



PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM KWT PINANG LESTARI MASYARAKAT DI KELURAHAN SUKOREJO KOTA BLITAR

Laksmi Diana¹, Anthony Surya², Noer Alam³, Erindra Reynaldi⁴, Salsabilla Cantika⁵, Dimas Dicky⁶, Naufal Nadhief⁷.

Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran ” Jawa Timur

*E-mail: : kknmbkmkelompok18@gmail.com

ABSTRAK

Digital Marketing merupakan sebuah konsep dari salah satu strategi pemasaran barang/jasa yang memanfaatkan sistem digital dengan tujuan untuk dapat memperluas pangsa pasar dan mendapatkan konsumen baru yang berpotensi guna untuk meningkatkan omset penjualan dari para pelaku Usaha Mikro, Kecil, Menengah. Selain itu tujuan lain dari penelitian ini adalah untuk memberikan pembekalan kepada para pelaku Usaha Mikro, Kecil, Menengah lokal sehingga mereka dapat memanfaatkan Digital Marketing guna untuk meningkatkan pendapatan masyarakat, khususnya industri olahan makanan dan minuman sehingga dapat mengoptimalkan penggunaan digital marketing oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, Menengah dengan harapan agar pemulihan ekonomi di Kelurahan Sukorejo Kecamatan Sukorejo Kota Blitar meningkat. Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa konsep dari digital marketing perlu disosialisasikan dan diterapkan oleh pelaku usaha agar mempengaruhi peningkatan penjualan dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Strategi yang dapat membantu pelaku Usaha Mikro, Kecil, Menengah dalam pemanfaatan digital marketing diantaranya adalah dengan melakukan sosialisasi dan pembekalan dalam penerapan konsep digital marketing dan bekerja sama dengan perangkat pemerintah desa untuk mengadakan kegiatan penyuluhan dan pemberdayaan pelaku Usaha Mikro, Kecil, Menengah dalam hal pemasaran digital.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Pemberdayaan Pelaku Usaha, Usaha Mikro Kecil dan Menengah

UTILIZATION OF DIGITAL MARKETING IN KWT PINANG LESTARI COMMUNITIES IN SUKOREJO VILLAGE, BLITAR CITY

ABSTRACT

Digital Marketing is a concept of a marketing strategy for goods/services that utilizes digital systems with the aim of being able to expand market share and get new potential customers to increase sales turnover from Micro, Small, Medium Enterprises. In addition, another objective of this research is to provide provision to local Micro, Small, Medium Enterprises so that they can take advantage of Digital Marketing to increase people's income, especially the food and beverage processing industry so that they can optimize the use of digital marketing by Micro, Small, Medium Enterprises in the hope that economic recovery in the Kelurahan Sukorejo District Sukorejo Blitar City increased. The results obtained in this study indicate that the concept of digital marketing needs to be socialized and implemented by business actors in order to influence increased sales and be able to reach a wider market. Strategies that can help Micro, Small, Medium Enterprises in utilizing digital marketing include conducting outreach and training in the application of digital marketing concepts and working with village government officials to conduct outreach and empowerment activities for Micro, Small, Medium Enterprises in terms of digital marketing.

Keywords: Digital Marketing, Entrepreneur Empowerment. Mikro Small and Medium Scale Enterprises

PENDAHULUAN

Di era kemajuan teknologi saat ini tentu menjadi sesuatu yang tidak mungkin bisa dihindari dalam kehidupan masyarakat. Peralihan, perkembangan teknologi informasi menjadi budaya baru pada aktivitas masyarakat yang akan berjalan sesuai kemajuan ilmu pengetahuan dari berbagai disiplin ilmu. Menurut Martin (dalam Simarta, 2020) menjelaskan bahwa teknologi informasi adalah suatu sistem teknologi yang fungsinya tidak terbatas hanya pada teknologi pada komputer yang terdiri atas perangkat keras dan perangkat lunak, tetapi dapat digunakan untuk memasukan, memproses,



