



PENERAPAN DIGITAL MARKETING PADA ERA DIGITALISASI UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM GUNUNG ANYAR TAMBAK

Muhammad Syahru Ramadhan¹, Tri Kartika Pertiwi²

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

*Email : 21012010230@student.upnjatim.ac.id ; tri.pertiwi.mnj@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Digital marketing merupakan salah satu strategi pemasaran untuk mempromosikan, ataupun menjual produk melalui platform digital. Pada era globalisasi saat ini yang mendorong cepatnya arus digitalisasi, platform digital memegang peranan penting untuk performa pemasaran ataupun penjualan produk, karena trend yang sedang berkembang pada saat ini adalah para konsumen lebih memilih untuk melihat ataupun melakukan pembelian secara online. Pada UMKM Wakul Gesatu yang berada pada RW 08 Kelurahan Gunung Anyar Tambak, masih menggunakan cara tradisional untuk mempromosikan dan menjual produknya, pada era saat ini para pelaku UMKM dituntut untuk dapat mengikuti trend para konsumen agar dapat bertahan dan bersaing di pasaran. Program *digital marketing* dilakukan untuk dapat membuat pelaku UMKM sadar terhadap trend para konsumen saat ini yang berfokus pada *digital marketing* pada platform Instagram dan shopee, program ini dilakukan melalui metode pendampingan, sosialisasi, dan pelatihan. Dengan memanfaatkan strategi *digital marketing* untuk mengikuti trend para konsumen saat ini, UMKM Wakul Gesatu akan dapat bersaing secara kompetitif dengan usaha sejenis diluar sana.

Kata kunci: UMKM, Digital Marketing, Globalisasi, Trend, Program

APPLICATION OF DIGITAL MARKETING IN THE ERA OF DIGITALIZATION TO INCREASE THE COMPETITIVENESS OF MSMES IN GUNUNG ANYAR TAMBAK

ABSTRACT

Digital marketing is one of the marketing strategies to promote, or sell products through digital platforms. In the current era of globalization which encourages the rapid flow of digitalization, digital platforms play an important role in marketing performance or product sales, because the current trend is that consumers prefer to see or make purchases online. In the Wakul Gesatu MSME located in RW 08 Gunung Anyar Tambak Village, it still uses traditional methods to promote and sell its products, in the current era MSME players are required to be able to follow the trends of consumers in order to survive and compete in the market. The digital marketing program is carried out to be able to make MSME players aware of current consumer trends that focus on digital marketing on the Instagram and shopee platforms, this program is carried out through mentoring methods, counseling, and training. By utilizing digital marketing strategies to follow current consumer trends, Wakul Gesatu MSMEs will be able to compete competitively with similar businesses out there

Keywords: MSME's, Digital Marketing, Globalization, Trends, Program

PENDAHULUAN

Brand image menjadi salah satu hal yang diutamakan pada era saat ini bagi para pelaku usaha agar konsumen memandang baik usaha yang dimilikinya, persaingan yang ketat dan arus digitalisasi yang kencang menuntut para pelaku usaha untuk melakukan berbagai cara agar produk nya dapat dipandang yang terbaik oleh para konsumen. (Fika Widiana -Salsabilla Ramadhanti Batangriyan, n.d.) *Digital marketing* merupakan strategi pemasaran yang menjadi trend untuk dilakukan saat ini.

Digital marketing adalah hal yang berupa promosi untuk produk dan pencarian pasar melalui platform digital secara online, dengan memanfaatkan berbagai platform digital, contohnya seperti media sosial Instagram, dan e-commerce shopee, suatu UMKM akan dapat meningkatkan performa pemasaran dan penjualannya secara signifikan. Instagram memiliki fitur Akun Bisnis yang memudahkan pelaku bisnis untuk membuat profil bisnis di Instagram dan mengoptimalkan kegiatan bisnis dengan



memanfaatkan media sosial tersebut. Dengan fitur ini, perusahaan dengan berbagai ukuran dapat memperkenalkan profil bisnisnya, memperoleh wawasan tentang pengikut dan kiriman, serta mempromosikan kiriman untuk mendorong tujuan bisnis. (Rachmawati, 2018). UMKM yang memiliki akses online, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan e-commerce-nya, biasanya akan menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing. Akan tetapi, masih banyak UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan media digital dan belum mengerti seberapa besar manfaat dan peranan penggunaan media digital tersebut. (Wardhana, 2018). Platform digital memegang peranan yang sangat penting bagi suatu UMKM, dimana platform digital dapat menjadi sarana seseorang dimanapun tempat, dan waktunya akan dapat terhubung dengan produk dari suatu UMKM melalui platform tersebut. Pada dasarnya digital marketing merupakan strategi pemasaran yang sangat interaktif dan terpadu dimana interaksi antara produsen, distributor, dan konsumen akan sangat dimudahkan. Digital marketing juga akan sangat membantu pemilik suatu usaha untuk dapat mengidentifikasi trend yang diinginkan oleh para konsumen, dan begitupun bagi para konsumen, mereka akan sangat mudah untuk mendapat informasi mengenai produk yang diinginkannya melalui fitur-fitur yang terdapat pada suatu platform digital, sehingga hal tersebut akan berdampak besar bagi penjual ataupun konsumen dalam mencari informasi yang diperlukan, untuk mendapatkan data yang relevan. (Pratama Marpaung et al., n.d.)

