

PENGEMBANGAN DIGITAL MARKETING UNTUK UMKM KREATIF DAN INOVATIF DI DESA SAMPIRAN KECAMATAN TALUN KABUPATEN CIREBON

Ade Johar Maturidi¹, Yunita Indah
Lestari², Dina Fatimah Azzahra³

Politeknik LP3I Kampus Cirebon^{1,2,3}

Article history

Received : 30 Desember 2023

Revised : 27 Juni 2024

Accepted : 27 Juni 2024

*Corresponding author

Email: yunitaindah540@gmail.com

ABSTRAK

Digital Marketing mengacu pada serangkaian teknik pemasaran dan penjualan produk secara online yang digunakan untuk mengiklankan barang dan jasa melalui berbagai platform digital. Hal ini, memerlukan pemanfaatan teknologi, saluran digital dan media sosial sebagai wadah untuk menjangkau audiens atau target, membangun kesadaran mereka atau citra mereka, dan menghasilkan penjualan yang signifikan. Pengembangan digital marketing adalah hal yang sangat penting terutama untuk para pelaku UMKM, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor usaha yang memiliki peran besar dalam perekonomian suatu negara. Mereka biasanya terdiri dari perusahaan-perusahaan kecil dengan karyawan yang lebih sedikit dan cakupan operasional yang lebih terbatas. Maka dari itu, pengembangan digital marketing untuk para pelaku UMKM sangat perlu dilakukan agar lebih kreatif dan inovatif, mengingat saat ini sedang berada diposisi penyesuaian setelah masa pandemi Covid-19. Banyak UMKM mengalami penurunan penjualan dan tidak bisa berkembang bahkan sampai mengalami kebangkrutan. Kondisi tersebut membuat para pelaku UMKM harus berfikir untuk bisa tetap bertahan demi kelangsungan usahanya, diketahui banyak pelaku UMKM belum mengikuti perkembangan digital secara maksimal, terutama karena kurangnya pengetahuan tentang digital marketing. Tujuan workshop pengembangan digital marketing untuk UMKM di Desa Sampiran Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon yaitu untuk memberikan pendampingan pelatihan digital marketing sebagai upaya pengembangan dan perluasan jaringan pemasaran berbasis teknologi (digital). Setelah melakukan pengabdian ini, diharapkan pelaku UMKM di daerah tersebut akan terus bersinergi demi keberlangsungan UMKM dan pengembangan ekonomi masyarakat

Kata Kunci: pemasaran; digital marketing; UMKM

ABSTRACT

Digital Marketing refers to a series of online marketing and product sales techniques used to advertise goods and services through various digital platforms. This requires the use of technology, digital channels and social media as a platform to reach audiences or targets, build brand awareness or brand image, and generate significant sales. Digital marketing development is very important, especially for UMKM players, Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) are Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) which are one of the business sectors that have a large role in a country's economy. They usually consist of smaller companies with fewer employees and a more limited operational scope. Therefore, it is very necessary to develop digital marketing for UMKM players to be more creative and innovative, considering that we are currently in a position of adjustment after the Covid-19 pandemic. Many UMKM experienced a decline in sales and were unable to develop and even went bankrupt. This condition makes UMKM players have to think about how to survive for the sake of their business continuity. It is known that many UMKM players have not followed digital developments to the fullest, especially due to a lack of knowledge about digital marketing. The aim of the digital marketing development workshop for UMKM in Sampiran Village, Talun District, Cirebon Regency is to provide digital marketing training assistance as an effort to

develop and expand technology-based (digital) marketing networks. After carrying out this service, it is hoped that UMKM actors in the area will continue to work together for the sustainability of UMKM and community economic development.

