



OPTIMALISASI E-COMMERCE DAN DIGITAL MARKETING PADA PELAKU UMKM

Cindy Fatikha Sari¹, Ignatia Martha Hendrati^{2*}, Anisa Fitria Utami³

¹⁻³Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

*E-mail: 19011010023@student.upnjatim.ac.id¹, ignatia.hendrati.ep@upnjatim.ac.id²,

ABSTRAK

Dalam era media yang canggih pada saat ini teknologi dan pemasaran sebagai hal yang dapat dikaitkan sebagai pola yang saling memberi keuntungan satu sama lain. Digital *marketing* atau pemasaran digital merupakan suatu bentuk usaha mempromosikan dan memasarkan sebuah merek "brand" dengan menggunakan media digital, seperti internet. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu faktor penting dalam menunjang roda perekonomian Indonesia yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi. Namun, demikian dalam proses pengembangan usaha masih terdapat beberapa pelaku usaha mikro yang memiliki permasalahan yaitu masih minimnya pengetahuan tentang digital marketing dan tentang penggunaan platform serta e-commerce. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan dengan memberikan penyuluhan dan pendampingan mengenai e-commerce dan digital marketing yang bertujuan untuk memberikan wawasan pengetahuan mengenai e-commerce dan digital marketing kepada para pelaku UMKM di kelurahan Ampel, Kecamatan Semampir, Kota Surabaya.

Kata kunci: Digital Marketing, UMKM, Edukasi serta Pendampingan Digital Marketing dan E-Commerce.

OPTIMIZATION OF E-COMMERCE AND DIGITAL MARKETING FOR MSME PLAYERS

ABSTRACT

In today's sophisticated media era, technology and marketing can be linked as mutually beneficial patterns. Digital marketing or digital marketing is a form of effort to promote and market a "brand" using digital media, such as the internet. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are one of the important factors in supporting the wheels of the Indonesian economy that are able to encourage economic growth. However, in the business development process, there are still some micro business actors who have problems, namely the lack of knowledge about digital marketing and about using platforms and e-commerce. In community service activities carried out by providing counseling and assistance regarding e-commerce and digital marketing which aims to provide insight into knowledge about e-commerce and digital marketing to MSME actors in Ampel Village, Semampir District, Surabaya City.

Keywords: Digital Marketing, MSMEs, Education and Assistance for Digital Marketing and E-Commerce.

PENDAHULUAN

Tidak diragukan lagi kita telah hidup di era digital dan penggunaan internet terus mengalami peningkatan. Dunia telah mengalami perubahan menjadi sangat digital dalam setiap lingkungan Hidup. Terjadinya peningkatan terbesar dalam penggunaan Internet selama 10 tahun terakhir ini mencapai hampir tiga kali lipat yang melibatkan orang dewasa muda dengan waktu yang mereka habiskan untuk *online*, didorong oleh peningkatan penggunaan *tablet* dan *smartphone*.

Perkembangan teknologi saat ini memberikan peluang bagi dunia usaha untuk berkembang dengan sangat cepat. Salah satunya dengan semakin maraknya bisnis online dengan memanfaatkan internet untuk melakukan transaksi dan promosi. Dengan adanya perkembangan teknologi juga diharapkan selalu memberikan manfaat positif bagi manusia dengan memberikan kemudahan-kemudahan yang dapat membantu manusia dalam melakukan banyak hal. Teknologi digital merupakan salah satu perkembangan dan kemudahan yang dapat diberikan serta menyebabkan perubahan sebesar-besarnya di dunia. Dimulai dari akses informasi yang mudah dan cepat melalui banyak cara, namun tidak menutup mata, dampak negatif juga turut menyertainya, seperti adanya *cyber crime* (kejahatan di dunia maya), kecanduan *game online*, pornografi dan lain sebagainya.



Revolusi digital telah mempermudah penyampaian informasi digital secara tepat dan cepat. Penyebaran dan akses informasi digital seolah tak memiliki batasan waktu dan tempat, yang mana dapat diakses dimana saja dan setiap saat. Penyimpanannya juga menjadi lebih aman dan mudah daripada penyimpanan data analog seperti kertas, dokumen yang mudah rusak dan sulit dipastikan keberadaannya jika dibutuhkan sewaktu-waktu.