Pada era globalisasi seperti saat ini yang mendorong arus digitalisasi dengan kencang, menuntut para pemilik usaha untuk selalu mengikuti trend para konsumen, agar usaha yang dimilikinya dapat bersaing secara kompetitif di pasaran. Pada saat ini dengan kemajuan teknologi yang begitu pesat dan kemudahan untuk mencari informasi, para konsumen lebih memilih melakukan pembelian secara online melalui platform digital. Perilaku belanja online tersebut dapat menunjukkan bahwa tren perilaku belanja cenderung memilih kearah berbelanja secara online dibandingkan dengan metode offline secara tradisional yang mengharuskan para konsumen untuk datang secara langsung ketoko yang diinginkan dan menanyakan secara langsung informasi yang dibutuhkan dan jika tidak cocok harus pergi ke toko lain yang dimana hal tersebut sangat memakan waktu, sedangkan berbelanja dengan metode online dapat melakukan semua hal tersebut hanya melalui smarthphone mereka tanpa harus keluar rumah. Trend yang terjadi tersebut akan memiliki dampak yang sangat signifikan untuk toko online agar memberi penawaran berbagai produk ataupun jasa-nya agar dapat memenuhi kebutuhan dan juga keinginan para konsumen. (Utami et al., 2020)

Hasil pencarian yang dilakukan oleh konsumen pada saat ini, dapat dijadikan hal untuk pengambilann keputusan secara mandiri. Untuk dapat mencapai berbagai lapisan masyarakat dimanapun dan kapanpun, *digital marketing* dapat menjadi sarana yang efektif. (Purwana et al., 2017) *Digital marketing* dapat diterapkan melalui platform media sosial Instagram, dan *e-commerce* shopee, kedua platform tersebut merupakan platform yang saat ini sedang trend karena fitur yang ditawarkan dapat sangat membantu para penjual ataupun para konsumen untuk berinteraksi ataupun bertransaksi. Platform media sosial menyimpan potensi dan kontribusi yang besar dan signifikan dalam perkembangan UMKM. Dengan penerapann yang konsisten dikelola dengan baik akan dapat secara efektif meningkatkan pemasaran UMKM. Media sosial memiliki keunggulan dalam penyebaran informasi, fitur ulasan, dan feedback dari para konsumen, serta dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Dengan memanfaatkann media sosial, UMKM dapat memperkokoh posisinya secara online, meningkatkan visitabilitas produk, dan menciptakan peluang pertumbuhan yang besar melalui pasar digital. (Priambada, 2017) Instagram merupakan platform media sosial yang sangat efektif untuk dapat mendukung pertumbuhan UMKM karena fokusnya pada visual produk dan caption untuk dapat menarik para konsumen, serta fitur-fitur seperti direct message, comment, dll akan sangat membantu UMKM untuk dapat berhubungan secara langsung dengan para calon konsumen. *E-commerce* merupakan tempat dimana terjadinya proses penjualan dan pembelian produk ataupun jasa yang dilakukan secara elektronik melalui jaringan komnputer. (Dewi et al., 2011) Transaksi bisnis yang terjadi tidak terbatas pada pertemuan fisik di tempat tradisional, melainkan dilakukan melalui platform elektronik seperti situs web atau aplikasi mobile, yang terkoneksi melalui jaringan komputer. *E-commerce* telah mengubah cara perdagangan dengan menyediakan sarana yang efisien dan praktis bagi pelaku bisnis dan konsumen untuk berinteraksi serta melakukan transaksi tanpa memerlukan pertemuan langsung. Shopee merupakan platform *e-commerce* yang sedang trend saat ini karena inovasi pembayaran yang dilakukan dan promo-promo yang diberikan.



