

**PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA
PENGEMBANGAN KELOMPOK UMKM
KELURAHAN SIDOWAYAH, REMBANG**

Wulan Suryandani¹, Nurma Gupita Dewi²

^{1,2}STIE YPPI REMBANG

e-mail: ¹wulansuryandani@gmail.com

ABSTRAK

Kelurahan Sidowayah memiliki kelompok UMKM yang terdiri dari beberapa UMKM yang memiliki usaha yang berbeda. Usaha dari beberapa UMKM tersebut antara lain UMKM Batik, tas rajut, keripik tempe, jajanan pasar, tempe dan lain sebagainya. Produk yang ditawarkan oleh UMKM di kelurahan Sidowayah beragam dan sangat berpotensi untuk berkembang menjadi lebih baik lagi. Namun dengan kondisi ekonomi saat ini yang terkendala oleh pandemi Covid-19 dan juga pembatasan kegiatan oleh pemerintah (PPKM) menyebabkan para UMKM ini mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya. **Permasalahan** internal yang menjadi masalah dalam pengembangan usaha dari UMKM di kelompok tersebut salah satunya adalah karena terbatasnya kemampuan SDM dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk mengembangkan usahanya. **Tujuan** kegiatan pengabdian masyarakat ini untuk memberikan pengetahuan kepada Mitra terkait dengan pemasaran menggunakan *digital marketing*. **Solusi** yang ditawarkan untuk Mitra sesuai dengan priotas adalah: (1) mampu menggunakan social media sebagai sarana untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan produk, (2) memiliki kemampuan foto produk untuk menunjang *digital marketing*. Dari kegiatan pengabdian menghasilkan kemampuan Mitra dalam pengelolaan *social media* Instagram dan juga mampu menghasilkan foto produk yang menarik untuk keperluan *marketing* di *social media*.

Kata kunci: *Digital Marketing, Social Media, E-Commerce, UMKM.*

ABSTRACT

Sidowayah Village has a group of MSMEs consisting of several MSMEs that have different businesses. The businesses of these MSMEs include Batik MSMEs, knitting bags, tempe chips, "jajan pasar", tempeh and so on. The products offered by MSMEs in the Sidowayah sub-district are diverse and have the potential to develop for the better. However, with the current economic conditions constrained by the Covid-19 pandemic and also the restrictions on activities by the government (PPKM) causing these MSMEs to experience difficulties in developing their businesses. One of the internal problems that become a problem in the business development of MSMEs in this group is the limited ability of human resources



in utilizing information technology to develop their business. The purpose of this community service activity is to provide knowledge to partners related to marketing using digital marketing. The solutions offered to Partners according to their priorities are: (1) being able to use social media as a means to increase product marketing and sales, (2) having product photo capabilities to support digital marketing. From service activities, partners are able to produce Instagram social media management and are also able to produce attractive product photos for marketing purposes on social media.

Keywords: Digital Marketing, Social Media, E-Commerce, MSMEs

Pendahuluan

1. Analisis Situasi

Kelurahan Sidowayah yang termasuk dalam wilayah Kecamatan Rembang Kabupaten Rembang merupakan salah satu kelurahan yang terletak di tengah Kota Rembang. Secara geografis Desa Sidowayah berada di antara Kelurahan Leteh, Desa Kabongan Kidul dan Desa Kabongan Lor. Kelurahan Sidowayah merupakan salah satu daerah yang mendukung perkembangan UMKM di daerah. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya kelompok yang terdiri dari beberapa UMKM yang memiliki usaha yang berbeda. Usaha dari beberapa UMKM terebut antara lain UMKM Batik, tas rajut, keripik tempe, jajanan pasar, tempe dan lain sebagainya.