Keywords: marketing; digital marketing; UMKM

© 2022 Damkar

PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat adalah suatu kegiatan yang mempunyai peranan penting dalam menyelesaikan permasalahan masyarakat dari segala kondisi keterpurukan, keterbelakangan ekonomi. Tujuan pemberdayaan masyarakat adalah untuk memberikan individu atau kelompok dalam masyarakat berupa keterampilan, informasi, dan sumber daya yang mereka perlukan untuk mengatur kehidupan mereka sendiri, dalam menghadapi era digitalisasi dengan teknologi yang berkembang saat ini. Masyarakat harus meningkatkan daya kerja, keahlian atau skill dan kreatifitas yang inovatif seiring dengan perkembangan teknologi yang saat ini terjadi. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan dari kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Sampiran Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon kami melihat potensi yang dimiliki masyarakat sekitar, sehingga kita bisa bekerja sama dengan pihak pemerintah desa dan masyarakat sekitar, dalam permasalahan masyarakat yang ada dalam Desa Sampiran diantaranya yaitu permasalahan tentang kurangnya pemahaman pemasaran produk. Maka dari itu, pentingnya digital marketing untuk masyarakat sekitar yang berfokus sebagai pelaku utama UMKM atau berwirausaha.

Di era digitalisasi dan kemajuan teknologi saat ini, digital marketing merupakan perkembangan teknologi yang tidak bisa dihindari. Hampir seluruh aspek kehidupan telah menganut era digital (Komalasari, 2020). Dunia digital diperkirakan akan memainkan peran utama dalam semua upaya manusia, termasuk upaya komersial. Saat ini terdapat beberapa indikator yang dapat dimanfaatkan, seperti peningkatan belanja iklan digital, peningkatan kepemilikan ponsel pintar yang menawarkan akses cepat terhadap internet, dan pembangunan infrastruktur telekomunikasi untuk meningkatkan kualitas layanan.

Mempromosikan produk dan melakukan riset pasar melalui media digital dikenal dengan istilah pemasaran digital. Pemasaran online melalui berbagai saluran, termasuk media sosial (Harto & Komalasari, 2020). Kemampuan untuk menghubungkan orang dengan orang lain di seluruh dunia serta dengan teknologi telah ditingkatkan oleh dunia maya. Pemasaran interaktif dan terintegrasi biasanya melibatkan produsen, perantara pasar, dan pelanggan potensial yang berinteraksi satu sama lain (Pramesti et al., 2021). Meskipun pemasaran digital memfasilitasi kemampuan pembisnis untuk lebih terhubung dengan kandidat dan memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka, pemasaran digital juga memungkinkan calon pelanggan menemukan dan memperoleh informasi produk hanya melalui pencarian online, sehingga menyederhanakan proses pencarian (Dwijayanti et al., 2022). Konsumen saat ini menggunakan hasil pencarian untuk membuat pilihan tentang apa yang akan dibeli dengan tingkat kemandirian yang semakin meningkat. Pemasaran digital tidak dibatasi oleh waktu atau lokasi dan dapat menjangkau individu di mana saja (Sumarni et al., 2020).

Digital marketing memungkinkan penargetan yang tepat, analisis yang lebih baik, dan seringkali biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional (Harto et al., 2022). Kunci keberhasilannya terletak pada pemahaman yang mendalam tentang audiens target dan pemilihan saluran serta strategi yang paling efektif untuk terlibat dengan calon pelanggan atau pembeli. Selain itu, pemanfaatan e-commerce dan platform digital menjadi faktor pendukung untuk melakukan pemasaran produk secara digital atau online, tentunya sebagai pelaku utama UMKM harus paham, mengerti dan bisa mengoperasikan e-commerce dan platform yang tersedia. Contoh e-commerce dan platform yang dimaksud adalah Facebook, Shopee, Tokopedia, Lazada, Google My Business. Kombinasi dari e-commerce, platform dan layanan Google ini dapat