Pelaku Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada Kelurahan Gunung Anyar Tambak cukup banyak dengan menjual berbagai jenis produk, salah satu contoh UMKM yang ada di Kelurahan Gunung Anyar Tambak adalah Wakul Gesatu yang bergerak pada bidang masakan olahan rumah. Walaupun jumlah pelaku UMKM cukup banyak di Kelurahan Gunung Anyar Tambak, mereka masih menggunakan pemasaran tradisional dan minim hal penggunaan teknologi. Karena itu, dibutuhkan pendampingan mengenai nilai dari penerapan pemasaran digital melalui Instagram dan platform e-commerce Shopee. Tujuannya adalah untuk memperbaiki strategi pemasaran mereka, memperluas cakupan pasar, dan mendukung pertumbuhan penjualan. Pendampingan ini tidak hanya berfokus pada pengenalan digital marketing, tetapi juga mengajarkan strategi pengelolaan yang efektif di media sosial dan platform e-commerce agar dapat mempromosikan usaha UMKM mereka dengan lebih baik.

METODE

Kelompok Bina Desa Gunung Anyar Tambak yang menjalankan program untuk mendukung pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di RW08 Gunung Anyar Tambak yang belum familiar dengan konsep pentingnya pemasaran digital di era saat ini. Program ini bertujuan memberikan pendampingan serta sosialisasi kepada pelaku UMKM tentang strategi *digital marketing* guna meningkatkan pemasaran dan penjualan produk mereka.



Gambar.1 Metode Pelaksanaan
Sumber: Penulis

Pelaksanaan kegiatan ini melibatkan pendampingan dan pelatihan dengan dua pendekatan: satu melalui ceramah dan kedua praktik langsung. Menggunakan metode ceramah dan pendampingan yang membahas tentang pentingnya digital marketing dalam mengembangkan bisnis UMKM, khususnya dalam meningkatkan strategi promosi. Dalam ceramah tidak hanya membahas tentang pentingnya digital marketing pada era saat ini, tetapi juga bagaimana memanfaatkan media digital dan platform e-commerce untuk kegiatan promosi usaha mereka. Selanjutnya setelah melakukan ceramah kegiatan selanjutnya adalah memberikan praktik langsung tentang pembuatan media sosial seperti Instagram dan platform e-commerce seperti Shopee. Pelatihan yang diselenggarakan juga meliputi pengetahuan untuk UMKM tentang strategi menerapkan semua fitur yang tersedia di kedua platform digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan sosialisasi dan pendampingan pembuatan media sosial dan e-commerce bertujuan untuk memberikan kemungkinan kepada pemilik usaha agar dapat memasarkan dan menjual produk mereka secara luas. Dengan adanya media sosial dan *e-commerce*, produk yang dihasilkan oleh UMKM di Gunung Anyar Tambak RW08 dapat lebih mudah dikenal oleh masyarakat umum. Melalui kegiatan ini, juga diharapkan dapat membantu UMKM untuk lebih memahami perkembangan teknologi zaman sekarang.

Dalam kegiatan sosialisasi, disampaikan materi mengenai pentingnya digital marketing dalam melakukan penjualan di pasar digital bagi pelaku UMKM. Ini menjadi hal yang krusial, karena sebagian besar pelaku UMKM belum sepenuhnya menyadari pentingnya pemasaran digital dalam mengembangkan usaha mereka. Kurangnya kesadaran tersebut disebabkan oleh ketidakpahaman mereka tentang cara memasukkan produk mereka ke dalam platform digital dan e-commerce.

Kegiatan sosialisasi ini ditujukan untuk memberi pemahaman kepada pelaku UMKM tentang kebutuhan akan memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan serta menjual produk-produk mereka. Saat ini, keberadaan platform digital memiliki kepentingan yang sangat besar bagi UMKM karena memungkinkan produk-produk mereka dapat dijangkau oleh siapa saja, di mana saja, dan kapan saja melalui platform tersebut. Selain itu, kami juga memberikan penjelasan kepada para pelaku UMKM



mengenai cara membuat dan memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram serta platform *e-commerce* seperti Shopee sebagai sarana untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan produk mereka.

