

UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN MELALUI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM ANGKRINGAN REMAJJA

Putu Kepramareni^{1,*}, I Gusti Ayu Triwidyaningsih²

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email : pkepramareni@unmas.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital seringkali disebut dengan digital marketing. Pada era globalisasi saat ini, UMKM merupakan salah satu usaha yang digemari masyarakat karena UMKM adalah sebuah usaha yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Adapun mitra dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini yaitu Angkringan Remajja dimana Angkringan ini telah berdiri selama 1 tahun sejak tahun 2022, Angkringan remajja merupakan sebuah UMKM yang bergerak di bidang kuliner, angringan ini termasuk salah satu angkringan yang sudah memiliki konsumen tetap. Akan tetapi dalam kegiatan pemasarannya masih sangat minim dan cenderung masih tradisional. Berdasarkan analisis situasi tersebut baik dari hasil observasi maupun wawancara, maka didapatkan permasalahan sebagai berikut: 1) Kurangnya pemanfaatan media sosial, sehingga belum banyak orang yang mengetahui Angkringan Remajja tersebut; 2) Angkringan Remajja belum terdaftar pada *Google Maps* sehingga banyak orang yang masih kebingungan dalam mencari lokasi mitra. Untuk Mengatasi Permasalahan diatas, maka penulis melakukan pengabdian masyarakat dalam upaya meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran digital marketing pada UMKM Angkringan Remajja di Desa Panjer, Denpasar Selatan pada tanggal 10 Juli – 18 Agustus 2023 dengan program kerja upaya meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran digital marketing pada UMKM Angkringan Remajja berupa penjelasan tentang pentingnya peranan digital marketing bagi perkembangan bisnis UMKM, terutama dalam hal meningkatkan kegiatan promosi sehingga mendapatkan laba sesuai target serta praktek langsung disertai cara pembuatan akun di media digital. Dengan hasil karyawan sudah mampu melakukan promosi di media sosial dengan memanfaatkan digital marketing yaitu instagram.

Kata Kunci: Digital marketing, UMKM, Angkringan Remajja.

ANALISIS SITUASI

Perubahan teknologi informasi telah banyak mengubah lanskap dunia pemasaran selama beberapa tahun terakhir ini. Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, saat ini telah terintegrasi dalam dunia digital. Digital marketing yang biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen. Di satu sisi, digital marketing memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain hal ini mempermudah calon

konsumen untuk mendapatkan informasi mengenai dunia pemasaran hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya.

Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital seringkali disebut dengan digital marketing. Digital marketing terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen. Pada era globalisasi saat ini, UMKM merupakan salah satu usaha yang digemari masyarakat karena UMKM adalah sebuah usaha yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Seperti diatur dalam peraturan perundang-undangan No. 20 tahun 2008, sesuai pengertian UMKM tersebut maka kriteria UMKM dibedakan secara masing-masing meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Selain itu UMKM merupakan salah satu usaha yang menghasilkan laba cukup tinggi setiap harinya sehingga banyak masyarakat yang berlomba-lomba untuk bersaing dalam persaingan bisnis

Pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. UMKM yang memiliki akses online, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan e-commerce-nya, biasanya akan menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing. 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.

Terdapat beberapa media digital yang bisa digunakan oleh para UKM dalam meningkatkan pemasaran produknya, salah satunya adalah *Google Bisnisku*. *Google Bisnisku* sendiri merupakan alat gratis yang dapat digunakan untuk membantu mengelola kemunculan bisnis para pelaku UKM di berbagai produk *Google*, seperti di Maps dan penelusuran. Bisnis yang telah diverifikasi di *Google* berpeluang dua kali lebih besar untuk dianggap sebagai bisnis bereputasi baik oleh pengguna. Sehingga pelanggan dapat dengan mudah menemukan tempat, produk maupun layanan yang disediakan oleh para pelaku UKM. Selain itu terdapat salah satu *platform* yang dapat digunakan untuk mempromosikan bisnis adalah Instagram dimana Instagram memiliki fitur Akun Bisnis yang memudahkan pelaku bisnis memperkenalkan profil bisnisnya, memperoleh wawasan tentang pengikut dan kiriman, serta mempromosikan kiriman untuk mendorong tujuan bisnis.

Adapun mitra dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini yaitu Angkringan Remajja dimana Angkringan ini telah berdiri selama 1 tahun sejak tahun 2022, Angkringan remajja merupakan sebuah UMKM yang bergerak di bidang kuliner, angringan ini termasuk salah satu angkringan yang sudah memiliki konsumen tetap. 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 workshop/sosialisasi dalam membuat

akun di media digital (*Google* bisnis dan Instagram) beserta cara mengelola media digital tersebut secara optimal untuk kebutuhan promosi usaha UMKM. Untuk Mengatasi Permasalahan diatas, maka penulis tertarik melakukan pengabdian masyarakat dengan judul “Upaya Meningkatkan Penjualan Melalui Strategi Pemasaran Digital Marketing Pada UMKM Angkringan Remajja”

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi tersebut baik dari hasil observasi maupun wawancara, maka didapatkan permasalahan sebagai berikut:

1. Kurangnya pemanfaatan media sosial, sehingga belum banyak orang yang mengetahui Angkringan Remajja tersebut.
2. Angkringan Remajja belum terdaftar pada *Google Maps* sehingga banyak orang yang masih kebingungan dalam mencari lokasi mitra.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

1. Menjelaskan tentang pentingnya peranan digital marketing bagi perkembangan bisnis UMKM, terutama dalam hal meningkatkan kegiatan promosi sehingga mendapatkan laba sesuai target.
2. Memberikan praktek langsung disertai cara pembuatan akun di media digital. Adapun media digital yang digunakan adalah *Google* Bisnis dan akun bisnis di media sosial Instagram.

