

OPTIMALISASI PEMASARAN PRODUK DENGAN DIGITAL MARKETING

Theresia Cicik Sophia B., Jafar Sodiq, Maria Yosephin W.L.

^{1,2,3}Universitas PGRI Semarang

ciciksophia@upgris.ac.id, jafarsodiq@upgris.ac.id, mariayosephin@upgris.ac.id

Abstract

Muktiharjo Kidul Village has many Micro, Small Medium Enterprise (MSMEs), one of which is in the field of processed food, such as tofu meatballs, milkfish presso, and processed beans. From the observations, it was found that the problem of the community in Muktiharjo Kidul Village was the lack of knowledge about digital marketing. So far, MSME players only market their products directly around the Muktiharjo Kidul area and have not been able to reach out to the surrounding community outside. Solutions that can be done to overcome these problems are by conducting digital marketing training so that the target market is wider and able to increase MSME income. Community service activities through Community Service Program aim to provide training to the community in doing digital marketing. The method in this activity consists of four stages: preparation, discussion, monitoring and evaluation. The result of this community service is that partners have marketed their products through *Google Business* and provided changes to Muktiharjo Kidul's distinctive products.

Keywords: *processed food, digital marketing, google business*

Abstrak

Kelurahan Muktiharjo Kidul memiliki banyak UMKM, salah satunya di bidang olahan pangan, seperti tahu bakso, bandeng presto, dan olahan kacang. Dari hasil observasi ditemui permasalahan masyarakat di Kelurahan Muktiharjo Kidul yaitu kurangnya pengetahuan tentang *digital marketing* atau pemasaran digital. Selama ini para pelaku UMKM hanya memasarkan produknya secara langsung di sekitar wilayah Muktiharjo Kidul dan belum mampu menjangkau untuk kalangan masyarakat sekitar luar. Solusi yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan melakukan pelatihan *digital marketing* agar target pasar semakin luas dan mampu meningkatkan pendapatan UMKM. Kegiatan pengabdian masyarakat melalui Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) bertujuan untuk memberikan pelatihan kepada masyarakat dalam melakukan pemasaran secara digital (*digital marketing*). Metode dalam kegiatan ini terdiri dari empat tahap: persiapan, diskusi, monitoring dan evaluasi. Hasil dari pengabdian masyarakat ini yaitu mitra telah memasarkan produk mereka melalui *google business* serta memberikan perubahan terhadap produk khas Muktiharjo Kidul.

Kata kunci: *olahan pangan, pemasaran digital, google business*

PENDAHULUAN (Times New Roman 12, Bold, Huruf Besar, spacing after 12 pt)

1. Analisis situasi

Kelurahan Muktiharjo Kidul terletak di Kecamatan Pedurungan, Kota Semarang. Kelurahan ini menjadi bagian dari kelurahan terbesar di Kecamatan Pedurungan dengan luas wilayah **±204.738** Ha dan memiliki total 25 RW. Memiliki wilayah yang luas memberikan potensi yang besar terutama dalam bidang kuliner. Hal tersebut ditandai dengan banyaknya UMKM yang memproduksi olahan pangan di kelurahan Muktiharjo Kidul. Selain itu, letak kelurahan yang strategis dan mudah dijangkau menjadi penunjang bagi masyarakat untuk melakukan UMKM.

Kondisi sosial di Kelurahan Muktiharjo Kidul cukup beragam jika dilihat dari aspek agama, dan masyarakat. Namun jika dilihat dari aspek pendidikan masih tergolong rendah. Hal ini dibuktikan dengan tingkat Pendidikan masyarakat yang mayoritas adalah lulusan SMP. Rendahnya tingkat Pendidikan, berakibat pada banyaknya warga yang kesulitan untuk mendapatkan pekerjaan sehingga angka pengangguran di kelurahan ini cukup tinggi. Dari bidang Kesehatan didapatkan informasi bahwa Kelurahan Muktiharjo Kidul menjadi kelurahan dengan kasus *stunting* tertinggi di Kecamatan Pedurungan dengan total 22 kasus pada anak. *Stunting* adalah penggambaran kondisi gizi kurang yang sangat kronik pada masa pertumbuhan dan perkembangan sejak awal kehidupan (Ni'mah & Nadhiroh, 2015).

