



Pemanfaatan Digital Marketing Di UMKM Kampoeng Jadoel Melalui Media Sosial

Ahmad Ashifuddin Aqham*, Laksamana Rajendra H.A.F², Haris Ihsanil Huda^{2,3} Bagus Sudirman, ⁴Moh Muthohir

¹²³⁴ Universitas Sains dan Teknologi Komputer Semarang, Indonesia

*Email: ashif@stekom.ac.id, laksamanahaidar@stekom.ac.id, haris@stekom.ac.id, bagus@stekom.ac.id, , muthohir@stekom.ac.id,

Alamat Kampus: Jln Majapahit 605 Semarang

Korespondensi penulis: ashif@stekom.ac.id

Article History:

Received: Oktober 02, 2024;

Revised: November 10, 2024;

Accepted: Desember 02 2024;

Published: Desember 17, 2024;

Keywords: Digital Marketing, Social Media, UMKM, Marketing, Kampoeng Jadoel

Abstract: *UMKM have an important role in the Indonesian economy, but the biggest challenge they face is limited marketing and consumer reach. This research aims to analyze the use of digital marketing through social media as a marketing strategy in Kampoeng Jadoel UMKM. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques in the form of observation, interviews and literature study. The research results show that the use of social media such as Instagram, Facebook and WhatsApp can significantly increase brand awareness and market reach of Kampoeng Jadoel UMKM. Through interesting content and active interaction strategies with customers, UMKM are able to increase sales and consumer loyalty. Digital marketing has proven to be an effective, efficient and affordable solution for MSMEs in developing their business in the digital era.*

Abstrak

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, namun tantangan terbesar yang dihadapi adalah keterbatasan pemasaran dan jangkauan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan digital marketing melalui media sosial sebagai strategi pemasaran di UMKM Kampoeng Jadoel. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp mampu meningkatkan brand awareness serta jangkauan pasar UMKM Kampoeng Jadoel secara signifikan. Melalui konten yang menarik dan strategi interaksi aktif dengan pelanggan, UMKM mampu meningkatkan penjualan dan loyalitas konsumen. Digital marketing terbukti menjadi solusi efektif, efisien, dan terjangkau bagi UMKM dalam mengembangkan bisnisnya di era digital.

Kata Kunci: Digital Marketing, Media Sosial, UMKM, Pemasaran, Kampoeng Jadoel

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat signifikan dalam perekonomian Indonesia. UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional. Di era digitalisasi saat ini, pemanfaatan teknologi informasi, khususnya digital marketing, menjadi salah satu strategi penting bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing serta memperluas jangkauan pasar.

UMKM Kampoeng Jadoel merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang produk tradisional, seperti kuliner, kerajinan tangan, dan produk kreatif lainnya. Sebagai usaha yang menawarkan nilai kearifan lokal, Kampoeng Jadoel memiliki potensi besar untuk menarik pelanggan yang lebih luas melalui strategi pemasaran yang efektif. Namun, masih terdapat kendala dalam pemanfaatan teknologi digital sebagai alat promosi, seperti keterbatasan

*ashif@stekom.ac.id

pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan media sosial sebagai platform pemasaran.

Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp telah menjadi alat pemasaran yang populer dan efektif di kalangan UMKM. Dengan memanfaatkan media sosial, Kampoeng Jadoel memiliki kesempatan untuk mempromosikan produk, membangun interaksi dengan pelanggan, serta meningkatkan penjualan secara signifikan. Oleh karena itu, pemanfaatan digital marketing melalui media sosial perlu dioptimalkan untuk membantu UMKM Kampoeng Jadoel berkembang di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Pemahaman terkait digital marketing pada UMKM Usaha Batik Kampoeng Jadoel ini sangat minim. UMKM tersebut bergerak di bidang produksi dan penjualan batik tulis. Akan tetapi banyaknya beredar printing yang lebih murah memberikan dampak untuk penurunan permintaan pasar. Terjadinya penurunan permintaan pasar mempengaruhi tingkat pendapatan anggota UMKM Usaha Batik Kampoeng Jadoel Semarang. Perlunya pemahaman terkait dengan digital marketing menjadi salah satu solusi untuk UMKM tetap bertahan dan dapat memasarkan produknya. Maka dari itu dilakukan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dengan (1) Peningkatan pemahaman digital marketing pada UMKM Usaha Batik Kampoeng Jadoel Semarang (2) Pemberian dan penjelasan materi terkait tentang Strategi dan Praktik Terbaik untuk Meningkatkan Visibilitas Online (3) Pemberian dan penjelasan materi terkait tentang Teknologi Digital Marketing (Marketplace) serta praktek pembuatan toko online di platform shopee. Kegiatan ini dilaksanakan selama satu hari. Metode pelaksanaan yaitu melalui diskusi permasalahan, pemberian materi dengan praktek. Sasaran kegiatan ini adalah Sumber Daya Manusia dari UMKM Usaha Batik Kampoeng Jadoel Semarang yang diharapkan dapat meningkatkan pemahaman digital marketing dalam memasarkan produknya sehingga menunjang pendapatan dan mengembangkan UMKM dengan cakupan pemasaran yang lebih luas. Hasil dari kegiatan ini adalah terlaksananya kegiatan untuk memasarkan produk hasil produksinya melalui digital marketing dengan media sosial yang sering dipakai.

