

## **PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING MELALUI PLATFORM MEDIA SOSIAL PADA KM ALUMINIUM SOROSUTAN YOGYAKARTA**

**Dwi Annisa Rismawati, Arif Sapta Yuniarto**

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan  
*dwi1900012071@webmail.uad.ac.id.*

### **Abstract**

The development of information technology can be used as a marketing strategy. The use of the internet has helped a lot in all aspects of life, business is no exception. Social media is a medium for distributing information in everyday life. MSMEs are owned that must be able to survive with technological developments. The application of digital marketing to MSMEs have not been carried out evenly. This problem occurs because of the lack of understanding of MSME actors in implementing digital marketing. KM Aluminium is one of the SMEs experiencing these problems. KM Aluminium is one of the MSMEs engaged in aluminum printing which is still doing marketing using conventional. KM Aluminium haven't penetrated yet digital marketing because of the lack of knowledge about digital marketing. Existing problems can be overcome by doing community service to KM Aluminium in the form of digital assistance marketing. The methods used in these assistance lectures, tutorials and discussions. The mentoring took place on June 18, 2022, July 3, 2022, and July 15, 2022. This community service resulted in an increased understanding of the assisted partners after understanding the material presented and being able to simulate the use of social media to implement digital marketing. The results of the assistance carried out can also be seen during the evaluation, when the assisted partners begin to gradually use the features in social media applications to do marketing.

*Keywords: digital marketing, social media, KM Aluminium*

### **Abstrak**

Perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan sebagai strategi pemasaran. penggunaan internet telah banyak membantu semua aspek kehidupan, tidak terkecuali dalam bisnis. Media sosial menjadi wadah distribusi informasi dalam kehidupan sehari-hari. UMKM merupakan usaha milik perseorangan yang harus mampu bertahan dengan adanya perkembangan teknologi. Penerapan digital marketing pada UMKM belum dilakukan secara merata. Masalah ini terjadi karena kurangnya pemahaman para pelaku UMKM dalam menerapkan digital marketing. KM Aluminium adalah salah satu UMKM yang mengalami permasalahan tersebut. KM Aluminium merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang percetakan aluminium yang masih melakukan pemasaran dengan metode konvensional. KM Aluminium belum merambah pemasaran secara digital karena minimnya pengetahuan mengenai digital marketing. Permasalahan yang ada dapat diatasi dengan melakukan pengabdian kepada masyarakat kepada KM Aluminium dalam bentuk pendampingan Digital Marketing. Metode yang digunakan dalam pendampingan ini yaitu ceramah, tutorial dan diskusi. Pendampingan berlangsung pada tanggal 18 juni 2022, 3 juli 2022, dan 15 juli 2022. Pengabdian kepada masyarakat ini memberikan hasil berupa pemahaman mitra dampingan yang meningkat setelah memahami materi yang disampaikan dan dapat melakukan simulasi penggunaan media sosial guna menerapkan digitalisasi marketing. Hasil dari pendampingan yang dilakukan juga dapat dilihat saat evaluasi berlangsung. Ketika mitra dampingan mulai sedikit demi sedikit menggunakan fitur yang ada dalam aplikasi sosial media untuk melakukan pemasaran.

*Kata kunci: digital marketing, media sosial, KM Aluminium.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dewasa ini telah demikian berkembang dengan pesat. Internet menjadi media pemberi informasi di berbagai belahan dunia. Perkembangan internet mempengaruhi seluruh aktivitas negara-negara di dunia tidak terkecuali di negara Indonesia. Berdasarkan data yang dilansir dalam We Are Social, sebuah agensi digital marketing di Amerika, menyebutkan bahwa di Indonesia pada tahun 2019 pengguna internet mencapai 150 juta jiwa dengan penetrasi 56 persen yang ada di seluruh wilayah (aptika.kominfo.go.id).