mendukung berbagai aspek dari proses penjualan, mulai dari meningkatkan visibilitas bisnis hingga menganalisis perilaku pelanggan dan meningkatkan strategi pemasaran.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam hal menciptakan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan serta pemberdayaan rumah tangga. UMKM diharapkan mampu mendongkrak perekonomian kelas menengah kemerosotan perekonomian yang terjadi saat ini. Penggunaan strategi pemasaran berbasis teknologi digital (digital marketing) menawarkan peluang bagi UMKM untuk menjadi hub kekuatan ekonomi. Oleh karena itu, pada pelaksanaan program kegiatan pengabdian masyarakat yaitu Kuliah Kerja Nyata (KKN) kelompok mahasiswa membuat acara seminar atau workshop tentang pengembangan digital marketing untuk para pelaku utama UMKM yang bertujuan untuk membantu pelaku UMKM dalam peningkatan pengetahuan dan keterampilan praktis, membangun strategi efektif, mengetahui perkembangan trend terbaru, mendorong inovasi yang beragam, dan peningkatan pendapatan bisnis.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini diadakan di Gedung Olahraga (GOR) yang berada di Desa Sampiran Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon yang dilaksanakan pada hari Sabtu tanggal 12 Agustus 2023. Kegiatan ini berlangsung pada pukul 09.00 WIB dengan target peserta yaitu masyarakat sekitar dan terutama pedagang atau pelaku UMKM. Selama kegiatan berlangsung kelompok kami berkolaborasi dengan mahasiswa dari kampus lain yang sedang melaksanakan pengabdian masyarakat dibulan yang sama, selain itu ada penyampaian materi yang tentunya sangat bermanfaat yaitu materi tentang digital marketing, 7 kunci sukses banjir closing, materi sertifikasi halal untuk produk. Ada kurang lebih sekitar 30 peserta yang hadir didalam acara seminar tersebut. Pelaksanaan dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

- a. Observasi dan Wawancara: melakukan operasi pasar serta pengamatan langsung ke pasar tradisional yang ada di Desa Sampiran dengan menjelaskan maksud dan tujuan dari kegiatan yang akan dilakukan dan melakukan wawancara dengan pedagang disekitar pasar serta melakukan pendataan jenis usaha, kendala yang dihadapi oleh pedagang tersebut, alamat rumah produksi, omset dan kontak person dari pedagang tersebut.
- b. Melakukan Busser dan Kunjungan : setelah melakukan kegiatan observasi, wawancara dan mendapatkan data lengkap dari pedagang tersebut tahap selanjutnya melakukan follow-up dan membuat janji untuk melakukan busser dan kunjungan ke rumah produksi yang bertujuan untuk melihat secara langsung proses produksi sampai ke tahap pengemasan, membantu mendaftarkan produk ke *marketplace* atau *e-commers* dan mendaftarkan alamat rumah produksi ke Google Maps agar dapat diketahui oleh masyarakat luas atau luar dari sebagai tempat pusat oleh-oleh khas dari Desa Sampiran.
- c. Pelaksanaan Kegiatan: melaksanakan kegiatan untuk membantu pedagang atau pelaku UMKM untuk memasarkan produk yang dijual secara online dengan teknik yang baru sampai ke tahap *closing*, pemahaman pendidikan adalah pilihan untuk sukses dengan target pemuda pemudi untuk tetap semangat dalam menimba ilmu, mendaftarkan produk untuk sertifikasi halal.
- d. Evaluasi : meminta saran dan masukan kepada kepala kampus, dosen pembimbing, pemerintah desa, mahasiswa kampus lain yang berkolaborasi, dan pedagang atau pelaku UMKM sebagai bahan evaluasi kegiatan yang telah dilakukan.

PEMBAHASAN

Pengembangan digital marketing sangat penting untuk pelaku UMKM atau pedagang karena mencakup berbagai aspek yang penting untuk memperluas jangkauan, menghadirkan pelanggan atau konsumen baru melalui media online dan memperkuat *brand awareness*. Workshop dengan materi digital marketing, 7 kunci

sukses closing, pendidikan pilihan sukses, dan sertifikasi halal dapat menjadi kombinasi yang kuat untuk kemajuan UMKM dan workshop ini dapat melibatkan bimbingan serta pelatihan berbagai aspek digital marketing, seperti pemasaran dimedia sosial, pembuatan konten, analisis data, dan penggunaan platform dan e-commerce. Selain membimbing dari aspek digital marketing, kunci closing dan pendidikan, sertifikasi halal menjadi hal penting terutama jika pelaku UMKM bergerak dalam produk-produk yang diharapkan memenuhi standar kehalalan. Kombinasi seminar atau workshop ini akan memberikan UMKM landasan yang kokoh untuk bersaing dalam pasar yang semakin terhubung secara digital sambil memastikan produk mereka memenuhi kebutuhan kehalalan bagi konsumen yang sensitif terhadap hal tersebut. Oleh karena itu, dicetuskan bentuk pengabdian masyarakat yang tertuang dalam rangkaian kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik Politeknik LP3I Kampus Cirebon dalam kegiatan Workshop Pengembangan Digital Marketing Untuk UMKM Kreatif Dan Inovatif Di Desa Sampiran.

