

STRATEGI DIGITAL MARKETING PKM UNTUK MENUMBUHKAN USAHA UMKM

**Eri Mardiani¹, Nur Rahmansyah², Sari Ningsih³, Yunan Fauzi Wijaya⁴,
Endah Tri Esthi Handayani⁵, Deny Hidayatullah⁶, Dhieka Avrilia Lantana⁷**

^{1,4)} Program Studi Informatika, Universitas Nasional

²⁾ Program Studi Animasi, Politeknik Negeri Media Kreatif

^{3,5)} Program Studi Sistem Informasi, Universitas Nasional

^{6,7)} Program Studi Bisnis Digital, Universitas Nasional

e-mail: erimardiani1@gmail.com

Abstrak

Pengelolaan Pengetahuan (PKM) adalah konsep yang dapat diterapkan dalam strategi digital marketing untuk memberdayakan masyarakat dalam mengembangkan usaha ekonomi kreatif. Permasalahan yang diangkat adalah bagaimana melakukan strategi digital marketing bagi pkm untuk menumbuh kembangkan usaha. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini agar Pelaku Bisnis dapat mengembangkan usaha kegiatan E-Commerce berbasis Web dengan baik melalui bimbingan fasilitator. Rekomendasi dalam kegiatan ini adalah perlunya sinergisitas dengan dinas/instansi terkait agar pelaku bisnis mendapatkan akses usaha berbasis online demi peningkatan ekonomi mereka sehari-hari. Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi digital menjadi harapan bagi usaha kecil dan menengah untuk berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi. Usaha Kecil dan Menengah dapat menggunakan media sosial sebagai sarana digital marketing. Pemasaran digital merupakan sarana utk memperkenalkan produk melalui media digital maupun online. Perkembangan dunia digital saat ini sedang trend dan menjadi kebutuhan di semua kalangan. Banyaknya UKM yang masih mengalami kesulitan dalam proses pemasaran produk dalam pengembangan usahanya. Tujuan dari kegiatan ini adalah Meningkatkan kemampuan dan pengetahuan usaha kecil dan menengah melalui digital marketing untuk memasarkan produk yang lebih luas sehingga penjualan bisa meningkat.

Kata kunci: E-Commerce, Mobile, Maps, Digital Marketing

Abstract

Knowledge Management (PKM) is a concept that can be applied in digital marketing strategies to empower people to develop creative economic businesses. The problem raised is how to carry out a digital marketing strategy for pkm to grow their business. The aim of this community service activity is so that business people can develop their web-based e-commerce activities well through the guidance of facilitators. The recommendation in this activity is the need for synergy with related agencies/agencies so that business people get access to online-based businesses to improve their daily economy. Utilizing digital technology-based marketing concepts is a hope for small and medium businesses to develop into economic powerhouses. Small and Medium Enterprises can use social media as a digital marketing tool. Digital marketing is a means of introducing products through digital or online media. The development of the digital world is currently a trend and has become a necessity in all circles. Many SMEs still experience difficulties in the product marketing process in developing their business. The aim of this activity is to increase the capabilities and knowledge of small and medium businesses through digital marketing to market a wider range of products so that sales can increase.

Keywords: E-Commerce, Mobile, Maps, Digital Marketing

PENDAHULUAN

Digital marketing adalah suatu bentuk pemasaran yang menggunakan media digital atau saluran online untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek. Berbeda dengan pemasaran tradisional yang lebih mengandalkan media konvensional seperti iklan televisi, radio, atau cetak, digital marketing memanfaatkan berbagai platform online untuk mencapai target audiens.

Digital marketing memberikan keuntungan dalam hal segmentasi target audiens, pengukuran kinerja real-time, dan kemampuan untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan. Dengan pertumbuhan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, digital marketing telah menjadi komponen penting dari strategi pemasaran modern.

Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi digital (digital marketing) memberi harapan bagi UKM untuk berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi. Media sosial merupakan suatu sarana digital marketing yang paling mudah untuk dimanfaatkan dalam pengembangan UMKM. Bahkan media sosial menjadi pintu pembuka usaha UMKM untuk berkomunikasi dengan jutaan orang mengenai produk sekaligus menciptakan pemasaran baru (Anggraini dan Suryianto, 2019).

