

Optimalisasi Dan Pengembangan Pemasaran Digital Pada UMKM Kalirungkut

Optimization And Development Of Digital Marketing In Kalirungkut MSMEs

Wahyu Dwi Arzaqy

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya
wahyudwisma4@gmail.com

Sumainah Fauziah

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya
sumainah.adbis@upnjatim.ac.id

Article History:

Received: 30 Mei 2023

Revised: 20 Juni 2023

Accepted: 25 Juli 2023

Keywords: Digital Marketing, MSMEs, Socialization

Abstract: *With the rapid development of the era in the digital world, there are quite a lot of MSMEs, especially in Kalirungkut sub-district, which as a whole do not fully understand and know the rapid digital development so that the Group of 85 KKNT MBKM UPN "Veteran" East Java carried out the initiative by holding digital marketing socialization aimed at providing knowledge and being able to carry out digital development for MSMEs themselves. with this socialization, it can create MSMEs that are very modern and simple. Previously, MSMEs in Kalirungkut Village were dominated by MSMEs that were minimal about digital marketing, therefore MSMEs in Kalirungkut Village could with the holding of this socialization can make MSMEs reach a wider target market so as to achieve optimization of digital marketing.*

Abstrak

Dengan adanya perkembangan zaman yang sangat cepat pada dunia digital, UMKM yang dimana saat ini cukup banyak terutama pada kelurahan kalirungkut yang secara keseluruhan belum sepenuhnya mengerti dan mengetahui akan perkembangan digital yang sangat pesat sehingga Kelompok 85 KKNT MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur melakukan inisiatif dengan mengadakan sosialisasi pemasaran digital yang ditujukan untuk memberikan pengetahuan serta dapat melakukan pengembangan digital pada UMKM itu sendiri. dengan adanya sosialisasi tersebut dapat menciptakan UMKM yang sangat modern dan sederhana. Sebelumnya UMKM Kelurahan Kalirungkut didominasi oleh UMKM yang minim tentang pemasaran digital oleh karena itu UMKM yang ada di kelurahan Kalirungkut dapat dengan diadakannya sosialisasi tersebut dapat menjadikan UMKM menjangkau target pasar yang lebih luas sehingga tercapai optimalisasi pemasaran digital.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, UMKM, Sosialisasi

PENDAHULUAN

Pada era perkembangan teknologi saat ini sangat bergantung pada sistem informasi yang dimana sistem informasi itu berkembang dengan sangat pesat, oleh karena itu pelaku usaha saat ini terutama UMKM sangat memaksimalkan hal tersebut yang bertujuan untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar sehingga produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha dapat dikenal secara luas. Dengan perkembangan teknologi tersebut pelaku usaha saat ini menjadi semakin banyak dengan pertumbuhan yang sangat masif. Maka dari itu pelaku

usaha terutama UMKM berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik dan berinovasi melalui perkembangan digital saat ini dari yang pada awalnya memasarkan sebuah produknya secara konvensional (Offline) beralih menjadi *digital marketing*.

Kelurahan kalirungkut merupakan sebuah daerah di kawasan Kecamatan Rungkut Kota Surabaya yang dimana hampir seluruh penduduknya dominan pelaku usaha UMKM. Pelaku usaha UMKM tersebut bergerak dengan berbagai sektor seperti makanan dan minuman, kerajinan tangan, hingga kerajinan ukir. Namun disisi lain pelaku usaha UMKM di Kelurahan Kalirungkut terkendala pada bidang pemasaran sehingga produk yang dihasilkan tidak optimal dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Oleh karena itu optimalisasi *digital marketing* sangat berperan penting dalam mendorong kemajuan pelaku usaha UMKM di Kelurahan kalirungkut.

Pemasaran digital merupakan sebuah cara atau terobosan yang sangat efektif dalam mengembangkan sebuah usaha guna memberikan sebuah informasi dan interaksi dengan customer. Salah satu alat pada pemasaran digital yaitu Internet dan media digital, dengan adanya alat tersebut dapat memudahkan pelaku usaha dalam melakukan sebuah komunikasi serta transaksi yang dapat dilakukan secara langsung dan bisa diakses oleh siapapun. Konsumen juga dapat melihat berbagai produk melalui *digital marketing*.

