

PELATIHAN PEMASARAN DIGITAL MARKETING UNTUK UMKM SNACK SALSABILA

Reihanna Jasmine¹, Rima Sampur Tri Wahyuni², Miftah Rakhmadian³, Putri Vina Sefaverdiana⁴,
Novi Eko Prasetyo⁵

1,2,3,4,5) Program Studi S1. Pendidikan Ekonomi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas
Insan Budi Utomo
e-mail: miftahrdian@gmail.com

ABSTRACK

Digital marketing is the most important part of a company's marketing strategy, where currently information technology and the internet have changed the way of interacting with customers, with digital marketing companies can more easily attract consumers by marketing digitally using social media, besides that digital marketing also makes it easier companies in interacting with consumers. In the current digital era, some MSMEs still carry out their activities in shops or face to face with consumers. These MSMEs are not familiar with digital marketing so consumers are only their regular customers. This community service aims to expand the sales reach and sales turnover of MSMEs in Dusun. Bengkaras, Madiredo Village, Pujon District, Malang Regency through training using digital marketing. This mentoring activity uses qualitative methods as an approach to cases with snack MSMEs salsabilla. Through this community service, the sales reach of salsabilla snacks is not only face-to-face but also through the digital world, so it has the potential to increase turnover. The output results of this service include sales reach and increased sales turnover.

Keywords: *Digital Marketing, MSMEs*

ABSTRAK

Pemasaran digital merupakan bagian paling penting dalam strategi marketing perusahaan, dimana pada saat ini teknologi informasi dan interne tela mengubah cara berinteraksi dengan pelanggan, dengan pemasaran digital perusahaan dapat lebih mudah menarik konsumen dengan cara pemasaran secara digital menggunakan sosial media, selain itu digital marketing juga memudahkan perusahaan dala berinteraksi dengan konsumen. Pada era digital saat ini beberapa pelaku UMKM masih melakukan kegiatannya di toko atau dilakukan secara langsung tatap muka dengan konsumen, UMKM tersebut belum mengenal digital marketing sehingga konsmen hanya pelanggan tetap mereka, pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memperluas jangkauan penjualan dan omset penjualan UMKM di Dusun Bengkaras, Desa Madiredo, Kecamatan Pujon, Kabupaten Malang melalui pelatihan menggunakan digital marketing. Kegiatan pendampingan ini menggunakan metode kualitatif sebagai pendekatan terhadap kasus dengan UMKM snack salsabilla. Melalui pengabdian masyarakat ini jangkauan penjualan snack salsabilla tak hanya tatap muka namun juga melalui dunia digital, sehingga berpotensi menaikkan omset. Hasil luaran pengabdian ini meliputi jangkauan penjualan dan peningkatan

Article History

Received: Jan 2025

Reviewed: Jan 2025

Published: Jan 2025

Plagirism Checker No
234Prefix DOI : Prefix DOI :
10.8734/Krepa.v1i2.36
5

Copyright : Krepa



This work is licensed
under a [Creative
Commons Attribution-
NonCommercial 4.0
International License](#)

omset penjualan.

Kata Kunci : Pemasaran Digital, UMKM

PENDAHULUAN

Pemasaran digital merupakan bagian paling penting dalam strategi marketing perusahaan, dimana pada saat ini teknologi informasi dan internet telah mengubah cara berinteraksi dengan pelanggan, dengan pemasaran digital perusahaan akan lebih mudah menarik konsumen dengan cara pemasaran digital produk di sosial media, selain itu dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi akan memudahkan perusahaan berinteraksi dengan konsumen.

Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian global terutama dalam hal penciptaan lapangan kerja dan mendorong pembangunan ekonomi lokal, (Desy Rahmawati, Wahyudhi Sutrisno 2024) hal tersebut menjelaskan bahwa UMKM di daerah pedesaan sangat membantu dalam sektor perekonomian khususnya membuka lapangan pekerjaan bagi ibu - ibu rumah tangga, hal tersebut tentunya membantu perekonomian masyarakat yang masih tertinggal khususnya di desa Madiredo. Menurut (Istianatul Chusniyah 2020), pelatihan digital marketing dibutuhkan oleh setiap UMKM dalam memperluas pemasaran. Hal ini merupakan salah satu upaya untuk promosi merek yang dapat dijangkau konsumen secara tepat waktu. Menurut (Betari Maharani) dalam (Istianatul Chusniyah 2020) bahwa pelatihan digital marketing dapat membangun informasi peserta melalui sistem kerja pemasaran digital.