Besarnya perkembangan media social dan teknologi secara digital pada era globalisasi saat ini, mendorong para pelaku UMKM untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuannya di bidang teknologi media digital untuk dapat mempromosikan produknya, sehingga dapat menjangkau pasar secara luas yang berakibat peningkatan hasil penjualan.

UMKM mempunyai peran penting dalam memajukan perekonomian Indonesia saat ini. Sebagai alternatif untuk memperluas lapangan kerja baru. Salah satu cara untuk meningkatkan pendapatan UMKM adalah dengan memanfaatkan media internet sebagai sarana promosi. Peluang yang besar atas pemanfaatan media internet sebagai sarana promosi ini adalah atas dasar data penggunaan internet di Indonesia(Mardiani,2022)

Dengan membangun sistem informasi bagi UMKM berbasis web dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan MySQL. (Mardiani,2021)

Perkembangan teknologi informasi semakin pesat hingga saat ini terus dikembangkan teknologi-teknologi terbaru sehingga peran teknologi juga dapat meningkatkan perekonomian daerah. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) mempunyai peran penting dalam memajukan perekonomian Indonesia saat ini. Sebagai alternatif untuk memperluas lapangan kerja baru. Salah satu cara untuk meningkatkan pendapatan UMKM adalah dengan memanfaatkan media internet sebagai sarana promosi. Peluang yang besar atas pemanfaatan media internet sebagai sarana promosi ini adalah atas dasar data penggunaan internet di Indonesia (Pradipta,2018).

Dari hasil survei pada pelaku UMKM di Lokasi Jl.Abdul Wahab, Cinangka Depok, diketahui dimana pelaku UMKM tidak memanfaatkan fasilitas telepon seluler yang terdapat akses internet untuk memajukan usahanya.

Untuk mengatasi permasalahan yang muncul maka perlu diadakannya Pelatihan dan pendampingan penguatan UMKM, Pelatihan dan pendampingan peningkatan kualitas produk, harga dan kemasan, Pelatihan dan pendampingan pemanfaatan telepon seluler dalam memperbaiki kelembagaan/organiasi dan kualitas, serta Pelatihan dan pendampingan kegiatan promosi serta menggunakan pemasaran media sosial berbasis maps mobile sebagai wadah promosi, karena banyak sekali manfaat yang bisa digunakan dengan menggunakan maps, banyak fasilitas yang diberikan google salah satunya chat antara pemilik dengan konsumen, selain itu pemilik bisa memberikan informasi jam buka, dan fasilitas yang diberikan kepada konsumen dengan foto yang di pasang, selain lokasi yang dapat dilihat dan rute yang bisa ditempuh dari maps dan bisa dilakukan pemesanan via Goshop atau tokopedia.Serta bagaimana memasarkan penjualan dengan menggunakan digital marketing.

Produk yang dihasilkan



Gambar 1. Martabak Manis

METODE

Berikut ini adalah metode pelaksanaan:

1. Identifikasi dan Analisis.

Situasi diawali dengan menggali informasi untuk mengetahui cara mitra dalam memasarkan hasil produksinya. Mencari informasi apakah mitra pernah mengikuti seminar kewirausahaan, bergabung dengan komunitas dan mengikuti pameran dengan upaya untuk meningkatkan kualitas produk dan menambah pangsa pasarnya. Dengan demikian tim PKM dapat memahami kebutuhan UMKM akan teknik pemasaran melalui media online, maka selanjutnya diperlukan sebuah pelatihan tentang strategi pemasaran melalui media online.

2. Penggalian informasi permasalahan

Penggalian informasi proses pendampingan untuk menggali informasi produk yang akan dijual. Hal ini dilakukan agar mitra dapat menampilkan foto produk yang akan dipasarkan melalui media online dengan lebih menarik, sehingga calon konsumen lebih tertarik terhadap produk yang dijual.

