



Sosialisasi Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM INTIP

Ayu Natasya Azahra¹, Rifan Nur Rohmatulloh² Shabrina Fatimah Amini³

¹Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: natasyaayu549@gmail.com

²Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: rifanrtulloh@gmail.com

³Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: shabrinafatimah92@gmail.com

Abstrak

Kehidupan masyarakat pada zaman saat ini tidak dapat dipisahkan dengan Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) telah berkontribusi terhadap perekonomian dunia sebesar 90% (Alshanty & Emeagwali, 2019). UMKM juga dipandang telah berkontribusi sebesar 99,99% terhadap perekonomian Indonesia (Kurniawati et al., 2020). Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan dengan kegiatan sosialisasi yaitu dengan judul "Sosialisasi Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM INTIP". Dilaksanakan di UMKM Intip Dua Putri Dalima yang berada di desa Sukamaju Dusun Lebak Jaya RT.10 RW.03. Kegiatan ini diikuti oleh semua mahasiswa KKN Uin Sunan Gunung Djati Bandung Kelompok 181. Kelompok KKN 181 UIN Sunan Gunung Djati Bandung telah melakukan sosialisasi mengenai penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran pada UMKM Intip Dua Putri "Dalima". Diharapkan sosialisasi ini dapat membantu UMKM dalam pemasaran digital sehingga dapat memperoleh hasil yang memuaskan dalam produksinya. Anggota kelompok KKN 181 sebagai pelaksana mendapatkan banyak pelajaran dan pengetahuan baru dari kegiatan ini, serta menambah banyak pengalaman berharga bagi kami selaku mahasiswa yang akan terus belajar mengenai UMKM kedepannya.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, UMKM, ekonomi.

Abstract

People's lives today cannot be separated from micro, small and medium enterprises (MSMEs) which have contributed 90% to the world economy (Alshanty & Emeagwali, 2019). MSMEs are also seen to have contributed 99.99% to the Indonesian economy (Kurniawati et al., 2020). Community service activities are carried out with socialization activities, namely "Socialization of the Implementation of Digital Marketing as a Marketing Strategy for INTIP MSMEs". Implemented at Peek Dua Putri Dalima UMKM located in Sukamaju village, Lebak Jaya Hamlet RT.10 RW.03. This activity was attended by all students of KKN Uin Sunan Gunung Djati Bandung Group 181. KKN Group 181 UIN Sunan Gunung Djati Bandung has conducted

socialization regarding the application of digital marketing as a marketing strategy for MSMEs Intip Dua Putri "Dalima". It is hoped that this socialization can help MSMEs in digital marketing so that they can obtain satisfactory results in their production. Members of the KKN 181 group as implementers gained a lot of new lessons and knowledge from this activity, as well as adding a lot of valuable experience for us as students who will continue to learn about MSMEs in the future.

Keywords: *Digital Marketing, MSMEs, economy.*

A. PENDAHULUAN

Kehidupan masyarakat pada zaman saat ini tidak dapat dipisahkan dengan Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) telah berkontribusi terhadap perekonomian dunia sebesar 90% (Alshanty & Emeagwali, 2019). UMKM juga dipandang telah berkontribusi sebesar 99,99% terhadap perekonomian Indonesia (Kurniawati et al., 2020). Di Indonesia, strategi penguatan UMKM tertuang dalam RENCANA PEMBANGUNAN JANGKA MENENGAH NASIONAL (RPJMN). Tujuan RPJMN 2020–2024 adalah mewujudkan masyarakat Indonesia yang mandiri, maju, adil, dan sejahtera melalui percepatan pembangunan di berbagai bidang dengan membangun struktur ekonomi yang solid berdasarkan keunggulan kompetitif di berbagai daerah yang didukung oleh sumber daya manusia yang berkualitas dan berdaya saing (Kementerian Koperasi dan UMKM, 2019).