Rendahnya tingkat Pendidikan berpengaruh terhadap kehidupan ekonomi masyarakat. Masalah ekonomi yang dihadapi masyarakat Kelurahan Muktiharjo Kidul saat ini adalah rendahnya kemampuan IPTEK untuk menghadapi ekonomi digital. Ekonomi digital yaitu kegiatan ekonomi yang berkembang seiring penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi yang memiliki dampak signifikan terhadap perekonomian Indonesia (Kumala, 2012). Masyarakat Kelurahan Muktiharjo Kidul belum terbiasa untuk memasarkan produk mereka secara online. Alasan ini menyebabkan jangkauan pemasaran produk masih kurang. Masalah pemasaran digital melalui media digital

menjadi cukup penting karena masyarakat belum mengetahui strategi untuk melakukan kegiatan tersebut.

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat melalui Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah untuk memberikan pelatihan kepada masyarakat tentang strategi pemasaran digital atau *digital marketing* untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan pendapatan UMKM. Dengan adanya program ini diharapkan mampu meningkatkan pemasaran produk pangan olahan UMKM sehingga dapat meningkatkan kehidupan ekonomi masyarakat di Kelurahan Muktiharjo Kidul. Program ini juga membantu pemerintah untuk meningkatkan UMKM di Kelurahan Muktiharjo Kidul.

2. Permasalahan Prioritas

Rendahnya kehidupan ekonomi membuat lembaga Kelurahan Muktiharjo Kidul untuk meningkatkan UMKM khususnya di bidang olahan pangan. Produk yang biasa ditemui pada UMKM misalnya tahu bakso, bandeng presto, dan olahan kacang. Namun dalam produksinya para pelaku UMKM masih mengalami keterbatasan. Permasalahan ini muncul karena SDM memiliki hambatan dalam penguasaan teknologi untuk pemasaran melalui media digital.

Pemasaran digital dapat disebut sebagai penggunaan media digital untuk mencapai pemasaran dan pengembangan atau penyesuaian konsep pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan (Gunawan & Septianie, dalam Wijaya, 2022). Strategi *digital marketing* merupakan hal yang penting bagi para pelakunusaha karena memberi pengetahuan dan masukan tentang bagaimana cara memperluas jaringan melalui media sosial untuk meningkatkan keunggulan bersaing bagi pelaku usaha. Melalui *digital marketing* pelaku UMKM dalam memasarkan produknya secara luas karena konsumen dapat membeli produk tersebut dimanapun dan kapanpun.

Dengan adanya permasalahan tersebut diperlukan program pelatihan terhadap UMKM. Program ini akan membantu dalam strategi dan cara memasarkan produk secara digital. Dengan

adanya program ini diharapkan mampu meningkatkan pemasaran produk sehingga dapat meningkatkan kehidupan ekonomi masyarakat di Kelurahan Muktiharjo Kidul.

SOLUSI PERMASALAHAN

Untuk mengatasi permasalahan tersebut maka tim PKM yang dibantu oleh para mahasiswa KKN UPGRIS memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM di Kelurahan Muktiharjo Kidul tentang pemasaran secara digital (*digital marketing*). Materi pelatihan disampaikan oleh Dosen Prodi Manajemen dan Bisnis serta Tim PKM UPGRIS. Mereka menyampaikan teori tentang pemasaran digital dengan bantuan aplikasi online serta membantu pelaku UMKM untuk membuat profil bisnisnya melalui *google business*. Luaran dari kegiatan ini yaitu lokasi yang dijadikan tempat usaha dapat muncul di aplikasi *google maps* dengan tujuan untuk memperluas jangkauan pemasaran secara digital.

Solusi dari permasalahan ini merujuk pada riset-riset sebelumnya yang dilakukan oleh para peneliti dengan skema sebagai berikut:



Hasil dari riset yang berjudul Digital Marketing Berbasis Aplikasi sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Rapitasari, 2016) yaitu strategi digital marketing berbasis aplikasi tidak hanya dapat mempengaruhi kepuasan merek, namun dapat juga menyebabkan meningkatnya kepercayaan merek dan loyalitas merek. Sedangkan Gumilang (2019) menyatakan bahwa digital marketing dipandang sebagai media yang paling baik, sebagai sarana promosi yang paling efektif dan efisien serta mampu meningkatkan volume penjualan yang signifikan. Penerapan digital marketing juga terdapat pada riset Larasati dkk (2022) yang menunjukkan bahwa Ayana Store di Kota Pati juga menggunakan digital marketing sebagai media pemasarannya dan promosi dengan memanfaatkan social media Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Selain itu media sosial digunakan untuk menginformasikan dan berkomunikasi dengan konsumen. Jasri dkk (2022) juga menerapkan digital marketing dalam upaya peningkatan pendapatan UMKM yang hasilnya sangat efektif berpengaruh pada pendapatan pelaku UMKM di Kota Makasar. Media digital sangat efektif dalam menjalankan bisnis. Kemudian pada riset yang dilakukan oleh tim PKM UPGRIS dan para mahasiswa KKN UPGRIS juga menggunakan digital marketing dalam memasarkan produk UMKM di Kelurahan Muktiharjo Kidul dengan berbasis aplikasi online yaitu *Google Business* dan *Google Maps*.

Bagian pendahuluan terutama berisi: (1) analisis situasi; (2) permasalahan mitra; (3) solusi yang ditawarkan; dan (4) target luaran.

Analisis situasi bergantung pada masyarakat sasaran. Analisis dapat berupa uraian seluruh persoalan yang dihadapi masyarakat mitra dari aspek sosial, budaya, religi, kesehatan, mutu layanan atau kehidupan bermasyarakat. Dapat juga berupa potensi dan peluang usaha masyarakat mitra dari aspek sumber daya, produksi dan manajemen usaha. Dengan mengacu pada analisis situasi, tentukan permasalahan prioritas untuk masyarakat mitra yang bersifat spesifik, konkret, dan benar-benar merupakan permasalahan prioritas masyarakat mitra.

Uraikan ipteks/barang/jasa yang ditawarkan untuk menyelesaikan persoalan mitra dan prosedur kerja untuk mendukung realisasi solusi yang ditawarkan. Jelaskan kegiatan yang menunjukkan langkah-langkah solusi atas persoalan dan uraikan bagaimana partisipasi mitra dalam pelaksanaan kegiatan.

Uraikan jenis luaran yang dihasilkan sesuai dengan rencana baik dalam aspek produksi, manajemen, atau luaran lain berupa produk/barang, jasa dan luaran lainnya.

Template untuk format artikel ini dibuat dalam MS Word 2003, Batang tubuh teks menggunakan font: Times New Roman 12, regular, spasi 2. **Panjang bagian pendahuluan sekitar 2-3 halaman.** Penulisan bagian pendahuluan ini tanpa sub judul.

PELAKSANAAN DAN METODE

METODE PELAKSANAAN

a) Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan secara luring pada 6 Februari 2023, pukul 08.30 di Balai Kelurahan Muktiharjo Kidul.

b) Alat dan Bahan

Alat dan bahan yang digunakan adalah LCD, sound system sebagai media presentasi, materi presentasi dalam bentuk file Power Point.

c) Pelaksanaan

Metode yang dilakukan melalui empat tahap yaitu persiapan, diskusi, monitoring dan evaluasi.

Tahap Persiapan

Tahapan persiapan mencakup beberapa kegiatan dimulai dari penyusunan jadwal kegiatan, rapat koordinasi tim dan penyusunan rencana kerja. Kemudian melakukan persiapan bahasan diskusi kepada ketua dan mitra UMKM Kelurahan Muktiharjo Kidul.

Tahap Pelatihan

Pada tahapan ini dilakukan pelatihan dan diskusi antara pemateri dengan pelaku UMKM mengenai *digital marketing* berdasarkan teori yang telah disampaikan.

Tahap Monitoring dan Evaluasi

Setelah mendapatkan pengetahuan tentang *digital marketing* oleh pemateri yaitu Dosen Prodi Manajemen dan Bisnis UPGRIS beserta Tim PKM UPGRIS, kegiatan dilanjutkan dengan monitoring pembuatan profil bisnis UMKM dilanjutkan dengan evaluasi bersama.

Dalam bidang UMKM di Muktiharjo Kidul kurang pengetahuan akan pemasaran produk secara online sehingga produk yang dijual belum dapat menjangkau secara luas sehingga berdampak pada pendapatan yang masih rendah. Oleh karena itu perlu adanya inovasi dalam pemasaran produk secara online agar dapat meningkatkan penjualan bagi pelaku UMKM dan memperluas pangsa pasar.