3. Pelatihan Pembuatan Map dan Pembuatan Akun Ecommerce Gratis

Pelatihan bertujuan untuk memberikan gambaran terhadap strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM dalam upaya meningkatkan pangsa pasarnya dan meningkatkan penjualan dan pendapatan. Dengan demikian pelaku UMKM akan memahami pentingnya strategi pemasaran yang akan digunakan untuk meningkatkan pangsa pasarnya.

Pembuatan Map dan akun e-commerce adalah proses identifikasi masalah merupakan tahapan awal untuk membuat website, sebagai data yang akan diimplementasikan. Aplikasi pemasaran yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM untuk meningkatkan pemasaran produk dibuat berbasis web. Aplikasi ini dirancang dengan tampilan dan menu yang memudahkan mitra dalam mengunggah foto produk, menangani pemesanan, menangani pembayaran, dan pembuatan laporan keuangan. Aplikasi ini diharapkan akan meningkatkan pesanan sehingga dapat meningkatkan penjualan pendapatan pelaku UMKM.

4. Mengunggah dan Pelatihan Pengisian Konten

Mengunggah website ke internet setelah dilakukan verifikasi oleh pelaku UMKM terhadap fungsionalitas, kelayakan menu dan tampilan serta pengujian terhadap data yang tersimpan. Ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat kesalahan pada website ataukah tidak, baik pada proses mengunggah foto produk, proses pemesanan, penanganan pemesanan, proses pembayaran, dan pembuatan laporan. Pelatihan pengisian konten di maps dan web maka selanjutnya pelaku UMKM akan diberikan pelatihan tentang cara mengisi konten web dan di maps dari produk yang akan dijual.

5. Evaluasi penggunaan Map, Pembuatan Laporan dan Publikasi Jurnal

Evaluasi dari tim PKM terhadap penggunaan website yang sudah dibuat. Tim PKM membuat laporan dari hasil pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan dan mendaftarkan laporan sebagai jurnal sehingga terpublikasi secara nasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Unit Kegiatan Masyarakat di Jl.Abdul Wahab, Cinangka, Depok Telp 085711815152. Produk yang dimiliki yaitu Martabak Manis. Dengan varian martabak manis yaitu coklat kacang, coklat susu, ketan kelapa dan keju



Gambar 2. Lokasi PKM

Tim PKM melaksanakan pengabdian pada masyarakat bertujuan untuk memenuhi atau implementasi bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi.

Pada pelaksanaan ini materi yang disampaikan bertujuan untuk menambah wawasan para peserta terhadap manfaat penggunaan media online sebagai sarana untuk memasarkan produk yang telah dihasilkan. Pada pelaksanaan kegiatan ada beberapa materi yang disampaikan yang berhubungan dengan e-commerce.

E-commerce merupakan proses transaksi jual beli yang dilakukan melalui internet dimana website digunakan sebagai wadah untuk melakukan proses tersebut.

Adapun manfaat yang diperoleh menggunakan e-commerce sebagai sistem transaksi:

1. Dapat meningkatkan market exposure (pangsa pasar)

2. Menurunkan biaya operasional (operating cost)
3. Melebarkan jangkauan (global reach)
4. Meningkatkan customer loyalty
5. Meningkatkan supply management

Berikut manfaat bisnis melalui media Internet:

1. Menjual Produk: Jika anda mempunyai produk bisa dipasarkan melalui website yang telah dibuat, kemudian diiklankan melalui media internet salah satunya menggunakan fasiliyas google map.
2. Menjual Informasi: Jika anda mempunyai informasi yang berharga dan tidak banyak orang tahu, maka informasi tersebut bisa anda jual.
3. Pemasaran Online: Anda bisa menjual produk orang lain melalui website. Sebuah perusahaan bisa memasarkan produk atau jasa tanpa menggunakan teknik pemasaran tradisional seperti brosur, surat dan iklan di surat kabar.

Pada materi ini masing-masing peserta dibimbing untuk membuat email. Email banyak dapat diakses dengan mudah dengan berbagai gadget seperti komputer maupun ponsel smartphone. Penggunaan email tidak dikenakan biaya dan hanya bermodalkan koneksi internet.

