

**Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin**

**Volume 1, Nomor 6, Juli 2023**

**E-ISSN: 2986-6340**

**DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8152052>**

## **Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pengembangan UMKM di Desa Kebondalem, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang**

**Dimas Oktorio Fadilla<sup>1</sup>, Indah Respati Kusumasari<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Kota Surabaya, Jawa Timur

**Email :** [dimasoktoriofadilla@gmail.com](mailto:dimasoktoriofadilla@gmail.com)<sup>1</sup>, [indah\\_respati.adbis@upnjatim.ac.id](mailto:indah_respati.adbis@upnjatim.ac.id)<sup>2</sup>

### ***Abstract***

*The era of the industrial revolution 4.0 and currently moving towards 5.0, forces all parties to improve to keep up with the pace of industrial development. Marketing is now evolving into a more modern form of digital marketing. The implementation method used by the East Java UPN Veterans KKN-T Group 3 in carrying out this activity was the door to door method. The use of digital marketing has several advantages, including targets that can be set according to demographics, domiciles, lifestyles, and even habits. Quick results are visible so that marketers can take corrective action or change if something is deemed inappropriate.*

**Keywords:** *Digital marketing, marketing, MSME development*

### **Abstrak**

Era revolusi industri 4.0 dan sedang berjalan ke arah 5.0, membuat semua pihak untuk dapat berbenah mengikuti laju perkembangan industri. Pemasaran sekarang berkembang menjadi bentuk pemasaran digital yang lebih modern. Metode pelaksanaan yang digunakan oleh Kelompok 3 KKN-T UPN Veteran Jawa Timur dalam melakukan kegiatan ini adalah dengan metode door to door. Pemanfaatan digital marketing memiliki beberapa keunggulan, antara lain target bisa diatur sesuai demografi, domisili, gaya hidup, dan bahkan kebiasaan. Hasil cepat terlihat sehingga pemasar dapat melakukan tindakan koreksi atau perubahan apabila dirasa ada yang tidak sesuai.

**Kata kunci:** Digital marketing, pemasaran, pengembangan UMKM

## **PENDAHULUAN**

Era revolusi industri 4.0 dan sedang berjalan ke arah 5.0, membuat semua pihak untuk dapat berbenah mengikuti laju perkembangan industri. Tidak terkecuali dengan sistem pemasaran dan penjualan yang semakin berkembang dan konsumen yang semakin kompleks. Kelebihan dari digital marketing adalah produk akan cepat tersampaikan kepada calon konsumen dan tidak memakan biaya yang relative mahal untuk promosi, praktis, cepat dan efisien merupakan hal yang ditawarkan konsep digital marketing kepada dunia produsen. Seiring berkembangnya teknologi, maka konsep digital marketing tidak hanya dapat dilakukan melalui web ataupun Ads. Akan tetapi dapat dilakukan dengan media sosial yang dimiliki oleh produsen itu sendiri. Sehingga konsep pemasaran baru yang berbasis digital ini dapat dimanfaatkan seluas-luasnya oleh para pelaku bisnis rumahan atau UMKM yang mendominasi pelaku perekonomian di Indonesia. Sehingga, dengan keterbatasan dana yang mereka miliki untuk promosi maka konsep digital marketing yang baru ini akan membantu mereka dalam memecahkan permasalahan promosi dan tetap mendongkrak penjualan.

Pemasaran sekarang berkembang menjadi bentuk pemasaran digital yang lebih modern. Kegiatan pemasaran yang telah berpindah dari dunia nyata ke dunia maya mendorong perkembangan Internet berbasis perangkat dan perilaku konsumen yang semakin

canggih. Pemasaran tidak punya pilihan selain memulai di dunia online, dan perusahaan harus mengikuti perilaku orang agar tidak ketinggalan di dunia biasa. Penggunaan digital marketing pada saat ini penting bagi setiap UMKM, seperti kita ketahui bahwa pada saat ini semua orang sudah menggunakan teknologi termasuk dalam dunia bisnis. Dimana bisnis dituntut dalam memasarkan produknya melalui digital marketing baik dari segi promosi maupun pemesanan konsumen.