Pada dasarnya bagian ini menjelaskan pelaksanaan dan metode pengabdian. Uraian pelaksanaan kegiatan meliputi lokasi, waktu, latar belakang peserta, dan banyak peserta. Sedangkan, uraian metode kegiatan meliputi metode dan materi yang disampaikan. Pilih salah satu atau mengkombinasikan beberapa metode kegiatan antara lain: (1) *training/* pelatihan terkait barang maupun jasa, difusi ipteks, substitusi ipteks (ipteks terbaru), atau simulasi ipteks; (2) Pendidikan berkelanjutan; (3) penyadaran/peningkatan pemahaman terhadap suatu masalah; (4) konsultasi/pendampingan/mediasi. Sebaiknya hindari pengorganisasian penulisan ke dalam “anak sub-judul” pada bagian ini. Namun, jika tidak bisa dihindari, cara penulisannya dapat dilihat pada bagian “Hasil dan Pembahasan”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan PKM yang diprakarsai oleh tim PKM UPGRIS dan para mahasiswa KKN UPGRIS beserta dengan pelaku UMKM di Kelurahan Muktiharjo Kidul yaitu dengan adanya pelatihan *digital marketing* dengan mengundang narasumber yaitu Dr. Bayu Kurniawan, S.Kom.,

M.M. untuk memberikan teori tentang kewirausahaan dan pemasaran dengan menggunakan strategi digital. Setelah itu para pelaku UMKM yang menjadi peserta pelatihan digital marketing Bersama tim PKM dan mahasiswa KKN UPGRIS mempraktekkan cara menambahkan lokasi bisnis UMKM pada *Google Maps* yaitu dengan membuat *Google Business Profile* dengan menggunakan dengan menggunakan gawai peserta pelatihan, serta cara menambahkan lokasi bisnis UMKM pada *Google Maps*.

Para peserta pelatihan digital marketing yang berjumlah 38 orang, sebagian besar adalah ibu-ibu pelaku UMKM di Kelurahan Muktiharjo Kidul. Mereka sangat antusias mengikuti paparan dari para narasumber dan juga mempraktekkan cara menambahkan lokasi bisnis pada *Google Maps* yang didahului dengan pembuatan *Google Business Profile* pada gawai masing-masing. Tim PKM dan mahasiswa UPGRIS mendampingi para peserta pelatihan sampai para peserta mempunyai profil bsinis di Google dan mampu menambahkan lokasi bisnis pada *Google Maps*.

Adapun Langkah-langkah dalam pembuatan *Google Business Profile* adalah sebagai berikut:

1. Buka Google Maps, kemudian klik 'Add your Business'
2. Masukkan nama usaha Anda, lalu klik 'Next'
3. Anda akan disuguhkan pertanyaan apakah Anda ingin menambahkan lokasi yang bisa dikunjungi konsumen atau tidak, pilih 'Yes' atau 'No' dan lanjut 'Next'

Jika kamu memilih 'Yes', masukkan alamat bisnis Anda, klik 'Next'

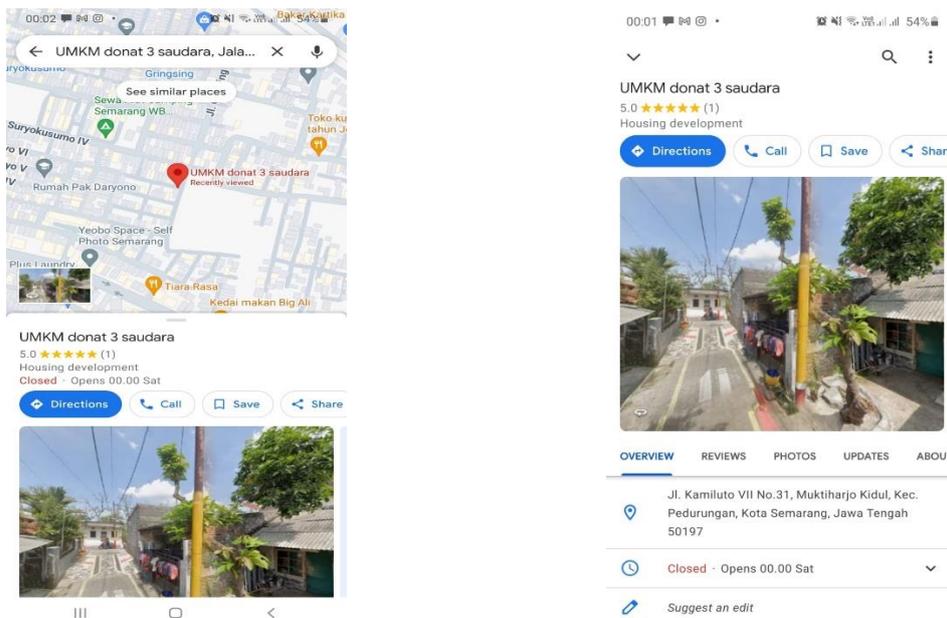
4. Pilih lagi apakah Anda menyediakan pesan antar atau kunjungan ke kantor, 'Yes' atau 'No' dilanjut 'Next'
5. Masukkan area layanan yang dijangkau
6. Tambah kontak bisnis, nomor telepon dan juga bisa website
7. Verifikasi untuk memastikan bisnis itu memang milik Anda.