Desa Madiredo, Kecamatan Pujon Kabupaten Malang terdapat pelaku usaha yang bergerak di bidang penjualan yaitu kripik sayur, terdapat kripik wortel, seledri, apel, daun kelor dan juga terdapat cokies yang terbuat dari daun kelor, dimana pelaku usaha ini merupakan para petani yang memanfaatkan hasil pertaniannya



Gambar 1. Hasil Produk Kripik Salsabila Madiredo



Gambar 2. Pelaku UMKM Desa Madiredo

Beberapa pelaku UMKM tersebut melakukan kegiatannya di rumah atau menitipkan produknya di toko oleh oleh yang berada di kota batu, hal tersebut mendorong kami para mahasiswa Universitas Insan Budi Utomo Malang untuk melakukan pelatihan pemasaran secara digital dengan menggunakan media sosial Facebook dan Instagram. Menurut (Istianatul Chusniyah 2020), facebook menjadi salah satu media yang digunakan untuk promosi dan berkomunikasi dengan calon pelanggan yang diharapkan,berkomunikasi secara persuasive dapat menggiring calon konsumen menuju aktivitas ke arah pembelian. Dimana pada saat ini facebook masih menjadi salah satu media sosial yang paling efektif untuk UMKM, oleh karena itu kami mahasiswa Universitas Insan Budi Utomo Malang berupaya untuk melakukan pelatihan bagi UMKM di desa Madiredo Dengan harapan masyarakat dapat memasarkan produk

mereka secara digital, melalui sosial media sehingga jangkauan pemasaran akan lebih luas dan menarik calon konsumen lebih banyak, sehingga berpotensi untuk menaikkan omset penjualan UMKM. Selain itu dengan digital marketing pelaku UMKM dapat berkomunikasi secara langsung dengan konsumen, sehingga mereka dapat berinovasi sesuai selera konsumen. Hal tersebut menjelaskan bahwa digital marketing merupakan salah satu solusi yang dapat diterapkan untuk memperbaiki permasalahan mitra, yaitu memperluas jangkauan pemasaran untuk meningkatkan omset penjualan dan mengetahui selera konsumen dalam mempertahankan dan mengembangkan suatu usaha.

METODE

Metode dalam kegiatan ini dilakukan dengan pendekatan partisipatif dengan pelaku usaha yang terlibat langsung dalam merencanakan kegiatan melalui wawancara untuk mengidentifikasi masalah, FGD (Focus Grup Discussion) dan menentukan keputusan tindakan sebagai solusi mengatasi masalah. Secara umum kegiatan ini dilakukan melalui 4 tahapan sebagai berikut :

1. Tahap persiapan dan perencanaan

Pada tahap ini tim pengabdian melakukan pemaparan maksud dan tujuan secara langsung ke lokasi mitra, dimana tahap ini menyepakati indentifikasi masalah mitra yang sesuai dengan program pengabdian, setelah masalah teridentifikasi tim pengabdian akan melakukan analisis yang sesuai dengan program yang akan dibuat untuk menentukan solusi bersama mitra.

2. Tahap implementasi kegiatan

Tim pengabdian memulai kegiatan sesuai dengan jadwal yang telah di tentukan, kemudian dilaksanakan di lokasi usaha mitra, kegiatan ini menggunakan pendekatan pemberian materi dan melaksanakan pelatihan-pembimbingan menggunakan digital marketing media sosial yaitu facebook dan instagram, sebelum membuat akun tim pengabdian membimbing para pelaku usaha untuk mendesain logo yang akan digunakan.

3. Tahap Monitoring dan evaluasi

Setelah melakukan implementasi kegiatan, selanjutnya tim melakukan monitoring program secara langsung untuk mengevaluasi kegiatan apabila terdapat kendala selama pendampingan pasca implementasi kegiatan

4. Tahap Refleksi

Tahap ini merupakan analisa unpan balik yang didapat mitra setelah dilakukan program pengabdian yang dilakukan pada tahap 1 sampai tahap 3. Tahap refleksi ini merupakan tahap evaluasi akhir dari program yang telah di laksanakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan di tempat pelaku usaha Snack Salsabila yang berada di Desa Madiredo Kecamatan Pujon Kabupaten Malang

- 1.1 Tahap persiapan dan perencanaan

Dalam tahap persiapan kegiatan ini, melakukan survei kepada pihak kelurahan desa Madiredo khususnya di Dusun Bengkaras dan pelaku UMKM yang ada di desa tersebut. Survey ini dilakukan untuk mengetahui pelatihan apa yang dibutuhkan oleh para pelaku UMKM di kelurahan Madiredo. Pelaku UMKM di Kelurahan Madiredo, Kecamatan Pujon, Kota Malang kebanyakan masih menggunakan pemasaran secara konvensional. Pelaku UMKM Kelurahan Madiredo sebenarnya tertarik menggunakan pemasaran secara online untuk melakukan promosi bagi produknya, namun masih terkendala dengan kurangnya pemahaman mengenai cara penggunaannya. Oleh karena itu, program pengabdian kepada masyarakat ini berfokus untuk menyelesaikan masalah pelaku UMKM di Kelurahan Madiredo, Kecamatan Pujon, Kota Malang dengan

memberikan pelatihan pemasaran online menggunakan media sosial.

