skenario	Jumlah Peserta
1.	Peserta dapat memahami definisi blogspot untuk digital marketing	18
2.	Peserta dapat membuat blogspot	12
3.	Peserta dapat mengelola artikel di blog	10
4.	Peserta dapat mengelola tema blog	11
5.	Peserta dapat mengelola layout blog	11

Berdasarkan Tabel 1, sebanyak 18 dari total 20 peserta dapat memahami definisi blogspot untuk digital marketing. Sehingga, keberhasilan pelatihan terhadap skenario 1 adalah sebesar 90%. Sebanyak 12 dari 20 peserta dapat membuat blogspot. Sehingga,

keberhasilan pelatihan terhadap skenario 2 adalah sebesar 60%. Sebanyak 10 dari 20 peserta dapat mengelola artikel di blog. Sehingga, keberhasilan pelatihan terhadap skenario 3 adalah sebesar 50%. Sebanyak 11 dari 20 peserta dapat mengelola tema dan layout blog. Sehingga, keberhasilan pelatihan terhadap skenario 4 dan 5 adalah sebesar 55%. Secara keseluruhan, hasil evaluasi kegiatan menunjukkan keberhasilan. Karena prosentase pemahaman peserta sebesar 62%. Hal ini menunjukkan bahwa lebih dari setengah peserta forum dapat memahami materi yang disampaikan.

Keberhasilan ini juga sama baiknya dengan kegiatan pelatihan pembuatan blogspot yang telah dilakukan untuk beberapa bidang. Perbandingan keberhasilan pelatihan blog dalam beberapa bidang dapat ditunjukkan oleh Tabel 2.

Tabel 2. Keberhasilan pelatihan blogspot

No	Tujuan Pelatihan	Bidang	Keterangan
1.	Pelatihan blogspot untuk pemasaran <i>homestay</i> (Pandie et al., 2024)	Kewira-usahaan	Berhasil
2.	Pelatihan blogspot personal <i>branding</i> (Hermawati et al., 2024)	Organi-sasi	Berhasil
3.	Pelatihan blogspot UMKM	Kewira-usahaan	Berhasil

5. SIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan, pengabdian masyarakat tentang pelatihan pembuatan blogspot UMKM warga Desa Doho, Kabupaten Madiun, Jawa Timur dapat dikatakan berhasil. Keberhasilan mencakup kelancaran setiap tahap kegiatan, mulai dari perencanaan, pelatihan, dan evaluasi. Pelaksanaan tahap perencanaan berjalan dengan lancar, materi-materi yang dipersiapkan juga sesuai kebutuhan. Pelaksanaan pelatihan juga sangat lancar. Hal ini terbukti dari antusiasme peserta dan

dukungan dari pemerintah Desa Doho. Pelaksanaan tahap evaluasi juga berjalan dengan baik. Selain itu, hasil evaluasi juga menunjukkan lebih dari setengah peserta forum (62%) dapat memahami dan mempraktekkan materi yang telah disampaikan. Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM tentang digital marketing, khususnya pembuatan blogspot menggunakan smartphone. Selain itu, pelaku UMKM juga dapat memanfaatkan blogspot untuk memperluas jangkauan pemasaran produk dan meningkatkan perekonomian.

6. DAFTAR REFERENSI

- Aisah, Y. N., & Fitriana, A. V. (2025). Implementasi Pembuatan Blog Website dalam Digital Marketing sebagai Media Promosi untuk Memajukan UMKM di Desa Sukamukti. *Abdimas Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 3(2), 4747–4755.
- Asdani, A., Afiatin, Y., & Syuliswati, A. (2022). Pendidikan Kewirausahaan dan Pelatihan Strategi Pemasaran Produk pada Santri Pondok Pesantren Qodiriyah Sulaimaniah Singosari Kabupaten Malang. *J-Abdimas*, 9(1), 31–33.
- Hermawati, M., Sholihaningtias, D. N., Solihin, A. K., & Muchbarak, A. (2024). PKM Pelatihan Pembuatan Blog Dengan Blogspot Sebagai Sarana Informasi Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JAPAMAS)*, 3(1), 47–56. <https://doi.org/10.70340/japamas.v3i1.133>
- Kusmana, A., & Ali, S. (2022). Pelatihan Pengenalan E-Commerce Bagi Pelaku Umkm Di Desa Jayagiri Kecamatan Lembang Bandung Barat. *Batara Wisnu : Indonesian Journal of Community Services*, 2(1), 9–17. <https://doi.org/10.53363/bw.v2i1.64>
- Pandie, S. A., Haning, I., Tenggas, J., Da Costa, D., Soe, A., & Doroh, G. M. (2024). Pelatihan Pemanfaatan Blogspot sebagai Media Pemasaran Digital untuk Destinasi Homestay di Destinasi Pariwisata Terpencil. *Jurnal Abdi Masyarakat Vokasi (AMARASI)*, 1(2), 322–327.
- Purba, A. I., Kemal, L., & Afiah, H. (2023). Pelatihan E-Commerce Pemasaran Bagi Usaha “Tahu” di Kelurahan Dedimulyo Kabupaten Asahan Ahsana. *Ahsana: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 111–115. <https://doi.org/10.59395/ahsana.v1i3.332>
- Rachmaniyah, F., Ulfah, A., Finas, I. S., & Maulida, A. I. (2024). Pelatihan UMKM Desa Rejosari Menjadi Go Digital Melalui Digital Marketing dan Pengelolaan Keuangan Digital. *J-Abdimas*, 11(2), 287–291.
- Sihotang, D., Sipahutar, H., Sikumbang, A., Harahap, J. M., & Elvina. (2024). Sosialisasi Strategi Pemasaran Platform E-Commerce pada UMKM PKM di Kelurahan Pondok Batu Kecamatan Sarudik Kabupaten Tapanuli Tengah. *Juragan : Jurnal Ragam Pengabdian*, 1(3), 338–346.
- Tristiarto, Y., & Wahyudi. (2018). PKM Kelompok Umkm E-Commerce Di Kelurahan Benda Baru-Kecamatan Pamulang Tangerang Selatan. *Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Utomo, H., Maskan, M., Samboro, J., Khabibah, U., Indrianti, T., & Sudjanarti, D. (2024). Pendampingan Internet Marketing dalam Mendukung Kegiatan Promosi pada UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo Kec. Sukun Kota Malang. *J-Abdimas*, 11(2), 218–226.
- Utomo, P. (2017). Sosialisasi Pemanfaatan E-Commerce untuk Usaha Kecil Menengah di Desa Doho Dolopo Madiun. *Seminar Nasional Hasil Penelitian*, 110–122.