



PERANAN *DIGITAL MARKETING* SEBAGAI MEDIA PEMASARAN UMKM CREP'S STAR

**Laksmi Diana¹, Prasmita Dian¹, Sevina Ade Tiara², Talitakum², Alief Ramadhani
Novita Cahyono Putri², "Shinta Agustina^{2*}")**

¹Program Studi Agribisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur,

²Mahasiswa KKN-T MBKM Periode 2 2022 Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Penulis Korespondensi : agustinshintal0@gmail.com

Abstrak

Pemasaran yang dilakukan dengan berbasis teknologi *digital* menjadi kesempatan bagi pelaku UMKM untuk berkembang dan menjadi bagian dari kebangkitan perekonomian. *Digital marketing* merupakan kegiatan pemasaran ataupun promosi yang dilakukan melalui media internet ataupun *digital* secara *online*. Crep's Star merupakan salah satu UMKM yang berada di Kelurahan Karangsari, Kota Blitar yang bergerak pada bidang kuliner makanan ringan. Tujuan dari *digital marketing* ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai peran *digital marketing* dalam upaya meningkatkan penjualan produk UMKM agar dapat bersaing. Metode yang digunakan yaitu melalui pendampingan dalam bentuk penyuluhan dan pelatihan.

Kata kunci: *digital marketing, UMKM, media sosial.*

Abstract

Marketing that is carried out based on digital technology is an opportunity for UMKM sellers to develop and become part of the revival of the economy. Digital marketing is marketing or promotional activities carried out through the internet or digital online media. Crep's Star is one of the UMKM sellers located in Karangsari Village, Blitar City which is engaged in culinary snacks. The purpose of this digital marketing is to provide knowledge and understanding of the role of digital marketing to increase sales of UMKM products so they can compete. The method used is assistance in the form of counseling and training.

Keywords: *digital marketing, UMKM, social media.*

1. Pendahuluan

Era baru bagi *digital marketing* telah masuk ke dalam praktik kehidupan masyarakat modern. Pemanfaatan internet membuat jaringan masyarakat dunia tersatukan dengan apa yang disebut satu kampung global. Pengguna yang semakin luas dan global meliputi berbagai negara di seluruh dunia, masyarakat telah menjadi objek pasar yang strategis bagi para produsen sekaligus menjadi pelaku di pasar itu sendiri. Dengan adanya peningkatan dari segi teknologi, para pelaku UMKM harusnya dapat memanfaatkan media *digital* sebagai tempat mereka menginformasikan produk yang mereka jual kepada konsumen. Jika media *digital* digunakan dengan maksimal maka akan memberikan keuntungan bagi para pelaku UMKM khususnya dalam hal pemasaran sehingga produk tersebut dapat bersaing di pasar.

UMKM memiliki peran penting dan strategis, kondisi tersebut sangat memungkinkan karena keberadaan UMKM yang cukup dominan dalam perekonomian Indonesia dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) (Sarfiyah, et al., 2019). Berbagai jenis UMKM di Indonesia sangat banyak jumlahnya mulai dari UMKM yang menjual produk *fashion*, kosmetik hingga kuliner makanan, salah satunya ialah Crep's Star. Crep's Star merupakan UMKM yang berada di Kelurahan Karangsari, Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar dan bergerak dalam usaha kuliner makanan ringan.

UMKM Crep's Star menyediakan produk makanan ringan yang banyak digemari masyarakat, yakni crepes dengan berbagai *topping*, seblak, *ice cream cone*, kentang goreng, dan lumpia *banana*. Namun, Crep's Star memiliki kendala dalam hal pemasaran yang belum maksimal. Dari kendala tersebut diperlukan solusi berupa penggunaan *digital marketing* dalam segi pemasaran dengan memanfaatkan media sosial yang ada.