Produk yang ditawarkan oleh UMKM di kelurahan Sidowayah beragam dan sangat berpotensi untuk berkembang menjadi lebih baik lagi. Namun dengan kondisi ekonomi saat ini yang terkendala oleh pandemi Covid-19 dan juga pembatasan kegiatan oleh pemerintah (PPKM) menyebabkan para UMKM ini mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya. Pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) dilakukan bukan untuk melarang kegiatan tetapi pengaturan kembali untuk beberapa kegiatan masyarakat terutama untuk daerah dengan risiko penularan virus yang tinggi [1]. Selain kesulitan dalam hal pemasaran, para pelaku usaha ini juga kesulitan dalam pengelolaan usahanya. Hal ini selain disebabkan oleh masalah eksternal (pandemi) tetapi juga masalah internal dari UMKM tersebut.

Permasalahan internal yang menjadi masalah dalam pengembangan usaha dari UMKM di kelompok tersebut salah satunya adalah karena terbatasnya kemampuan SDM dalam mengelola usaha [2]. Kemampuan yang terbatas menyebabkan pengelolaan usaha menjadi kurang maksimal dan tidak tepat. Masalah lain yang terjadi dalam pengelolaan usaha adalah keterbatasan pengetahuan terkait dengan pemanfaatan teknologi informasi. Pandemi Covid-19 yang mengharuskan orang untuk membatasi kegiatan masyarakat menjadi pendorong berkembangnya teknologi informasi untuk meningkatkan penjualan dan pemanfaatan *digital marketing* [3]. Akan tetapi banyak pengusaha UMKM di kelurahan Sidowayah belum mampu memanfaatkan *digital marketing* secara maksimal sehingga mengakibatkan penurunan penjualan dan juga pendapatan yang diperoleh selama pandemic, tentunya hal ini jika terjadi secara berlarut-larut maka akan mengancam keberlangsungan usaha dari UMKM tersebut.

Pemanfaatan teknologi informasi dengan media digital terutama *social medial* sudah banyak digunakan oleh usaha kecil maupun usaha besar untuk mengembangkan usahanya [4]. Beberapa media yang banyak digunakan adalah Instagram, Facebook dan juga Youtube. Selain pemanfaatan *social media*, penggunaan *e-commerce* juga menjadi salah satu cara Langkah yang sering digunakan untuk meningkatkan penjualan, seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Bli Bli, dan lain-lain [5].

Masalah lain yang terjadi dalam pengelolaan usaha dalam kelompok UMKM Kelurahan Sidowayah adalah kurangnya pengetahuan tentang manajemen keuangan yang menyebabkan pengelolaan manajemen keuangan kurang maksimal sehingga dalam menentukan keuntungan dan kerugian juga belum sesuai. Masih banyak pelaku usaha dalam kelompok usaha UMKM Desa Sidowayah masih menggunakan prinsip uang usaha adalah uang milik sendiri sehingga sering terjadi penggunaan uang uasaha untuk kegiatan pribadi. Selain itu pencatatan keuangan hanya terbatas pada pencatatan keuangan masuk dan keluar saja, sehingga belum bisa diketahui betapa keuntungan dan kerugian yang terjadi selama kegiatan usaha dengan tepat. Keterbatasan ini terjadi karena banyak pemilik dan pengelola usaha tidak memiliki pengetahuan dalam hal tersebut.

Salah satu UMKM yang ada dalam kelompok tersebut adalah usaha yang bergerak di bidang pengrajin batik "Sekar Langgeng" yang memproduksi kain batik tulis dan juga cap, dan juga menjual tas, masker dari bahan batik.

Selain itu juga ada UMKM yang membuat pot dari sabut kelapa yang dikelola oleh Bapak Aditya. Dengan memanfaatkan sabut kelapa yang dikreasikan menjadi salah satu media tanam yang unik dan sangat bersahabat dengan lingkungan. Ada pula UMKM yang membuat makanan ringan seperti keripik tempe yang dikelola oleh Bapak Dwi yang bertempat tinggal di Kelurahan Sidowayah RT03/RW03. UMKM yang tergabung dalam kelompok ini ada 6 UMKM yang bergerak di bidang yang berbeda-beda.



**Gambar 1. Produk UMKM Kelurahan Sidowayah**

Program pengabdian masyarakat ini diharapkan akan membantu menyelesaikan masalah pada mitra. Selain itu diperlukan juga pendampingan terhadap usaha tersebut baik melalui Tim Pengabdian Kepada Masyarakat STIE YPPI Rembang, dengan cara memberi solusi dan alternatif pemecahan masalah yang dihadapi dalam meningkatkan kemampuan manajemen terutama dalam hal pemasaran.

