

PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN PADA UMKM DI KELURAHAN BLIMBING LAMONGAN

Muhammad Taufiqurrahman¹, Hajar Farodisah²,
Sukaris³, Elok Vilantika⁴

Program Studi Teknik Industri, Program Studi Manajemen

**Universitas Muhammadiyah Gresik,
Jl. Sumatera No.101, Randuagung, Gresik, Jawa Timur 61121**

ABSTRAK

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan saat ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif, memberikan banyak kemudahan, serta sebagai cara baru dalam melakukan aktifitas bagi kehidupan manusia. Khusus dalam bidang teknologi masyarakat sudah menikmati banyak manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi yang telah dihasilkan dalam dekade terakhir ini. Manfaat internet semakin sangat terasa bagi para pemakainya yang tidak bisa lepas dari dunia internet ini. Perkembangan teknologi sekarang ini telah banyak menunjukkan kemajuan yang luar biasa. Banyak hal dari sektor kehidupan yang telah menggunakan keberadaan dari teknologi itu sendiri. Kehadirannya telah memberikan dampak yang cukup besar terhadap kehidupan umat manusia dalam berbagai aspek dan dimensi. Demikian halnya dengan teknologi komunikasi yang merupakan peralatan perangkat keras dalam struktur organisasi yang mengandung nilai sosial yang memungkinkan individu untuk mengumpulkan, memproses dan saling tukar informasi.

Kata Kunci : Digital Marketing, UMKM

PENDAHULUAN

Salah satu kekuatan ekonomi yang selama ini menjadi penunjang ekonomi negara Indonesia dan kekuatan ekonomi daerah adalah kehadiran pelaku usaha, mikro, kecil dan menengah (UMKM) (Aryansah et al., 2020). Pada saat ekonomi dunia dan perekonomian Indonesia mengalami resesi, justru pelaku UMKM tidak sedikitpun tidak terkena dampak negatif resesi ekonomi tersebut, bahkan sebagian besar pelaku UMKM tetap dapat mengembangkan usahanya dalam menunjang perekonomian negara. Pelaku UMKM dapat mempertahankan dan meningkatkan kontribusi pertumbuhan ekonomi daerah serta peningkatan penerimaan pada sektor pajak negara, selain ditunjang oleh industri skala besar, juga ditunjang secara signifikan oleh kelompok-kelompok industri skala kecil. Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) meningkat dalam lima tahun terakhir. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UMKM) melihat kontribusi sektor UMKM mengalami peningkatan dari 57,84 persen menjadi 60,34 persen dan sektor UMKM juga telah membantu penyerapan tenaga kerja di dalam negeri. Penyerapan tenaga kerja pada sektor UMKM meningkat dari 96,99 persen

menjadi 97,22 persen dalam periode lima tahun terakhir (Nur Fadhila, 2020).

Digital marketing menjadi salah satu media yang menjadi kewajiban untuk digunakan oleh pelaku usaha di zaman sekarang karena kemampuan baru konsumen dalam mengikuti arus digitalisasi, beberapa pengusaha sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/dan beralih ke pemasaran moderen (Mavilinda et al., 2021). Dengan *digital marketing* komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu/real time dan bisa di akses ke seluruh dunia, seseorang juga dapat melihat berbagai barang melalui internet, sebagian besar informasi mengenai berbagai produk sudah tersedia di internet, kemudahan dalam pemesanan dan kemampuan konsumen dalam membandingkan satu produk dengan produk lainnya (Supriyanto & Hana, 2020); (Sa'adah & Umam, 2021).

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan yaitu di lingkungan Kelurahan Blimbing, kec paciran, Lamongan. Menunjukkan bahwa ada beberapa UMKM di Kelurahan Blimbing yang masih dijalankan secara konvensional dan banyak menemui kendala dalam beralih ke pemasaran sistem digital yang mana lebih tepat untuk diterapkan terlebih di masa pandemi global seperti sekarang ini. Salah satu UMKM yang membutuhkan bantuan tersebut adalah Usaha kuliner Teh Rosela, namun dikarenakan kurangnya pemahaman pemilik mengenai *digital marketing*, maka produk The Rosela yang harusnya dapat dijangkau pasar yang luas, menjadi terhambat. Berdasarkan penjabaran diatas maka salah satu kegiatan pengabdian KKN Reguler Universitas Muhammadiyah Gresik di Kelurahan Blimbing adalah sosialisasi pemanfaatan *digital marketing* pada pengembangan penjualan UMKM setempat guna memulai untuk *Go Digital*. Dengan beralih ke pemasaran digital, harapannya UMKM tersebut dapat berkembang menjadi lebih baik, dapat bersaing secara global, memperluas cakupan konsumen, dan dapat meningkatkan penjualan.

METODE

Metode pelaksanaan adalah desain atau kerangka yang digunakan dalam pengabdian untuk memberikan informasi kepada masyarakat secara langsung sehingga terjadi interaksi yang cair antara masyarakat dengan pelaksana kegiatan. Adapun pendekatan atau metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian adalah Participatory Action Research (PAR), dimana pada penerapannya melibatkan langsung partisipasi peserta yaitu khalayak sasaran pada kegiatan ini. Kegiatan Pengabdian Pemanfaatan *digital marketing* sebagai upaya peningkatan penjualan pada UMKM di Kelurahan Blimbing, kec paciran, kabupaten Lamongan dilaksanakan melalui tahap sosialisasi berbasis seminar yaitu Seminar *Digital Marketing* dengan Tema "Pemanfaatan Sosial Media sebagai alat penjualan yang efektif".

