

PENERAPAN STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA UMKM DESA KIMAK**IMPLEMENTATION OF DIGITAL MARKETING STRATEGIES IN UMKM KIMAK VILLAGE**

Adisuputra¹⁾, Mohamad Makrus²⁾, Nur Hidayati³⁾, Andi Yusfany⁴⁾ Wargianto⁵⁾ Aditya Ahmad Fauzi⁶⁾

^{1*2,3} Fakultas Ekonomika & Bisnis Universitas Pertiba, Pangkalpinang

⁴ Fakultas Sains & Informatika Universitas Pertiba, Pangkalpinang

^{1*} suputra.as@gmail.com, ^{2*} mohamadmakrus01@gmail.com, ^{3*} n.ida.pkipinang@gmail.com,

^{4*} andy.yusfany@yahoo.com ^{5*} wargianto.pertiba1982@gmail.com ^{6*} aditya.a.fauzi23@gmail.com

Article History:

Received: August 05th, 2023

Revised: August 17th, 2023

Published: August 20th, 2023

Abstract: *Community Service in Kimak Village, Merawang District, Bangka Regency, held by the Faculty of Economics & Business, Pertiba University Pangkalpinang, collaborated with Kimak Village UMKM players engaged in processing chicken meat as a dry shredded product. Abon Ayam Ibu Kanti has long been established in Kimak Village, Merawang District, Bangka Regency, Bangka Belitung Islands. In the buying and selling activities of shredded chicken in the Bangka Regency area. Abon Ayam Ibu Kanti was among the first to open a business in this field and the longest surviving until now. However, the marketing activities are still very minimal and tend to be traditional. For this reason, it is necessary to provide training on the importance of utilizing digital marketing so that the marketing system becomes better so that it can expand the scope of its business targets and can support better sales activities. In addition, partners are also given assistance in creating accounts on digital media Google business and Facebook. The outputs produced from this service are Google business and Facebook accounts, scientific articles published in national journals, and activity reports. The method used is to provide training in the form of lectures and providing tutorials on creating accounts on digital media and how to manage these digital media. From the results obtained in this activity, it is recommended that the use of digital marketing strategies can be followed up by adding SEO (search engine optimization) techniques for regular guidance so that it can be effective and optimal in supporting marketing activities and increasing sales of UMKM businesses.*

Keywords: *UMKM, Digital Marketing, Abon Ayam, Kimak Village*

Abstrak

Pengabdian Masyarakat pada Desa Kimak, Kecamatan Merawang, Kabupaten Bangka, yang diadakan oleh Fakultas Ekonomika & Bisnis Universitas Pertiba Pangkalpinang melakukan kerjasama dengan pelaku UMKM Desa Kimak yang bergerak dalam bidang pengolahan daging ayam sebagai produk abon kering. Abon Ayam Ibu Kanti sudah lama berdiri di Desa Kimak, Kecamatan Merawang, Kabupaten Bangka, Kepulauan Bangka Belitung. Dalam kegiatan jual beli

abon ayam di daerah Kabupaten Bangka. Abon Ayam Ibu Kanti termasuk yang paling pertama membuka usaha di bidang tersebut serta yang paling lama bertahan hingga saat ini. Akan tetapi dalam kegiatan pemasarannya masih sangat minim dan cenderung masih tradisional. Untuk itu perlu diberikan pelatihan tentang pentingnya pemanfaatan digital marketing agar sistem pemasarannya menjadi lebih baik sehingga dapat memperluas cakupan target usahanya serta dapat menunjang kegiatan penjualan yang lebih baik lagi. Selain itu mitra juga diberikan bantun dalam membuat akun di media digital Google bisnis dan *Facebook*. Luaran yang dihasilkan dari pengabdian ini adalah akun Google bisnis dan *Facebook*, artikel ilmiah yang diterbitkan dalam jurnal nasional, serta laporan kegiatan. Metode yang digunakan adalah dengan memberikan pelatihan berupa ceramah dan pemberian tutorial membuat akun di media digital beserta cara mengelola media digital tersebut. Dari hasil yang diperoleh dalam kegiatan ini, disarankan sebaiknya penggunaan strategi digital marketing dapat ditindaklanjuti dengan menambahkan teknik SEO (*search engine optimization*) pembimbingan secara berkala sehingga bisa efektif dan optimal dalam menunjang kegiatan pemasaran dan meningkatkan penjualan usaha UMKM.