Kata digital berasal dari kata *Digitus* yang dalam bahasa Yunani berarti jari jemari. Jari jemari manusia berjumlah 10. Angka 10 terdiri dari dua digit yaitu 1 (satu) dan 0 (nol). Sehingga digital juga diartikan sebagai penggambaran dari suatu keadaan bilangan yang terdiri dari angka 0 dan 1 atau *off* dan *on* (bilangan biner). Digital merupakan sebuah metode yang kompleks, dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. Sedangkan Teori Digital ialah suatu konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai Teknologi dan Sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis, dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. Sedangkan pengertian dari *Marketing* atau pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan.

Digital Marketing ini juga sangat cocok bagi bisnis/usaha yang baru dirintis. Pastinya hemat biaya, karena tidak harus mengadakan tempat/gerai untuk memajang produk/jasanya, dapat dikendalikan sendiri tanpa harus merekrut karyawan, waktu atau jam kerja yang tidak terbatas, serta memiliki jangkauan pasar yang luas, karena pemasaran online biasanya didukung dengan keberadaan website atau media sosial (facebook, instagram, WA, dan lain-lain).

Penyusunan strategi pada suatu media *marketing* harus benar-benar dipikirkan secara matang oleh para pelaku UMKM. Suatu bisnis diharuskan untuk mampu mengidentifikasi target pasar yang dituju dan media pemasaran yang akan digunakan untuk menyampaikan produk kepada pelanggan. Terdapat empat macam media marketing antara lain yaitu : 1) Media Marketing Konvensional, 2) Penerbitan, 3) *Speaking*, dan 4) Sosial Media. Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat berfokus pada Kelurahan Ampel, Kecamatan Semampir, Kota Surabaya yang menghadapi suatu permasalahan yaitu masih minimnya pengetahuan mengenai digital marketing serta penggunaan platform dan e-commerce.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kami ingin membantu pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kelurahan Ampel, Kecamatan Semampir, Kota Surabaya dalam bentuk penyuluhan dan pendampingan mengenai digital marketing dan e-commerce. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu para pelaku UMKM dapat memahami terkait pentingnya digital marketing, dapat memahami mengenai penggunaan platform dan e-commerce, dan para pelaku UMKM dapat menambah keahlian dan perkembangan pola pikir mengenai pemasaran yang mengacu pada cara memasarkan produk melalui online yang nantinya dapat mengembangkan usahanya.

METODE

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan dalam mengembangkan potensi yang ada, hal ini diperlukan adanya penyelesaian melalui berbagai cara. Salah satunya dengan metode yang dapat digunakan yaitu dengan melakukan penyuluhan, sesi tanya jawab/diskusi, dan pendampingan pada pelaku UMKM Kelurahan Ampel. Pada proses awal para UMKM diberikan penyuluhan mengenai digital marketing dan e-commerce yang nantinya dilanjutkan dengan sesi tanya jawab/diskusi bersama. Kemudian, Pelaku UMKM diberikan pendampingan mengenai pemanfaatan digital marketing melalui Google Business Profile.

Tabel 1. Kegiatan, Metode Pelaksanaan, dan Sasaran Kegiatan

Kegiatan	Metode Pelaksanaan	Sasaran
Edukasi Digital Marketing	Metode yang digunakan dengan menjelaskan terkait materi digital marketing	Pelaku UMKM Kelurahan Ampel
Diskusi Terkait Digital Marketing	Metode yang digunakan dengan melakukan diskusi guna meningkatkan pengetahuan terkait digital marketing	Pelaku UMKM Kelurahan Ampel
Pendampingan pemanfaatan digital marketing melalui Google Business Profil	Metode yang digunakan dengan mendampingi proses pembuatan akun di Google Business Profil	Pelaku UMKM Kelurahan Ampel

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sasaran dari kegiatan pengabdian masyarakat yaitu pelaku UMKM di Kelurahan Ampel yang mana kegiatan tersebut dihadiri oleh Bapak Kelurahan Ampel, RT/RW, dan tentunya para pelaku UMKM. Dalam proses penyuluhan dan pendampingan, kami memiliki output yang akan kita capai diantaranya: (1) Para pelaku UMKM dapat memahami terkait pentingnya digital marketing; (2) Para Pelaku UMKM dapat memahami mengenai penggunaan platform dan e-commerce; (3) Para pelaku UMKM dapat menambah keahlian dan perkembangan pola pikir mengenai pemasaran yang mengacu pada cara memasarkan produk melalui online.

