

PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN BAGI USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DI DESA KARANGREJO KECAMATAN MANYAR KABUPATEN GRESIK

**Dewi Puspita Sari¹⁾, Nurul Istifadhoh²⁾,
Wiwik Saidatur Rolianah³⁾, Kholid Albar⁴⁾, dan Muhlis⁵⁾**

^{1,2,3,5)}Prodi Perbankan Syariah, Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Kanjeng Sepuh Gresik

⁴⁾Prodi Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Kanjeng Sepuh Gresik
1918231033@steikassi.ac.id

Abstract

Digital marketing is a market search activity and promotion or marketing of a product or brand using digital media online. This training is aimed at increasing the understanding, skills and insights of the UMKM training participants regarding digital marketing (Digital Marketing). Especially social media as a means to increase profits and sale. The training participants were attended by UMKM in karangrejo village, the method used in the training was as follows: first, the lecture method. This method is mostly used for strategies to deliver material in accordance with the training objectives described in detail by the resource persons. What is discussed, of course, depends on the topic of the material being answered. Second, discussions and various experiences. Finally, providing hands-on practice to the trainees accompanied by an account creation tutorial. One of the digital media used is business accounts on social media such as Google Business. The result obtained through these community service activities are that the UMKM participants' marketing activities are still minimal and traditional, but there are some participants who have used social media to promote UMKM products, but do not separate their business and personal accounts, and some other participants have not used social media. As a promotional medium due to limited technology.

Keywords: Digital marketing, marketing strategy, UMKM.

Abstrak

Digital Marketing adalah suatu kegiatan pencarian pasar serta promosi atau pemasaran suatu produk atau merek menggunakan media digital secara online. Pelatihan ini dengan tujuan guna menambah pemahaman, keterampilan dan wawasan para peserta pelatihan UMKM mengenai pemasaran digital (Digital Marketing). Terutama sosial media sebagai sarana untuk meningkatkan keuntungan serta penjualan. Peserta pelatihan tersebut dihadiri oleh pelaku UMKM desa karangrejo, metode yang dipakai pada pelatihan sebagai berikut : pertama, metode ceramah. Metode ini lebih banyak digunakan untuk strategi menyampaikan materi sesuai dengan tujuan pelatihan yang dijelaskan secara terinci oleh narasumber. Apa yang dibahas tentu saja tergantung pada topik materi yang dibahas. Kedua, diskusi serta berbagai pengalaman. Terakhir, memberikan praktik secara langsung pembuatan akun pada peserta pelatihan disertai dengan tutorial. Media digital yang digunakan yaitu akun bisnis yang terdapat di media sosial seperti Google Business. Hasil yang didapatkan melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut bahwa minimnya pengetahuan para peserta UMKM tentang digital marketing serta kegiatan pemasaran yang dilakukan masih sangat tradisional. Namun terdapat beberapa peserta yang sudah menggunakan sosial media untuk promosi produk UMKM, tetapi tidak memisahkan akun bisnis dan akun pribadinya, dan beberapa peserta yang lainnya belum menggunakan sosial media sebagai media promosi sebab terbatasnya teknologi.

Kata kunci: Digital Marketing, Strategi Pemasaran, UMKM.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi telah membawa banyak perubahan dalam peradaban manusia. Globalisasi yang pesat telah mempercepat perkembangan teknologi ke arah yang serba digital. Di era digital ini, masyarakat umumnya mempunyai gaya hidup yang baru tidak terlepas dari perangkat serba elektronik. Teknologi menjadi alat yang berfungsi untuk membantu sebagian besar dari kebutuhan hidup manusia. Orang-orang telah memanfaatkan teknologi guna untuk membuat pekerjaan penting agar tugas lebih mudah diselesaikan (Rosma, 2022). Menurut (Afrilia1, 2018), Perkembangan teknologi saat ini berkembang sangat pesat terutama perkembangan teknologi internet yang keberadaannya membawa dampak dan panorama dunia pemasaran.

Menurut Digital marketing dapat dideskripsikan kegiatan riset pasar dan periklanan yang dilakukan dengan memanfaatkan media online digital seperti media sosial. Dimana dunia sosial media ini tidak hanya orang dan perangkat yang dapat terhubung, tetapi banyak orang diseluruh dunia yang dapat terhubung (Mustika, 2019). Pemasaran digital mencakup pemasaran yang bersifat interaktif dan terintegrasi yang memfasilitasi interaksi antara pembeli, produsen, serta perantara pasar (Purwana ESD, Rahmi, 2017). Pemasaran digital melalui media online tidak hanya bermanfaat untuk pemasar dalam menyederhanakan serta memperluas lingkup pemasarannya, tetapi sangatlah membantu mereka karena memudahkan konsumen maupun pelaku usaha untuk memilih serta memperoleh informasi tentang produk pemasaran yang mereka butuhkan sehingga konsumen lebih mudah memesan dan membeli produk

tersebut. Internet mempunyai beberapa daya tarik serta manfaat untuk organisasi dan konsumen. Mungkin karena internet berpotensi dengan cepat untuk menjangkau area yang lebih luas guna menyebarkan informasi secara global (Anwar, 2020).