2. METODE

Dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di UMKM Usaha Batik Kampoeng Jadoel Semarang, sejumlah metode akan digunakan untuk memastikan keberhasilan kegiatan. Berikut adalah metode-metode yang diterapkan:

a. Metode Sosialisasi

Tujuan: Melakukan pendekatan awal dengan masyarakat untuk memperkenalkan program. Pelaksanaan: Mengunjungi UMKM Usaha Batik Kampoeng Jadoel Semarang sebanyak satu kali. Menyampaikan maksud, tujuan, serta rencana kegiatan pengabdian yang akan dilakukan, terutama terkait pengolahan pembuatan dan pemasaran kerajinan batik. Membangun hubungan baik dengan masyarakat mitra untuk meningkatkan partisipasi aktif mereka.

b. Metode Penyuluhan

Tujuan: Memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai kerajinan dan cara pembuatan batik. Pelaksanaan: Menjelaskan langkah-langkah pemasaran dengan memanfaatkan digitalisasi. Memaparkan beberapa kelebihan ketika menggunakan digitalisasi terutama dalam memanfaatkan media social dalam pemasaran dan pengenalan kampung jadoel semarang maupun aspek ekonomi (potensi peningkatan pendapatan). Memberikan pemahaman yang komprehensif agar masyarakat mengerti pentingnya memanfaatkan sumber daya yang ada.

c. Metode Praktek-Penyuluhan

Tujuan: Melatih masyarakat secara langsung dalam pemanfaatan digitalisasi terutama untuk keperluan pemasaran. Pelaksanaan: Mempersiapkan peralatan yang dibutuhkan. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah :

- 1) Untuk memberikan penjelasan pemahaman digital marketing pada UMKM Usaha Batik Kampoeng Jadoel Semarang.
- 2) Untuk memberikan penjelasan tentang Strategi dan Praktik Terbaik untuk Meningkatkan Visibilitas Online.
- 3) Untuk memberikan penjelasan tentang Teknologi Digital Marketing (Marketplace) serta praktek pembuatan toko online.

3. HASIL

Berdasarkan pelatihan penggunaan media sosial sebagai media promosi dan penjualan yang telah dilakukan diperoleh hasil yaitu para anggota usaha batik Kampoeng Jadoel Semarang dapat memahami dan membuat toko online di platform shopee.

Melalui kegiatan pelatihan dalam digitalisasi ini terutama dalam hal memanfaatkan media digital. Berikut ini adalah hasil dari materi yang akan di berikan dalam pelatihan:



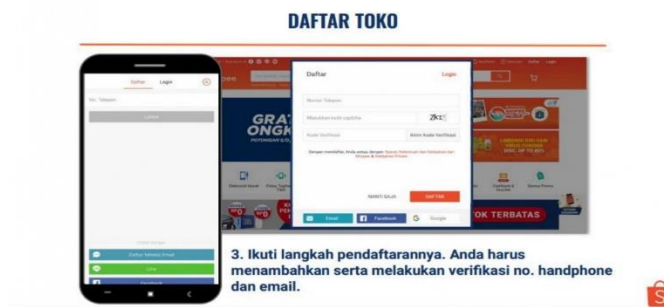
Gambar 3.1 Mengenak marketplace



Gambar 3.2 awal membuat toko



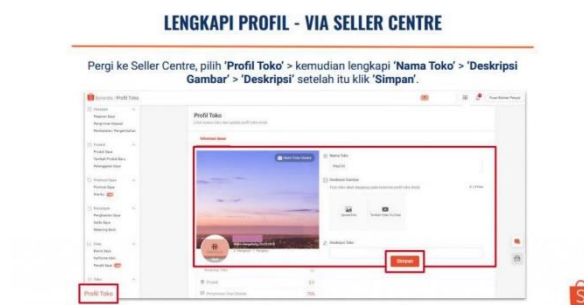
Gambar 3.3 mulai mendaftarkan toko



Gambar 3.4 daftar toko



Gambar 3.5 upload produk



Gambar 3.6 lengkapi profil



3.6 penggunaan media sosial

4. DISKUSI

Tim pelaksana program pelatihan digital marketing ini dilakukan oleh Tim PPM yang terdiri atas 5 (lima) orang dari program studi Komputer Akuntansi, Teknik Informatika, Sistem Informasi dan Teknik Komputer Universitas STEKOM.