Laju perkembangan teknologi informasi berdampak positif dalam kehidupan manusia. Penggunaan internet di era sekarang menjadi sesuatu yang sangat dibutuhkan dalam menjangkau informasi. Perkembangan internet merambah ke semua aspek kehidupan. Internet menyediakan informasi bukan hanya tentang sains atau pengetahuan tetapi juga informasi tentang kegiatan bisnis, kesehatan, fashion dan makanan. Dengan sistem pencarian internet search engine, situs pencarian informasi pengguna internet dapat menemukan dengan mudah alternatif dan pilihan informasi yang diperlukannya dengan mengetikkan kata kunci di form yang disediakan (Akhmad, 2015).

Salah satu implementasi penggunaan internet yang sangat sering kita gunakan dalam kehidupan sehari-hari adalah pemakaian platform media sosial. Media sosial adalah hasil perkembangan dari teknologi web baru berbasis internet, yang memudahkan bagi setiap orang untuk dapat berkomunikasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara online (Akhmad, 2015). Media sosial merupakan wadah berbasis internet

sebagai sarana berlangsungnya interaksi dan juga distribusi informasi dengan sesama masyarakat sosial. Platform facebook dan Instagram merupakan platform media sosial yang paling banyak digunakan. Berdasarkan survei puslitbang Aptika-IKP Kemkominfo, facebook merupakan platform media sosial yang paling banyak dimiliki responden dengan persentase 91,62 persen dan instagram merupakan platform media sosial kedua yang dimiliki responden dengan persentase 44,87 persen (aptika.kominfo.go.id).

Menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 pasal 1 ayat (1), "Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini". Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan salah satu usaha milik perseorangan yang harus mampu bertahan serta mengembangkan pemasaran dengan memanfaatkan perkembangan teknologi. Strategi pemasaran yang dilakukan menjadi tolak ukur berkembangnya sebuah UMKM. Menurut Manggu & Beni yang dikutip oleh Awang Surya & Winarso, 2022, unsur vital bagi perusahaan, baik perusahaan besar maupun UMKM yang ingin tetap bertahan di era persaingan bisnis adalah pemasaran. Munculnya UMKM baru dengan kemampuan bersaing yang lebih unggul menjadi hal yang harus diperhatikan oleh para pelaku UMKM lama. Adanya perkembangan teknologi dengan penggunaan platform media sosial yang tinggi dapat dimanfaatkan oleh para pelaku UMKM.

Dalam dunia bisnis, kemajuan teknologi informasi dapat membantu para pelaku bisnis dalam mengembangkan bisnisnya. Para

pelaku bisnis dengan adanya internet dapat menunjang bisnisnya dalam memperoleh informasi apapun tanpa mengalami kesulitan, bahkan adanya internet cenderung memberikan berbagai macam informasi yang kemudian harus disaring untuk mendapatkan informasi yang relevan(Wibowo et al., 2020). Digital marketing merupakan kegiatan memanfaatkan jejaring sosial dalam kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media sosial secara online (Purwana et al., 2017). Tujuh puluh persen pengusaha kreatif mengatakan digital marketing akan menjadi platform komunikasi utama dalam pemasaran, dan offline store akan menjadi pelengkap, dikarenakan kemudahan dan kemampuan digital marketing dalam menjangkau lebih banyak konsumen (Har Dilawati, 2020). Penggunaan media sosial untuk menawarkan produk yang kita miliki merupakan langkah yang efisien dalam menjangkau konsumen.

Saat ini dalam bisnis kemajuan teknologi informasi berperan penting dalam pemasaran. Internet menjadi sarana pengembangan bisnis dalam melakukan promosi dan pemasaran. Namun perkembangan teknologi informasi ini belum dibarengi dengan kemampuan UMKM yang ada di Indonesia. Ada banyak umkm yang masih melakukan pemasaran produk dengan metode konvensional. Perkembangan kemajuan teknologi belum dimanfaatkan dengan baik oleh para pelaku bisnis. Banyak pelaku bisnis yang merasa belum membutuhkan digital marketing dalam pengembangan bisnisnya. Di sisi lain perkembangan kemajuan teknologi yang terus menerus meningkat juga membuat para pemangku bisnis kewalahan untuk mengikuti perkembangan yang ada.