2. Permasalahan Mitra

UMKM yang tergabung dalam kelompok masih melakukan pemasaran secara langsung dan konvensional, terkendala dalam hal pemasaran terutama *digital marketing* sehingga sulit untuk mengembangkan usahanya. Sumber Daya Manusia pada UMKM juga belum memiliki kemampuan yang memadai untuk menerapkan pemasaran secara *online* dengan memanfaatkan *digital marketing*.

3. Manfaat Program

Program pengabdian masyarakat ini bermanfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

a. Bagi Tim Pengabdian Pelaksana Program

Sebagai sarana dalam melaksanakan salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian masyarakat.

b. Bagi Mitra/Masyarakat Sasaran Program

Sebagai pengembangan dan peningkatan kualitas SDM dan juga memberikan solusi untuk masalah-masalah yang dihadapi dalam pengembangan usaha dan pemasaran produk pada kelompok usaha UMKM Kelurahan Sidowayah.

c. Bagi Mahasiswa yang Terlibat

Sebagai pengembangan dan peningkatan kemampuan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat serta menyelesaikan masalah dalam masyarakat dengan penerapan keilmuan yang dimiliki.

Metode

1. Penentuan Permasalahan Prioritas Mitra

Penentuan permasalahan prioritas mitra dari aspek pemasaran yang disepakati bersama adalah sebagai berikut:

- a. Belum dimilikinya pengetahuan dan kemampuan dalam menjalankan pemasaran modern yang memanfaatkan teknologi informasi melalui *digital marketing* dan juga *e-commerce*.
 - b. Belum adanya institusi yang secara intens memberikan pembinaan dalam mengembangkan usaha dan meningkatkan pendapatan masyarakat.
2. Justifikasi Pengusul Bersama Mitra Dalam Menentukan Persoalan yang Disepakati Diselesaikan Selama Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian
- Permasalahan dari mitra baik dari aspek manajemen pemasaran yang disepakati bersama di atas tidak semuanya dapat diselesaikan dalam pelaksanaan kegiatan ini. Untuk itu prioritas permasalahan yang disepakati untuk diselesaikan dalam program ini adalah untuk Manajemen pemasaran akan diselesaikan dengan pemberian materi pemasaran modern dan pembuatan media pemasaran *online* serta pelatihan foto produk untuk mendukung *digital marketing*.
3. Metode Pendekatan yang Ditawarkan untuk Menyelesaikan Persoalan Mitra
 - a. Melakukan pelatihan dan praktek pemasaran *online*, sehingga mitra memiliki media pemasaran *online* seperti *social media* Facebook dan Instagram untuk memperluas dan meningkatkan pemasaran.
 - b. Melakukan pelatihan foto produk untuk mendukung *digital marketing*.
 - c. Pendampingan dilakukan oleh tim bersama mitra untuk pemantapan progam dalam jangka waktu 1 bulan terakhir.

Hasil dan Pembahasan

Hasil dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Pelatihan Manajemen Pemasaran dan *Digital Marketing*

Pelatihan manajemen pemasaran disampaikan pada hari Selasa, 21 September 2021 pukul 10.30 WIB dengan pemateri adalah Ibu Wulan Suryandani, SE., MM. selaku Ketua Tim Pengabdian Kepada Masyarakat. Materi yang disampaikan meliputi bagaimana cara melakukan pemasaran yang baik, karena dari hasil wawancara dengan Mitra, Mitra mengalami kesulitan dalam memasarkan produk apalagi dengan andanya pandemi Covid-19 yang mengharuskan semua orang untuk di rumah saja. Selain materi terkait dengan pemasaran, materi yang diberikan juga terkait dengan bagaimana cara memanfaatkan teknologi informasi sebagai alat pemasaran (*digital marketing*). Selain itu juga dalam pelatihan diajarkan bagaimana menggunakan *social media* seperti Facebook Business dan juga Instagram Business untuk memasarkan produk UMKM Kelurahan Sidowayah. Dengan pelatihan tersebut diharapkan Mitra mampu memperluas pangsa pasar dengan pemanfaatan teknologi informasi dan menggunakan *social media* dalam memasarkan produk dan menjangkau konsumen yang lebih luas.