Gambar 4.1. Penyuluhan tentang manfaat digitalisasi

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

a. Pemanfaatan Digital Marketing di UMKM Kampoeng Jadoel

UMKM Kampoeng Jadoel telah memanfaatkan media sosial sebagai alat utama dalam strategi digital marketing. Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp digunakan untuk mempromosikan produk, membangun komunikasi dengan pelanggan, serta memperluas jangkauan pasar. Pemilihan platform media sosial didasarkan pada kemudahan akses, popularitas platform, dan efektivitas biaya dalam pemasaran produk. Konten yang disajikan meliputi foto produk, video pendek, testimoni pelanggan, serta informasi promosi atau diskon yang menarik perhatian audiens.

b. Dampak Digital Marketing terhadap UMKM Kampoeng Jadoel

Penerapan digital marketing melalui media sosial memberikan dampak positif terhadap perkembangan UMKM Kampoeng Jadoel, di antaranya:

- 1) Meningkatkan visibilitas dan kesadaran merek di kalangan pelanggan.
- 2) Meningkatkan jumlah pelanggan dan permintaan produk dari berbagai daerah.
- 3) Mempercepat proses komunikasi dan transaksi dengan pelanggan.

- 4) Memberikan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru melalui strategi konten yang menarik dan interaktif.
- c. Kendala yang Dihadapi
Meskipun memiliki dampak positif, pemanfaatan digital marketing di UMKM Kampoeng Jadoel masih menghadapi beberapa kendala, di antaranya:
 - 1) Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan digital: Beberapa pelaku usaha masih belum sepenuhnya memahami cara mengelola konten dan memanfaatkan fitur media sosial secara optimal.
 - 2) Keterbatasan sumber daya waktu dan tenaga: Pengelolaan media sosial memerlukan konsistensi dan kreativitas yang sering kali sulit dilakukan oleh pemilik usaha yang memiliki banyak tanggung jawab.
 - 3) Persaingan di media sosial: Semakin banyaknya UMKM yang memanfaatkan media sosial menyebabkan persaingan untuk menarik perhatian pelanggan menjadi lebih ketat.
- d. Solusi dan Rekomendasi
Untuk mengatasi kendala tersebut, beberapa solusi yang dapat diimplementasikan antara lain:

- 1) Melakukan pelatihan digital marketing bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan keterampilan dalam mengelola media sosial.
- 2) Memanfaatkan tools otomatisasi untuk membantu pengelolaan konten dan jadwal posting agar lebih efisien.
- 3) Membangun kolaborasi dengan influencer lokal atau komunitas sebagai strategi promosi untuk meningkatkan jangkauan pasar.

Secara keseluruhan, pemanfaatan digital marketing melalui media sosial merupakan strategi yang efektif dan efisien untuk mendukung perkembangan UMKM Kampoeng Jadoel. Dengan pengelolaan yang optimal, media sosial tidak hanya dapat meningkatkan promosi produk tetapi juga membangun relasi yang baik dengan pelanggan serta meningkatkan daya saing usaha di pasar digital.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan karya ini yang berjudul "Pemanfaatan Digital Marketing di UMKM Kampoeng Jadoel Melalui Media Sosial" dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa yang akan datang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat, khususnya bagi UMKM dalam memanfaatkan digital marketing melalui media sosial, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Akhir kata, semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan keberkahan dan membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu.

DAFTAR REFERENSI

- Tim. 2024. *Strategi dan Praktik Terbaik untuk Meningkatkan Visibilitas Online*, Semarang: LP2M Universitas STEKOM.
- Tim. 2024. *Modul Teknologi Digital Marketing (Marketplace)*. Semarang: LP2M Universitas STEKOM.
- Novitasari, A. T. (2022). *Kontribusi UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Era Digitalisasi Melalui Peran Pemerintah*. *Journal of Applied Business and Economic (JABE)*, 184-204.
- Vinatra, S. (2023). *Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat*. *Jurnal Akuntan Publik*, 1-8.