

Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia
Volume 3, Nomor 4, Juli 2024, Halaman 243-246
Licenced by CC BY-SA 4.0
ISSN: [2986-7002](#)
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13329142>

Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Bagi UMKM di Desa Bangun Mulia Kecamatan Medan Amplas

Khaira Rizfia Fachrudin¹

¹Institusi afiliasi Universitas Dharmawangsa, Jl. Yos Sudarso Medan

*Email korespondensi: tanyakhaira@gmail.com

Abstrak

Salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk mengembangkan UMKM adalah melalui strategi pemasaran dengan menggunakan metode digital marketing. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi digital marketing yang digunakan oleh pelaku UMKM di Desa Bangun Mulia Kecamatan Medan Amplas dalam mempertahankan serta meningkatkan profit usahanya. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Dampak digital marketing dalam meningkatkan keuntungan/profit perusahaan belum terlalu signifikan. Namun, pemasaran berbasis digital marketing dapat memberikan dampak yang positif terhadap keberlangsungan UMKM di Desa Bangun Mulia Kecamatan Medan Amplas. Dengan digital marketing, UMKM dapat mempromosikan usahanya secara lebih mudah dan dapat menjangkau konsumen secara lebih luas. Digital marketing juga memudahkan para konsumen dalam membeli makanan dan minuman tanpa harus datang langsung ke outlet UMKM. Ini dapat memberi kenyamanan dan kemudahan bagi para konsumen sehingga memberikan dampak yang baik pula bagi para pemilik UMKM.

Kata Kunci: *Digital Marketing, UMKM, Strategi Pemasaran*

Article Info

Received date: 15 July 2024

Revised date: 28 July 2024

Accepted date: 31 July 2024

PENDAHULUAN

Untuk mendorong digital marketing bisa dilakukan melalui perangkat teknologi hingga media sosial seperti penggunaan aplikasi instagram, facebook dan twitter. Aplikasi ini dapat dijadikan alat untuk mempromosikan, menjual produk, hingga media berinteraksi atau berkomunikasi langsung antara penjual dan pembeli. Salah satu strategi yang dapat ditempuh dalam meningkatkan serta mengembangkan UMKM adalah melalui strategi pemasaran dengan menggunakan metode digital marketing. Di era teknologi saat ini, model bisnis baru muncul seiring dengan pergeseran inovasi dari pemasaran tradisional ke pemasaran modern dengan menggunakan media digital. Proses tradisional antara pertemuan pembeli dan penjual tatap muka sekarang dapat dimediasi melalui media digital, dan akhirnya menghasilkan tren pemasaran baru. Munculnya model-model e-commerce seperti toko online, grup perdagangan online, dan platform e-commerce membuktikan bahwa masyarakat saat ini menginginkan kemudahan dalam usaha mendapatkan apa yang diinginkan.

Digital marketing menjadi salah satu strategi paling efektif bagi UMKM untuk bertahan di tengah pandemi saat ini. Pelaku usaha dapat mengoptimalkan pemasaran online sebagai cara berkomunikasi dengan target konsumen. Dengan adanya pengembangan dalam meningkatkan kualitas pemasaran UMKM dapat berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi khususnya di desa Bangun Mulia Kecamatan Medan Amplas. Dengan pertumbuhan tersebut maka akan dapat mengurangi angka pengangguran dan melancarkan pergerakan perekonomian. Salah satu perubahan terbesar dalam interaksi manusia adalah proliferasi jaringan sosial online baru-baru ini. Pertumbuhan pesat platform berbasis web yang memfasilitasi perilaku sosial online telah secara signifikan mengubah sifat aktivitas, habitat, dan interaksi manusia. Hubungan sosial dunia nyata telah bermigrasi ke dunia maya, menghasilkan komunitas online yang menyatukan orang-orang dari seluruh dunia.