Kata Kunci: UMKM, Digital Marketing, Abon ayam, Desa Kimak

PENDAHULUAN

Desa Kimak Merupakan Salah Satu Desa Bagian Dari Daerah Administrasi Kecamatan Merawang. Sebelum Terjadi Pemekaran Pada Tahun 2000, Desa Kimak Sangat Luas Mencakup Dusun Limbung, Desa Jada Bahrin, Dusun Bokor Desa Air Duren Pemali. Setelah Pemekaran Semua Daerah Tersebut Lepas Dari Desa Kimak Sehingga Sekarang Daerah Administrasi Semakin Kecil. Setelah Terjadinya Pemekaran, Untuk Mendapatkan Pengakuan Pembentukan Desa Oleh Pemerintah. Maka Dasar Hukum Pembentukan Desa KIMAK berdasarkan PERDA Kab. Bangka Pada Tahun 2005 (kimak.bangka.go.id)

Kemajuan dalam teknologi informasi telah merubah panorama pemasaran global dalam beberapa tahun terakhir. Metode komunikasi pemasaran yang dulu bersifat klasik dan konvensional, kini telah tergabung dalam ranah digital. (Ascharisa, 2018). Kegiatan pemasaran yang menggunakan kemajuan teknologi digital sering dikenal sebagai pemasaran digital (*Digital Marketing*). Pemasaran digital melibatkan strategi pemasaran yang interaktif dan terpadu, memfasilitasi komunikasi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen. (Purwana et al, 2017).

Saat ini, para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) seharusnya mengambil langkah untuk memanfaatkan platform digital sebagai salah satu strategi pemasaran produk mereka, dengan tujuan agar konsumen dapat lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. UMKM yang memiliki akses online, aktif di media sosial, serta mengembangkan kemampuan e-commerce mereka, umumnya akan merasakan dampak positif bisnis yang signifikan, meliputi peningkatan pendapatan, peluang kerja, inovasi, dan daya saing. Meski demikian, masih banyak UMKM yang belum mengadopsi teknologi informasi secara khusus, terutama dalam memanfaatkan platform digital, dan belum sepenuhnya menyadari potensi besar serta peran penting yang dimainkan oleh pemanfaatan platform digital tersebut. (Wardhana, 2018).

Salah satu media digital marketing yang sering digunakan adalah Google Bisnis. Google Bisnis merupakan aplikasi gratis yang dapat digunakan untuk membantu agar bisnis para pelaku

UMKM dapat ditemukan di berbagai produk Google, seperti di Maps dan penelusuran. Jika pelaku UMKM menjalankan bisnis yang melayani pelanggan dilokasi tertentu, atau melayani pelanggan di area layanan yang ditentukan, Google Bisnis dapat membantu orang lain menemukan bisnis UMKM tersebut. (Ridwan et al, 2019). Media lain yang juga seringkali digunakan dalam digital marketing adalah media sosial, salah satunya yang sedang banyak dipakai adalah *Facebook*. *Facebook* memiliki fitur *Marketplace* yang dapat menghubungkan pengguna *Facebook* dan *Instagram* sehingga memudahkan pelaku bisnis untuk membuat profil bisnis di *Facebook* dan mengoptimalkan kegiatan bisnis dengan memanfaatkan media sosial tersebut. Dengan fitur ini, UMKM dengan berbagai ukuran dapat memperkenalkan profil bisnisnya, memperoleh wawasan tentang pengikut dan kiriman, serta mempromosikan kiriman untuk mendorong tujuan bisnis. (Rachmawati, 2018).