METODE

Metode Rancangan Sosialisasi Digital Marketing

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dijalani oleh Kelompok 85 KKNT MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur bertempat pada Kelurahan Kalirungkut melaksanakan kegiatan sosialisasi Pemasaran Digital yang terbagi pada beberapa rancangan kegiatan sebagai berikut:

1. Perencanaan Sosialisasi Pemasaran Digital

Pada tahap ini Kelompok 85 KKNT MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur melakukan beberapa persiapan guna terlaksananya kegiatan sosialisasi *digital marketing*. Pertama yaitu ber-koordinasi dengan keluraha Kalirungkut, yang kedua mencari narasumber sesuai dengan tema yang ditetapkan, ketiga melakukan persiapan serta koordinasi perihal segala hal yang diperlukan pada saat pengimplementasian kegiatan, dan yang terakhir Kelompok 85 menyebarkan undangan kepada UMKM yaang berada di kelurahan Kalirungkut.

2. Implementasi Kegiatan

Di tahap ini pelaksanaan kegiatan sosialisasi mengundang perangkat Kecamatan Rungkut, Kelurahan Kalirungkut dan Dosen Pembimbing Lapangan, serta PIC Kelompok 85 dan juga UMKM Kalirungkut. sosialisasi dimulai oleh pembukaan MC serta sambutan dari perwakilan tamu undangan, selanjutnya narasumber memberikan pemaparan materi dan dilanjutkan sesi diskusi dan tanya jawab.

HASIL

Kegiatan Pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Kelompok 85 KKNT yang dimana salah satu rancangan kegiatan yang dilaksanakan yaitu sosialisasi Pemasaran Digital (*Digital Marketing*). Yang dimana ada beberapa tahapan kegiatan sebagai berikut:

Survei serta Observasi UMKM Kelurahan Kalirungkut

Tahapan awal dalam melaksanakan Program yang telah ditentukan dimulai dengan Survei dan Observasi pelaku usaha UMKM di Kelurahan Kalirungkut dimana guna mengetahui segala permasalahan dan hambatan yang dihadapi oleh para pelaku usaha UMKM secara spesifik dan mendalam supaya pada pelaksanaan kegiatan sosialisasi lebih optimal dan maksimal serta tepat sasaran. Tahapan ini dilaksanakan pada tanggal 17 Mei 2023 hingga 21 Mei 2023. Yang dimana didalam kegiatan tersebut dilakukan dengan kunjungan di berbagai pelaku UMKM diantaranya yaitu Krupuk Puli Cap Jempol, Gerai Bintang, Dapoer Kerontang, Dll. Berdasarkan hasil survei dan observasi tersebut dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah strategi dalam pemasaran produk yang masih menggunakan cara konvensional (Offline).



Gambar 1. Survei dan Observasi pada Anggota Paguyuban UMKM Kalirungkut Sosialisasi Pemasaran Digital (*Digital Marketing*)

Tahapan yang kedua merupakan kelanjutan dari kegiatan survei dan observasi yaitu pelaksanaan sosialisasi mengenai penerapan strategi dalam pemasaran digital pada pelaku UMKM. Kegiatan tersebut dilakukan pada hari Sabtu 27 Mei 2023 bertempat pada salah satu Ruang Kelurahan Kalirungkut. Tema yang menjadi topik kegiatan yang dilaksanakan yaitu “Bersinergi Bersama UMKM Kalirungkut dalam Mengembangkan Digital marketing”. Kegiatan tersebut dilaksanakan guna untuk meningkatkan pengetahuan serta keterampilan pelaku UMKM Kelurahan Kalirungkut dan juga merupakan sebuah solusi atas permasalahan yang sedang dihadapi oleh para pelaku UMKM.

Narasumber yang hadir adalah Dosen Manajemen dan Digital Marketing Assesor LSP UPN “Veteran” Jawa Timur yaitu Reiga Retomeia Ariescy, S.E., M.M. Kegiatan yang dilaksanakan dihadiri oleh 16 UMKM yang merupakan anggota paguyuban UMKM Kalirungkut serta juga hadir Perangkat Kecamatan Rungkut dan Kelurahan Kalirungkut.