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Crep's Star adalah dari segi pemasaran yang masih konvensional dan sederhana untuk dapat bersaing dengan kompetitor. Pemasaran yang dilakukan selama ini hanya pemasaran *offline* melalui mulut ke mulut (*Word of Mouth*) dari warga sekitar dan secara *online* melalui WhatsApp. Selain itu para konsumen dapat mengulas dari produk yang telah mereka beli kepada calon konsumen. Untuk memaksimalkan perkembangan teknologi pada bidang bisnis di mana terjadi perubahan dalam metode komunikasi pemasaran yang awalnya bersifat konvensional beralih ke pemasaran *digital* yang lebih maksimal.

Digital marketing merupakan suatu sistem sosial di mana keinginan tiap pihak terpilih akan bertemu secara *virtual* guna melakukan kegiatan transaksi jual beli (Halim et al., 2021). Pada era digitalisasi yang semakin lama semakin maju, para pelaku usaha dituntut untuk dapat beradaptasi sesuai dengan kemajuan teknologi guna memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin lama semakin kompleks. *Digital marketing* menjadi suatu hal yang wajib dari tahun ke tahun baik oleh perusahaan kecil maupun besar (Sulistiyawan et al., 2021). *Digital marketing* memiliki banyak kelebihan jika dibandingkan dengan strategi pemasaran konvensional (*offline marketing*), diantaranya dalam hal tolak ukur keberhasilan dari sebuah strategi (Nursatyo & Dini, 2018).

Media sosial merupakan suatu bentuk nyata dari perkembangan internet. Munculnya media sosial dapat membuka peluang masyarakat untuk mendirikan suatu Usaha Mikro Kecil dan Menengah masyarakat. Aktivitas masyarakat dalam mengoperasikan media sosial sebagai ladang promosi bisnis, mencari informasi berkelanjutan atau aktivitas lainnya. Jenis media sosial sangatlah beragam seperti Instagram, Facebook, Twitter dan lain sebagainya.

Berdasarkan data dari *Business of Apps* dari databoks, pengguna Instagram secara global mencapai 1,96 miliar pada kuartal I tahun 2022. Sedangkan di Indonesia termasuk dalam urutan keempat pengguna Instagram yakni mencapai 1,45 miliar pada April 2022. Saat ini Instagram tidak hanya digunakan sebagai sarana penghibur saja melainkan sebagai wadah promosi berbagai bisnis yang memiliki peluang besar karena semua orang di belahan dunia dapat melihatnya. Akan tetapi, banyak UMKM masih kurang memahami adanya manfaat dari Instagram.

Berdasarkan permasalahan yang dialami oleh UMKM Crep's Star, maka dibutuhkan solusi yaitu *digital marketing* melalui media sosial Instagram. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan terkait

digital marketing yakni pemanfaatan media sosial. Hal tersebut dilakukan agar pemilik UMKM dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan terkait pemasaran *online*.

UMKM

UMKM merupakan unit usaha yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang-perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Di Indonesia definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dalam Bab 1 (Ketentuan Umum) Pasal 1, dinyatakan bahwa usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang-perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha mikro atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana diatur dalam Undang-Undang tersebut.

Digital Marketing

Pada era digitalisasi saat ini, strategi pemasaran dituntut beradaptasi sesuai dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan konsumen yang semakin kompleks (Permana et al., 2021). *Digital marketing* yang biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen. Di satu sisi, *digital marketing* memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya (Purwana et al., 2017).

Media Sosial

Media sosial atau *social media* bisa dikatakan sebagai pemanfaatan teknologi informasi sebagai media untuk saling berinteraksi dengan orang lain tanpa adanya batasan ruang dan waktu (Saputra, et al. 2020). Saat ini hampir setiap orang dapat mengakses internet yang nantinya berakibat pada penggunaan *platform* media sosial seperti WhatsApp, Facebook, Twitter, Instagram, dan sebagainya. *Platform* media sosial ini dapat dimanfaatkan untuk berbagai hal seperti berinteraksi dengan orang lain, mengetahui berita terkini, hingga dapat digunakan untuk kepentingan bisnis khususnya dalam bidang pemasaran.