Perkembangan teknologi digital telah mempengaruhi semua aspek kehidupan termasuk pada UMKM. UMKM era digital telah banyak berkembang dengan baik. UMKM dapat dengan mudah menjalankan bisnis mereka secara online dengan membuka toko online, memasarkan produk melalui aplikasi dan media sosial. Bila tidak memanfaatkan pemasaran digital, sulit bagi UMKM untuk bersaing dengan pesaing besar di pasar dalam hal biaya yang terlibat dan keahlian pembuatan strategi pemasaran konvensional, misalnya melalui media cetak. Pada era digital, pemasaran produk UMKM dapat melalui desain situs web yang tepat, pemasar dapat menjangkau target konsumen dengan jangkauan yang lebih luas dan dengan jaminan layanan yang lebih baik, serta dengan biaya yang relatif lebih efisien. Untuk sukses di era digital, UMKM juga perlu mengelola strategi pemasarannya dengan memanfaatkan teknologi digital.

Namun demikian, berdasarkan laporan Katadata Insight Center terdapat tiga tantangan utama yang dialami pelaku UMKM ketika berniat beralih ke pasar digital,

yaitu kurangnya literasi digital, kurangnya pengetahuan e-commerce dan pemasaran digital, serta ketidaksiapan tenaga ahli yang dimiliki (Tribunnews.com, 2020).

B. METODE PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan dengan kegiatan sosialisasi yaitu dengan judul “Sosialisasi Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM INTIP”. Dilaksanakan di UMKM Intip Dua Putri Dalima yang berada di desa Sukamaju Dusun Lebak Jaya RT.10 RW.03. Kegiatan ini diikuti oleh semua mahasiswa KKN Uin Sunan Gunung Djati Bandung Kelompok 181.

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan tersebut dibagi dalam dua metode, yaitu:

1. Observasi dan praktik

Metode ini melibatkan kerja sama UMKM INTIP yang ada di Desa Sukamaju untuk mempelajari lebih lanjut tentang bagaimana memahami pemanfaatan digital marketing pada UMKM INTIP dalam pemasaran untuk mengembangkan UMKM di era globalisasi ini. Kemudian dalam perkembangan teknologi zaman sekarang sangat penting adanya promosi untuk memajukan usaha, dan bersaing di dunia luar agar lebih luas dalam pemasarannya dan lebih terkenal tentang UMKM INTIP. Dengan adanya sosialisasi ini membantu para UMKM untuk mengembangkan UMKM mereka.

Pelaksanaan praktik tersebut yaitu dengan membantu membuat WhatsApp bisnis dan Shopee dengan memberikan tutorial cara mengelola akun tersebut dengan benar, serta membuat Google Maps untuk mempermudah menemukan tempat UMKM INTIP. Materi praktek disampaikan oleh satu satu dari anggota kelompok 181.

2. Menggunakan metode sosialisai dan diskusi

Metode tersebut diambil agar lebih mudah dipahami dan dapat menarik perhatian peserta dalam melaksanakan sosialisasi sehingga peserta aktif dalam diskusi mengenai pentingnya peran digital marketing menggunakan media sosial dalam pemasaran UMKM, khususnya dalam meningkatkan upaya promosi. Oleh

karena itu, diharapkan para peserta UMKM memahami bagaimana pentingnya pemanfaatan media digital.

Peralatan untuk sosialisasi yang digunakan yaitu; Laptop, Gadget (Handphone) yang berguna untuk menampilkan materi pelatihan, serta gadget ini berguna untuk membuat tutorial cara menggunakan media sosial.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan 'Sosialisasi Digital Marketing pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dilaksanakan pada tanggal 5 Agustus 2023 di Dusun Lebak Jaya RT.11 RW.03, Desa Sukamaju, Kecamatan Sukasari, Kabupaten Subang. UMKM Intip merupakan industri kerupuk, keripik, peyek dan sejenisnya. INTIP yaitu Makanan tradisional hasil penggorengan kerak nasi yang terbuat dari nasi, jika menanak nasi dengan menggunakan kendil atau panci, intip atau kerak tersebut berada paling bawah, teksturnya agak keras dan dasarnya berwarna hitam karena menerima panas berlebih. Pada zaman Dahulu, para ibu-ibu menggunakan kwali, wajan, atau kendhil untuk menanak nasi, dari situlah makanan ini bermula. Nasi setengah matang dipindahkan ke lokasi lain yang disebut Dandang dan kemudian dikukus. Biasanya di dasar kwali atau wajan masih ada nasi yang belum matang yang masih menempel dan tampak gosong. Nasi yang masih menempel disebut dengan intip, kemudian dikeluarkan dan dikeringkan. Warga desa sukamaju masih melestarikan makanan tradisional ini dengan mendirikan UMKM Intip yang bermerk Dua Putri "Dalima".