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan melakukan penyuluhan dan pendampingan pentingnya digital marketing ini melalui beberapa tahapan:

3.1 Melakukan Edukasi mengenai Digital Marketing

Kegiatan edukasi digital marketing dilakukan dengan cara memberikan seminar/penyuluhan mengenai *e-commerce* dan *digital marketing* yang diselenggarakan di Balai RW 3 Kelurahan Ampel nomor 23 pada hari Rabu, 08 Juni 2022. Dengan mengundang tim Creativepedia untuk membantu menyampaikan materi tentang *Optimalisasi E-Commerce dan Digital Marketing* kepada para pelaku UMKM disekitaran wilayah Kelurahan Ampel Pembicara dalam seminar Digital Marketing ini adalah Bapak Egan Evanza Yudha Amriel, S.Mn, MM dan Mas Harjuno Yumatri Utomo selaku Komisaris dan CEO PT. Kreatif Digital Indonesia. UMKM tersebut memerlukan edukasi tentang *e-commerce* dan *digital marketing* dikarenakan di Kelurahan Ampel terdapat banyak sekali UMKM yang berpotensi untuk berkembang lebih besar. Namun sistem yang digunakan masih tradisional, sehingga UMKM yang berada disana sedikit kesulitan untuk mengembangkan usahanya. Setelah melakukan penyuluhan, kami mempersilahkan untuk melakukan sebuah tanya jawab/diskusi untuk mengetahui seberapa tingkat pemahaman mengenai digital marketing. Melalui kegiatan penyuluhan ini, diharapkan pelaku UMKM dapat memahami terkait pentingnya *e-commerce* dan *digital marketing* yang dapat menunjang pengembangan usaha yang dijalankan.



Gambar 1. Penyuluhan mengenai E-Commerce dan Digital Marketing

3.2 Pendampingan Digital Marketing

Kegiatan pendampingan dilakukan dengan memberikan sebuah praktek pembuatan akun di Google Business Profil yang memungkinkan para pemilik usaha atau bisnis untuk menjangkau pelanggan di google maps dan google penelusuran.

Keuntungan dari menggunakan google business profile ini yaitu dapat meningkatkan *Brand Awareness* dengan cara google akan memunculkan bisnis kita dalam hasil pencarian dan google maps, dengan begitu bisnis atau usaha kita dapat lebih mudah dikenal dan diketahui oleh orang banyak, sehingga dapat meningkatkan penghasilan. Layanan Google Business Profile ini gratis dan memiliki banyak pilihan bidang, mulai dari kuliner, jasa, produk, dan lain-lain.



Gambar 2. Pendampingan UMKM

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah disampaikan pada kegiatan pengabdian masyarakat mengenai penyuluhan dan pendampingan E-Commerce dan digital marketing pada pelaku UMKM Kelurahan Ampel, Kecamatan Semampir, Kota Surabaya berjalan dengan lancar dan mendapat sambutan baik dari pelaku UMKM Kelurahan Ampel. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berhasil dikarenakan mulai dari tahap penyuluhan, sesi tanya jawab/diskusi, dan pendampingan yang diikuti oleh pelaku UMKM Kelurahan Ampel yang sangat semangat dan antusias pelaku UMKM dalam pengetahuan dan keterampilan mengenai *e-commerce* dan *digital marketing* dikarenakan pengetahuan tersebut sangat penting guna mengembangkan usaha dari UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang tidak terhingga kami sampaikan pada tim pengabdian masyarakat kelompok 69 KKN-T MBKM Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Bapak Lurah Kelurahan Ampel beserta jajarannya, dan pelaku UMKM di Kelurahan Ampel, dan semua masyarakat yang telah membantu dan memberikan dukungan atas tercapainya kegiatan kami dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Romeltea (2020). Pengertian Digital Secara Bahasa dan Istilah. <https://romeltea.com/pengertian-digital-secara-bahasa-dan-istilah/>
- M. Prawiro (2020). Pengertian Digital : Definisi, Sejarah, dan Manfaat Digitalisasi Bagi Manusia. <https://www.maxmanroe.com/vid/umum/pengertian-digital.html>
- Dira Ernawati, & Tranggono, T. (2021). SOSIALISASI PENERAPAN E-COMMERCE TINGKAT PEMULA PADA SISWA SMA DI SURABAYA. *ABIYASA*, 1(1), 14-19. <https://doi.org/10.33005/abiyasa.v1i1.4>