Pemanfaatan media sosial untuk pemasaran dinamakan sebagai *social media marketing*. *Social media marketing* merupakan kegiatan pemasaran yang menggunakan *platform* media sosial untuk mempromosikan produk baik berupa barang maupun jasa (Saputra, et al. 2020). Banyak pelaku bisnis yang telah memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk dan menjalin hubungan dengan calon konsumen.

2. Bahan dan Metode

Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan pendampingan berupa pengenalan dan pelatihan dilaksanakan di rumah pemilik UMKM Crep's Star yang beralamat di Jl. Salak No. 59, Kelurahan Karang Sari, Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar pada hari Senin, 21 November 2022 dan Kamis, 24 November 2022.

Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan yaitu melalui pendampingan pada UMKM Crep's Star. Pendampingan yang dilaksanakan berupa kegiatan pengenalan dan pelatihan. Kegiatan pengenalan berisi pengenalan terkait pentingnya teknologi dan *digital marketing* serta media atau *platform* yang digunakan dalam memasarkan produk yaitu media sosial Instagram Bisnis. Sedangkan, untuk pelatihan lebih mengenalkan cara pengoperasian Instagram Bisnis dengan pembuatan akun Instagram Bisnis, pembuatan konten yang menarik agar mendapatkan pelanggan dan pembuatan Linktree agar memudahkan konsumen dalam pemesanan produk.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan yang telah dilaksanakan ini dijelaskan dalam bentuk hasil kegiatan sebagai berikut:

1. Koordinasi dengan Mitra

Koordinasi perihal hari dan waktu yang tepat dengan pihak mitra yakni UMKM Crep's Star terkait pelaksanaan penyuluhan dan pelatihan. Tanggal yang disetujui adalah hari Senin, 21 November 2022 pada pukul 10.00 - 12.00 WIB untuk pelaksanaan penyuluhan dan hari Kamis, 24 November 2022 pada pukul 13.00 - 16.00 WIB untuk pelaksanaan pelatihan.

2. Persiapan Penyuluhan dan Pelatihan

Persiapan dilakukan mulai dari tanggal 14-16 November 2022. Persiapan yang dilakukan meliputi pengumpulan materi terkait *digital marketing*, media sosial Instagram Bisnis, dan konten *digital* berupa *feed* dan *story* Instagram. Selain itu, terdapat persiapan untuk peralatan yang akan digunakan pada saat penyuluhan dan pelatihan yaitu laptop dan *handphone*.

3. Pelaksanaan Penyuluhan

Pelaksanaan penyuluhan dilakukan pada hari Senin, 21 November 2022 pukul 10.00 WIB. Penyuluhan yang dilakukan berupa pemberian materi tentang pentingnya *digital marketing*, penggunaan media sosial Instagram dan konten *digital*. Pemberian materi disampaikan oleh Peserta KKN-T Kelompok 17 UPN "Veteran" Jawa Timur, selama kurang lebih 2 jam. Materi ini disampaikan langsung kepada pemilik UMKM Crep's Star.

4. Pelaksanaan Pelatihan

Pelaksanaan pelatihan dilakukan pada hari Kamis, 24 November 2022 pukul 13.00 WIB. Pelatihan yang diberikan berupa praktik pembuatan akun media sosial Instagram Bisnis yaitu mulai dari pendaftaran awal akun sampai pengoperasian aplikasi Instagram Bisnis. Berikut langkah pendaftaran akun Instagram:

- 1) Download aplikasi Instagram melalui PlayStore
- 2) Buat akun baru, pilih nama pengguna
- 3) Buat kata sandi
- 4) Verifikasi email atau nomor telepon
- 5) Tekan selesaikan pendaftaran
- 6) Tambahkan foto profil