Berdasarkan pengamatan sosialisasi yang dilakukan terhadap pengusaha UMKM INTIP yang ada di Desa Sukamaju Dusun Lebak Jaya, bahwa penggunaan teknologi informasi UMKM di Desa Sukamaju Dusun Lebak Jaya ini masih kurang mengenal dan memahami tentang media sosial untuk pemasaran secara digital dalam menjalankan usahanya. Sedangkan dalam dunia bisnis, memasarkan produk lewat media sosial sangat penting dalam memajukan usaha. Dengan adanya konsep pemasaran digital marketing ini bukan untuk merubah pemasaran yang ada, tetapi untuk menjadi bahan pelengkap dan mengikuti zaman yang serba modern ini.

Secara global berkembangnya teknologi informasi memberikan dampak yang besar pula kepada perkembangan UMKM. Dalam sosialisasi ini, penulis memberikan pemaparan mengenai pentingnya peran digital marketing bagi perkembangan bisnis

saat ini. Jika dilihat dari sudut pandang konsumen, penggunaan informasi teknologi komunikasi akan memberikan beberapa keuntungan, baik potongan harga, kemudahan pencarian produk, efisien dan sebagainya, persaingan antar pelaku usaha yang membuat pasar semakin berkembang serta produk yang semakin bervariasi. Akan tetapi, faktanya masih banyak dari para pelaku UMKM menutup diri untuk berkembang yaitu menjual produknya kepada warga yang ada di sekitar wilayah.

Hasil yang di capai melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan judul Sosialisasi Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM INTIP yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN Uin Sunan Gunung Djati Bandung Kelompok 181 ini diwujudkan dalam bentuk artikel pada setiap tahap pelaksanaan sebagai berikut:



Gambar 1.1 Alur Sosialisasi

1. Untuk memastikan sosialisasi yang diberikan efektif dan tepat waktu, maka langkah awal yang dilakukan adalah berkoordinasi dengan UMKM pada hari Sabtu, 5 Agustus 2023 untuk memilih tempat dan waktu terbaik. Jadwal waktunya adalah tanggal 16 Agustus 2023 pukul 13.00 hingga 14.30 WIB. Tempat dan waktu tersebut ditetapkan sesuai dengan ketersediaan UMKM INTIP.
2. Persiapan penyuluhan pada tanggal Agustus 2023. Dalam hal ini yang disiapkan antara lain menyiapkan isi materi sosialisasi, pembicara, pengecekan tempat, penataan lokasi, penyiapan perlengkapan, serta pembuatan persiapan pendukung seperti daftar hadir. Pelaksanaan sosialisasi sesi pertama yaitu berupa ceramah

tentang pentingnya menggunakan digital marketing akan diberikan oleh salah satu dari anggota.

3. Pelaksanaan pelatihan pada tanggal 5 Agustus 2023 pukul 13.00 WIB yaitu berupa pemberian materi tentang pentingnya menggunakan digital marketing yang diberikan oleh salah satu dari anggota tim pengusul. Lama sesi pertama kurang lebih 30 menit, kemudian disusul dengan sesi diskusi. Peserta pelatihan sesi pertama dihadiri oleh 2 orang perwakilan dari pemilik usaha UMKM dan seluruh mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Kelompok 181.



Gambar 1.2 Sosialisasi sesi pertama

4. Pelaksanaan sosialisasi sesi ke dua yaitu pemberian tutorial membuat akun di WhatsApp bisnis dan Shopee beserta cara untuk mengelola akun tersebut dengan optimal. Lama sesi kurang lebih 60 menit. Materi praktek akan disampaikan oleh satu satu dari anggota kelompok.



Gambar 1.3 Sosialisasi sesi kedua

5. Terakhir kegiatan sosialisasi ditutup dengan sesi foto bersama dan ucapan terima kasih dari pihak mahasiswa KKN Uin sunan Gunung Djati Bandung Kelompok 181 kegiatan pengabdian kepada UMKM INTIP dengan harapan agar bantuan digital marketing yang diberikan bisa bermanfaat bagi kemajuan usaha UMKM INTIP ke depannya. Kegiatan berakhir pada pukul 17.00 WIB.



