



PENDAMPINGAN DIGITALISASI MARKETING KEPADA PELAKU UMKM UPAYA UNTUK MENINGKATKAN EFISIENSI PENJUALAN UMKM DESA BANJARAGUNG KECAMATAN BARENG JOMBANG

*Assistance in Marketing Digitalization to MSME Players Effort to Increase MSME Sales
Efficiency in Banjaragung Village, Bareng District, Jombang*

Sheily Novitasari¹, Supriyono²

^{1,2}UPN “Veteran” Jawa Timur, Surabaya

Korespondensi penulis: supriyono.ma@upnjatim.ac.id

Article History:

Received: 30 Mei 2023

Revised: 16 Juni 2023

Accepted: 05 Juli 2023

Keywords: Digital marketing,
MSMEs, Assistance, Social
media

Abstract: *The program carried out in Banjaragung Village, Bareng District, Jombang Regency provides assistance on digital marketing to improve the quality of MSME (Micro, Small and Medium Enterprises) products. There are still many MSMEs in Banjaragung Village that do not take advantage of the current digital marketing. The purpose of this service activity is to improve the development of MSMEs in Banjaragung Village, Bareng District, Jombang Regency through digital marketing assistance for MSMEs. The assistance program for making digital marketing is in the form of creating social media such as Instagram Business and e-commerce Shopee for MSMEs. With assistance regarding digital marketing, it is able to expand market reach and increase consumer confidence in the products being marketed, so that they are able to achieve the goals expected of MSME players in Banjaragung Village.*

Abstrak

Program yang dilakukan di Desa Banjaragung, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang melakukan pendampingan digitalisasi marketing untuk meningkatkan kualitas produk UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). UMKM di Desa Banjaragung masih banyak usaha yang kurang memanfaatkan digital marketing yang ada saat ini. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pengembangan UMKM Desa Banjaragung, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang melalui pendampingan digital marketing UMKM. Program pendampingan pembuatan digital marketing berupa pembuatan sosial media seperti Instagram Bisnis dan e-commerce Shopee bagi para UMKM. Dengan pendampingan mengenai digital marketing ini mampu memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan, sehingga mampu mencapai tujuan yang diharapkan para pelaku UMKM di Desa Banjaragung.

Kata kunci: Digital Marketing, UMKM, Pendampingan, Sosial Media

* Supriyono, supriyono.ma@upnjatim.ac.id

PENDAHULUAN

UMKM merupakan kepanjangan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM untuk membantu menumbuhkan perkembangan perekonomian masyarakat di seluruh Indonesia dikarenakan dapat berpengaruh besar di masyarakat sekitar. Hal tersebut dapat memberikan dampak yang positif untuk ekonomi bangsa dan dapat membantu mengurangi tingginya jumlah pengangguran di Indonesia karena UMKM menciptakan lapangan pekerjaan dalam usaha kecil maupun besar. (Susilo et al. 2022)

UMKM juga dapat memulihkan dan membantu perkembangan perekonomian di Indonesia menjadi lebih baik dari sebelumnya. Indonesia mengalami kendala dari segi akses pasar yang kurang luas sehingga belum memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan. UMKM masih banyak yang belum menggunakan teknologi digital dengan efisien dan efektif. Teknologi digital dapat diakses melalui smartphone pelaku UMKM untuk memanfaatkan platform Instragram dan *e-commerce* Shopee. Hal tersebut untuk mengembangkan dan memajukan perekonomian UMKM. (Efita Sari et al. 2022)

Shopee merupakan media digital marketing yang berbasis *marketplace*. Pelaku UMKM dapat berjualan melalui *marketplace* yang sudah disediakan untuk berjualan secara *online*. *Marketplace* tersebut merupakan wadah untuk memasarkan produk secara elektronik sehingga akan mempertemukan banyak pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi. Dengan memanfaatkan *marketplace* Shopee target penjualan UMKM akan lebih besar dan meningkat, dapat meningkatkan pelaku UMKM untuk mengelola media digital, dan memperluas persaingan UMKM di wilayah yang lebih luas. (Wusqo, Fridayanti, and Aisyah 2023)

