



Buletin Pemberdayaan dan Pengembangan Masyarakat: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Volume 3 | Nomor 1 | Juni 2024

e-ISSN: 2963-6671

DOI:

Website: <http://e-journal.unipma.ac.id/index.php/bppm/index>

Peranan Digital Marketing Efektif untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Jamu Bu Bibit di Era Digital

Syahrani Aisyah¹, Daniar Yuntari Oktavia², Ine Putri Selziana³, Dwiki Lathifu Mughni⁴,
Indriyana Dwi Mustikarini⁵
Universitas PGRI Madiun

Email korespondensi: indriyanadwimustikarini@unipma.ac.id

History Artikel

Received: 12-02-2024;

Accepted: 16-02-2024

Published: 20-06-2024

Kata kunci

Kata Kunci 1;

Digital Marketing

Kata Kunci 2;

UMKM

Kata Kunci 3; Daya

Saing

ABSTRAK

Digital marketing merupakan suatu perkembangan teknologi yang tidak dapat dielakkan lagi dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi saat ini. Oleh karena itu, perlu diberikan pelatihan dan pendampingan digitalisasi guna meningkatkan daya saing di era digital. Kegiatan ini bertujuan untuk menganalisis peran digital marketing dalam meningkatkan daya saing UMKM Jamu Bu Bibit, mengembangkan strategi digital marketing yang efektif untuk UMKM Jamu Bu Bibit. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital marketing memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing UMKM Jamu Bu Bibit.

Keywords:

Keyword 1; Digital
Marketing

Keyword 2; UMKM

Keyword 3;

Competitiveness

ABSTRACT

Digital marketing is a technological development that cannot be avoided in the current era of globalization and technological progress. Therefore, it is necessary to provide digitalization training and assistance to increase competitiveness in the digital era. This activity aims to analyze the role of digital marketing in increasing the competitiveness of Jamu Bu Bibit UMKM, developing an effective digital marketing strategy for Jamu Bu Bibit UMKM. The research method used is qualitative with case studies. Data was collected through interviews, observation and documentation. The research results show that digital marketing has an important role in increasing the competitiveness of Jamu Bu Bibit UMKM.



PENDAHULUAN

Digital marketing merupakan suatu perkembangan teknologi yang tidak dapat dielakkan lagi dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi saat ini. Hampir semua lini kehidupan telah mengadopsi dunia digital. Dunia digital diprediksi akan menjadi poin krusial bagi seluruh aktivitas manusia, termasuk aktivitas bisnis. Beberapa indikator yang bisa digunakan saat ini antara lain naiknya pengeluaran iklan digital, pertumbuhan kepemilikan *smartphone* yang menyediakan kemudahan akses internet, perbaikan infrastruktur telekomunikasi dalam rangka peningkatan kualitas akses data, serta diluncurkannya layanan 4G. Menurut data Facebook, 74% pengguna internet di Indonesia menggunakan perangkat *mobile*. Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. Tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (*offline*) menjadi *digital (online)*. Strategi *digital marketing* ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet.

Kemajuan teknologi merupakan sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan saat ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif, memberikan banyak kemudahan, serta sebagai cara baru dalam melakukan aktivitas bagi kehidupan manusia. Khusus dalam bidang teknologi masyarakat sudah menikmati banyak manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi yang telah dihasilkan dalam dekade terakhir ini.

Platform yang sering digunakan dalam *digital marketing* adalah media sosial atau jejaring sosial. Jejaring sosial yang tersedia terkadang memiliki karakteristik yang berbeda. Ada yang sifatnya untuk pertemanan seperti Facebook, Path, Instagram, dan Twitter, ada pula yang khusus untuk mencari dan membangun relasi seperti yang ditawarkan LinkedIn. Selain itu tersedia pula media yang lebih pribadi seperti *electronic mail (e-mail)* dan pesan teks. *Search engine* seperti Google dan Yahoo pun dapat diberdayakan. Selain itu pelaku usaha juga dapat memanfaatkan media *blog* ataupun situs pribadi.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam laju ekonomi Indonesia terutama dalam penciptaan lapangan kerja dan pemberdayaan rumah tangga yang mendukung pendapatan rumah tangga. Keberadaan UMKM diharapkan mampu memacu perekonomian di tengah perlambatan ekonomi yang terjadi saat ini. Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi digital (*digital marketing*) memberikan harapan bagi UMKM untuk berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi.