METODE PELAKSANAAN

Adapun pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dalam upaya meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran digital marketing pada UMKM Angkringan Remajja dilaksanakan di Jalan Tukad Barito, No. 77, Desa Panjer, Denpasar Selatan yang dilaksanakan pada tanggal 10 Juli – 18 Agustus 2023.

1. Tahap Perencanaan

Dalam tahap ini, kegiatan yang dilakukan adalah observasi secara langsung dengan mendatangi lokasi, kemudian melakukan wawancara kepada pemilik dan staf yang dilaksanakan pada tanggal 10 – 12 Juli 2023.

2. Tahap Persiapan

Dalam tahap ini, kegiatan yang dilaksanakan adalah menyiapkan bahan/materi yang akan digunakan sebagai solusi dalam kegiatan upaya meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran digital marketing pada UMKM Angkringan yang dilaksanakan pada tanggal 13 – 16 Juli 2023.

3. Tahap Pelaksanaan

Dalam tahap ini, tahap pelaksanaan program kerja dilakukan secara langsung dengan mendatangi lokasi UMKM Angkringan dengan membuat promosi-promosi melalui media instagram dengan membuat *feed*, *story*, iklan dan sejenisnya yang dilaksanakan pada tanggal 17 – 22 Juli 2023.

4. Tahap Pendampingan dan Evaluasi

Dalam tahap ini, dilaksanakan pendampingan serta evaluasi apa saja kekurangan dan kelebihan setelah kegiatan berlangsung yang dilaksanakan pada tanggal 23 Juli – 5 Agustus 2023.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Adapun pencapaian realisasi dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dapat dilihat melalui tabel di bawah ini sebagai berikut :

Jenis Program Kerja	Spesifikasi Kegiatan	Realisasi
kegiatan upaya meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran digital marketing pada UMKM Angkringan Remajja berupa penjelasan tentang pentingnya peranan digital marketing bagi perkembangan bisnis UMKM, terutama dalam hal meningkatkan kegiatan promosi sehingga mendapatkan laba sesuai target serta praktek langsung disertai cara pembuatan akun di media digital.	Sosialisasi dan pendekatan akan pentingnya digital marketing	100%
	Promosi-promosi di media sosial seperti pembuatan design <i>feed</i> , <i>story</i> dan sejenisnya	100%
	Promosi melalui iklan di instagram	100%
	Pendampingan dan evaluasi	100%

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dalam hal upaya meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran digital marketing pada UMKM Angkringan Remajja, terdapat beberapa faktor pendukung keberhasilan dan faktor penghambat kegiatan pengabdian masyarakat ini, yaitu:

A. Faktor Pendukung Kegiatan

- Adanya dukungan dari pemilik dan staf UMKM Angkringan Remajja untuk kegiatan pengabdian masyarakat ini.
- Tersedianya fasilitas yang mendukung seperti koneksi internet yang memadai, sehingga memberikan kemudahan untuk mendukung kegiatan ini.

B. Faktor Penghambat Kegiatan

- Belum ada karyawan yang memang berkompeten di design serta digital marketing sehingga untuk promosi melalui ndesain belum maskimal.
- Keterbatasannya karyawan sehingga saat konsumen ramai tidak sempat untuk mengambil gambar dan video yang maksimal.

Keikutsertaan partisipasi pemilik dan staf dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini memiliki dapat dilihat dari:

1. Tingginya kehadiran dari karyawan untuk pelaksanaan kegiatan.
2. Meningkatkan Kemampuan pemilik dan staf UMKM Angkringan Remajja mengenai strategi pemasaran melalui digital marketing.

- Partisipasi juga terlihat dari tingginya customers yang berkunjung yang dipengaruhi dari media sosial yang sudah aktif dan adanya E-WOM.



Gambar 1. Observasi ke UMKM Angkringan Remaja



Gambar 2. Pembuatan Promosi di saat waktu luang



Gambar 3. Media sosial Angkringan Remajja



Gambar 4. Pendampingan dan Evaluasi

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di UMKM Angkringan Remajja di Desa Panjer, Denpasar Selatan pada tanggal 10 Juli – 18 Agustus 2023 dengan program kerja upaya meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran digital marketing pada UMKM Angkringan Remajja berupa penjelasan tentang pentingnya peranan digital marketing bagi perkembangan bisnis UMKM, terutama dalam hal meningkatkan kegiatan promosi sehingga mendapatkan laba sesuai target

serta praktek langsung disertai cara pembuatan akun di media digital. Dengan hasil karyawan sudah mampu melakukan promosi di media sosial dengan memanfaatkan digital marketing yaitu instagram.

Adapun beberapa saran, yaitu:

- a. Untuk Pemilik: Agar memberitahu karyawan dan staf akan pentingnya digital marketing dalam mencapai tujuan bersama yaitu laba.
- b. Untuk Karyawan: Agar melaksanakan kegiatan promosi digital marketing lebih intensif lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Santoso, R. (2020). REVIEW OF DIGITAL MARKETING & BUSINESS SUSTAINABILITY OF E-COMMERCE DURING PANDEMIC COVID-19 IN INDONESIA. *JJET: Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*. 5 (2).
- Silviana, Ms (2020) *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Tingkat Penjualan Melalui Sosial Media (Studi Kasus Di Kecamatan Bone-Bone)*. Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Palopo.