menyimpan, dan berbagi informasi kepada pihak yang membutuhkan. Banyak media Platform yang sering diaplikasikan oleh masyarakat dari berbagai bidang aktivitas, seperti Blogger, Website, Whatsapp, Instagram, youtube dan Market Place yang saat ini menjadi dambaan bagi masyarakat. Perkembangan teknologi dan informasi telah memberikan andil banyak terhadap progresifitas aktifitas kehidupan manusia yang eksesif yang membuat sektor kehidupan bergantung pada eksistensi dari modernisasi teknologi. Kehadiran teknologi telah memberikan positive impact terhadap kehidupan umat manusia yang memudahkan aktivitas dari berbagai dimensi waktu yang ekpektasinya mampu mengakselerasi pemulihan dan perkembangan dari berbagai sektor mulai dari ekonomi, politik, hukum, dan sosial budaya. Adanya perkembangan dan kemajuan teknologi informasi menjadi kekuatan ekonomi bagi pondasi perekonomian Indonesia dan daerah, yakni adanya kehadiran UMKM. Terbukti ketika ekonomi dari negara Indonesia mengalami resesi, justru para pelaku UMKM yang kebanyakan mampu bertahan dari permasalahan tersebut dan sebagian besar pelaku UMKM masih bisa melakukan pengembangan terhadap usahanya dalam memperkokoh perekonomian negara Indonesia (Febriyantoro, 2018).

Fenomena ini telah menjelaskan bahwa UMKM merupakan suatu usaha yang berorientasi pada produktifitas yang menopang perekonomian dan memiliki pengaruh terhadap sektor-sektor lainnya yang berpotensi turut berkembang secara berkelanjutan. Untuk itu, Tidak heran bahwa UMKM salah satu sektor usaha yang dikembangkan untuk meningkatkan produktifitas guna mendukung perkembangan ekonomi secara mikro dan makro (Suci, 2020). Pada dasarnya perkembangan UMKM di Indonesia tidak hanya sekedar dipengaruhi oleh SDM yang cakap, kecukupan modal, dan tren permintaan pasar, tetapi perlu berbagai inovasi untuk mendongkrak pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan transisi dari model bisnis konvensional berevolusi menjadi model bisnis digital. Untuk menciptakan iklim UMKM berbasis digital perlu adanya dukungan dari berbagai pihak mulai dari kementerian, lembaga pemerintah daerah, instansi perbankan, fintech, marketplace, perusahaan swasta dan seluruh pelaku usaha agar dapat menyiapkan UMKM untuk bersaing di percaturan domestik hingga pasar global secara digital melalui penerapan konsep Digital Marketing. Menurut Warmayana (2018) menjelaskan Digital Marketing merupakan suatu usaha yang memasarkan produknya melalui dunia digital. Digital marketing suatu konsep pemasaran untuk mempromosikan produk melalui media internet, seperti facebook, youtube, marketplace, dan media sosial lainnya. Adanya era digital yang semakin canggih ini tentu dapat memberikan manfaat dan kemudahan bagi para pelaku bisnis dengan menjalankan strategi marketing digital untuk mengekspansi pasar dan menarik banyak pelanggan potensial dan loyal. Digital marketing tidak hanya bisa menaikkan penjualan terhadap suatu produk, tetapi penggunaan sistem bisnis digital juga mampu meningkatkan kapasitas produksi (Marpaung, 2021).

Adanya perkembangan teknologi informasi memberikan kesempatan pada pelaku usaha UMKM untuk menggapai pasar yang lebih luas menggunakan penerapan konsep Digital Marketing (Susanto, 2020). Di Kelurahan Sukorejo Kecamatan Sukorejo Kota Blitar salah satu kelurahan yang terbilang maju dari seluruh Desa/Kelurahan yang ada di Kecamatan Sukorejo. Pasalnya Kelurahan Sukorejo ini sebagai tulang punggung yang cukup penting bagi perekonomian wilayah Sukorejo. Bahkan wilayah ini terbilang satu langkah lebih maju dari segi sektor pendidikan, sosial, dan ekonomi. Berbicara sektor ekonomi, banyak berbagai bidang usaha yang ada di Kelurahan Sukorejo mulai dari sektor perdagangan, industri, kuliner, pabrikasi, jasa, pertanian, dan ilmu ternak. Walaupun demikian, pengelolaan sektor UMKM yang ada di Kelurahan Sukorejo Sukorejo terbilang masih belum Optimal. Pasalnya jika dilihat masih banyak pelaku usaha belum bisa memanfaatkan model digital sama sekali dan terdapat juga pengusaha UMKM yang belum mampu mengoptimalkan Digital Platform untuk media pemasaran secara online. Untuk itu ini menjadi bentuk permasalahan yang perlu dipecahkan oleh pemerintahan kelurahan Sukorejo untuk meningkatkan pelaku UMKM yang cakap menggunakan sistem pemasaran digital guna menjadikan UMKM wilayah Sukorejo mampu bersaing dengan daerah lain dari segi teknologi. Strategi pemasaran digital sangat penting bagi pelaku UMKM, sebab dapat memberikan pengetahuan kepada pelaku usaha mengenai cara memperluas pasar dan konsumen melalui pemanfaatan media sosial dalam menjual produk unggulannya (Wardhana, 2020).