Digitalisasi juga memainkan peran penting dalam meningkatkan visibilitas pemasaran UMKM. Dengan memanfaatkan platform online, UMKM dapat mencapai publik, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya tarik produk atau layanan produk jual pelaku usaha. Pengguna sosial media membentuk komunitas berdasarkan minat, hobi, pekerjaan, dan e-commerce dengan fitur Grup. Tidak perlu membuat banyak media promosi untuk katalog yang dibuat di Facebook Page karena dapat dibagikan atau dibagikan berulang kali. Selain itu, Facebook menyediakan fitur marketplace yang memungkinkan penggunaannya untuk memantau ketersediaan produk yang dipromosikan di platformnya (Justitia, et.al. 2021).

Bersamaan dengan peluang, UMKM juga dihadapkan pada tantangan baru. Salah satu tantangan utama adalah kurangnya pemahaman dan keterampilan terkait

teknologi informasi di kalangan pemilik UMKM. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan dan pelatihan yang terarah agar UMKM dapat mengoptimalkan pemanfaatan teknologi sesuai dengan kebutuhan bisnis pelaku usaha. Peningkatan literasi digital juga menjadi kunci untuk mengatasi hambatan akses dan memastikan bahwa UMKM dapat bersaing secara efektif dalam era digitalisasi ini.

Peningkatan penetrasi teknologi informasi telah menjadi pendorong utama untuk perubahan dan peningkatan di berbagai sektor bisnis. Salah satu dampak positif yang signifikan adalah peningkatan efisiensi produksi. Dengan adopsi teknologi informasi, perusahaan dapat mengotomatiskan proses produksi pelaku usaha, mengurangi keterlambatan, dan meningkatkan kualitas produk. Sistem yang terhubung memungkinkan pemantauan real-time, memungkinkan manajer untuk mengidentifikasi masalah dengan cepat dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk meningkatkan produktivitas

Penetrasi teknologi informasi memberikan dampak positif pada manajemen bisnis secara menyeluruh. Sistem manajemen terintegrasi dan perangkat lunak enterprise resource planning (ERP) memungkinkan perusahaan untuk mengelola sumber daya pelaku usaha dengan lebih efisien. Keputusan bisnis dapat diambil berdasarkan data yang akurat dan real-time, memungkinkan manajemen untuk merespons perubahan pasar dengan lebih cepat. Dengan demikian, efisiensi produksi, pemasaran yang lebih cerdas, dan manajemen bisnis yang terinformasi adalah beberapa aspek positif dari kembangnya penetrasi teknologi informasi dalam dunia bisnis .

Namun, sebagian UMKM mungkin belum sepenuhnya memahami dan memanfaatkan peluang ini. Oleh karena itu, pendampingan dan pelatihan yang difokuskan pada penguatan kapasitas UMKM "Jamu Bu Bibit" dalam mengadopsi teknologi informasi menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing, inovasi, dan keberlanjutan bisnis di tengah era digital yang terus berkembang pesat.

METODE

Kegiatan pelatihan dan pendampingan digital marketing dilaksanakan di rumah produksi Jamu Bu Bibit Kabupaten Ngawi. Tempat pelaksanaan dilakukan di Dusun Krajan Rt 04/Rw 01 No 15, Desa Kedungputri, Kecamatan Paron, Kabupaten Ngawi. Pelaksanaan dilaksanakan pada hari Rabu, 24 Januari 2024 sebanyak 5 kali pertemuan. Dalam pelaksanaannya terdapat beberapa kegiatan yang akan diuraikan pada tabel 1.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Tahapan	Kegiatan
Observasi dan Identifikasi	<ol style="list-style-type: none">1. Identifikasi dan observasi terkait kendala dalam proses produksi dan pemasaran UMKM Jamu Bu Bibit.2. Identifikasi kebutuhan proses pemasaran UMKM Jamu Bu Bibit.
Perencanaan	<ol style="list-style-type: none">1. Perencanaan pelatihan dan pendampingan Digital Marketing sesuai dengan kebutuhan UMKM Jamu Bu Bibit2. Menentukan tujuan program pelatihan dan pendampingan Digital Marketing yang

	disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan UMKM Jamu Bu Bibit
Pelaksanaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelaksanaan kegiatan meliputi pemberian pelatihan dan materi singkat terkait Digital Marketing 2. Pelaksanaan praktik pembuatan sosial media, logo produk, dan banner pemasaran
Pemantauan dan Evaluasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemantauan kegiatan pelatihan digital marketing 2. Membantu pemilik UMKM Jamu Bu Bibit terkait kesulitan dalam proses pelatihan digital marketing 3. Melakukan evaluasi terhadap hasil yang telah diperoleh
Penyusunan Laporan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meyusun laporan akhir sesuai dengan kegiatan yang telah dilaksanakan 2. Laporan disusun dengan menyertakan keterbatasan dan saran untuk pelaksanaan kegiatan yang lain serupa 3. Hasil kegiatan disampaikan dengan detail dan lengkap dalam laporan

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pendataan Pelaku UMKM

Mahasiswa KKN UNIPMA memulai hal ini dengan melakukan survey melalui kunjungan langsung pada pelaku UMKM untuk mengetahui apa saja kekurangan dan kebutuhan mereka sehingga dibantu oleh mahasiswa. Dari hasil survey tersebut diketahui ada beberapa hal yang menghambat mereka dalam digitalisasi marketing, beberapa diantaranya yakni (a) Kurang pemahnyanya terkait pembuatan dan penggunaan akun sosial media, (b) Kurang pemahnyanya cara promosi yang kuat (c) Belum memahai manfaat digitalisasi marketing bagi kelancaran UMKM di masa mendatang.



Gambar 1. Survey UMKM



Gambar 2. Pendataan UMKM

2. Sosialisasi

Sebelum melakukan Sosialisasi Mahasiswa KKN melakukan Observasi dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana pelaku usaha UMKM Dusun Krajan melakukan penjualan secara digital.

3. Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing

Dari permasalahan yang ditemukan saat melakukan survey mahasiswa kemudian membantu UMKM untuk membuat label-label produk, mensosialisasikan digital marketing. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan digital marketing, UMKM Jamu Bu Bibit memahami bagaimana mengelola usaha dengan memasarkan produk secara digital. Kegiatan pelatihan dan pendampingan digital marketing ini secara tidak langsung memberikan solusi mengenai digital yang dikeluarkan UMKM Jamu Bibit.



Gambar 3. Pelatihan Digital Marketing



Gambar 4. Sosial Media UMKM

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan mahasiswa KKN Universitas PGRI Madiun yang dilakukan di UMKM Jamu Bu Bibit Dusun Krajan Desa Kedungputri Kabupaten Ngawi terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM Jamu Bu Bibit. Dengan adanya kegiatan pelatihan dan pendampingan yang tepat dapat membantu UMKM dalam mengadopsi digital marketing serta meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan penggunaan platform digital secara efektif sehingga dapat meningkatkan penjualan dan jangkauan pasar UMKM. Untuk kegiatan selanjutnya diperlukan perluasan pelatihan dan pendampingan digital marketing untuk UMKM wilayah lain, serta pembentukan komunitas UMKM untuk saling berbagi pengalaman dan pengetahuan tentang digital marketing. Dan dukungan pemerintah dalam menyediakan infrastruktur digital dan akses internet yang terjangkau bagi UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Arumsari, N., Lailiyah, B & Rahayu, T. (2021). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Tkmologi di Kelurahan Plamongansari Semarang. SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat), 11 (1), 92
- Hamzah, R., Citra, D & Putri, E. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing oleh Pelaku UMKM di Kuningan Barat, Jakarta Selatan, Jurnal Pustaka Abdimas, 1 (1), 12

Harahap, H., Dewi, N & Ningrum, E. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Social: Jurnal Of Community Service in Humanities and Social Science*, 3 (2), 77

Justita, A., Werdiningsih, I & Efendy, F *et al.* (2021). Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing bagi UMKM Jasa Laundry menuju UMKM Go Digital. *Jurnal Pengabdian masyarakat*, 2 (2), 60-70

Muhardono, A & Satrio, D. (2021). Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM Di Desa Kertoharjo Kelurahan Kuripan Kertoharjo. *E-Arnal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1 (3), 359-368

Rachmawati, D., Ramadhani, N & Komarullah Aulia *et al.* (2021). Sosialisasi Peranan Digital Marketing Bagi UMKM Di Desa Ujung Genteng *Socialization Of The Rule Of Digital Marketing For UMKM In Ujung Genteng Village*. *PROCEEDINGS UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1 (29), 90-104