Jika sudah memiliki usaha yang tampil di Google, ada sejumlah tips yang harus dilakukan untuk membuat profil usaha lebih menarik. Berikut ini di antaranya:

1. Berikan informasi soal nomor telepon, jam kerja dan standar keamanan yang digunakan
2. Lengkapi logo, foto cover dan foto-foto penunjang lainnya
3. Tambahkan informasi produk/layanan beserta harga
4. Informasi tambahan seperti akses yang ramah untuk penyandang disabilitas juga bisa dijelaskan.

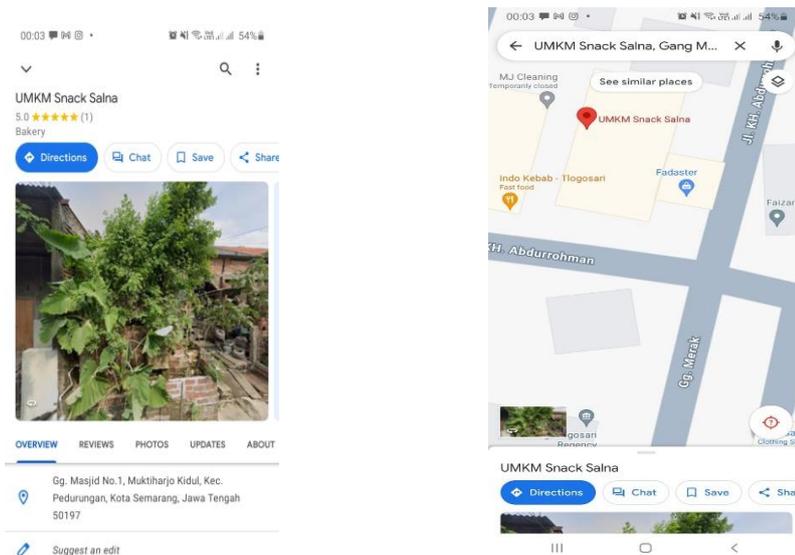
Berikut adalah beberapa hasil pembuatan lokasi bisnis pelaku UMKM di Kelurahan Muktiharjo Kidul yang muncul di *Google Maps*.