Permasalahan yang muncul terkait UMKM yang belum mampu memanfaatkan Digital Marketing menjadi hambatan bagi pelaku usaha yang ada di Kelurahan Sukorejo dalam memperluas pasarnya. Bahkan para pemuda yang berkecimpung di dalam dunia UMKM juga masih belum bisa



memaksimalkan penggunaan digital marketing dalam kegiatan pemasaran. Ditambah kebanyakan pelaku UMKM mayoritas berusia 40 keatas yang tentunya sangat sukar dalam menggunakan pemasaran dalam model bisnis digital. Sebenarnya pemerintah Kelurahan Sukorejo Sukorejo sudah berinisiatif dan mendukung penuh terhadap peningkatan UMKM yang cakap dalam digital, tetapi ternyata progam dari pemerintahan Kelurahan Sukorejo sendiri sangat minim dalam memberikan pelatihan ataupun sosialisasi kepada pelaku usaha. Tujuan dari penulisan jurnal penelitian ini adalah untuk membantu para pelaku UMKM lokal agar cakap dalam memanfaatkan digital marketing dan mengoptimalkan penggunaan konsep marketing digital guna untuk pemulihan ekonomi di Kelurahan Sukorejo Kecamatan Sukorejo Kota Blitar. Dengan demikian, mahasiswa KKN Tematik kelompok 18 Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur Tahun 2022 melakukan pengabdian masyarakat khususnya di sektor Ekonomi dengan tema Tematik Pasca Pandemi dalam Pemulihan Ekonomi Berbasis Teknologi di Kelurahan Sukorejo Kecamatan Sukorejo Kota Blitar dengan harapan bisa membantu dalam menyelesaikan persoalan ekonomi khususnya dalam pemulihan ekonomi terhadap UMKM lokal dengan memanfaatkan Digital Marketing.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan pada September 2022 yang berlokasi di Kelurahan Sukorejo Kecamatan Sukorejo Kota Blitar. Metode yang digunakan dalam kegiatan penelitian ini, yakni penelitian kualitatif. Menurut Moleong (dalam Sari, 2022) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu kegiatan penelitian yang tidak menggunakan data statistik melainkan menggunakan pendekatan fenomenologi. Pendekatan Fenomenologi salah satu pendekatan yang digunakan dalam penelitian kualitatif yang melukiskan dan menggambarkan dari sebuah pengalaman yang bersumber dari fenomena yang pernah terjadi sebelumnya (Nuryana, 2019). Teknik yang digunakan dalam kegiatan Sosialisasi Digital Marketing Olahan Minuman Dan Makanan Ringan Di Kelurahan Sukorejo Kecamatan Sukorejo Kota Blitar yang dapat dilihat sebagai berikut:

1. Metode Ceramah Metode yang digunakan untuk mempersentasikan materi yang disampaikan oleh pemateri/narasumber.
2. Metode Tanya Jawab. Metode yang digunakan untuk melakukan tanya jawab antara narasumber dan audien untuk mengukur pemahaman dari para audien.
3. Metode Diskusi. Metode yang digunakan untuk melakukan kegiatan diskusi antara pemateri dengan para peserta yang membahas seputar Sosialisasi Digital Marketing Olahan Minuman Dan Makanan Ringan Di Kelurahan Sukorejo Kecamatan Sukorejo Kota Blitar.

Adapun langkah-langkah dalam pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dalam empat tahap, yakni perencanaan, tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi.