Para pelaku bisnis tidak terkecuali para pemilik UMKM juga merasakan masalah ini. KM Aluminium merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang percetakan aluminium yang berada di RW 11 Sorosutan Umbulharjo Yogyakarta. KM Aluminium sadar atas perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat, tetapi belum bisa memanfaatkan dengan baik untuk perkembangan bisnisnya. Selain itu perkembangan teknologi yang semakin pesat dengan persaingan competitor yang sudah merambah ke pemasaran digital menjadi hal yang dicemaskan oleh KM Aluminium. Kurangnya pengetahuan yang dimiliki KM Aluminium tentang digital marketing menjadi permasalahan utama mitra. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra maka solusi yang dapat diberikan yaitu memberikan pemahaman mengenai digital marketing serta memberikan pendampingan penerapan digital marketing dalam pemasaran dengan menggunakan beberapa platform media sosial yang ada.

Pendampingan digital marketing cukup penting dilakukan di KM Aluminium. Dalam mengembangkan bisnis di era sekarang memerlukan adanya pembaharuan metode pemasaran. Penerapan digital marketing dalam UMKM dapat membantu perkembangan bisnis. Berdasarkan observasi dan wawancara dengan mitra permasalahan utama yang dialami oleh KM Aluminium adalah masih belum bisa menggunakan media sosial dalam pemasaran. Kurangnya pemahaman terkait penggunaan media sosial sehingga KM Aluminium mengalami kesulitan dalam menerapkan digital marketing dalam pemasaran. Perkembangan teknologi informasi yang terus menerus

meningkat membuat KM Aluminium kesulitan untuk mengikutinya.

Berdasarkan permasalahan yang dialami oleh mitra dampingan maka peneliti melakukan koordinasi dengan pemilik KM Aluminium untuk melakukan pendampingan terkait digital marketing dengan menggunakan platform media sosial yang ada. Melalui pendampingan tersebut diharapkan KM Aluminium dapat mengupgrade pengetahuan terkait digital marketing serta dapat memulai pemasaran dengan menerapkan digital marketing dengan menggunakan platform media sosial yang ada.

### METODE

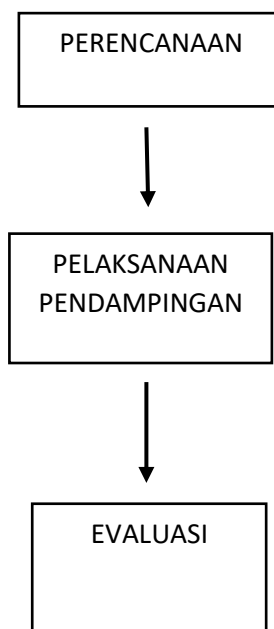
Kegiatan pendampingan dilaksanakan dengan tiga kali pertemuan. Pendampingan berlangsung pada tanggal 18 juni 2022, 3 juli 2022, dan 15 juli 2022. Dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan ini dilakukan dengan beberapa tahap dengan harapan berjalan dengan baik serta tujuan yang diharapkan terealisasi dengan baik. Beberapa tahap yang dilaksanakan, yaitu:

1. Tahap perencanaan, dalam tahap ini melakukan survey KM Alumunium dan melakukan wawancara dengan pemilik UMKM yaitu Bapak Upangat Sujito serta mendiskusikan terkait permasalahan yang ada dalam KM Aluminium. Setelah diambil kesimpulan bahwa dalam pemasarannya KM Alumunium belum memahami terkait digital marketing maka dibuatlah kesepakatan waktu dan tempat untuk menjalankan pendampingan digital marketing.
2. Tahap pelaksanaan ini

dilakukan dengan metode pemberian materi terkait digital marketing serta bagaimana sebuah usaha atau UMKM dapat merambah pemasaran dalam era digital. Kemudian dilanjutkan dengan simulasi bagaimana cara memiliki akun-akun media sosial sebagai media pemasaran.

3. Tahap evaluasi ini dilakukan agar mitra dampingan memahami dengan baik materi yang disampaikan dan mampu mempraktekkan penggunaan media sosial untuk pemasaran. Evaluasi juga dilakukan dengan mengulas Kembali penggunaan fitur-fitur facebook dan Instagram yang dapat digunakan sebagai media pemasaran.