Masalah sebagian besar usaha kecil, mikro dan menengah (UMKM) di Desa Kebondalem, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang ini adalah sulitnya mempromosikan bisnis mereka di masyarakat. Para konsumen kebanyakan hanya dari masyarakat setempat dan banyak orang dari luar desa yang belum mengenal usaha mereka. Para pelaku UMKM masih minim akan pengetahuan manajemen usaha. Oleh karena itu perlu adanya pemberdayaan kewirausahaan kepada para pelaku UMKM di desa Kebondalem khususnya dalam mempromosikan produk dan usahanya melalui digital marketing ini. Selain itu, para pelaku UMKM kurang memiliki kesempatan untuk promosi melalui media sosial di era digital saat ini, dan para pelaku UMKM jarang mengikuti pelatihan atau workshop kewirausahaan.

Pentingnya digital marketing ini disosialisasikan kepada para pelaku UMKM di desa Kebondalem, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang oleh tim KKNT MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur. Sosialisasi dilaksanakan secara door to door dari satu rumah ke rumah lain para pelaku UMKM di desa tersebut. Harapan kedepannya, para pelaku UMKM paham akan pentingnya digital marketing sehingga usaha mereka mengalami peningkatan penjualan dan model bisnis yang dibangun semakin terstruktur dengan baik.

## **METODE PENELITIAN**

Metode pelaksanaan yang digunakan oleh Kelompok 3 KKN-T UPN Veteran Jawa Timur dalam melakukan kegiatan ini adalah dengan metode door to door. Kami melakukan sosialisasi dan penyuluhan mengenai digital marketing dengan mengunjungi para pelaku UMKM di kediamannya satu persatu. Materi sosialisasi yang kami berikan adalah manfaat penggunaan digital marketing terhadap pengembangan UMKM. Dengan beberapa tahapan untuk merealisasikan strategi yang telah dipersiapkan dengan guna menonjolkan produk UMKM tersebut, berikut tahapan yang dimaksud:

1. Survey dilakukan dengan wawancara dan diskusi dengan pelaku UMKM pada awal bulan Maret 2023 secara door to door. Kegiatan survey ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh setiap UMKM. Selain itu, dengan adanya survey sebelum kegiatan juga bertujuan sebagai pendekatan terhadap UMKM yang akan didampingi.
2. Sosialisasi pada kegiatan ini kegiatan berupa penyampaian materi dan diskusi terkait materi yang telah disampaikan. Materi yang disampaikan mengenai pengertian pemasaran, digital marketing dan branding, tujuan digital marketing, serta penataan keuangan sebagai sarana digital marketing.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan sebuah kegiatan yang berupa pengabdian kepada masyarakat, penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi sesuai dengan yang telah diajarkan pada perkuliahan. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 29 – 30 Mei dan 01 – 02 Juni 2023 yang terletak di Desa Kebondalem, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang oleh kelompok 03 KKNT MBKM UPN Veteran Jawa Timur yang terdiri dari beberapa program studi. Program Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan judul “Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pengembangan UMKM di Desa Kebondalem, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang” sudah dilaksanakan secara 100%. Digital

Marketing telah berkembang dengan pesat sejak penggunaan internet semakin tinggi. Tingkat penggunaan ini dipicu dengan kehadiran smartphone. Tetapi penggunaan digital marketing tidak banyak disadari oleh pelaku bisnis, terutama UMKM.

### **Pemanfaatan Digital Marketing**

Pemanfaatan digital marketing memiliki beberapa keunggulan, antara lain target bisa diatur sesuai demografi, domisili, gaya hidup, dan bahkan kebiasaan. Hasil cepat terlihat sehingga pemasar dapat melakukan tindakan koreksi atau perubahan apabila dirasa ada yang tidak sesuai. Biaya jauh lebih murah daripada pemasaran konvensional. Jangkauan lebih luas karena tidak terbatas geografis. Dapat diakses kapanpun tidak terbatas waktu. Hasil dapat diukur, misalnya jumlah pengunjung situs, jumlah konsumen yang melakukan pembelian online. Dapat melakukan engagement atau meraih konsumen karena komunikasi terjadi secara langsung dan dua arah sehingga pelaku usaha membina relasi dan menumbuhkan kepercayaan konsumen.