1. Tahap Perencanaan

Tahap perencanaan adalah tahapan awal yang digunakan untuk menyusun dan merumuskan rencana sesuai progam kerja yang telah ditetapkan selama melakukan kegiatan kuliah kerja nyata oleh mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

2. Tahap Persiapan

Tahap persiapan adalah tahap yang dilakukan untuk melakukan berbagai persiapan pelaksanaan kegiatan mulai dari persiapan lokasi, peralatan, perlengkapan dan persiapan tenaga pelaksana dalam kegiatan yang sesuai dengan perencanaan yang telah ditentukan sebelumnya oleh mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

3. Tahap pelaksanaan

Adalah tahap yang sangat penting dalam suatu kegiatan yang akan melakukan berbagai proses mulai dari awal sampai berakhirnya kegiatan yang tentunya diawali dari pembukaan dilanjutkan dengan sambutan, penyampain berbagai runtutan acara, penyampain materi, diskusi tanya jawab, doa, penutup, dan sesi foto bersama.

4. Tahap Evaluasi

Tahap Evaluasi adalah tahapan terakhir dari pelaksanaan suatu kegiatan yang bertujuan untuk melakukan penilaian dari progam kerja yang telah berjalan untuk melihat seberapa jauh



keberhasilan dari pelaksanaan kegiatan Sosialisasi Digital Marketing Olahan Minuman Dan Makanan Ringan Di Kelurahan Sukorejo Kecamatan Sukorejo Kota Blitar yang diselenggarakan oleh mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur dan juga digunakan sebagai tahapan pengawasan untuk memastikan dalam pelaksanaan kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian masyarakat dilakukan oleh mahasiswa KKN kelompok 18 Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur Pada 10 Agustus – 8 September 2022 di Kelurahan Sukorejo Kecamatan Sukorejo Kota Blitar dengan mengadakan kegiatan Sosialisasi Digital Marketing Olahan Minuman Dan Makanan Ringan kepada pelaku UMKM dengan sektor Home Industry makanan ringan dari skala kecil hingga besar dari berbagai jenis produk olahan minuman dan makanan, seperti olahan kuliner, jajanan, olahan minuman dan lain sebagainya. Adanya kegiatan sosialisasi ini diharapkan para pelaku usaha mampu dalam menggunakan model bisnis berbasis digital dengan memanfaatkan konsep digital Platform sebagai wadah dalam meningkatkan pemasaran produk lebih luas dan mengoptimalkan penggunaan berbagai digital platform bagi para pelaku usaha UMKM.

Adapun beberapa faktor yang pendukung dalam kegiatan tersebut, yakni:

1. Para peserta (pelaku UMKM) memiliki inisiatif, keinginan dan kemauan yang besar dalam memperoleh wawasan pengetahuan mengenai cara memanfaatkan konsep marketing digital dalam memasarkan produk lokal dengan tujuan untuk mempercepat pemulihan ekonomi di Kelurahan Kauaman Kecamatan Sukorejo Kota Blitar.
2. Dalam penyelenggaraan kegiatan Sosialisasi Digital Marketing Olahan Minuman Dan Makanan Ringan Di Kelurahan Sukorejo Kecamatan Sukorejo Kota Blitar yang diadakan oleh mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Pembangunan Nasional veteran Jawa Timur 2022 sangat didukung penuh oleh pemerintah kelurahan Sukorejo setempat mulai dari Bapak Lurah dan jajarannya, serta juga didukung oleh berbagai organisasi desa mulai dari Karang Taruna, Kelompok Tani, dan seluruh masyarakat yang ikut berpartisipasi secara langsung ataupun tidak langsung dalam pelaksanaan kegiatan sosialisasi tersebut. Pihak dari Kelurahan setempat juga menyediakan berbagai fasilitas mulai dari tempat, peralatan (sound system, mic, dan proyektor) dan berbagai perlengkapan yang mendukung, seperti meja, kursi yang mana intinya Kelurahan Sukorejo menyediakan berbagai sarana dan prasarana yang representatif guna memperlancar kegiatan sosialisasi tersebut.