1. UMKM Donat 3 Saudara



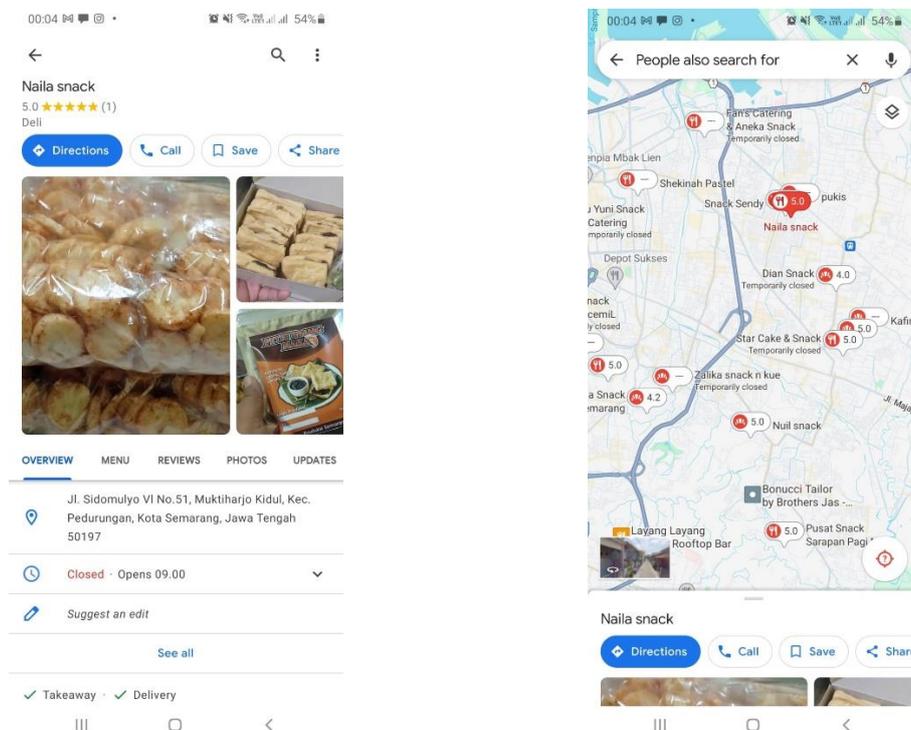
Gambar 1 dan 2: Google Map UMKM Donat 3 Saudara

2. Snack Salna



Gambar 3 dan 4: Google Map UMKM Snack Salna

3. Naila Snack



Gambar 5 dan 6. Google Map UMKM Naila Snack

Para pelaku UMKM setelah mengikuti pelatihan *Digital Marketing* dan sudah menambahkan produk UMKMnya di *Google Maps* menjadi lebih terbantu dalam memasarkan produknya. Mereka

bisa menerima pesanan secara online yang para konsumennya berasal tidak hanya dari Kelurahan Muktiharjo Kidul saja tetapi juga dari luar Kelurahan Muktiharjo Kidul. Hal ini diharapkan akan meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat di Kelurahan Muktiharjo Kidul. Faktor pendukung kegiatan pelatihan *Digital Marketing* yaitu dengan adanya para pelaku UMKM di Kelurahan Muktiharjo Kidul yang antusias dan bersemangat dalam mengikuti pelatihan *Digital Marketing*. Sedangkan faktor penghambat dengan adanya pelatihan *Digital Marketing* yaitu belum banyak pelaku UMKM yang mengaplikasikan aplikasi *Google Maps* ke produk UMKM mereka.

PENUTUP

Simpulan

Pelaku UMKM di Kelurahan Muktiharjo Kidul telah berhasil membuat lokasi bisnis sehingga muncul di Google Maps. Hal ini merupakan usaha yang dilakukan oleh para pelaku UMKM untuk meningkatkan produktivitas produk UMKMinya agar lebih dikenal oleh masyarakat luas tidak hanya di lingkungan Kelurahan Muktiharjo Kidul saja. Dengan adanya pelatihan digital marketing bagi para pelaku UMKM diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat Kelurahan Muktiharjo Kidul sehingga Kelurahan Muktiharjo Kidul lebih dikenal sebagai kelurahan dengan produk UMKM yang sukses.

Saran

Keberlanjutan dari kegiatan pelatihan *Digital Marketing* yang telah terlaksana, adanya kegiatan pelatihan tentang pemasaran produk UMKM yang terkait dengan pengurusan PIRT.

DAFTAR PUSTAKA

- Kumala, S. L. 2021. Perkembangan ekonomi berbasis digital di Indonesia. *Journal of Economic and Regional Science*. 5(2).
- Gumilang, R. 2019. Implementasi *Digital Marketing* terhadap peningkatan penjualan hasil *Home Industry*. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. 10(1), 9-14.

- Ni'mah, K., & Nadhiroh, S. R. 2015. Faktor yang berhubungan dengan kejadian stunting pada balita. *Jurnal Media Gizi Indonesia*. 10, 13-19.
- Rapitasari, D. 2016. Digital Marketing Berbasis Aplikasi sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Cakrawala*. 10(2), 107-112.
- Ryan, D. 2014. *Understanding Digital Marketing*. Great Britain: Kogan Page Limited.
- Sagita & Wijaya. 2022. Penerapan *Digital Marketing* sebagai strategi pemasaran bakmi tando. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Manajemen*. 1(3), 24-31.