Shopee menjadi salah satu media digital marketing terbesar di Indonesia untuk memperluas pangsa pasar usaha secara *online*. Pengguna Shopee meningkat secara terus-menerus dikarenakan memiliki fitur-fitur yang mudah untuk melakukan transaksi antara penjual dan pembeli. *E-commerce* Shopee ini juga sering memberikan banyak diskon, *cashback*, *free* ongkir, dan lain sebagainya. Hal tersebut membuat para pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Shopee sehingga banyak penjual yang menggunakan *e-commerce* Shopee. (Efita Sari et al. 2022)

Selain itu, Instragram juga menjadi salah satu media sosial peringkat teratas untuk sarana kepentingan bisnis dan *marketing*. Instragram sendiri mempunyai fitur akun bisnis yang dapat membantu memudahkan para pengusaha mengoptimalkan kegiatannya untuk memanfaatkan media sosial. Media sosial ini harus dimanfaatkan secara efektif dan efisien dengan membuat konten yang menarik untuk mempromosikan produknya sehingga dapat menambah pengikut di Instagram yang bertujuan untuk memperluas pemasaran di media sosial. (Efita Sari et al. 2022)

Pendampingan digitalisasi marketing berupaya untuk meningkatkan efisiensi penjualan UMKM yang berada di desa Banjaragung. UMKM di Desa Banjaragung masih banyak yang belum memanfaatkan digitalisasi marketing khususnya Instragram dan *e-commerce* Shopee. Dengan menggunakan Instragram dan *e-commerce* Shopee pelaku UMKM akan dimudahkan untuk bertransaksi dengan pembeli yang berada di luar kota sehingga pasar penjualannya akan lebih luas. Hal tersebut dilakukan agar UMKM di Desa Banjaragung dapat maju dan berkembang sehingga dapat meningkatkan penjualan atau pendapatan para pelaku UMKM Desa Banjaragung.

METODE

Pendampingan digitalisasi marketing bertujuan untuk peningkatan serta pengembangan para UMKM di Desa Banjaragung merupakan salah satu kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Program pendampingan pembuatan digital marketing berupa pembuatan Instagram dan *e-commerce* Shopee dilakukan selama 2 minggu.

Tahapan pendampingan digital marketing UMKM di Desa Banjaragung adalah sebagai berikut.

1. Menganalisa kebutuhan dari para UMKM
Mengidentifikasi kebutuhan UMKM dengan melakukan wawancara dengan mitra sebagai bahan observasi terkait penggunaan digital marketing UMKM di Desa Banjaragung
2. Pendampingan pembuatan digital marketing
Memberikan pendampingan dan memberikan arahan dalam proses pembuatan *e-commerce* Shopee dan melakukan monitori pelaku UMKM di Desa Banjaragung secara berkelanjutan sehingga mitra UMKM mampu mencapai target yang diharapkan.

HASIL

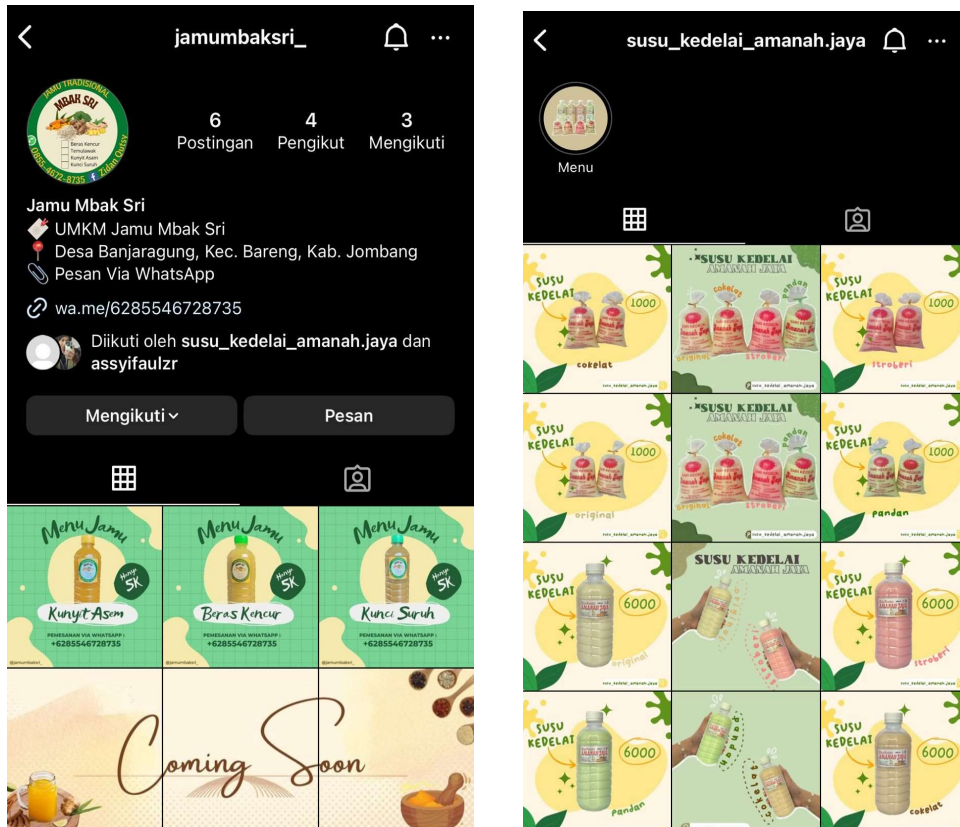
Digitalisasi UMKM Banjaragung melalui Sosial Media Instagram