Permasalahan Mitra

Adapun Mitra dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah Abon Ayam Ibu Kanti yang bergerak dalam bidang usaha pengolahan daging ayam yang sudah lama berdiri di Desa Kimak, Kecamatan Merawang, Kabupaten Bangka, Kepulauan Bangka Belitung. Dalam kegiatan jual beli abon ayam di daerah Kabupaten Bangka. Abon Ayam Ibu Kanti termasuk yang paling pertama membuka usaha di bidang tersebut serta yang paling lama bertahan hingga saat ini. Akan tetapi dalam kegiatan pemasarannya masih sangat minim dan cenderung masih tradisional. Untuk itu perlu diberikan pelatihan tentang pentingnya pemanfaatan digital marketing agar sistem pemasarannya menjadi lebih baik sehingga dapat memperluas cakupan target usahanya serta dapat menunjang kegiatan penjualan yang lebih baik lagi. Selain itu mitra juga diberikan bantun dalam membuat akun di media digital Google bisnis dan *Facebook* beserta cara mengelola media digital tersebut secara optimal untuk kebutuhan promosi usaha UMKM.

METODE

Tempat dan Waktu Pelatihan

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Penerapan Strategi Digital Marketing pada UMKM Desa Kimak” dilaksanakan di rumah produksi Abon Ayam Ibu Kanti di Desa Kimak, Kecamatan Merawang, Kabupaten Bangka, Kepulauan Bangka Belitung.

Peserta Pelatihan

Kegiatan ini diikuti oleh Ibu Kanti sendiri selaku pemilik dari “abon ayam ibu kanti” serta 2 karyawan yang membantu pemasaran abon ayam ibu kanti dan didukung oleh mahasiswa semester 6 Fakultas Ekonomika & Bisnis Universitas PERTIBA Pangkalpinang.

Teknik Sosialisasi dan Pelatihan

Pelaksanaan kegiatan diberikan dalam bentuk pelatihan yang dibagi menjadi dua metode:

1. Metode Ceramah

Menggunakan metode ceramah yang berisi tentang pentingnya peranan *digital marketing* bagi perkembangan bisnis UMKM, terutama dalam hal meningkatkan kegiatan promosi. Ceramah juga disertai dengan beberapa contoh UMKM yang telah sukses menggunakan media digital untuk kegiatan promosi sehingga diharapkan pelaku UMKM sadar akan

pentingnya pemanfaatan *digital marketing* di era sekarang ini

2. Praktek Langsung

Memberikan praktek langsung disertai dengan tutorial pembuatan akun di media digital. Adapun media digital yang digunakan adalah Google Bisnis dan akun *Marketplace Facebook*. Pemberian tutorial hendaknya juga disertai dengan pengetahuan bagi UMKM tentang bagaimana mengoptimalkan semua fitur yang ada di kedua media digital tersebut.

Peralatan dan bahan yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Laptop, Layar Proyektor yang digunakan untuk menampilkan materi pelatihan dalam bentuk ceramah maupun praktek.
2. Gadget berupa HandPhone beserta jaringan internet. Gadget ini digunakan untuk mengakses media digital yang akan dibuat kan akun untuk pelaku usaha UMKM.

Langkah Kerja

Berikut langkah pelaksanaan kegiatan antara lain:

1. Koordinasi dengan mitra, terkait dengan penyusunan jadwal kegiatan, lokasi kegiatan, serta peserta kegiatan. Dalam koordinasi awal ini diharapkan dapat dipilih lokasi, hari, dan jam yang tepat sehingga pemberian materi pelatihan bisa maksimal dan tepat sasaran. Selain itu pihak UMKM akan menunjuk siapa saja yang dianggap tepat untuk mengikuti pelatihan. Guna untuk membantu dalam bidang pemasaran secara digital.
2. Persiapan penyuluhan dan pelatihan. Dalam hal ini yang disiapkan berupa materi yang akan ditampilkan dalam sesi ceramah, persiapam pembicara, penataan lokasi kegiatan, serta persiapan peralatan dan persiapam pendukung seperti daftar hadir peserta, konsumsi, backdrop dan lain-lain.
3. Pelaksanaan pelatihan sesi pertama yaitu berupa ceramah tentang pentingnya penerapan digital marketing yang akan di paparkan oleh Ekonomika & Bisnis Universitas PERTIBA Pangkalpinang. Sesi ini berlangsung selama 30 menit disusul dengan sesi tanya jawab.
4. Kemudian pelaksanaan pelatihan sesi ke dua yaitu sesi pemberian praktek serta tutorial membuat akun google bisnis dan *facebook* berserta cara untuk mengelola akun tersebut sehingga mendapatkan hasil yang optimal. Lama sesi ini berlangsung 120 menit. Materi praktek akan disampaikan langsung oleh Dosen Fakultas Sains & Informatika Universitas PERTIBA Pangkalpinang.
5. Penulisan laporan kegiatan.