Di era seperti saat ini, para mitra harus bisa memanfaatkan dan mengelolah media digital sebagai bagian dari upaya untuk memasarkan produk UMKM supaya konsumen lebih mengenal produk yang diproduksi oleh para UMKM (Idris yanto Niode, 2009). UMKM adalah tempat yang baik untuk menciptakan lapangan pekerjaan yang produktif. UMKM yang mengakses online, berpartisipasi dalam jejaring sosial, serta mengasah keterampilan *e-Commerce* mereka pada umumnya akan menuai keuntungan dan manfaat bisnis yang signifikan dalam hal peluang kerja, pendapatan, inovasi, serta daya saing. informasi, terutama tentang media digital, dan mereka tidak memahami manfaat dan peran besar dari penggunaan media digital tersebut (Rahmatul Jannatin N , M. Wahyu Wardhana, , Rudi Haryanto, 2020).

Menurut (Ridwan, 2019). Salah satu platform media yang paling banyak digunakan untuk pemasaran digital adalah GoogleBisnis. Google Bisnis adalah aplikasi gratis yang Mudah di gunakan UMKM menemukan bisnis di berbagai layanan Google seperti *Google search* dan Maps.

Ada beberapa UMKM yang terdapat pada desa Karangrejo salah satunya yaitu Kopi Bubuk Asli Cap Abahe Kopi. Kopi Bubuk Asli Cap sebagai Salah satu UMKM yang sampai saat ini masih aktif dalam melakukan produksi. Namun, upaya pemasarannya masih minim dan sangat tradisional. Maka dari itu, harus

diadakan pelatihan akan pentingnya pemanfaatan dan penggunaan digital marketing agar meningkatkan pemasaran produk, keuntungan dan memperluas cakupan tujuan bisnisnya serta mendukung aktivitas penjualan yang semakin baik.

metode tersebut secara tidak langsung membuka pola pikir peserta pelatihan bahwa teknologi dapat digunakan sebagai alat pemasaran. Konsep pemasaran melalui media sosial umumnya dilakukan yaitu pembeli dapat melihat produk secara langsung dan telah memberikan alamat dan kontak di media sosial guna untuk melakukan pemesanan.

Berdasarkan deskripsi masalah tersebut, dapat kita simpulkan bahwa Digital Marketing sangat penting bagi UMKM. Dengan melakukan KKN-T didesa Karangrejo dimana dalam kegiatannya dari sisi digital marketing khususnya marketplace, banyak para mitra yang masih awam dalam memahami dan tata cara menggunakannya. Hal ini dapat disebabkan oleh banyak faktor. Oleh karena itu kelompok KKN-T STEI Kanjeng Sepuh mengambil suatu tindakan yang dapat membantu mengatasi permasalahan tersebut dengan mengadakan suatu program kegiatan Sosialisasi dan pelatihan pemanfaatan Digital Marketing guna meningkatkan perekonomian didesa Karangrejo.

METODE

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan sebagai berikut :

1. Dengan menerapkan metode ceramah dan diskusi adalah salah satu dari banyak metode. Metode ceramah lebih banyak digunakan

untuk strategi menyampaikan materi sesuai dengan tujuan pelatihan yang dijelaskan secara terinci oleh narasumber. Apa yang dibahas tentu saja tergantung pada topik materi yang dibahas. metode ceramah sangat sering dipakai dalam kesempatan sebab metode tersebut tidak membutuhkan banyak modal dan peralatan. Hanya megutamakan *Material* dan *Skills* yang menyampaikan pesan tentang peran pentingnya digital marketing dalam pengembangan kegiatan UMKM, terutama untuk memperkuat kegiatan promosi. Konferensi tersebut juga menampilkan beberapa contoh UMKM yang telah berhasil dalam menggunakan serta memanfaatkan media digital sebagai kegiatan promosi. Oleh karena itu, para peserta pelatihan diharapkan menyadari pentingnya memanfaatkan digital marketing saat ini.

2. Memberikan praktik secara langsung dengan masyarakat khususnya peserta pelatihan disertai dengan tutorial pembuatan akun. media digital yang digunakan yaitu akun bisnis yang terdapat di sosial media seperti GoogleBisnis. Pemberian arahan juga harus dengan pengetahuan tentang tata cara mengoptimalisasi semua fungsi layanan yang tersedia di media digital tersebut.