Beberapa fungsi email yang perlu diketahui adalah sebagai berikut :

1. Mengirim dan menerima pesan
2. Mengirim dan menerima file
3. Mendaftar akun sosial media dan lainnya
4. Sarana Promosi
6. Mengaktifkan Aplikasi Smartphone

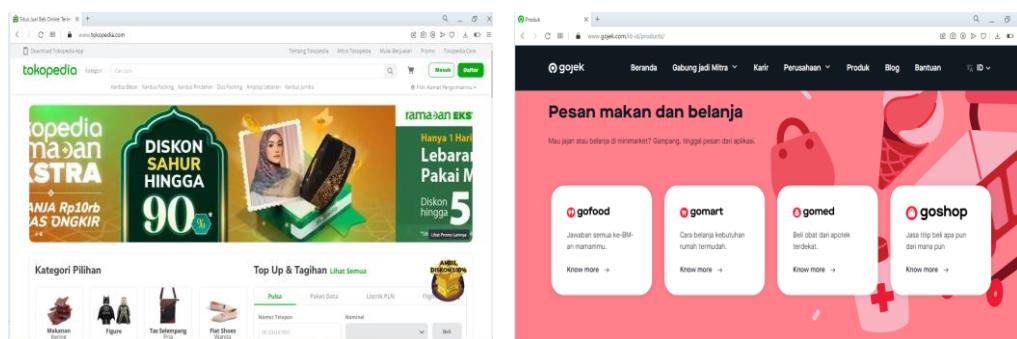
Pada pembahasan ini peserta dikenalkan gerai online sebagai salah satu media yang dapat digunakan untuk menjual produk sehingga masyarakat secara umum dapat melakukan transaksi pembelian secara online. Pembahasan yang diperkenalkan ke peserta yaitu cara registrasi anggota dan membuka toko secara gratis. Berikut contoh gerai online yang memanfaatkan e-commerce sebagai media promosi online dengan menggunakan Google Maps

Pengenalan gerai online yang diberikan salah satunya adalah tokopedia.com,gojek.com melalui media ini peserta dapat membuka toko secara gratis dan dapat menggunakan fasilitas yang diberikan oleh google maps dan tokopedia.

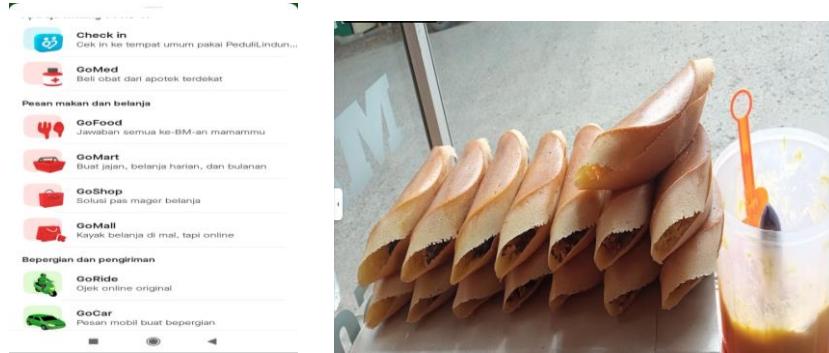
Pengenalan Map



Gambar 3. Tampilan Penambahan Tempat di Google Map
<https://maps.app.goo.gl/sLUzA1N5vPVnz3ui6>



Gambar 4. Tampilan halaman depan tokopedia.com dan Tampilan halaman depan gojek.com



Gambar 5. Tampilan halaman Gojek dengan Goshop Mobile dan Tampilan Video di Youtube
<https://youtu.be/sL4LQPqpQ9s>