Program pengembangan UMKM ini dipilih berdasarkan hasil identifikasi permasalahan di wilayah Desa Banjaragung yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra UMKM. Program ini dilakukam untuk memfokuskan pada pengenalan dan peningkatan pengetahuan pelaku, dan optimalisasi pemasaran digital UMKM.

Digitalisasi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dapat melibatkan penerapan teknologi digital untuk dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas, dan dapat meningkatkan penjualan. Berikut ini merupakan langkah-langkah untuk media sosial yaitu Instagram.

Salah satu digital marketing yang dilakukan yaitu dengan membuat akun Instagram untuk UMKM Jamu Mbak Sri dan UMKM Susu Kedelai Amanah Jaya. Dengan membuat akun Instagram UMKM tersebut dapat mempromosikan produknya dengan membuat konten promosi yang menarik untuk memikat para pembeli yang ada di Instagram. Hal tersebut dapat memperluas jangkauan pasar untuk kedua UMKM tersebut.

Mengelola konten promosi dengan baik dan menarik serta relevan untuk menarik minat calon konsumen dengan membuat konten seperti gambar atau video untuk menjelaskan dan mempromosikan produk atau layanan yang ditawarkan. Selain itu, menggunakan kalimat yang jelas, informatif, dan menarik untuk menjelaskan nilai produk yang dijual. Berikut ini merupakan Instagram untuk UMKM Jamu Mbak Sri dan UMKM Susu Kedelai Amanah Jaya.



Dengan ini, diharapkan untuk UMKM di Desa Banjaragung dapat memanfaatkan teknologi digital untuk mencapai lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualannya.

Digitalisasi UMKM Banjaragung melalui *E-commerce* Shopee

Hasil kegiatan pendampingan digitalisasi marketing *e-commerce* Shopee ini dilihat dari kebutuhan mitra yang hanya menjual di wilayah Banjaragung saja sehingga dengan menggunakan *e-commerce* Shopee ini UMKM di Desa Banjaragung dapat memanfaatkan teknologi digital dengan efektif dan efisien. Shopee ini dapat membantu para UMKM di Desa Banjaragung untuk mendapat calon konsumen yang lebih luas.

Dengan membangun toko online di platform *e-commerce* Shopee yang sesuai dengan bidang usaha yang sudah dilakukan adalah membuat akun marketplace untuk UMKM Jamu Mbak Sri dan UMKM Susu Kedelai Amanah Jaya.



Pendampingan *e-commerce* Shopee ini juga harus memperhatikan pengemasan dan pengiriman produk karena akan mengirim produknya ke luar kota. Pengemasan produk sendiri termasuk *branding* usaha karena *packaging* adalah hal yang sangat penting dalam bisnis *online*. *Packaging* yang digunakan harus pengemasan yang aman dalam melindungi produk yang dikirim dan memberikan daya tarik untuk konsumen agar mendapatkan kepuasan dari konsumen.

Analisis dan pengukuran menggunakan alat analisis yang sudah tersedia di *platform e-commerce* Shopee untuk melacak kinerja promosi digital. Selanjutnya, memperhatikan metrik seperti jumlah pengunjung, tingkat konversi, dan interaksi pengguna untuk mengetahui keberhasilan strategi digital UMKM. Hal tersebut dapat menggunakan wawasan yang diperoleh untuk membuat perbaikan dan penyesuaian yang diperlukan dalam upaya digitalisasi UMKM.