Sosialisasi pemanfaatan digital marketing pada UMKM lokal ini menjadi peran penting dalam pemulihan ekonomi di Kelurahan Sukorejo Kecamatan Sukorejo Kota Blitar sebagai upaya untuk membuat para pelaku usaha cakap dalam menggunakan teknologi untuk pemanfaatan Digital Marketing agar mampu memasarkan produk unggulan desa secara lebih luas dan bisa membuka pasar baru yang nantinya mempermudah dalam menjaring pelanggan potensial agar konsumen bisa kenal terhadap produk lokal dari Kelurahan Sukorejo Sukorejo dan memilih memutuskan untuk membeli produk unggulan dari wilayah tersebut. Adanya penggunaan konsep pemasaran digital dalam sistem bisnis akan memicu kenaikan omset penjualan setiap UMKM yang ada di wilayah Sukorejo Sukorejo yang nantinya mampu menyerap tenaga kerja di wilayah tersebut yang berdampak secara signifikan terhadap sektor ekonomi desa yang mampu meningkatkan pemulihan ekonomi bagi masyarakat yang ada di Kelurahan Sukorejo Kecamatan Sukorejo Kota Blitar. Pada dasarnya di wilayah Sukorejo Sukorejo masih banyak pelaku UMKM yang minim pengetahuan akan penggunaan teknologi yang membuat banyak pelaku usaha tidak mampu memasarkan produk secara digital, akibatnya hanya bisa mengaplikasikan sistem bisnis secara konvensional. Namun setelah diberikan perlakuan pemaparan materi oleh narasumber dalam kegiatan sosialisasi pemanfaatan marketing digital membuat pelaku usaha menjadi memahami dan mengerti akan peran dari pemasaran digital dalam dunia bisnis.

Melalui kegiatan sosialisasi ini dapat diketahui bersama pemateri menyatakan bahwa pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Sukorejo Sukorejo ini harus menjadi pelopor yang membuat pelaku UMKM mempunyai kesadaran betapa pentingnya transformasi dari model bisnis konvensional ke dalam bisnis digital. Banyak keuntungan yang bisa didapatkan dari penerapan Digital Marketing dalam sebuah bisnis, yakni mampu memperluas pasar sasaran, dapat menjangkau masyarakat lebih luas, mampu memperkenalkan produk unggulan menjadi lebih cepat dikenal, Meminimalisir biaya



promosi, dan dapat dengan mudah membuat konten iklan promosi yang menarik, serta mampu meningkatkan omset penjualan secara berkelanjutan. Adanya pengetahuan yang dimiliki pelaku usaha tentang Digital Marketing tentunya akan membantu suatu bisnis UMKM mampu menjangkau lebih banyak konsumen dari pada konvensional. Dengan adanya digital marketing membuat para pelaku usaha di Kelurahan Sukorejo menjadi lebih kreatif. Apalagi pasca pandemi yang menuntut seluruh pengusaha untuk beralih ke bisnis digital agar pemulihan ekonomi di Kelurahan Sukorejo menjadi lebih cepat yang membawa dampak besar bagi perkembangan pelaku UMKM khususnya bagi sektor industri rumahan di wilayah kelurahan Sukorejo Sukorejo. Penerapan digital marketing tidak semata merta dipandang sebagai gaya atau mengikuti tren tanpa adanya kaitan dengan konteks strategi bisnis atau pemasaran. Namun, sebetulnya sangat penting bagi pelaku UMKM untuk memahami tujuan umum dan khusus yang akan dicapai dengan penerapan konsep digital marketing. Apalagi konsep ini sudah mulai tren ketika adanya pandemi covid 19 hingga sekarang konsep digital marketing menjadi sebuah keharusan bagi pelaku usaha untuk mempercepat pemasaran produk dan mempermudah pengusaha dalam menggaik banyak konsumen baru sesuai wilayah segmentasi pasar yang dibidik.

Pengembangan digitalisasi UMKM harus diikuti dengan strategi yang tepat dengan proaktif melalui pendampingan, kurasi produk, SDM yang cakap dalam teknologi yang diharapkan dapat membantu percepatan UMKM dalam pemulihan ekonomi desa. Pemateri juga menjelaskan bahwa kebijakan dalam pengembangan UMKM ke depannya dapat terus dilakukan via 4 pilar, yakni kebijakan korporasi, kapasitas perusahaan, pembiayaan, dan teknologi digital yang nantinya berorientasi dalam mendukung pemulihan ekonomi Kelurahan Sukorejo dalam jangka pendek dan panjang guna menjaga ketahanan perekonomian desa. Pemateri juga berharap dengan adanya pelaksanaan sosialisasi digital marketing ini para pelaku usaha UMKM akan dapat memanfaatkan konsep digitalisasi ke dalam strategi pemasaran yang nanti akan memperkuat perekonomian wilayah Sukorejo sebagai tulang punggung pemulihan perekonomian wilayah Sukorejo.