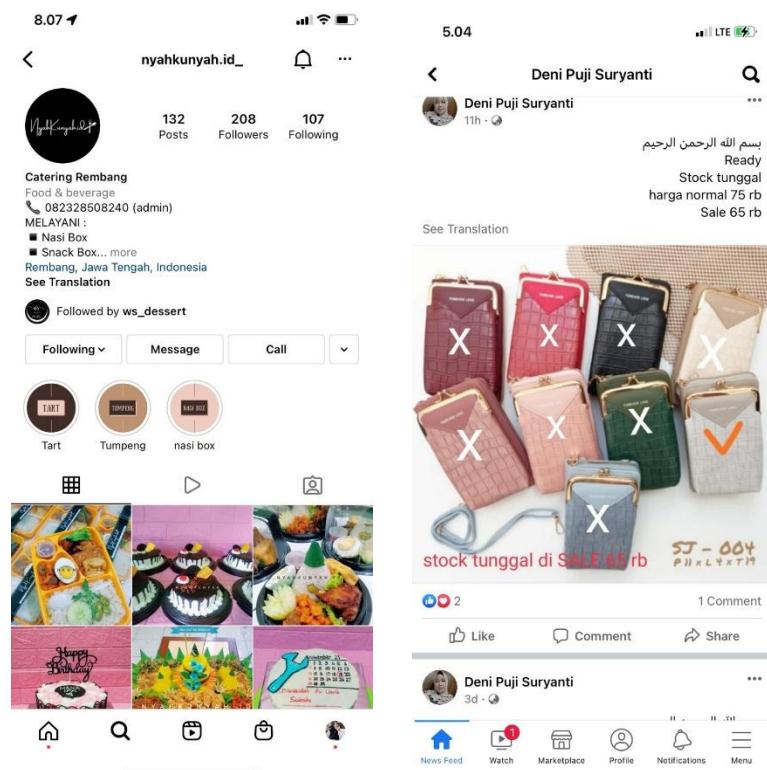


Gambar 2. Pemateri Memberikan Materi Pemasaran dan *Digital Marketing*

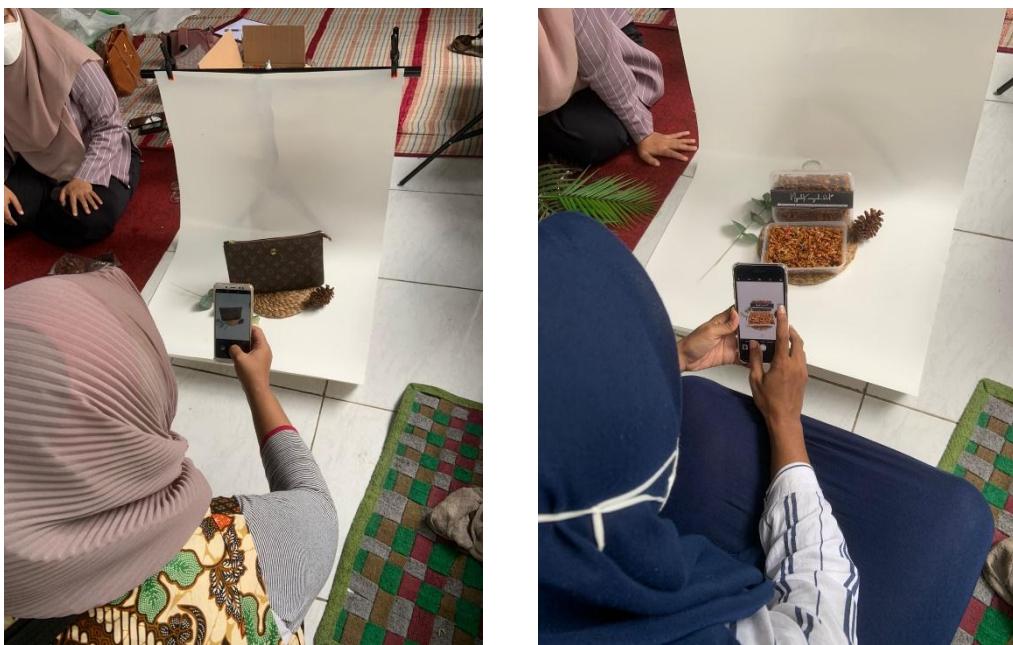
2. Pendampingan Manajemen Pemasaran dan *Digital Marketing*