1.2 Tahap Implementasi Kegiatan

Pada tahap ini, tim pengabdian bersama dengan mitra melakukan perencanaan logo untuk produk atau jasa yang mereka punya. Logo merupakan salah satu elemen yang mencerminkan identitas suatu unit usaha atau brand, sehingga logo merupakan salah satu aspek identitas yang di ingat oleh pelanggan (Vivin Zulfa Atina, Anas Yusuf Mahmudi 2024). Menjelaskan bahwa logo merupakan hal yang paling mendasar dalam suatu pemasaran suatu produk, karena dengan adanya logo konsumen akan lebih mudah dalam mengingat suatu produk yang mereka beli. Gambar 3. Salah satu hasil desain logo mitra. Setelah mendesain logo tim pengabdian membuat akun platform media sosial yang paling populer yaitu facebook dan instagram seperti yang ditunjukkan gambar 4. Untuk lebih melengkapi strategi pemasaran dengan digital marketing yang diperlukan, akun aplikasi pendukung lainnya adalah WA bussines dan gogle maps untuk menunjukkan lokasi mitra. Setelah membuat akun aplikasi media sosial maupun media pendukungnya, tim pengabdian melakukan pelatihan dan pendampingan menggunakan atau maupun mengelola akun yang baik.



Gambar 3. Contoh logo Snack Salsabilla



Gambar 4. Contoh profil facebook

1.3 Tahap monitoring dan evaluasi

Pada tahap ini tim pengabdian memonitoring kegiatan secara langsung serta mengevaluasi mitra dalam melaksanakan strategi digital marketing yang benar, dalam strategi digital marketing ini kami tim pengabdian tidak mendapatkan hambatan yang begitu sulit saat mengoperasikan akun media digital marketing maupun media pendukung lainnya, hal ini didukung oleh operator mitra yang cukup mahir dalam mengoperasikan smartphone.

1.4 Tahap Refleksi

Melalui praktik digital marketing yang sudah dilaksanakan jangkauan mitra snack salsabilla semakin meluas. Pada tahap ini dapat dilihat bahwa pendapatan snack salsabilla semakin meningkat dengan adanya digital marketing yang telah dilakukan, hal ini juga memudahkan mitra berkomunikasi dengan konsumen sehingga mitra dapat lebih mudah mengetahui selera konsumen, berdasarkan hal tersebut mitra dapat menambah jenis produk yang akan diproduksi untuk permintaan konsumen. Hal ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk inovasi mitra yang sesuai dengan perubahan dan perkembangan selera konsumen sehingga mitra dapat bertahan dan bersaing dengan pelaku UMKM lainnya.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat kepada masyarakat berupa Pelatihan pemasaran yang diadakan oleh Tim Pengabdian Universitas IBU di Dusun Bengkaras, Desa Madiredo, Kecamatan Pujon, Kabupaten Malang ini merupakan langkah konkret dalam mendukung pengembangan UMKM di Indonesia. Melalui kegiatan ini, UMKM Snack Salsabila diharapkan dapat lebih kompetitif dan berkembang pesat di tengah persaingan pasar yang ketat. Dan dapat disimpulkan hasil akhir pada tahap refleksi menunjukkan jangkauan pemasaran yang lebih luas, dengan pemasaran yang luas mitra dapat berkomunikasi lebih banyak dengan calon konsumen baru tanpa batasan ruang, hal ini dapat dijadikan referensi dalam berinovasi dan mengembangkan usaha. Keberhasilan pelatihan ini juga menunjukkan pentingnya kolaborasi antara dunia pendidikan dan sektor usaha dalam menciptakan ekosistem yang saling mendukung untuk kemajuan bersama. Pelatihan ini tidak hanya memberikan manfaat bagi UMKM yang bersangkutan tetapi juga memberikan pengalaman berharga bagi mahasiswa Universitas IBU dalam mengaplikasikan ilmu yang telah mereka pelajari di bangku kuliah.

Saran

Pengabdian ini merupakan salah satu upaya untuk membantu masyarakat dalam pemasaran digital marketing untuk UMKM snack terutama Ibu-Ibu yang berada di Dusun Bengkaras, Desa Madiredo Kec. Pujon Kab. Malang, Ibu-Ibu di Desa tersebut diharapkan mampu memiliki pengetahuan dan ketrampilan terkait pemasaran digital marketing untuk UMKM snack Salsabila guna jangkauan pemasaran yang lebih luas.

Ucapan Terimakasih

Kami ucapkan terimakasih kepada Ibu Suwanah di Dusun Bengkaras, Desa Madiredo Kec. Pujon Kab. Malang yang telah memberi kesempatan untuk mengadakan kegiatan pelatihan pemasaran digital marketing untuk UMKM snack Salsabila, mengikuti pelatihan dengan semangat dan antusias sampai berakhirnya kegiatan.

Daftar Pustaka

- Desy Rahmawati, Wahyudhi Sutrisno, dkk. 2024. "Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Catering Snack Di Dukuh Kalangan Desa Genengsari."
- Istianatul Chusniyah. 2020. "Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku Umkm Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Di Masa Pandemi Bagi Masyarakat."
- Vivin Zulfa Atina, Anas Yusuf Mahmudi, dkk. 2024. "PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN OMSET."