Adanya penyelenggaraan sosialisasi ini selain untuk memberikan pengetahuan kepada pelaku UMKM agar mampu memanfaatkan konsep digital marketing dalam penjualan produk juga bertujuan untuk mengoptimalkan penggunaan pemasaran digital terhadap UMKM lokal agar memaksimalkan dalam mengaplikasikan berbagai digital platform untuk mengekspansi pasar baru. Pemateri menjelaskan bahwa kalangan pelaku UMKM didorong untuk terus berinovasi dalam memanfaatkan digital platform agar mendapatkan akses pasar yang lebih luas tanpa batas untuk menyediakan berbagai kebutuhan belanja barang jasa yang mampu menjangkau ekspektasi pelanggan. Digitalisasi UMKM perlu dioptimalkan dari beragam platform digital yang dimana dapat ditempuh dengan memanfaatkan digital platform dalam kegiatan pemasaran online. Apalagi UMKM salah satu sektor yang menjadi tulang punggung perekonomian domestik. Oleh karena itu

Pelaku usaha UMKM di wilayah Sukorejo Sukorejo harus didorong untuk menjadi bahan sumber dalam perkembangan dan pertumbuhan ekonomi baru. Selain mengoptimalkan digital platform juga perlu peningkatan nilai tambah produk/jasa UMKM. Pemulihan ekonomi desa perlu didorong dan dituntut untuk lebih adaptif agar memiliki perubahan sikap yang mengarah pada digitalisasi. Adapun strategi yang dilakukan dalam membantu pelaku UMKM agar bisa memanfaatkan digital marketing, yakni dengan memberikan sosialisasi dan pelatihan dalam penerapan konsep digital marketing, memberikan pengetahuan tentang cara membuat konten promosi yang kreatif, memberikan pembelajaran penggunaan berbagai digital platform untuk memasarkan produk, memberikan pelatihan untuk membuat segmentasi pasar yang tepat sesuai digital platform yang digunakan dan bekerja sama dengan pemerintah desa untuk mengadakan kegiatan penyuluhan atau pemberdayaan pelaku UMKM dengan berbasis pemasaran digital.

Untuk itu, digital marketing perlu dioptimalkan secara total, sebab ini salah satu strategi yang sangat cocok digunakan di masa sekarang dan di masa yang akan datang. Selain itu terdapat suatu kelebihan unik yang dimiliki oleh konsep digital marketing mulai, yaitu media digital saat ini dilengkapi dengan berbagai fitur canggih yang dapat memudahkan pekerjaan dan mobilisasi pemakainya. Sehingga pemateri mengungkapkan perlu kolaborasi antara pemerintah Sukorejo dengan pelaku usaha UMKM guna mengoptimalisasikan kinerja digital platform dalam kegiatan pemasaran digital. Pemateri sendiri juga memaparkan digital platform yang harus dikuasai oleh pelaku UMKM di Kelurahan Sukorejo dengan menggunakan aplikasi Grab. Adapun langkah-langkah yang dilakukan untuk mendaftar dan memasarkan katalog produk melalui aplikasi Grab, yaitu:

- Download Aplikasi Grab Merchant

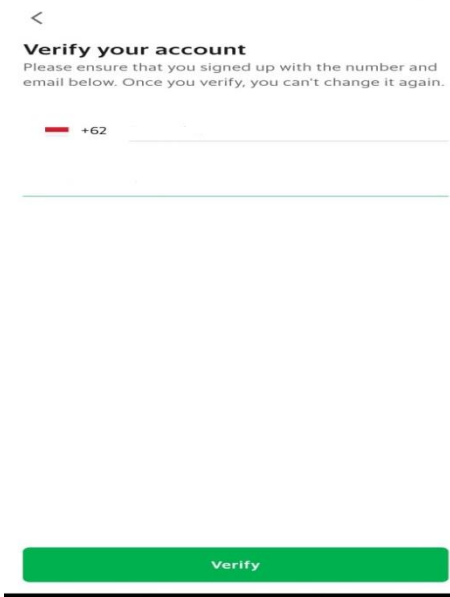
Download aplikasi Grab Merchant dapat dilakukan melalui Google Playstore maupun App Store

- Tahap Awal Pendaftaran Grabfood



Gambar 1. Gambar Kebijakan dan Pesyaratan

- Verifikasi Akun Yang akan Digunakan



Gambar 2. Gambar Memasukkan Email dan Nomor Akun

Setelah tahap ini akan ada OTP yang dikirim ke nomor hp untuk melakukan verifikasi nomor. Setelah nomor berhasil di verifikasi maka akun berhasil untuk dibuat.