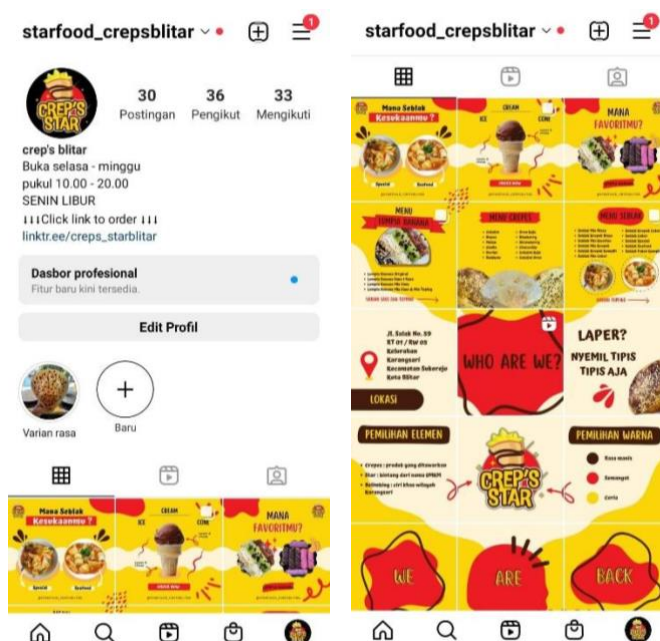
Selanjutnya pembuatan konten *feed* dan *story* Instagram. Pembuatan konten *feed* dan *story* dilakukan menggunakan aplikasi Canva dan CapCut. Pemilik UMKM Crep's Star sendiri setelah memahami langsung mempraktikkan pembuatan konten melalui dua aplikasi tersebut dan konten tersebut selanjutnya langsung diunggah pada akun Instagram Crep's Star yang bernama @starfood_crepsblitar. Kemudian pembuatan Linktree yang berguna untuk memudahkan akses konsumen dalam memesan produk. Linktree tersebut tertera di bio Instagram Crep's Star. Berikut tata cara pembuatan Linktree:

- 1) Buka *website* Linktree
- 2) Tekan *sign up free*
- 3) Tekan *sign up with phone or email*
- 4) Ketik *username* dan email
- 5) Tekan *create account*
- 6) Buat kata sandi
- 7) Ketik nama dan pilih kategori untuk mendeskripsikan Linktree
- 8) Ketik *continue*
- 9) Ketik nama *link* dan *url link* yang ingin ditambahkan, misal *link* WhatsApp
- 10) Tekan *share, copy link* Linktree
- 11) Tambahkan *link* Linktree di bio Instagram

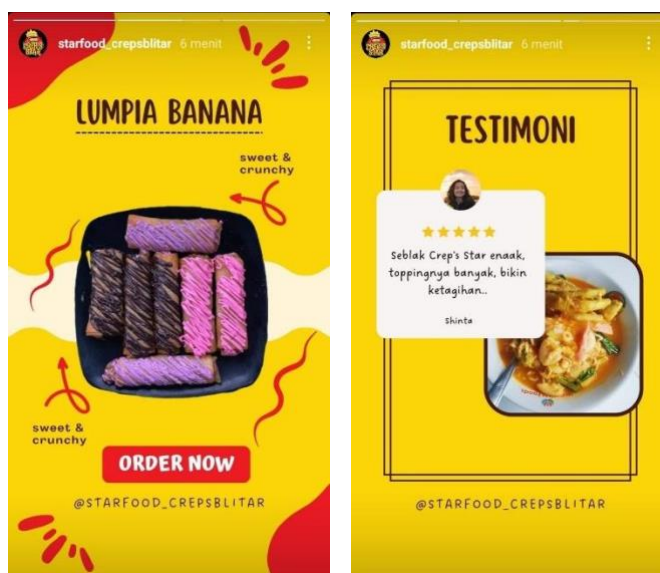
Penyuluhan yang telah disampaikan sebagai sarana pemasaran dari produk usaha Crep's Star ini memberikan akses kemudahan bagi pelaku usaha maupun konsumen yang akan membeli produk dari