Berikut ini beberapa alat serta bahan yang akan digunakan adalah:

1. Laptop dan LCD monitor, beserta layar proyektor digunakan untuk menampilkan beberapa materi pelatihan berupa ceramah dan tutorial langsung untuk pelaku UMKM.
2. Gadget seperti handphone yang disertai dengan paket data atau internet. Hp sangat berfungsi untuk mengakses sosial media guna membuat akun peserta UMKM tersebut.

Prosedur pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini antara lain :

1. Koordinasi bersama para mitra, kegiatan ini dilakukan guna menyusun jadwal pada kegiatan tersebut
2. Persiapan pengarahannya serta pelatihan bagi pelaku UMKM
3. Penyuluhan tentang strategi pemasaran
4. Pelatihan memanfaatkan digital marketing

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul “Penerapan Digital marketing sebagai Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dilaksanakan pada hari sabtu 13 agustus 2022 di desa karangrejo oleh Mahasiswa KKN-T sekolah tinggi ekonomi islam kanjeng sepuh gresik berupa laporan hasil kegiatan pelaksanaannya sebagai berikut :

1. Koordinasi serta sosialisasi dengan pelaku UMKM pada hari kamis, 4 agustus 2022 untuk menentukan secara pasti lokasi, tanggal, dan waktu yang tepat untuk memaksimalkan dan menargetkan penyampaian

materi pelatihan. Tanggal yang ditentukan yaitu sabtu, 13 agustus pukul 08.30 – selesai. Tanggal serta waktu yang ditentukan sesuai dengan keinginan para pelaku UMKM sebagai peserta pelatihan.



Gambar 1. Koordinasi ke RT dan Pendataan pelaku UMKM desa Karangrejo.



Gambar 2. Sosialisasi umkm warga desa karangrejo

2. Persiapan pelatihan dan pembekalan dimulai dari tanggal 04 -13 Agustus 2022. Beberapa hal yang harus dipersiapkan berupa materi yang akan disampaikan dalam sesi ceramah, persiapan narasumber, materi yang di cetak untuk dibagikan kepada peserta pelatihan. menata tempat kegiatan, menyiapkan penyusunan daftar hadir peserta, perlengkapan, konsumsi, dan lain-lain.



Gambar 3. Persiapan pembekalan dan pelatihan

3. Sesi pelatihan pertama pada pukul 09.00 tanggal 13 agustus 2022 WIB berupa pemaparan materi tentang tentang peran pentingnya digital marketing dalam pengembangan kegiatan UMKM yang di sampaikan narasumber. Sesi pertama berlangsung selama 30 menit kemudian dilanjutkan dengan tanya-jawab. Pukul 10.30 pada hari yang sama diadakan pelatihan kedua berupa pemberian praktek dan tutorial membuat akun beserta tata cara mengelola dengan baik dan optimal, Pelatihan tersebut dihadiri oleh 20 UKM dari Desa Karangrejo.



Gambar 4. Nasasumber memberi Materi Pelatihan, Tutorial dan praktik Pembuatan dan Pengelolaan media digital

4. Terakhir kegiatan pelatihan diakhiri dengan foto bersama serta ucapan terima kasih dari panitia pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat kepada peserta dengan harapan agar pelatihan yang diberikan bisa bermanfaat bagi kemajuan usaha UMKM ke depannya.



Gambar 5. Foto Bersama Narasumber, panitia pelaksana dan peserta pelatihan

Solusi dan hasil yang diperoleh melalui kegiatan pengabdian masyarakat “Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran bagi Usaha Mikro Kecil Menengah di Desa Karangrejo Kecamatan Manyar Kabupaten Gresik” sebagai berikut :

1. Memberikan pelatihan memanfaatkan serta mengelola digital marketing sebagai alat promosi untuk produk komersial. Pemasaran digital telah berkembang pesat sejak penggunaan internet menjadi populer. Tingkat penggunaan ini Dipicu oleh kehadiran smartphone yang sangat terjangkau harganya. Namun, penggunaan digital marketing ini belum terlalu meluas di kalangan pengusaha khususnya UMKM di desa Karangrejo.. Sebagian besar UMKM di desa Karangrejo ini beranggapan bahwa digital marketing sebagai tempat terjadinya transaksi, yang sangat berbeda dengan deskripsi digital marketing yang sebenarnya.