- Melengkapi Data Usaha

Pada tahap ini akan ada beberapa form untuk di isi mulai dari profil pemilik, profil usaha, dan masih banyak lagi



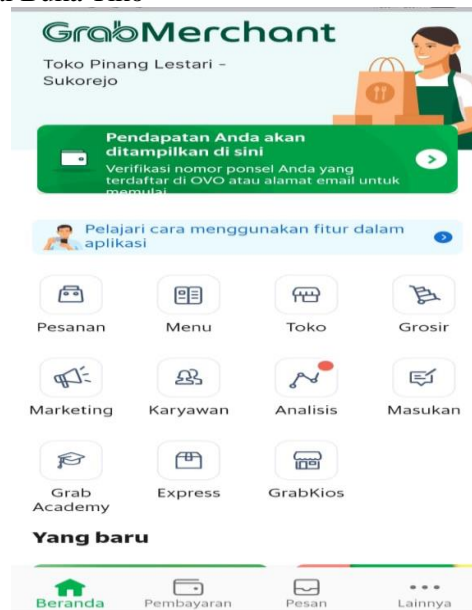
- Melengkapi Profil Pemilik

Gambar 3. Gambar Profil Pemilik Usaha

- Melengkapi Data informasi Toko

Gambar 4. Gambar Profil Usaha

- Pembuatan Menu Dan Jadwal Buka Toko

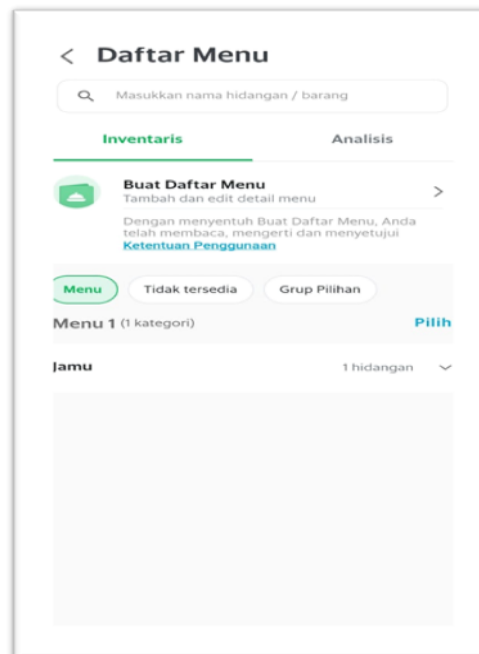


Gambar 5. Gambar Menu dari Grab Merchant bagian Grab Food

- Pengaturan Jadwal Buka Toko

Pengaturan jadwal toko dapat dilakukan pada menu toko, dan dapat diatur secara spesifik untuk setiap harinya.

- Menu Untuk Melihat Inventaris Toko



Gambar 6. Gambar Menu Inventaris

Selain itu, Mahasiswa KKN Kelompok 14 Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa timur juga melakukan kegiatan penginputan data seluruh UMKM yang ada di Sukorejo dengan total data UMKM yang dimasukkan ke dalam sistem Google Maps dengan tujuan sebagai pendukung dari konsep digital marketing dalam upaya untuk promosi berbasis digital melalui pemetaan lokasi di dalam peta lokasi digital. Dari hasil penelitian ini tentu sangat mendukung hasil penelitian dari



Halimah (2021) yang menjelaskan bahwa untuk melakukan pemulihan perekonomian suatu desa perlu pelaku UMKM yang memanfaatkan digital marketing yang memiliki tujuan untuk mempermudah kegiatan pemasaran dan membantu meningkatkan penjualan UMKM.