Crep's Star. Diharapkan dengan adanya penyuluhan ini dapat menjadi salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meminimalisir permasalahan UMKM Crep's Star yakni pemasaran konvensional dan kurangnya pemahaman dan kemampuan mengenai pentingnya *digital marketing* dalam memaksimalkan kegiatan pemasaran.

Pelatihan yang diberikan berupa tutorial dalam pembuatan akun media sosial *digital* diharapkan dapat membuka peluang untuk memperluas jangkauan pemasaran dari UMKM Crep's Star. Media *digital* yang dimanfaatkan potensinya ialah Instagram Bisnis. Di sini pemilik UMKM Crep's Star diberikan pelatihan dengan cara tutorial dan praktik membuat akun Instagram Bisnis yang nantinya digunakan untuk media sarana promosi sekaligus untuk jangkauan pemasaran yang lebih luas lagi sehingga dapat menarik minat konsumen.



Gambar 1. Feed Akun Instagram Bisnis UMKM Crep's Star



Gambar 2. Story Akun Instagram Bisnis UMKM Crep's Star

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dari pendampingan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Penyuluhan pada UMKM Crep's Star meliputi pengenalan *digital marketing*, Instagram Bisnis, dan konten Instagram. Dilihat dari atensi atau perhatian dari pemilik UMKM Crep's Star terhadap penyuluhan yang telah disampaikan cukup tinggi dan sangat berantusias. Hal tersebut ditunjukkan dari pemilik UMKM Crep's Star yang banyak mengajukan pertanyaan terkait konten Instagram baik berupa *feed* maupun *story* Instagram.
- 2) Pelatihan pada UMKM Crep's Star meliputi pembuatan akun Instagram Bisnis, pengoperasian Instagram Bisnis, pembuatan konten *feed* dan *story*, serta pembuatan Linktree. Pemilik UMKM Crep's Star dapat melakukannya dengan baik. Diharapkan pemilik Crep's Star kedepannya dapat konsisten dalam pembuatan konten di *Instagram Business*.
- 3) Penyuluhan dan pelatihan yang telah terlaksana diharapkan dapat meminimalisir permasalahan atau kendala yang ada di UMKM Crep's Star yaitu yang hanya melakukan pemasaran konvensional serta kurangnya pemahaman dan kemampuan tentang *digital marketing*.

Daftar Pustaka

- Databoks. (2022). Bertambah Lagi, Ini Jumlah Pengguna Instagram per Kuartal I 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/17/bertambah-lagi-ini-jumlah-pengguna-instagram-per-kuartal-i-2022>. Diakses pada 24 November 2022.
- Halim, F., Sherly, Grace, E., & Sudirman, A. (2021). *Entrepreneurship And Innovation Small Business*. Media Sains Indonesia.
- Nursatyo & Rosliani, D. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Situs Pembandingan Harga Telunjuk.com. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 46-67.
- Permana, A., Yono, R. R., Ubaedillah, & Sucipto, H. (2021). Penyuluhan dan Pelatihan Pemanfaatan E-Commerce di Desa Cikakak Kecamatan Banjarharjo. *JAMU: Jurnal Abdi Masyarakat UMUS*, 2(1), 59-64.
- Purwana E. S. D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.
- Saputra, D. H., et al. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Yayasan Kita Menulis.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137-146.
- Sulistiyawan, E., Fauziyah, Subakir, Fariana, R., & Dyatmika, S. W. (2021). Sosial Media Sebagai Alternatif Pemasaran Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Slempit Kecamatan Kedamean Gresik Jawa Timur. *EKOBIS ABDIMAS Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 102-108.