Pelaksanaan workshop ini dilaksanakan pada tanggal 12 Agustus 2023 dengan melakukan pengamatan langsung, mengajak dan mengundang UMKM untuk ikut menghadiri workshop ini dan mempersiapkan segala perizinan. Selanjutnya kegiatan dilaksanakan dengan menempuh tahapan berikut, yakni:

Observasi dan Wawancara

Kelompok kami melakukan observasi yaitu dengan melakukan operasi pasar atau pengamatan langsung ke pedagang atau UMKM disekitar pasar tradisional Desa Sampiran. setelah melakukan kegiatan observasi, wawancara dan mendapatkan data lengkap dari pedagang tersebut tahap selanjutnya melakukan busser dan kunjungan ke rumah produksi yang bertujuan untuk melihat secara langsung proses produksi sampai ke tahap pengemasan, mendaftarkan produk ke *marketplace* atau *e-commers* dan mendaftarkan alamat rumah produksi ke Google Maps agar dapat diketahui oleh masyarakat luas atau luar dari sebagai tempat pusat oleh-oleh khas dari Desa Sampiran.

Hasil dari tahapan ini ditentukan bahwa kegiatan seminar atau workshop ini cocok dan bisa diselenggarakan karena melihat mayoritas dari penduduk Desa Sampiran berprofesi sebagai pedagang mulai dari pedagang usaha kecil sampai pedagang usaha besar.

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan seminar atau workshop yang kami selenggarakan ini dilaksanakan pada hari Sabtu, 12 Agustus 2023 pukul 09.00 – 12.00 WIB dengan target peserta pedagang atau UMKM, pemuda atau pemudi, warga sekitar desa dan kami mengundang narasumber yang ahli dalam bidang digital marketing, memiliki pengalaman yang relevan, dan dapat memberikan wawasan yang berharga kepada peserta. Workshop digital marketing harus tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga memberikan wawasan praktis yang dapat diterapkan langsung oleh UMKM. Dengan demikian, mereka dapat mengembangkan kehadiran online mereka dengan lebih percaya diri dan efektif. Selama kegiatan berlangsung kami didampingi oleh Kepala Kampus, Dosen pembimbing lapangan, segenap manajemen kampus dan rekan-rekan panitia yang telah hadir dalam kegiatan workshop ini. Ada kurang lebih sekitar 30 peserta yang hadir dalam acara ini, dari 30 peserta tersebut 15 pelaku umkm yang mendaftarkan usahanya untuk mendapatkan sertifikasi halal, 2 pelaku UMKM yang usahanya sudah didaftarkan ke marketplace, 1 pelaku UMKM yang usaha untuk lokasinya sudah terdaftar di Google Maps dan sisanya kami bimbing untuk proses digital marketingnya.

Evaluasi

Setelah kegiatan acara Workshop selesai, kami meminta saran dan masukan kepada kepala kampus, dosen pembimbing, pemerintah desa, mahasiswa kampus lain yang berkolaborasi, dan pedagang atau pelaku UMKM sebagai bahan evaluasi kegiatan yang telah dilakukan agar lebih baik kedepannya, dan kami memberikan akses untuk konsultasi atau pertanyaan lanjutan setelah workshop berakhir untuk membantu peserta menerapkan pengetahuan yang mereka dapatkan, dan kami meminta umpan balik yang diisi oleh

peserta untuk perbaikan dimasa mendatang karena Workshop Pengembangan Digital Marketing untuk UMKM Kreatif dan Inovatif tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga memberikan wawasan praktis yang dapat diterapkan langsung oleh UMKM. Dengan demikian, pelaku UMKM dapat mengembangkan kehadiran usaha online mereka dengan lebih percaya diri dan efektif.

