

## **PELATIHAN STRATEGI PEMASARAN TERPADU TERINTEGRASI DIGITAL MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL PADA UMKM KOTA SUKABUMI**

**Kokom Komariah, Leonita Siwiyanti,  
Asriyanik, Asep M.Ramdan, Risma Nurmilah**

Universitas Muhammadiyah Sukabumi

*ko2mpuspa@ummi.ac.id, leony23amr@ummi.ac.id, asriyanik263@ummi.ac.id,*

*amr37ramdan@ummi.ac.id, risma@ummi.ac.id*

### **Abstract**

The role of digitalization in the technology era at this time has become a need for the community, especially for business people in promoting their products through online platforms, social media, websites, etc., but not all business such kind of technology, they find many obstacles in promoting their products Therefore, this service is to provide training and improvement of skills in terms of integrated marketing and the use of social media through digital marketing at the Sukabumi City UMKM which is a member SEA ( Sukabumi Entrepreneur Association), The activities which were carried out through training in integrated marketing strategies and the use of social media.

*Keywords: Integrated Marketing Strategy, Social Media.*

### **Abstrak**

Peran Digitalisasi di era teknologi pada saat ini sudah menjadi kebutuhan masyarakat khususnya pelaku usaha dalam mempromosikan produknya melalui platform online, Media Sosial, Website, dll, Tetapi tidak semua pelaku usaha menggunakan teknologi tersebut, banyak hambatan yang mereka temukan dalam mempromosikan produknya oleh karena itu kegiatan pengabdian ini yaitu memberikan pelatihan dan peningkatan keterampilan dalam hal pemasaran terpadu dan pemanfaatan media sosial melalui digital marketing di UMKM wilayah Kota sukabumi yang tergabung dalam Anggota SEA (Sukabumi Entrepreneur Association), Aktivitas yang dilakukan melalui Pelatihan Strategi Pemasaran terpadu dan Pemanfaatan Media Sosial.

*Kata kunci: Strategi Pemasaran Terpadu, Media Sosial.*

### **PENDAHULUAN**

Kota Sukabumi memiliki 83.396 pelaku UMKM yang tergabung dalam Sukabumi Entrepreneur Association (SEA). Pada saat ini proses pemasaran produk UMKM rata-rata masih dilakukan secara manual ataupun menggunakan platform e-commerce yang ada secara umum, sehingga proses pemasaran produk UMKM di Kota Sukabumi belum terorganisir. Untuk lebih mengekspos UMKM sukabumi maka diperlukan sebuah

wadah khusus yang dapat digunakan sebagai wadah untuk proses pemasaran, promosi, penjualan, pelatihan dan media informasi. UMKM berperan penting terhadap peningkatan pendapatan ekonomi Dimana, lapangan pekerjaan terbuka luas dan dapat terserap dengan baik oleh UMKM. Namun, para pelaku UMKM masih sangat kurang dan tidak memiliki daya saing yang tinggi untuk meningkatkan omzet mereka. Salah satu cara untuk meningkatkan omzet

UMKM dengan menambah kualitas produk dan juga membuka peluang pemasaran melalui jejaring distribusi serta percepatan digital marketing. Sehingga perlu adanya pelatihan-pelatihan dan peningkatan keterampilan dalam hal pemasaran terpadu dan pemanfaatan media sosial melalui digital marketing.

Pemasaran merupakan dasar dari keberhasilan dalam dunia usaha, apabila produk yang dihasilkan adalah produk baru dan akan di promosikan kepada calon pembeli maka aktivitas branding merupakan kegiatan yang harus di perhatikan agar terbentuk kesadaran (Rakhmawati, 2021) sedangkan Kotler dan Keller (2000) mengatakan bahwa “Strategi pemasaran adalah logika pemasaran dan berdasarkan itu unit bisnis diharapkan untuk mencapai sasaran-sasaran pemasaran, strategi pemasaran terdiri dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran dari perusahaan”. (Sembiring, 2020)

Teknologi digital serta media informasi seringkali mengalami perkembangan . Media social adalah sarana promosi melalui media digital yang saat ini sering dilakukan pelaku usaha misalnya media sosial, website, platform online dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan karena konsumen sudah banyak yang menggunakan teknologi sebagai sarana pemenuhan kebutuhan, oleh karena itu penjual otomatis harus beralih kegiatan penjualan dan promosi digital melalui teknologi kegiatan ini akan sangat bermanfaat karena akan lebih menghemat biaya promosi dan jangkauan penjualan pun akan lebih luas, kreatifitas penjual dalam melakukan promosi sangatlah penting untuk menarik konsumen dalam keputusan pembelian, beberapa hal yang harus diperhatikan dalam

melakukan promosi adalah menonjolkan keunggulan produk dibandingkan produk ini yang akan menjadi kunci keberhasilan dalam melakukan promosi (Oribel, 2022)