### Alur Pendampingan



## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pendampingan, pada saat dilakukan observasi dan wawancara mitra dampingan menyampaikan belum memahami penggunaan media sosial untuk memasarkan sebuah produk. Mitra dampingan hanya menggunakan media sosial sebagai tempat melihat-lihat gambar dan juga belum memahami penggunaan fitur-fitur media sosial yang dapat digunakan untuk mengembangkan pemasaran. seluruh pelaksanaan pendampingan yang berlangsung menyesuaikan dengan keadaan dan kesempatan mitra.

Pada pendampingan pertama berlangsung pada 18 juni 2022. pendampingan berlangsung dengan pemaparan materi mengenai digital marketing, e-commerce, dan media sosial marketing. Seperti yang dipaparkan pada gambar 1a dan 1b pendampingan pertama dilakukan dengan pemberian materi kepada mitra dampingan dengan materi yang disajikan dalam bentuk PPT. Dalam pemaparan materi disampaikan juga terkait bagaimana digital marketing dapat membantu para pelaku bisnis dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi yang ada. Selain itu, dipaparkan mengenai contoh-contoh media sosial yang dapat digunakan sebagai media pemasaran produk.



**Gambar 1 a Pemaparan Materi Digital Marketing**

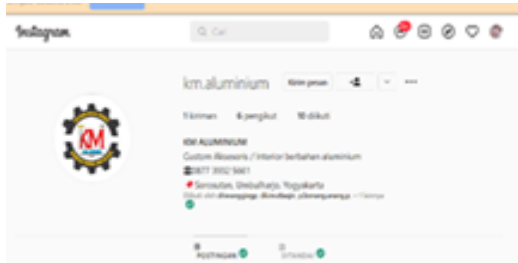


**Gambar 1 b Materi yang disajikan dalam bentuk PPT**

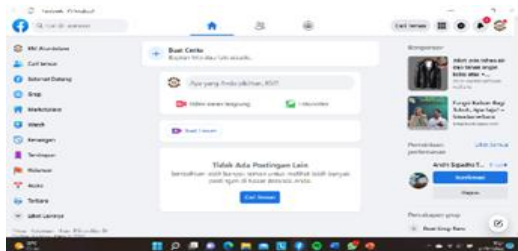
Pendampingan kedua berlangsung dengan dilakukan praktik langsung membuat akun media sosial yang akan dipakai untuk melakukan pemasaran produk. Kemudian pendampingan ke tiga yang dilaksanakan dengan memaparkan penggunaan media sosial untuk memasarkan produk. Penggunaan fitur-fitur yang ada dalam facebook dan Instagram seperti upload foto, video, penggunaan direct message, dan mencari pemilik UMKM lainya di fitur pencarian. Semua fitur yang ada dalam platform media sosial dapat digunakan untuk pemasaran sebuah produk.

Dilaksanakanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, KM Aluminium dapat memahami perkembangan teknologi informasi serta bagaimana teknologi informasi dapat membantu pemasaran dalam suatu bisnis. selain itu KM Aluminium juga dapat menerapkan digital marketing dalam pemasaran untuk menjangkau konsumen. Pendampingan dilakukan agar peneliti dapat memberikan informasi mengenai digital marketing secara umum, jenis-jenis digital marketing beserta prakteknya dalam memanfaatkan media sosial guna penerapan digital marketing. Mitra dampingan memahami penggunaan facebook dan Instagram untuk memasarkan produknya. Mitra dampingan memahami cara mengupload foto dengan caption yang baik, mengaplikasikan fitur pembuatan video

dalam fitur snapgram, dan memahami penggunaan direct message untuk berkomunikasi dengan pelanggan. Pada gambar 2a dan 2b merupakan sosial media milik KM Aluminium.