Setelah memberikan kegiatan pelatihan kami juga melakukan kegiatan pendampingan untuk manajemen pemasaran yaitu pendampingan pembuatan social media berupa Facebook dan juga Instagram Bisnis. Dalam pendampingan ini Tim Pengabdian mendampingi UMKM Sidowayah bagaimana cara memanfaatkan fitur-fitur yang ada dalam *social media* tersebut untuk memaksimalkan pemasaran produk.

Selanjutnya dalam pendampingan ini UMKM juga dibekali dengan kemampuan fotografi untuk menghasilkan foto yang menarik untuk ditampilkan di *social media* supaya bisa menarik pelanggan. Karena dengan penggunaan social media Facebook dan juga Instagram Bisnis sebagai media pemasaran mengharuskan UMKM untuk menampilkan foto yang menarik. Dengan begitu UMKM mampu menghasilkan foto sendiri sehingga bisa menghemat biaya untuk membayar jasa fotografi produk UMKM.



Gambar 3. Social Media Facebook dan Instagram Bisnis dari UMKM Sidowayah



Gambar 4. Pelatihan Fotografi untuk mendukung Digital Marketing



Gambar 4. Hasil Foto Setelah Pendampingan

Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di kelompok UMKM Keluarahan Sidowayah, Kecamatan Rembang dapat disimpulkan bahwa pelatihan dengan materi manajemen pemasaran dan *digital marketing* bisa diterima dan dimengerti dengan baik oleh UMKM Keluarahan Sidowayah, dengan memberikan tambahan pendampingan secara langsung kepada UMKM juga memberikan dampak bagi pemilik UMKM yaitu memiliki kemampuan mengelola social media dan juga membuat foto yang layak tampil dalam social media.

Saran untuk kegiatan ini diharapkan materi pelatihan dan hasil pendampingan kepada UMKM bisa terus dimanfaatkan untuk keberlangsungan usaha dari UMKM tersebut

Penghargaan

Terima kasih banyak untuk STIE YPPI Rembang dan juga LPPM STIE YPPI Rembang yang sudah mendanai Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2021.

Daftar Pustaka

- [1] U. Napitu, C. Corry, and K. D. Matondang, "Sosialisasi Pembatasan Pelaksanaan Kegiatan Masyarakat (Pkkm) Mikro Di Kelurahan Bah Kapul," *Community Dev. J. J. Pengabdi. Masy.*, vol. 2, no. 2, pp. 232-241, 2020, doi: 10.31004/cdj.v2i2.1698.
- [2] N. Z. Riani, "Identifikasi Permasalahan dan Kerangka Pengembangan Kluster UMKM Sandang di Bukittinggi Sumatera Barat," *Tingkap*, vol. 7, no. 1, pp. 51-64, 2011, [Online]. Available: <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/tingkap/article/view/11/11>.
- [3] D. Purwana, R. Rahmi, and S. Aditya, "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit," *J. Pemberdaya. Masy. Madani*, vol. 1, no. 1, pp. 1-17, 2017, doi: 10.21009/jpmm.001.1.01.
- [4] K. A. Akhmad, "Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta)," *DutaCom*, vol. 9, no. 1, pp. 43-54, 2015, [Online]. Available: <http://journal.stmikdb.ac.id/index.php/dutacom/article/view/17>.
- [5] R. J. NAIMAH, M. W. WARDHANA, R. HARYANTO, and A. PEBRIANTO, "Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM," *J. IMPACT Implement. Action*, vol. 2, no. 2, p. 39, 2020, doi: 10.31961/impact.v2i2.844.