Karena digital marketing berguna untuk pemanfaatan seluruh sumber daya internet sebagai wadah

untuk memberikan informasi tentang produk-produk UMKM. Sehingga pelaku usaha memiliki jangkauan pasar yang semakin luas. Dengan demikian penjualan produk UMKM di desa Karangrejo juga meningkat. Selain itu, kontribusi juga dihadirkan dalam bentuk contoh dari UMKM yang telah memanfaatkan dan mengelolah digital marketing yang relevan. Tujuan dari penelitian tersebut untuk memberikan solusi atas permasalahan yang telah dihadapi oleh pelaku UMKM yaitu kurangnya pemahaman, kapasitas serta pengetahuan tentang pentingnya digital marketing menjadi sarana untuk memaksimalkan kegiatan pemasaran UMKM

2. Memberikan praktik secara langsung dengan masyarakat khususnya peserta pelatihan disertai dengan tutorial pembuatan akun. Sosial media yang digunakan salah satunya yaitu GoogleBusiness. Peserta pelatihan akan mendapatkan tutorial dan praktik membuat akun media digital dan mengoptimalkan media digital untuk sarana promosi guna menjangkau pemasaran agar target pasar lebih luas supaya dapat mendorong penjualan produk yang lebih meningkat.

SIMPULAN

UMKM merupakan pilar terpenting dalam sektor ekonomi pada Indonesia karena berperan penting dalam mendukung pertumbuhan perekonomian Indonesia. Namun, ditengah digitalisasi yang pesat, masih banyak para mitra yang masih awam serta minimnya pengetahuan tentang memahami manfaat beserta peran besar dalam menggunakan teknologi khususnya penggunaan media digital sebagai digital marketing. Hasil yang dicapai dari kegiatan pengabdian masyarakat tersebut dengan mengadakan pelatihan kepada peserta

pelatihan UMKM desa Karangrejo tentang cara penggunaan, pengelolaan, serta memanfaatkan digital marketing dalam memasarkan produk komersial. Selanjutnya, narasumber memberikan peserta pelatihan UMKM tutorial beserta praktek membuat akun dan tata cara mengoptimalkan media digital sebagai alat promosi agar berpotensi memiliki peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas guna menghasilkan tingkat penjualan agar semakin meningkat dan mendapat keuntungan yang lebih besar.

Saran

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut, kami menyadari masih banyak kekurangan, sehingga perlu dilakukan langkah-langkah perbaikan. Oleh karena itu, saran depannya yaitu sebaiknya pemanfaatan serta penggunaan digital marketing supaya ditindaklanjuti melalui pembinaan secara berkala agar lebih efektif serta optimal mendukung upaya keberhasilan aktivitas pemasaran yang sukses dari para pelaku UMKM dan bisa meningkatkan keuntungan penjualan produk UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat terlaksana berkat partisipasi, peran serta bantuan dari berbagai pihak. Ucapan terima kasih pada seluruh pemerintah Desa Karangrejo Manyar Gresik yang telah menyediakan fasilitas serta selalu memberikan *support* kepada kami selama melaksanakan KKN-T di desa Karangrejo, para UMKM desa Karangrejo yang bersedia menjadi mitra pengabdian. Serta seluruh pihak yang sudah membantu terlaksananya kegiatan ini. Khususnya para pihak sponsor telah memberikan kontribusi dari segi finansial maupun kontribusi berupa

materi yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu sehingga kegiatan yang telah kami laksanakan dapat terlaksana dengan baik dan maksimal. Semoga kegiatan tersebut dapat memberikan manfaat kepada seluruh masyarakat desa Karangrejo.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia1, A. M. (2018). *Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi*. *Jurkom, Riset Komunikasi*, 1(1).
- Anwar, M. N. dan S. (2020). *PENERAPAN DIGITAL MARKETING BAGI USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KELURAHAN KARANGMALANG KECAMATAN INDRAMAYU KABUPATEN INDRAMAYU*. *JURNAL INVESTASI*. 6, 87–102.
- Idris yanto Niode. (2009). *Sektor UMKM di Indonesia: Profil, Masalah, dan Strategi Pemberdayaan*, *Jurnal kajian Ekonomi dan Bisnis*. 1(1979–1607), 1–10.
- Mustika, M. (2019). *Penerapan Teknologi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran Snack Tiwul*. *JSAI (Journal Scientific and Applied Informatics)*, 2(2), 165–171. <https://doi.org/10.36085/jsai.v2i2.352>.
- Purwana ESD, Rahmi, A. S. (2017). *Pemanfaatan Digital marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*. *JPMM*. 1(1). doi : doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01.
- Rahmatul Jannatin N , M. Wahyu Wardhana, , Rudi Haryanto, dan A. P. (2020). *PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UMKM*. *Impact*, 2.
- Ridwan, I. M. D. (2019). *Penerapan Digital marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan “WAGE” Bandung*. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2.
- Rosma, D. (2022). *PERAN DIGITAL MARKETING BAGI PERKEMBANGAN USAHA MIKROKECIL DAN MENENGAH (UMKM) DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (studi pada UMKM Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan) (Lampung Selatan : UIN RADEN INTAN LAMPUNG*.