Kegiatan penjualan melalui media online dapat memberi kesempatan kepada orang lain untuk mendapatkan peluang berbisnis online tanpa modal yaitu sebagai reseller, kegiatan ini akan sangat membantu percepatan penjualan produk UMKM (Maftuhah, 2019) Strategi pemasaran menggunakan teknologi merupakan kekuatan bagi pelaku UMKM untuk tercapainya penjualan secara maksimal oleh karena itu UMKM harus selalu memperkenalkan produknya melalui media digital, dengan cara ini promosi produk UMKM dapat menjangkau konsumen tepat sasaran, adapun Platform yang dapat digunakan sebagai sarana promosi, pelaku usaha dapat mempromosikannya melalui misalnya Facebook, Instagram dll platform ini akan membantu pembisnis dalam menyebarkan informasi produknya (Werdani, 2020)

Pelatihan strategi pemasaran, Terpadu dan pemanfaatan media sosial melalui digital Marketing diharapkan penjualan pelaku usaha dapat meningkat, pelaku usaha dalam mempromosikan produknya lebih kreatif sehingga kinerja UMKM Kota Sukabumi Khususnya anggota Sukabumi Enterpreuner Association (SEA) serta dapat meningkatkan perekonomian keluarga khususnya dan umumnya dapat meningkatkan perekonomian daerah

#### **METODE PELAKSANAAN**

Pelaksanaan pengabdian pelatihan strategi pemasaran terpadu terintegrasi digital ini dilaksanakan melalui Pelatihan Strategi Pemasaran

terpadu dan Pemanfaatan Media Sosial dengan tahapan sbb:

- A. Mengundang peserta pelatihan kegiatan yaitu 70 UMKM yang tergabung di Sukabumi Enterpreuner Association (SEA)
- B. Pelaksanaan pelatihan pertama yaitu memberikan pemahaman tentang pemasaran terpadu
- C. Pelaksanaan pelatihan kedua yaitu pemanfaatan media sosial dalam digital marketing

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pelatihan Strategi Pemasaran terpadu dan pemanfaatan Media social dilaksanakan menjadi 2 tahap yaitu Pelatihan Pemasaran terpadu dan Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial, Adapun Kegiatan Tahap 1 yaitu Pelatihan Strategi Pemasaran terpadu dilaksanakan pada tanggal 17 September 2022 pada kegiatan ini dihadiri oleh Dosen , Mahasiswa, Ketua dan pengurus Sukabumi Enterpreuner Association (SEA) dan UMKM yang merupakan anggota SEA, menurut Assauri (2013) strategi pemasaran yaitu pencapaian tujuan dan sasaran, yang dilakukan melalui aturan dan kebijakan yang menjadi pedoman para pelaku usaha disepanjang waktu pada tingkat usaha serta alokasinya khususnya pada pelaku usaha dalam menghadapi kondisi lingkungan para pesaing yang dapat berubah kapan pun. Sedangkan strategi pemasaran menurut Swasta (2008) merupakan sistem yang menyeluruh dalam aktivitas usaha melalui perencanaan, penetapan harga, promosi , dan pendistribusian barang dan jasa agar

dapat memenuhi dan melayani kebutuhan konsumen . kesimpulannya strategi pemasaran dapat menentukan arah pada segmentasi pasar, mengidentifikasi target pasar , positioning dan . Bauran pemasaran (marketing mix) yang meliputi produk, harga, promosi dan tempat. (Atmoko, 2018) dari kegiatan ini ada beberapa hal yang disampaikan oleh pemateri Pelatihan Strategi Pemasaran terpadu Kerjasama dengan mitra yaitu Sukabumi Enterpreuner Association (SEA) pada pelatihan ini pemateri memberikan pemahaman kepada peserta bahwa Pemasaran terpadu dapat diartikan bahwa pemasaran terpadu merupakan penggabungan upaya perusahaan atau UMKM untuk mendapatkan sekaligus melayani pelanggan, karyawan, dan pemangku kepentingan lainnya. Dalam pemasaran terpadu akan digunakan beberapa elemen penunjang, yaitu kegiatan periklanan, pemasaran tatap muka, dan lain-lain. Elemen lainnya ialah saluran komunikasi melalui media agar pesan yang disampaikan menyebar pada calon konsumen hal ini akan sangat berdampak baik untuk pelaku usaha dalam mencapai tujuan dan pengembanngan usahanya.