Pergerakan ke dimensi digital ini memungkinkan individu untuk berbagi pengetahuan, menghibur satu sama lain, dan mempromosikan dialog di antara budaya yang berbeda. Dari perspektif konsumen, penggunaan *digital marketing* menawarkan sejumlah manfaat, termasuk efisiensi, kenyamanan, informasi yang lebih kaya dan partisipatif, pilihan produk yang lebih luas, harga yang

kompetitif, pengurangan biaya, dan keragaman produk. Salah satu kunci sukses sebuah perusahaan adalah marketing. Prinsip-prinsip marketing tidak hanya sekedar penjualan, tetapi menuntut kita untuk dapat memuaskan konsumen dan dengan demikian menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Dapat disimpulkan betapa pentingnya fungsi marketing sehingga setiap perusahaan perlu memberikan perhatian khusus terhadapnya. Marketing merupakan sebuah proses sosial dimana individu atau sekelompok orang mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menawarkan dan menciptakan dengan sesuka hati dalam mempertukarkan produk yang berharga dengan pihak lain.

METODE

1. Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif mengacu pada proses menyelidiki dan memahami makna perilaku individu dan kelompok dan menjelaskan masalah sosial atau kemanusiaan. Sumber data penelitian kualitatif adalah tempat peneliti mendapatkan data. Data diperoleh dari wawancara mendalam dengan pelaku usaha untuk mendapatkan informasi yang di butuhkan. Untuk memperoleh informasi yang lebih detail, peneliti menggunakan jenis pengumpulan data, dimana merupakan data primer. Data primer adalah sumber data yang diambil langsung dari sumber aslinya (bukan melalui media perantara).

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dengan metode observasi dan wawancara untuk mengumpulkan data. Dalam wawancara, peneliti mengajukan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan topik penelitian yang diteliti untuk memperoleh pernyataan yang dapat mendukung pengumpulan data dalam penelitian ini.

3. Teknik Pengolahan Data

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik-teknik pengolahan data yaitu sebagai berikut:

- a. Editing, yaitu meninjau kembali semua data yang diperoleh untuk diedit, terutama untuk kelengkapan, kejelasan, keselarasan antara data yang ada, dan relevansinya dengan penelitian. Dalam hal ini, peneliti mengumpulkan data tentang strategi pemasaran digital yang diterapkan dan pertumbuhan pendapatan serta stabilitas dari hasil usaha yang diterapkan.
- b. Organizing, yaitu menyusun atau mengorganisasikan data yang telah diperoleh dalam penelitian yang dibutuhkan dalam kerangka pemaparan yang telah direncanakan dengan rumusan masalah secara sistematis. Dalam menyusun data, peneliti mengumpulkan data pertumbuhan pendapatan/laba. yang diperoleh pelaku usaha dan mengkategorikannya menurut apakah pendapatan yang diperoleh pelaku usaha meningkat atau tidak.
- c. Penemuan Hasil, yaitu menganalisis data yang diperoleh dari penelitian secara sistematis, faktual serta akurat mengenai kebenaran fakta dari objek penelitian, karakteristik, dan hubungan antara fenomena yang diteliti dengan menarik kesimpulan secara tepat dan akurat.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Setelah penulis melakukan penelitian berupa wawancara pada sejumlah informan, terdapat beberapa perbedaan penerapan digital marketing yang diterapkan oleh sejumlah pemilik cafe, sehingga timbul perbedaan antara pengaruh dari penerapan digital marketing terhadap keuntungan/omset yang didapatkan. Yang membedakan antara usaha yang berpengaruh signifikan dengan usaha yang tidak berpengaruh signifikan adalah metode yang mereka lakukan dalam memasarkan produk usaha makanan dan minuman di sosial media. Pada usaha cafe yang berpengaruh signifikan, mereka cenderung menggunakan metode-metode yang lebih kreatif dan inovatif dalam membuat video dan foto yang mereka posting pada akun media sosial yang mereka miliki.