Gambar 1.4 Penutupan

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun solusi dari Sosialisasi UMKM ini kepada masyarakat "Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM" ini adalah sebagai berikut:

No	Solusi yang dilakukan	Hasil yang dicapai
1	Pemberian materi mengenai pemanfaatan digital marketing sebagai sarana pemasaran produk usaha. Selain itu disisipkan juga masukan berupa contoh UMKM yang telah memanfaatkan digital marketing terkait.	Pemahaman, kemampuan dan pengetahuan UMKM mengenai pentingnya digital marketing dalam rangka memaksimalkan kegiatan promosi.
2	Pemberian tutorial pembuatan akun di media digital yang berpotensi untuk memperluas jangkauan pemasaran UMKM. Media digital yang digunakan di sini adalah WhatsApp Bisnis dan Shopee. Pelaku UMKM diberikan tutorial dan praktek membuat akun di ke dua media digital tersebut beserta cara mengoptimalkan ke dua media digital tersebut sebagai sarana promosi	Jangkauan pemasaran yang lebih luas sehingga mampu mendorong penjualan produk yang lebih baik.

E. PENUTUP

Sosialisasi ini dilakukan untuk membantu UMKM belajar bagaimana mendorong kreativitas dan perspektif global dengan lebih baik, yang keduanya sangat penting untuk keberhasilan di pasar global. Pemanfaatan optimalisasi pemasaran digital khususnya media sosial menjadi penting bagi pelaku UMKM karena membantu upaya para pelakunya dalam mengembangkan usahanya. Pelaku UMKM khususnya di Desa Sukamaju harus sering mendapat sosialisasi atau pengenalan perkembangan teknologi informasi serta dukungan dari pihak-pihak terkait baik dari pemerintah maupun akademisi untuk membantu UMKM agar bisa bertahan dan semakin memperoleh banyak pendapatan dari produknya. mereka memproduksi untuk menggerakkan roda perekonomian dengan prestasi maksimal untuk menaikkan taraf hidupnya.

Kelompok KKN 181 UIN Sunan Gunung Djati Bandung telah melakukan sosialisasi mengenai penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran pada UMKM Intip Dua Putri "Dalima". Diharapkan sosialisasi ini dapat membantu UMKM dalam pemasaran digital sehingga dapat memperoleh hasil yang memuaskan dalam produksinya. Anggota kelompok KKN 181 sebagai pelaksana mendapatkan banyak

pelajaran dan pengetahuan baru dari kegiatan ini, serta menambah banyak pengalaman berharga bagi kami selaku mahasiswa yang akan terus belajar mengenai UMKM kedepannya.

F. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih yang amat mendalam kepada masyarakat Desa Sukamaju yang senantiasa ikut serta membantu pelaksanaan program ini sehingga dapat berjalan dengan baik, selain dari pada itu para pelaku usaha UMKM yang tidak pantang meyerah dan terus bersemangat untuk mengembangkan usahanya, selanjutnya kepada kelompok KKN 181 yang membantu dalam proses implementasi hingga pengambilan data untuk kelengkapan jurnal pengabdian ini.

G. DAFTAR PUSTAKA

Arif Setyo Nugroho, and Aris Teguh Rahayu. "PENGABDIAN PADA MASYARAKAT: SOLUSI UKM INTIP DALAM MENINGKATKAN PRODUKSI SAAT MUSIM HUJAN." Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai, 2020.

Cut Devi Maulidasari, and Rusma Setiyana. "Sosialisasi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah(UMKM)." *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Dharma Bakti Teuku Umar*, 1, 2 (2020).

Margunani, Inaya Sari Melat, and Ahmad Sehabuddin. "Pelatihan Pencatatan Keuangan Sederhana UMKM Intip Di Desa Nyatnyono Ungaran Semarang." *Jurnal Panrita Abdi* 4, no. 2 (2020).

Rahmatul Jannatin N, M. Wahyu Wardhana, Rudi Haryanto, and Agus Pebriyanto. "PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UMKM." *Jurnal Impact : Implementation and Action*, 2, 2 (2020)