SIMPULAN

Selain membimbing dari aspek digital marketing, kunci closing dan pendidikan, sertifikasi halal menjadi hal penting terutama jika pelaku UMKM bergerak dalam produk-produk yang diharapkan memenuhi standar kehalalan. Kombinasi seminar atau workshop ini akan memberikan UMKM landasan yang kokoh untuk bersaing dalam pasar yang semakin terhubung secara digital sambil memastikan produk mereka memenuhi kebutuhan kehalalan bagi konsumen yang sensitif terhadap hal tersebut. Selanjutnya kegiatan dilaksanakan dengan menempuh tahapan berikut, yakni: Observasi dan Wawancara Kelompok kami melakukan observasi yaitu dengan melakukan operasi pasar atau pengamatan langsung ke pedagang atau UMKM disekitar pasar tradisional Desa Sampiran. setelah melakukan kegiatan observasi, wawancara dan mendapatkan data lengkap dari pedagang tersebut tahap selanjutnya melakukan busser dan kunjungan ke rumah produksi yang bertujuan untuk melihat secara langsung proses produksi sampai ke tahap pengemasan, mendaftarkan produk ke marketplace atau e-commers dan mendaftarkan alamat rumah produksi ke Google Maps agar dapat diketahui oleh masyarakat luas atau luar dari sebagai tempat pusat oleh-oleh khas dari Desa Sampiran. Dengan target peserta pedagang atau UMKM, pemuda atau pemudi, warga sekitar desa dan kami mengundang narasumber yang ahli dalam bidang digital marketing, memiliki pengalaman yang relevan, dan dapat memberikan wawasan yang berharga kepada peserta. Ada kurang lebih sekitar 30 peserta yang hadir dalam acara ini, dari 30 peserta tersebut 15 pelaku umkm yang mendaftarkan usahanya untuk mendapatkan sertifikasi halal, 2 pelaku UMKM yang usahanya sudah didaftarkan ke marketplace, 1 pelaku UMKM yang usaha untuk lokasinya sudah terdaftar di Google Maps dan sisanya kami bimbing untuk proses digital marketingnya. Evaluasi Setelah kegiatan acara Workshop selesai, kami meminta saran dan masukan kepada kepala kampus, dosen pembimbing, pemerintah desa, mahasiswa kampus lain yang berkolaborasi, dan pedagang atau pelaku UMKM sebagai bahan evaluasi kegiatan yang telah dilakukan agar lebih baik kedepannya, dan kami memberikan akses untuk konsultasi atau pertanyaan lanjutan setelah workshop berakhir untuk membantu peserta menerapkan pengetahuan yang mereka dapatkan, dan kami meminta umpan balik yang diisi oleh peserta untuk perbaikan dimasa mendatang karena Workshop Pengembangan Digital Marketing untuk UMKM Kreatif dan Inovatif tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga memberikan wawasan praktis yang dapat diterapkan langsung oleh UMKM. Dengan demikian, pelaku UMKM dapat mengembangkan kehadiran usaha online mereka dengan lebih percaya diri dan efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwijayanti, A., Komalasari, R., Harto, B., Pramesti, P., & Alfaridzi, M. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi dan Pemasaran pada UMKM Sablon Anggi Screen di Era Digital. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 6, 68–75. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v6i2.2408>
- Harto, B., & Komalasari, R. (2020). OPTIMALISASI PLATFORM ONLINE INTERNET MARKETING UNTUK SME LITTLE ROSE BANDUNG. *Empowerment in the Community*, 1, 1. <https://doi.org/10.31543/ecj.v1i1.357>
- Harto, B., Sumarni, T., Dwijayanti, A., Komalasari, R., & Widyawati, S. (2022). Transformasi Bisnis UMKM Sanfresh Melalui Digitalisasi Bisnis Pasca Covid 19. *IKRA-ITH ABDIMAS*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:253345819>
- Komalasari, R. (2020). Manfaat Teknologi Informasi dan Komunikasi di Masa Pandemi Covid 19. *TEMATIK*, 7, 38–50. <https://doi.org/10.38204/tematik.v7i1.369>
- Pramesti, P., Dwijayanti, A., Komalasari, R., & Munawar, Z. (2021). Transformasi Bisnis Digital UMKM Bola Ubi Kopong di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 7, 112–119.

<https://doi.org/10.38204/atrabis.v7i2.700>

Sumarni, T., Melinda, L., & Komalasari, R. (2020). Media Sosial dan E-commerce sebagai Solusi Tantangan Pemasaran Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus : UMKM Warung Salapan). *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6, 163–171. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v6i2.489>