HASIL

Hasil yang dicapai melaui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul “Penerapan Strategi Digital Marketing pada UMKM Desa Kimak” yang dilakukan oleh dosen Fakultas Sains & Informatika Universitas PERTIBA Pangkalpinang. Ini dituangkan dalam bentuk laporan hasil kegiatan pada setiap tahap pelaksanaan sebagi berikut:

1. Koordinasi dengan UMKM pada hari senin, tanggal 24 Juli 2023 selaku mitra pengabdian untuk menentukan lokasi, hari dan jam yang tepat sehingga tidak mengganggu jalannya usaha dan pemberian materi pelatihan bisa berjalan maksimal dan tepat. Adapun tanggal yang disepakati adalah hari jum'at, 04 Agustus 2023 pukul 09.00-12.00 WIB.



Gambar 3. Koordinasi Awal dengan Mitra UMKM

2. Persiapan penyuluhan dan pelatihan. Dalam hal ini yang disiapkan berupa materi yang akan ditampilkan dalam sesi ceramah, persiapam pembicara, penataan lokasi kegiatan, serta persiapan peralatan dan persiapam pendukung seperti daftar hadir peserta, konsumsi, backdrop dan lain-lain.



Gambar 4. Persiapan penyuluhan

3. Pelaksanaan pelatihan sesi pertama pada tanggal 04 Agustus 2023 pukul 09.00 WIB yaitu berupa pemberian materi tentang pentingnya penerapan digital marketing yang akan di paparkan oleh Dosen Fakultas Ekonomika & Bisnis Universitas PERTIBA Pangkalpinang. Sesi ini berlangsung selama 30 menit disusul dengan sesi tanya jawab. Peserta pelatihan sesi pertama dihadiri oleh UMKM Desa Kimak, Kecamatan Merawang, Kabupaten Bangka.





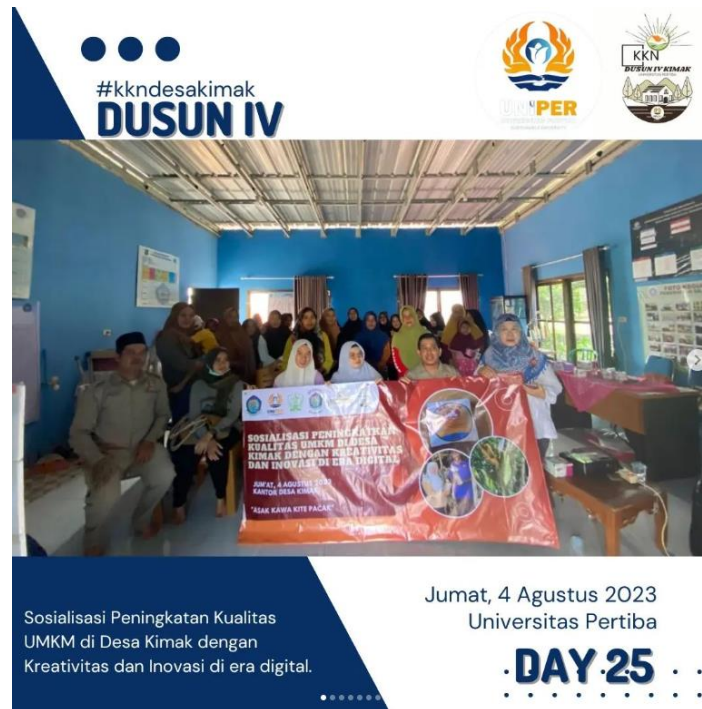
Gambar 4. Pemberian Materi pada sesi pertama

4. Kemudian dilanjutkan dengan pelaksanaan pelatihan sesi kedua, yaitu pemberian praktek dan tutorial membuat akun di google bisnis dan *facebook* beserta cara untuk mengelola akun dengan optimal. Lama sesi ini 120menit.