HASIL DAN PEMBAHASAN

Masyarakat Kelurahan Blimbing dan pelaku UMKM di Kelurahan Blimbing. Kegiatan yang dilaksanakan dengan melalui sosialisasi berbasis seminar yaitu Seminar *Digital Marketing* dengan Tema “Pemanfaatan Sosial Media sebagai alat penjualan yang efektif” ini menggunakan instruktur dari mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik yang memiliki wawasan dalam bidang *Digital Marketing*, dan narasumber yang berpengalaman di bidangnya yaitu Yanuar Pando Negoro,S.T.,MLOGSCM merupakan dosen program studi Teknik Industri yang berpengalaman dan telah aktif mengisi seminar maupun webinar.



Gambar 1. Seminar *Digital Marketing* Di Kantor Kelurahan Blimbing.

Kegiatan seminar ini dilaksanakan pada tanggal 10 AGUSTUS 2023 di Kantor Kelurahan Blimbing. Pada kegiatan seminar tersebut, sosialisasi dilaksanakan dengan memfokuskan pada pemberian materi mengenai cara memulai usaha, cara menjalankan usaha, cara melakukan pemasaran usaha, motivasi untuk pengusaha dan penggunaan media social sebagai *platform digital marketing*. Dan juga disertai sesi diskusi terbuka antar peserta dan pematery. Peserta pada kegiatan ini memiliki antusias tinggi dalam ditandai dengan banyaknya peserta yang hadir dan berpartisipasi dalam kegiatan diskusi secara aktif.

Keberlanjutan program setelah selesai kegiatan ini selesai diharapkan dapat menginspirasi masyarakat Kelurahan Blimbing untuk memulai usaha dan menerapkan *digital marketing* terlebih dijamin sekarang yang syarat akan persaingan. Diharapkan masyarakat dapat memahami dan mengimplementasikan cara memulai usaha, cara menjalankan usaha, cara melakukan pemasaran usaha, motivasi untuk pengusaha dan penggunaan media social sebagai *platform digital marketing*. Program ini merupakan program berkelanjutan terbuka dimana

masyarakat dan peserta termasuk di para pemilik UMKM dari Kelurahan Blimbing yang di masa depan setelah kegiatan KKN Reguler ini berakhir membutuhkan mentoring langsung ataupun diskusi dengan penyelenggara dalam hal ini mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik, maka dapat menghubungi langsung mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik. Hal ini merupakan wujud dari pengabdian masyarakat oleh KKN Reguler yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berikut adalah simpulan dari Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini sebagai berikut :

1. Bahwa Kegiatan Pengabdian Penerapan *Digital Marketing* Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM di Kelurahan Blimbing, Kecamatan Paciran, kabupaten Lamongn ini dilaksanakan melalui sosialisasi berbasis seminar yaitu Seminar *Digital Marketing* dengan Tema “Pemanfaatan Sosial Media sebagai alat penjualan yang efektif”
2. Metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian KKN di antaranya adalah Participatory Action Research (PAR), dimana pada penerapannya melibatkan langsung partisipasi peserta yaitu khalayak sasaran pada kegiatan ini.
3. Berdasarkan evaluasi pelaksanaan program pengabdian KKN ini “Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM di Kelurahan Blimbing ” bahwasannya program ini sudah sesuai dan dapat dijalankan secara lancar di Kelurahan Blimbing, Kec. Paciran, Kab. Lamongan.
4. Program ini merupakan program berkelanjutan terbuka dimana mitra yang di masa depan setelah kegiatan KKN ini berakhir membutuhkan mentoring langsung ataupun diskusi dengan penyelenggara dalam hal ini mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik, maka dapat menghubungi langsung mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik. Hal ini merupakan wujud dari pengabdian masyarakat oleh KKN Reguler yang berkelanjutan.

Berdasarkan kesimpulan di atas maka sebagai saran, diharapkan pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat selanjutnya dapat dilaksanakan secara lebih matang dan menyeluruh dan agar semua pihak dapat berpartisipasi sepenuhnya dalam proses pelaksanaan program.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryansah, J. E., & Mirani, D. (2020). Strategi bertahan usaha mikro kecil dan menengah sektor kuliner di masa pandemi covid-19. *Prosiding Applicable Innovation of Engineering and Science Research*, 2020(1), 323-329.
- Ashlihah, A., Wulandari, N. T., & Asaroh, S. I. (2021). Membentuk Jiwa Entrepreneur di Masa Pandemi untuk Meningkatkan Perekonomian Desa Tinggi. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 16-20.

- Baskoro, H., Dewantoro, A. Q., & Sukaris, S. (2023). Penyuluhan Literasi Uang Digital Bagi Siswa SMA Muhammadiyah 8 Cerme Gresik. *Jurnal Pengabdian Manajemen*, 3(1), 26. <https://doi.org/10.30587/jpmanajemen.v3i1.5947>
- Fadhila, S. A. N. (2018). Penggunaan Digital Guerilla Marketing Dalam Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 95-100. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v5i2.6660>
- Sukaris, Alkusani, & Baskoro, H. (2023). *Penyuluhan Strategi Berinovasi Melalui Design Thinking dengan Konsep Efektuasi untuk Kesiapan Siswa Berwirausaha di SMA Muhammadiyah Cerme 8 Gresik Counseling on Innovation Strategies Through Design Thinking with the Concept of Effectiveness for Student R. 03(01), 7-14.*
- Triyanti, R., & Yusuf, R. (2018). Nilai Ekonomi Ikan Rucah Bagi Nelayan Di Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan. *Buletin Ilmiah Marina Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 4(2), 53-60.