Sosialisasi dilaksanakan melalui dua sesi Acara Inti yaitu Pemaparan Materi oleh narasumber serta sesi diskusi dan tanya jawab bersama Tamu undangan yang menghadiri kegiatan tersebut. Pada sesi pemaparan narasumber menjelaskan tentang bagaimana pentingnya pemasaran digital demi keberlangsungan bisnis yang dilakukan oleh para pelaku UMKM, selain itu narasumber juga menganalisa dan mengulas berbagai media sosial yang dimiliki oleh para pelaku UMKM. Hal itu ditujukan guna sebagai evaluasi para pelaku UMKM supaya dapat memahami serta mengimplementasikan dengan tepat media sosial yang dimiliki untuk menjalankan usaha pelaku UMKM.



Gambar 2. Pelaksanaan Sosialisasi Digital Marketing

DISKUSI

Kegiatan yang telah dilakukan oleh Kelompok 85 KKNT MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur kepada para pelaku usaha UMKM Kelurahan Kalirungkut yang terintegrasi oleh paguyuban UMKM Kelurahan Kalirungkut memberikan hasil informasi tentang problematika utama pada pelaku usaha UMKM Kelurahan Kalirungkut yaitu kurangnya pemahaman tentang pemasaran digital dan masih menggunakan cara konvensional (Offline). Maka dari itu Kelompok 85 KKNT MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur melakukan kegiatan sosialisasi pemasaran digital guna memberikan pemahaman serta pengetahuan didalam sektor *digital marketing* pada UMKM Kelurahan Kalirungkut. kegiatan tersebut menimbulkan dampak yang sangat signifikan terhadap perkembangan para pelaku usaha UMKM dalam hal memasarkan sebuah produk secara digital. Hal tersebut terbukti dengan beberapa tindakan diantaranya mengelola akun bisnis pada media sosial seperti Tiktok, Instagram maupun WA Bisnis serta juga melakukan pendaftaran lokasi usaha pada Gmaps guna mempermudah customer dalam melakukan pembelian maupun transaksi jual beli secara Real Time. Dan memanfaatkan media Marketplace sebagai salah satu cara penjualan.

KESIMPULAN

Berdasarkan Seluruh Kegiatan yang dilakukan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa para pelaku usaha UMKM yang Berada di Kelurahan Kalirungkut menunjukkan bahwa mayoritas para pelaku usaha menggunakan cara pemasaran konvensional sehingga tidak dapat dilakukan secara maksimal dalam menjalankan sebuah usaha yang dimana saat ini perkembangan teknologi digital sangat pesat. Hal ini menjadi tantangan baru bagi para pelaku usaha UMKM dalam mengembangkan Sebuah bisnis yang sedang dijalankan. Oleh karena itu dalam meningkatkan pemahaman serta keterampilan teknologi digital dalam hal ini *Digital Marketing* diperlukan adanya sosialisasi serta pendampingan agar para pelaku usaha UMKM sadar bahwa sangat penting melakukan sebuah terobosan strategi pemasaran secara digital.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kelompok 85 KKNT MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur menyampaikan terima kasih kepada Mahendra Agus Adhipramana dan Praja Firdaus N., M.Hub.Int selaku *Person In Charge* dan Dosen Pembimbing Lapang KKNT MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur. Dan juga terima kasih kepada seluruh Perangkat Kecamatan Rungkut dan Kelurahan Kalirungkut serta para pelaku usaha UMKM Kelurahan Kalirungkut.

DAFTAR REFERENSI

Awali, H. (2020)

‘Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan Umkm Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19’, *BALANCA : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(1), pp. 1–14. doi: 10.35905/balanca.v2i1.1342.

Azizah, F. N. et al. (2020)

‘Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal’, 5(1).

Elfahmi, S. H. and Jatmika, D. (2019)

‘Pengaruh Inovasi Terhadap UKM Naik Kelas Melalui Daya Saing Produk (Studi UKM Kuliner Rahajeng Catering Pati dan Indoburger Rembang)’, *Media Mahardhika*, 17(3), pp. 481–487.

Jend, J. et al. (2015)

‘Studi Kasus Pengembangan Wirausaha Berbasis Teknologi (Technopreneurship) di Provinsi Gorontalo’, 14(1), pp. 13–24. Kasus, S. et al. (2021) ‘Jurnal Inovasi Penelitian’, 1(8).