Gambar 5. Tutorial pembuatan dan pengelolaan akun Google bisnis & *facebook*

5. Terakhir kegiatan ditutup dengan sesi foto bersama dan ucapan terima kasih dari pihak tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada mitra pengabdian dengan harapan agar membantu dalam bidang digital marketing yang bermanfaat bagi kemajuan usaha UMKM ke depannya. Kegiatan berakhir pada pukul 12.00 WIB.

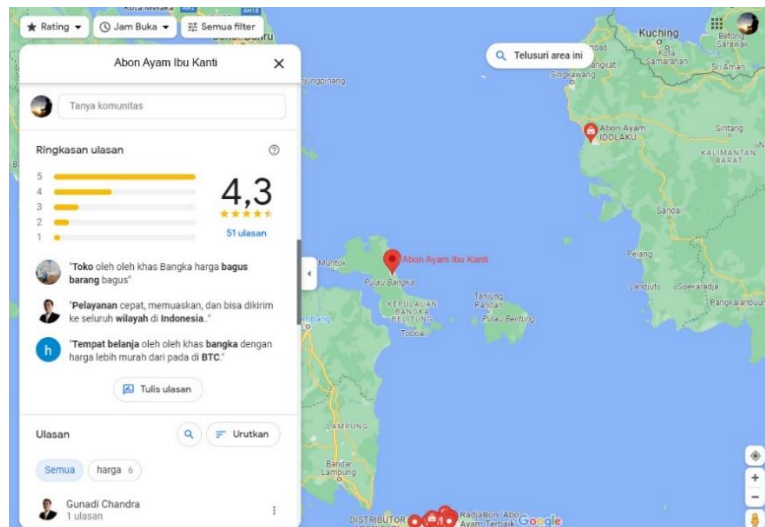
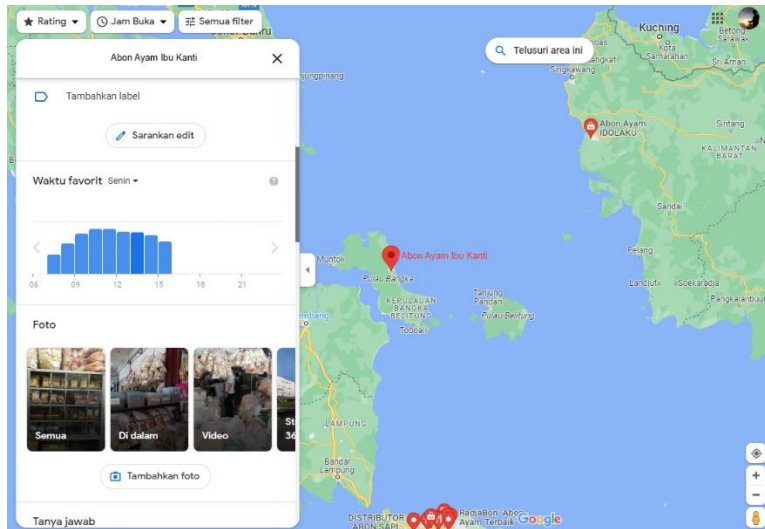
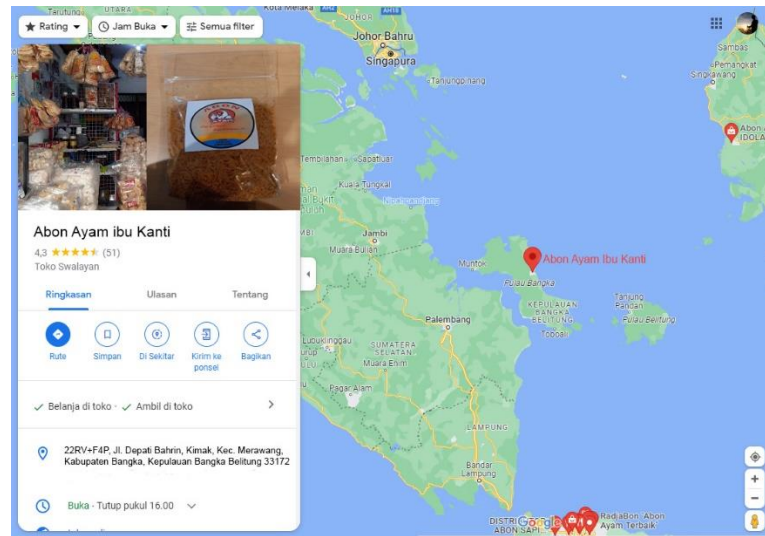