DISKUSI

Di era digital saat ini membuka peluang bagi para pelaku UMKM untuk mampu melakukan perkembangan terhadap usahanya dengan penggunaan digitalisasi dengan tepat sesuai tujuan yang diharapkan. Oleh karena itu, dibutuhkan adanya tindak lanjut yang lebih mendalam oleh para pelaku UMKM berdasarkan berbagai pendampingan yang telah dilakukan di Desa Banjaragung agar mampu mengimplementasikan dengan efektif dan optimal sehingga dapat merasakan manfaat yang maksimal guna mencapai target yang diharapkan. Pendampingan lebih dinamis dengan fasilitas yang lebih memadai perlu dilakukan dengan mengikuti perkembangan digital yang terus berkembang agar para pelaku usaha mampu mengikuti perkembangan yang ada sehingga usaha mereka tidak akan tertinggal.

KESIMPULAN

UMKM merupakan kelompok usaha paling besar dalam perekonomian di Indonesia, dimana peranannya sangat penting dalam peningkatan perekonomian. Namun, masih kurangnya pemahaman para pelaku UMKM mengenai upaya dalam menunjang usaha mereka. Terutama minimnya pemahaman mengenai pentingnya digital marketing terhadap usaha yang sedang dikembangkan. Kurangnya pemahaman para pelaku UMKM menyebabkan usaha yang dijalankan sulit untuk mampu berkembang mengikuti perkembangan digital yang berlangsung di pasaran. Oleh karena itu, perlu adanya pendampingan mengenai pentingnya digital marketing bagi para pelaku UMKM agar menguasai penggunaannya dan merasakan manfaatnya terhadap usaha yang sedang dikembangkan. Pemahaman penggunaan digital marketing memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kuatnya branding dari suatu usaha sehingga promosi penjualan produk semakin meluas.

Pendampingan digital marketing yang dilakukan terhadap para pelaku UMKM di Desa Banjaragung berupa pendampingan penggunaan media digital seperti pembuatan media sosial Instagram dengan berbagai konten yang menarik, serta pendampingan pembuatan marketplace berupa shopee dan tokopedia untuk memperluas pasar penjualan secara online. Pemahaman mengenai digital marketing mampu memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Maka, dapat disimpulkan bahwa pendampingan mengenai digital marketing mampu memfasilitasi hal tersebut dalam mengembangkan usahanya dengan lebih optimal, sehingga mampu mencapai tujuan yang diharapkan para pelaku UMKM di Desa Banjaragung.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Drs. Ec. Supriyono, M.M., selaku Dosen Pembimbing Prodi Manajemen dan Ir. Mu'tasim Billah, M. S. selaku Dosen Pembimbing Lapangan dan Intan Nur Vita Sari selaku *Person in Charge* KKNT MBKM UPN "Veteran" Jawa Timur. Terima kasih juga disampaikan kepada Kepala Desa Banjaragung yaitu Hasan Sulaiman, S. Sos dan para perangkat Desa Banjaragung, rekan-rekan Kelompok 02 KKNT MBKM UPN "Veteran" Jawa Timur, dan seluruh para pelaku UMKM Desa Banjaragung.

DAFTAR REFERENSI

- Efita Sari, D., et al. "OPTIMALISASI PENGGUNAAN DIGITAL MARKETING MELALUI SOSIAL MEDIA DAN E-COMMERCE PADA INDUSTRI KECIL MENENGAH DI DESA KINGKANG, KABUPATEN KLATEN." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2022.
- Susilo, J. H., A. Eliana, E. Y. Putri, dan A. P. Fauziah. "PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING DAN LEGALITAS USAHA UNTUK MENINGKATKAN KUANTITAS PENJUALAN UMKM." *Jurnal Abdi Masyarakat*, 2022.
- Wusqo, A. U., B. E. Fridayanti, dan S. Aisyah. "Pengembangan dan Pendampingan UMKM Dompot Kulit Melalui Digitalisasi Marketing Berbasis Marketplace Shopee Untuk Menunjang Pemasaran dan Peningkatan Penjualan." *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 2023.