Kemudian mereka juga rutin dalam memposting foto-foto dan video-video yang terbaru. Mereka tidak hanya asal dalam memposting foto-foto dan video-video yang mereka miliki, tetapi ada ide-ide yang mereka kumpulkan dan kemudian didiskusikan bersama sehingga lahirlah suatu strategi yang kreatif dan inovatif sehingga menarik perhatian para konsumen. Tidak hanya itu mereka juga menerapkan sistem endorsment. Bekerja sama dengan para food influencer dalam melakukan endorsment terbilang sangat berpengaruh terhadap citra dan kepopuleran sebuah usaha. Dengan melakukan endorsment tersebut citra sebuah usaha makanan dan minuman akan lebih dikenal oleh khalayak ramai. Meskipun begitu, tapi masih ada beberapa pemilik usaha tidak melakukan kegiatan

endorsment tersebut mengingat akan jumlah biaya yang akan dikeluarkan. Padahal dengan menerapkan sistem endorsment ini sangat membantu dalam menaikkan citra sebuah usaha agar dikenal oleh masyarakat dan membuat mereka tertarik untuk berkunjung ke cafe tersebut.



Gambar 1. Kegiatan Pengabdian Masyarakat Di Desa Bangun Mulia Kec. Medan Amplas

Kegiatan pelatihan ini, dilaksanakan selama 1 hari yaitu pada hari rabu tanggal 25 Juli 2024. Kegiatan dimulai pukul 10.00 WIB sampai dengan pukul 12.00 WIB. Kegiatan diawali dengan mengumpulkan peserta dilanjutkan dengan penyampaian materi mengenai pentingnya strategi pemasaran emamuli digitak marketing di Desa Bangun Mulia Kec. Medan Amplas Provinsi Sumatera Utara. Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian tersebut yang telah dipaparkan sebelumnya, bahwa kegiatan pengabdian ini mendapat respon yang positif dari para peserta Desa Bangun Mulia Kec. Medan Amplas Provinsi Sumatera Utara, dimana para peserta sangat antusias mengikuti kegiatan, dan hasilnya juga baik.

SIMPULAN

1. Strategi digital marketing yang dilakukan oleh para pelaku UMKM Kota desa Bangun Mulia Kecamatan Medan Amplas adalah berupa pemasaran melalui sarana media sosial dan juga aplikasi *e-commerce* seperti grabfood dan gofood. Pada media sosial, aplikasi yang lebih sering digunakan adalah Instagram. Pada Instagram para pemilik UMKM memasarkan produknya dengan cara mengupload sejumlah foto dan vidio menarik pada akun instagram mereka seperti pada instagram *feeds*, instagram reels dan instagram story. Mereka juga memanfaatkan instagram ads (iklan berbayar) untuk mempromosikan produk makanan-dan minuman yang ditawarkan kepada masyarakat luas. Kemudian para pemilik usaha juga menerapkan sistem endorsment dalam mempromosikan usaha makanan dan minuman.
2. Dampak digital marketing dalam meningkatkan keuntungan/profit perusahaan belum terlalu signifikan. Namun, pemasaran berbasis digital marketing dapat memberikan dampak yang positif terhadap keberlangsungan UMKM di desa Bangun Mulia Kecamatan Medan Amplas. Digital marketing sangat membantu UMKM dalam mempertahankan usahanya agar tetap beroperasi dengan digital marketing, UMKM dapat mempromosikan usahanya secara lebih mudah dan dapat menjangkau konsumen secara lebih luas. Digital marketing juga memudahkan para konsumen dalam membeli makanan dan minuman tanpa harus datang langsung ke outlet UMKM. Ini dapat memberi kenyamanan dan kemudahan bagi para konsumen sehingga memberikan dampak yang baik pula bagi para pemilik UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak Kepala Desa Desa Bangun Mulia Kec. Medan Amplas Provinsi Sumatera Utara sehingga program Pengabdian Kepada Masyarakat dapat berjalan lancar. Terimakasih juga kepada para warga masyarakat dan pihak Desa Bangun Mulia Kec. Medan Amplas Provinsi Sumatera Utara sebagai mitra dalam Pengabdian Kepada Masyarakat ini

REFERENSI

- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS
- Anoraga, Panji. (2010). *Ekonomi Islam Kajian Makro Dan Mikro*. Yogyakarta : Dwi Chandra Wacana.
- Basu Swastha dan T. Hani Handoko, (2000). *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*, Yogyakarta: BPFE UGM.
- Bukhari Alma (2005) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi Revisi*. Bandung: Alfa Beta.
- Bank Indonesia, “Undang-Undang No. 20 tahun 2008” dalam <http://bi.go.id/uubi-/documents>, (15 Februari 2019).