SIMPULAN

Sosialisasi pemanfaatan digital marketing pada UMKM lokal ini menjadi peran penting dalam pemulihan ekonomi di Kelurahan Sukorejo Kecamatan Sukorejo Kota Blitar sebagai upaya untuk membuat para pelaku usaha cakap dalam menggunakan teknologi untuk pemanfaatan Marketing Digital agar mampu memasarkan produk unggulan desa secara lebih luas dan bisa membuka pasar baru yang nantinya mempermudah dalam menjaring pelanggan potensial agar konsumen bisa kenal terhadap produk lokal dari Kelurahan Sukorejo dan memilih memutuskan untuk membeli produk unggulan dari wilayah tersebut. Dengan adanya digital marketing membuat para pelaku usaha di Kelurahan Sukorejo menjadi lebih kreatif. Apalagi pasca pandemi yang menuntut seluruh pengusaha untuk beralih ke bisnis digital agar pemulihan ekonomi di Kelurahan Sukorejo menjadi lebih cepat yang membawa dampak besar bagi perkembangan pelaku UMKM khususnya bagi sektor industri rumahan di wilayah kelurahan kauman Srengat. Penerapan digital marketing tidak semata merta dipandang sebagai gaya atau mengikuti tren tanpa adanya kaitan dengan konteks strategi bisnis atau pemasaran. Namun, sebetulnya sangat penting bagi pelaku UMKM untuk memahami tujuan umum dan khusus yang akan dicapai dengan penerapan konsep digital marketing. Pengembangan digitalisasi UMKM harus diikuti dengan strategi yang tepat dengan proaktif melalui pendampingan, kurasi produk, SDM yang cakap dalam teknologi yang diharapkan dapat membantu percepatan UMKM dalam pemulihan ekonomi desa. Adanya penyelenggaraan sosialisasi ini selain untuk memberikan pengetahuan kepada pelaku UMKM agar mampu memanfaatkan konsep digital marketing dalam penjualan produk juga bertujuan untuk mengoptimalkan penggunaan pemasaran digital terhadap UMKM lokal agar memaksimalkan dalam mengaplikasikan berbagai digital platform untuk mengekspansi pasar baru. Pemateri menjelaskan bahwa kalangan pelaku UMKM didorong untuk terus berinovasi dalam memanfaatkan digital platform agar mendapatkan akses pasar yang lebih luas tanpa batas untuk menyediakan berbagai kebutuhan belanja barang jasa yang mampu menjangkau ekspektasi pelanggan. Digitalisasi UMKM perlu dioptimalkan dari beragam platform digital yang dimana dapat ditempuh dengan memanfaatkan digital platform dalam kegiatan pemasaran online. Untuk mengoptimalkan digital platform perlu adanya sosialisasi dan pelatihan mengenai penggunaan platform teknologi yang tepat yang dijadikan sebagai strategi pemasaran digital di masa depan. Adapun berbagai digital Platform yang sering digunakan oleh para pengusaha dalam memasarkan produk secara digital, yakni Facebook, Youtube, Whatsapp, Instagram, Shoppe, BliBli, Grab, Gojek, dan buka lapak. Digital platform seperti ini perlu dimaksimalkan sesuai target yang ditentukan bisa menggunakan 1 platform digital ataupun lebih dari satu digital platform untuk melakukan kegiatan promosi. Pemanfaatan tersebut tergantung dari target pasar, permintaan konsumen, manfaat produk, segmentasi pasar dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Halimah., Arman, S. K. (2021). Pemulihan Perekonomian UMKM Kue Fiorfiore Melalui Pemanfaatan Digital Marketing Di Kelurahan Kedamaian Bandar Lampung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(6), 1109-1114.
- Marpaung, A. P., Muhammad, S. H., Murvina, K., & Wulan, D. (2021). Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Pada UMKM Melalui Digital Marketing. *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*. 2(1), 294-300.
- Simarta, Janner, dkk. (2020). *Teknologi Informasi Dan Sistem Informasi Manajemen*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Suci, Y. R. (2020). Perkembangan UMKM. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Balikpapan*, 1(3), 102- 110.
- Susanto, B., Akrim, H., & Fardan, N. C. (2020). Penggunaan Digital Marketing Untuk Memperluas Pasar Dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42-47.



- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMKM di Indonesia. *Forum Keungan Dan Bisnis*, 4(1), 327-337.
- Yumma., Olga, R. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Upaya Pemulihan Ekonomi Pada UMKM Yang Terdampak Pandemi Covid 19 Di Kampung Purun Kota Banjarbaru Kalimantan Selatan. *Eprints Uniska*, 1(4), 201-210.