Gambar 1 c Akun Instagram KM Aluminium



Gambar 1 d Akun Facebook KM Aluminiuml

Selain itu setelah dilakukan pendampingan mengenai digital marketing, mitra dampingan menjadi lebih paham kegunaan media sosial yang tidak hanya dimiliki untuk hiburan semata. Mitra dampingan semakin yakin bahwa penggunaan media sosial dalam melakukan pemasaran dapat mendongkrak pendapatan tanpa harus mengeluarkan biaya yang lebih tinggi. Pada gambar 3a dan 3b terlihat bahwa Bapak Upangat Sujito telah memiliki akun media sosial untuk UMKMnya serta telah berhasil mengupload salah satu produknya pada media sosial. Adanya pengetahuan tentang digital marketing yang mulai meningkat, mitra dampingan termotivasi untuk terus mengembangkan penerapan digital marketing pada KM Aluminium. mitra dampingan paham

bahawa dalam pemasaran menggunakan platform media sosial harus dilakukan secara berkala. Dalam menerapkan digital marketing, mitra dampingan harus selalu konsisten dengan mengaplikasikan platform media sosial untuk pemasaran produknya.



Gambar 1 e pengaplikasian media sosial melalui handphone



Gambar 1 f salah satu produk yang di upload pada media sosial

## SIMPULAN

Dalam hasil pengabdian kepada masyarakat, pelaksanaan kegiatan pendampingan penerapan digital marketing dengan memanfaatkan platform media sosial dapat memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi KM Aluminium dalam pemasaran. Hasil dari pengabdian kepada masyarakat ini menyadari adanya perkembangan teknologi dapat membantu para pengusaha UMKM. Mitra dampingan memahami materi digital marketing dengan baik serta

dapat menggunakan aplikasi beserta fiturnya sebagai tempat pemasaran produknya. Hal ini terlihat selama pendampingan berlangsung dan juga ketika evaluasi. Bapak Upangat Sujito mampu sedikit demi sedikit menggunakan media sosial facebook dan instagram beserta fiturnya untuk memasarkan produknya. Pada akhirnya KM Aluminium memiliki pemahaman bahwa perkembangan teknologi informasi dapat membantu para pelaku bisnis. Dalam pemasaran digital marketing mampu menjangkau konsumen secara lebih luas. Pengabdian kepada masyarakat ini dapat meningkatkan kesadaran KM Aluminium betapa pentingnya mengembangkan pemasaran melalui digital marketing. Namun dalam pengembangan pemasaran melalui platform media sosial harus dilakukan dengan konsisten. Segala pemberian materi yang disampaikan diharapkan dapat diterapkan secara berkala dan juga diharapkan agar bisa dikembangkan .

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat Kesehatan sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Tidak lupa pula terima kasih penulis ucapkan kepada Ketua LPPM yang telah memberikan kesempatan serta pendanaan untuk melaksanakan kegiatan penelitian ini. Ucapan Terimakasih juga disampaikan kepada mitra dampingan yaitu KM Aluminium yang telah bersedia mengikuti pendampingan ini sampai selesai. Serta peneliti ucapkan terimakasih kepada Dosen Pembimbing Lapangan, Dosen Pembimbing skripsi, dan juga teman-teman yang sudah mensupport pelaksanaan pendampingan kepada

masyarakat ini. Dengan adanya pengabdian kepada masyarakat ini yang disusun dalam bentuk artikel maka diharapkan dapat menjadi media literasi dalam digital marketing.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta). *DutaCom Journal*, 9(1), 43–54. <http://journal.stmikdb.ac.id/index.php/dutacom/article/view/17>  
Aptika.kominfo.go.id  
(<https://aptika.kominfo.go.id/publikasi/dinamika-data/>)
- Awang Surya, & Wilarso, W. (2022). Pendampingan Dasar-Dasar Strategi Pemasaran dalam Era Digital untuk UMKM Kecamatan Cileungsi. *Wikrama Parahita : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 23–28. <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v6i1.3524>
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
- Hardilawati, W. Iaura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.

<https://doi.org/10.21009/jpmm.01.1.01>

Wibowo, A., Pradiptha, A. P., Mulyati, M., & Utari, D. R. (2020). Penyuluhan Wirausaha Berbasis Teknologi untuk Pemulihan Ekonomi Masyarakat Terdampak Covid-19 di Masa New Normal. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 11(3), 357–365. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v11i3.5872>