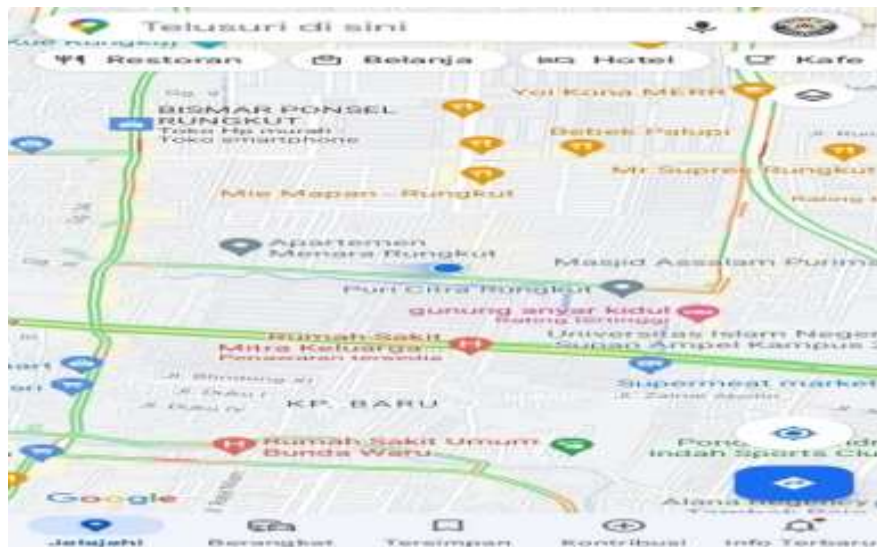
Salah satu media digital marketing yang sering digunakan adalah Whatsapp Business. WhatsApp Business adalah aplikasi khusus untuk bisnis yang memungkinkan perusahaan untuk berkomunikasi dengan pelanggan mereka dengan lebih efisien melalui platform WhatsApp. dalam whatsapp business, pelaku UMKM dapat dengan mudah membuat katalog produk dan mempromosikannya kepada calon pelanggan, selain itu, pelaku UMKM juga dapat menggunakan pesan otomatis serta menanggapi pesan dengan cepat karena ada menu penyortir pesan. Selain itu, whatsapp business memiliki menu labels yang dapat digunakan para pelaku bisnis khususnya UMKM untuk mengkategorikan pesan masuk tertentu, hal ini akan berdampak pada lebih terorganisasinya pelaku bisnis dengan para konsumen dalam melakukan komunikasi.



Sumber : suara.com

Gambar 1. Fitur Whatsapp Business

Selain Whatsapp Business, ada juga aplikasi lain yang dapat berpengaruh bagi UMKM untuk menjalani bisnisnya, yaitu Google Maps. Google Maps adalah layanan pemetaan web yang dikembangkan oleh Google. Tidak hanya berfungsi sebagai alat penunjuk peta atau rute, fitur yang dihadirkan di aplikasi Google Maps bisa melakukan lebih dari itu. Salah satunya adalah untuk mengembangkan bisnis melalui fitur Google My Business.



Gambar 2. Tampilan Aplikasi Google Maps

## KESIMPULAN

Kegiatan pemasaran yang telah berpindah dari dunia nyata ke dunia maya mendorong perkembangan Internet berbasis perangkat dan perilaku konsumen yang semakin canggih. Dimana bisnis dituntut dalam memasarkan produknya melalui digital marketing baik dari segi promosi maupun pemesanan konsumen. Oleh karena itu perlu adanya pemberdayaan kewirausahaan kepada para pelaku UMKM di desa Kebondalem khususnya dalam mempromosikan produk dan usahanya melalui digital marketing ini. Pentingnya digital marketing ini disosialisasikan kepada para pelaku UMKM di desa Kebondalem, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang oleh tim KKNT MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur.

## Referensi

- Rohim, Erlinda, I., Sholihah, E. L., Firmansyah, F. R., & Andriani, F. (2022). Digitalisasi Umkm Melalui Pelatihan Google Maps Dan. *Majalah Ilmiah “PELITA ILMU”*, 14-29.
- Wati, Andy Prasetyo, Jefry Aulia Martha, and Aniek Indrawati. 2020. “Peningkatan Keterampilan Pemasaran Melalui Pelatihan Whatsapp Business Pada UMKM.” *Dedication : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4(2):137–48. doi: 10.31537/dedication.v4i2.362.
- Wati, Martha, and Indrawati. 2020. *Digital Marketing Penulis*. Vol. 1.