**Gambar 1 Penyelenggara Pelatihan Strategi Pemasaran terpadu**

Selanjutnya pelatihan tahap 2 yaitu Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial yang di adakan pada tanggal 29 Oktober 2022 dengan tema “Social

Media Marketing Gerbang Pemasaran Digital UMKM” Pada kegiatan ini bekerjasama dengan Mitra yaitu SEA dan dihadiri oleh UMKM yang merupakan anggota SEA, Media sosial berguna untuk membantu pelaku usaha dalam menjalankan promosi dan transaksi jual beli untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen cara ini dapat meminimalisir biaya promosi yang dikeluarkan oleh UMKM (Winarti, 2017) Dalam proses promosi menggunakan media social diperlukan strategi pemasaran yang tepat agar tujuan mendapatkan pasar lebih banyak lagi agar usahanya tetap berjalan dalam jangka waktu panjang (Permana, 2019)

Beberapa manfaat media sosial menurut Puntoadi (2011) sebagai berikut:

- a. Media sosial dapat dijadikan sarana untuk melakukan personal branding seperti melalui YouTube, Instagram, Facebook . dll melalui media ini orang dapat berdiskusi mengenai produk yang di branding.
- b. Hasil pemasaran yang sangat efektif hasilnya yaitu promosi melalui media sosial yang di promosikan melalui smartphone karena orang saat ini tidak banyak menonton TV , Fenomena seperti itu karena gaya hidup yang sudah menjadi kebutuhan masyarakat dalam menggunakan smartphone, melalui smart phone orang dapat melihat berbagai informasi dalam memenuhi kebutuhan hidupnya..
- c. Konsumen saat ini lebih banyak berinteraksi menggunakan Media sosial

sehingga produk yang ditawarkan akan lebih mudah dikenal oleh konsumen, disini konsumen lebih mudah berkomunikasi lebih personal menggunakan fasilitas kolom komentar untuk para pengguna media sosial, sehingga para penjual produk dapat memahami kebutuhan dan keinginan atau bahkan keluhan terhadap produk yang dipromosikan

- d. Media sosial mempunyai sifat viral. Viral menurut Puntoadi (2011) sifat viral artinya mempunyai sifat seperti virus yang mudah menular dengan cepat, informasi yang disampaikan akan menyebar dengan cepat karena media sosial konsumen dapat memberikan informasi kepada konsumen lain mengenai produk yang dipasarkan . (Fitriani, 2017).

Materi yang disampaikan adalah mengenai pemanfaatan media sosial bagi UMKM menjelaskan Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial dengan Tema “Social Media Marketing Gerbang Pemasaran Digital UMKM” dengan Pemateri Bapak Gerry Sugiran AS Founder CV. Ruhay Creative Studio dengan tema materi yaitu Jualan lewat WhatsApp Business Beliau Menjelaskan Pentingnya menggunakan WA Business dan menjelaskan tahapan pembuatan WA Business dari mulai membuat akun Business lalu melengkapi Profil Bisnis sampai pembuatan katalog untuk Produk yang akan di jual.



**Gambar 2 Pelatihan Pemanfaatan Sosial Media**



**Gambar 3 Pelatihan penggunaan media sosial kepada peserta**

## **SIMPULAN**

Dari Hasil Pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa pentingnya pemasaran online yang dilakukan oleh UMKM dengan memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produknya dan UMKM bisa memanfaatkan aplikasi yang telah dibuat yaitu <https://seapreneur.id/>, jadi bagi UMKM yang saat ini belum sepenuhnya memanfaatkan media social sebagai sarana promosi online dapat memulai dengan menggunakan aplikasi yang telah dirancang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Atmoko, T. P. (2018). STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI CAVINTON HOTEL YOGYAKARTA. *Journal of Indonesian tourism, Hospitality and Recreation*, 83-96.

Fitriani, Y. (2017). Beberapa manfaat media sosial menurut Puntoadi (2011) sebagai berikut: a. Personal branding is not only figure, it's for everyone. Berbagai media sosial seperti facebook, twitter, YouTube dapat menjadi media untuk orang b. *PARADIGMA*, 148-152.

Kotler, P., & Keller, K. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta

Maftuhah, R. (2019). Pelatihan Strategi Pemasaran Melalui Media Online Pada Produk . *Aksiyologiya*, 227-235.

Oribel, F. (2022). OPTIMALISASI MEDIA PROMOSI DIGITAL SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN . *Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Masyarakat* , 175-181.

Permana, S. D. (2019). PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA SEBAGAI STRATEGI PROMOSI BAGI SUSTAINABILITY BISNIS UMKM. *ETHOS*, 163-169.

Rakhmawati, A. (2021). Pelatihan Strategi Pemasaran Produk komoditas Unggulan Bagi Masyarakat Desa. *JAHE*, 13-17.

Sembiring, M. (2020). Pelatihan Strategi Pemasaran, Bisnis Dan Keuangan Produk Rumahan Masyarakat Desa Durian Kec. Pantai Labu. *Jurnal Abdidas*, 277-283.

Werdani, R. E. (2020). PELATIHAN PEMASARAN PRODUK HOMEMADE MELALUI . *JURNAL PENGABDIAN DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT*, 1-5.

Winarti, C. (2021). Pemanfaatan Sosial Media oleh UMKM Dalam Memasarkan. *Universitas*

Tanjungpura, 195-206.