Gambar 6. Sesi Foto bersama

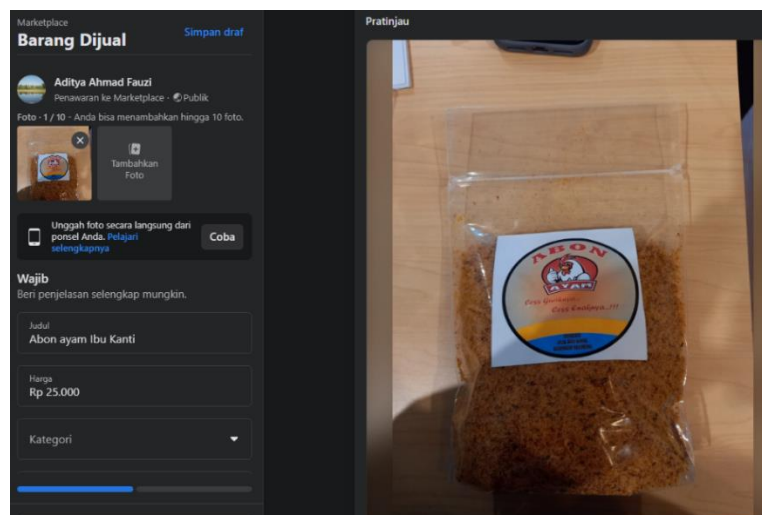
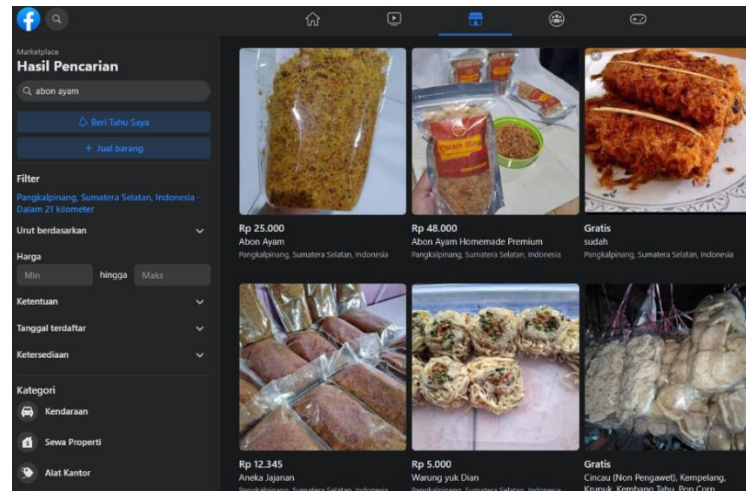
PEMBAHASAN

Adapun Pembahasan dari pengabdian kepada masyarakat “Penerapan Strategi Digital Marketing pada UMKM Desa Kimak” ini adalah sebagai berikut:

1. Pemberian pelatihan mengenai pemanfaatan *digital marketing* sebagai sarana pemasaran produk usaha UMKM. Selain itu disisipkan juga masukan berupa contoh UMKM yang telah memanfaatkan *digital marketing* terkait dan trik cara untuk mengoptimalkan *digital marketing*. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi bagi permasalahan UMKM yaitu kurangnya pemahaman, kemampuan dan pengetahuan UMKM mengenai *digital marketing*.
2. Pemberian tutorial pembuatan akun di media digital yang berpotensi untuk memperluas jangkauan pemasaran UMKM. Media digital yangt digunakan adalah google bisnis dan *facebook marketplace*. Pelaku UMKM diberikan tutorial dan praktek membuat akun di kedua media digital tersebut beserta cara mengoptimalkannya sebagai sarana promosi untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Berikut ini beberapa hasil dari akun google bisnis dan *facebook marketplace* yang berhasil dibuat oleh tim pelaksana kegiatan pengabdian.



Gambar 1. Screenshot Tampilah akun google bisnis mitra UMKM



Gambar 2. Screenshot Akun Facbook marketplace.

Target Capaian

Target capaian dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini selain berupa artiket ilmiah dalam jurnal dan laporan kegiatan pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kagiatan pengabdian ini menghasilkan UMKM pada Desa Kimak semakin memperluas pasar abon ayam ibu Kanti dengan *digital marketing*, sehingga membantu perekonomian pada warga Desa Kimak.

KESIMPULAN

Hasil yang di capai melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan judul “Penerapan Strategi Digital Marketing pada UMKM Desa Kimak” yang dilakukan oleh Dosen Fakultas Sains & Informatika Universitas PERTIBA Pangkalpinang adalah sebagai berikut:

1. Di era sekarang ini, para pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut.

2. Perkembangan teknologi digital memungkinkan para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara online dan melakukan transaksi melalui sistem perbankan secara online atau dengan sistem COD (cash on delivery)
3. UMKM merupakan salah satu sektor usaha yang penting di Indonesia karena memiliki peranan yang penting bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. 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.
4. Hasil yang didapat dari kegiatan pengabdian ini yaitu pemberian pelatihan mengenai pemanfaatan digital marketing sebagai sarana pemasaran produk usaha kepada Mitra Pengabdian. Kemudian dilanjutkan dengan pemberian tutorial pembuatan akun di media digital yang berpotensi untuk memperluas jangkauan pemasaran UMKM. Media digital yang digunakan di sini adalah Google Bisnis dan Media Sosial yaitu *Facebook*. Di sini, pelaku UMKM diberikan tutorial dan praktek membuat akun di ke dua media digital tersebut beserta cara mengoptimalkan ke dua media digital tersebut sebagai sarana promosi untuk jangkauan pemasaran yang lebih luas sehingga mampu mendorong penjualan produk UMKM yang lebih baik.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat ini, maka saran untuk ke depannya yaitu sebaiknya penggunaan strategi digital marketing seperti SEO (*search engine optimization*) oleh Mitra Pengabdian dapat ditindaklanjuti dengan pembimbingan secara berkala sehingga bisa efektif dan optimal dalam menunjang kegiatan pemasaran usaha UMKM serta dapat meningkatkan penjualan usaha UMKM.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan jurnal pengabdian masyarakat ini. Oleh karena itu Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kepala Desa KIMAK (Bpk. Mustofa)
2. Semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak mendukung penulis dalam menyelesaikan jurnal pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR REFERENSI

- Ascharisa Mettasatya Afrilia. 2018. Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi. Jurkom, Riset Komunikasi 1 (1). Hal 147–157.
- Purwana ES, Dedi, Rahmi, Aditya, S. 2017. Pemanfaatan Digital marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM). Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM) 1(1). 1–17.
- Purwana ESD, Rahmi, Aditya S. 2017. Pemanfaatan Digital marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. JPMM. 1(1). doi:

doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01.

Rachmawati, Fitri. 2018. Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Pahlawan Ekonomi Surabaya. Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Jurusan Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi. Surabaya.

Ridwan, Iwan Muhammad. Dkk. 2019. Penerapan Digital marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan “WAGE” Bandung. JURNAL ABDIMAS BSI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Vol. 2 No. 1 Februari 2019, Hal. 137-142. E-ISSN : 2614-6711.

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.

<http://kimak.bangka.go.id/content/sejarah-desa-kimak>