SIMPULAN

Pelatihan penggunaan map untuk promosi produk dan penggunaan aplikasi e-Commerce berbasis web yang telah dilaksanakan dapat memberikan kemudahan kepada pengguna untuk menampilkan produk yang dihasilkan Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Pemasaran dan e-Commerce ini mampu menampilkan iklan produk UMKM secara online, serta dapat diakses dengan internet, artinya aplikasi e-Commerce berbasis mobile web yang dapat di akses kapan saja dimana saja untuk melakukan transaksi ketersediaan barang yang akan dipasarkan. Penerapan aplikasi e-Commerce kepada mitra yang disertai dengan pendampingan, yaitu pelatihan menggunakan e-Commerce, mengolah aplikasi, menambah dan mengubah produk sehingga mitra dapat mandiri menggunakan aplikasi e-Commerce mampu memberikan pengetahuan untuk pelaku UMKM dalam memasarkan produk secara global dan tak terikat waktu.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada UMKM yang telah bersedia menjadi Mitra Pengabdian Universitas Nasional dan Politeknik Negeri Media Kreatif dan memberikan kesempatan kepada tim pengabdi untuk memberikan pelatihan e-commerce sehingga UMKM mendapatkan kemudahan dalam memasarkan produk. Terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ascharisa Mettasatya Afrilia1. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi.Jurkom, Riset Komunikasi, 1(1), 147–157.
- Anggraini, Oktiva Dan Supriyント. (2019). Literasi Digital: Suatu Kemewahan Bagi UMKM Periklanan Di Era Industri 4.0?. Prosiding Seminar Dan Lokakarya Kualitaatif Indonesia. 117-126
- Mardiani, Eri, Rahmansyah,N, Ningsih, Sari (2022). PKM Meningkatkan Penjualan UMKM Dengan E-Commerce Disaat Pandemi Covid 19. Jurnal Mindabaharu: Jurnal Pengabdian Masyarakat Volume 6, No 2 Desember, 2022. 234-243.
- Mardiani, Eri., Rahmansyah, N., Wahyudi, N. M., Wijaya, Y. F., & Al Rizky, F. (2021). Kumpulan Latihan PHP. Elex Media Komputindo. Jakarta
- Mardiani,Eri, Nur Rahmansyah, Farid Al Rizky(2020, Desember). <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/informatik/article/download/2264/1135>
- Mardiani, Eri, Nur Rahmansyah, Hendra Kurniawan, Dana Indra Sensuse, Jayanta. 2016. Kumpulan Latihan SQL, Jakarta : Elex Media Komputindo
- Mardiani, Eri, Nur Rahmansyah, Surniawan, Imam Budiawan, Muchammad Sholeh. 2016. Aplikasi Pengajian Menggunakan Visual Basic, MySQL dan Data Report, Jakarta : Elex Media Komputindo
- Mardiani, Eri, Nur Rahmansyah, Wahyudi, Nurhafifah Matondang, Yunan Fauzi Wijaya, Farid Al Rizky. 2021. Kumpulan Latihan PHP, Jakarta : Elex Media Komputindo
- Mardiani, Eri, Nur Rahmansyah, Hendra Kurniawan, Anita Muliawati, Dwi Sidik Permana. 2017. Membuat Aplikasi Penjualan Menggunakan Java Netbeans, Mysql, dan iReport, Jakarta : Elex Media Komputindo

- Mardiani, Eri, Nur Rahmansyah, Yanuardi, Dwi Sidik Permana, Hendra Kurniawan. 2019. Membuat Aplikasi Penjualan Menggunakan Java Netbeans, Mysql, dan iReport, Jakarta : Elex Media Komputindo
- Matondang, Nurhafifah, Eri Mardiani, Wahyudi, Praptiningsih, Akhmad Saebani, 2019. Aplikasi Komputer, Jakarta: Mitra Wacana Media
- Nurmalasari, D. (2020, Juni). 7 Hal yang UKM Perlu Pahami untuk Meningkatkan Akses Pasar.Retrieved from UKM Indonesia: <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/287>
- Pradipta, Y. G. (2018). Penggunaan Internet Sebagai Media Promosi UMKM Harmoni di Desa Kembangan Baki Sukoharjo. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Surniawan dan Eri Mardiani. 2014. Aplikasi Penjualan dengan Visual Basic, Xampp dan Data Report, Jakarta : Elex Media Komputindo