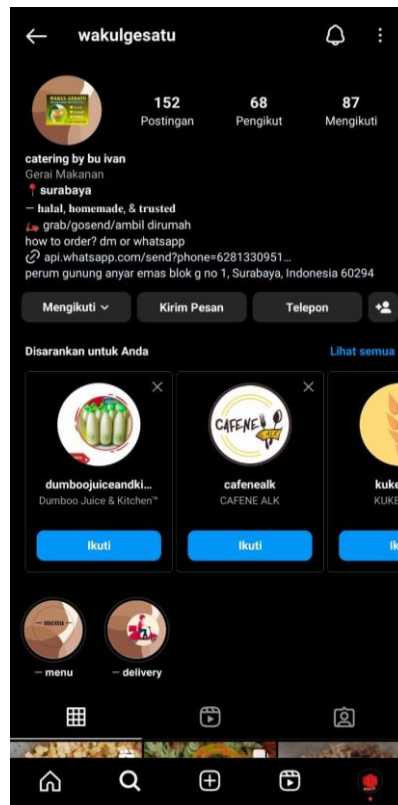


Gambar2. Sosialisasi Ke Rumah Pemilik UMKM
Sumber: Dokumentasi Penulis

Langkah berikutnya adalah memberikan pendampingan kepada pelaku UMKM dalam menciptakan platform media sosial Instagram dan *e-commerce* Shopee sebagai sarana promosi dan penjualan produk mereka. Kami juga menyediakan pelatihan mengenai manajemen dan pengelolaan produk agar dapat dimasukkan ke dalam kedua platform tersebut. Harapannya, dengan pendampingan ini, para pelaku UMKM akan menyadari signifikansi strategi pemasaran digital dalam era saat ini.

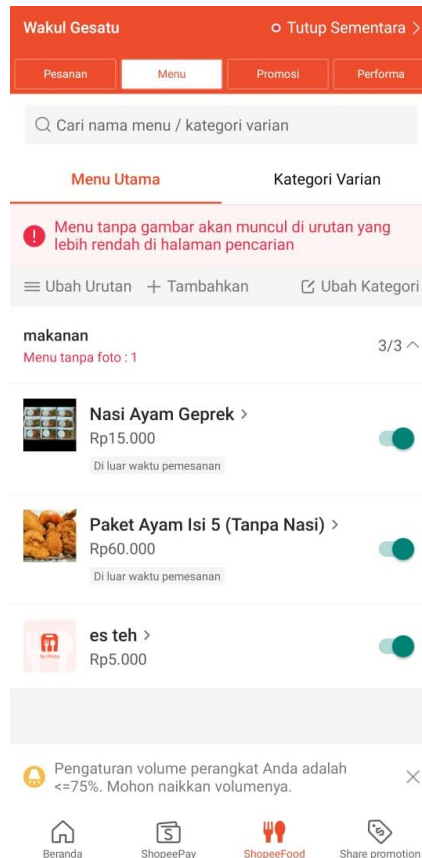


Gambar3. Pendampingan Pembuatan Instagram Dan Shopee
Sumber: Dokumentasi Penulis



Gambar4. Media Sosial Instagram Wakul Gesatu

Sumber: Penulis



Gambar5. E-commerce Shopee WakulGesatu

Sumber: Penulis



SIMPULAN

Para pelaku UMKM di Kelurahan Gunung Anyar Tambak RW08 menunjukkan antusias tinggi terhadap kegiatan ini. Mereka mengakui bahwa platform digital seperti Instagram dan *e-commerce* Shopee merupakan salah satu sarana pemasaran digital yang paling populer di kalangan masyarakat. Melalui sosialisasi dan pendampingan ini, tujuan utamanya adalah memastikan bahwa para pelaku UMKM di daerah tersebut sepenuhnya memahami cara efektif untuk memanfaatkan strategi *digital marketing* dan menyadari pentingnya keberadaan pemasaran digital dalam era digitalisasi saat ini. Harapannya, memiliki platform digital Instagram dan *e-commerce* tidak hanya akan meningkatkan pendapatan ekonomi mereka, tetapi juga memberikan manfaat lain yang signifikan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada para pelaku UMKM Wakul Gesatu Bu Suprapti, Pak Ivan Indra Gunawan selaku PIC kami, Ibu Mentari Clara Dewanti, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Lapangan dan juga Kelompok Bina Desa Gunung Anyar Tambak atas kerjasama dan support yang diberikan selama kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif Pratama Marpaung, Muhammad Shareza Hafiz, Murviana Koto, and Wulan Dari. 2021. "Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Pada Umkm Melalui Digital Marketing." *Prosiding Seminar Kewirausahaan* 2(1):294–300.
- Fika, Suci, Widyana Salsabilla, and Ramadhanti Batangriyan. 2020. "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Image Di Pt . Central Global Network." *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran* 10(September):1–12.
- Irmawati, Dewi. 2011. "Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis." *Orasi Bisnis* VI(November):95–112.
- Priambada, Swasta. 2017. *POTENSI MEDIA SOSIAL BAGI USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) DI MALANG RAYA*.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.
- Utami, Sari. 2023. "Belanja Online Menjadi Trend Remaja Selama Pandemi Covid-19." *AN-NISA: Jurnal Studi Gender Dan Anak* 13(1):730–38.
- Wardhana, A. (2015, April). Strategi digital marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. In *Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV* (Vol. 4).
- Wardana, Aditya. 2018. Strategi Digital marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM Di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional: Forum Keuangan dan Bisnis IV, Th 2015*. ISBN : 978-602-17225-4-1