

PENERAPAN DIGITAL MARKETING UNTUK BISNIS UMKM DI MASA ENDEMI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN

Dian Widiyati¹, Neneng Hasanah², Napisah³

Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Email: ¹dosen02421@unpam.ac.id; ²dosen02422@unpam.ac.id; ³dosen02500@unpam.ac.id

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 membawa dampak yang besar bagi perkembangan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM harus mencari strategi yang tepat agar tetap bertahan. Salah satu strategi di masa pandemi ialah digital marketing yang memungkinkan pelaku UMKM dapat memasarkan produknya tanpa terkendala kebijakan-kebijakan selama pandemi. Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Media sosial juga memungkinkan para pelaku pasar untuk berkomunikasi dengan sesama produsen, pelanggan, dan atau calon pelanggan. Perusahaan kini dituntut untuk lebih memiliki inovasi untuk penjualan barang salah satunya dengan menggunakan *digital marketing*.

Kata Kunci: digital marketing, UMKM, bisnis

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has had a major impact on the development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSME). MSME must find the right strategy to survive. One of the strategies during the pandemic is digital marketing which allows MSME actors to market their products without being constrained by policies during the pandemic. Digital marketing is a promotional activity and market search through digital media online by utilizing various means, such as social networks. Social media also allows market participants to communicate with fellow producers, customers, and/or potential customers. Companies are now required to have more innovations for selling goods, one of which is by using digital marketing.

Keywords: digital marketing, MSME, business

PENDAHULUAN

Masyarakat Indonesia mendapatkan kejutan pada awal kuartal pertama 2020, tepatnya pada tanggal 3 Maret 2020. Pasalnya, covid-19 menjadi kenyataan pahit yang mesti dihadapi bahkan sampai tahun berganti. Pandemi ini banyak mengubah lini kehidupan di berbagai sektor, termasuk sektor ekonomi. Pada era ini banyak penerapan peraturan yang seolah berbenturan dengan kepentingan ekonomi (Syifa et al, 2021).

Tentu harus ada strategi yang tepat di tengah pandemi supaya UMKM tetap bisa menjual produknya dan mendapatkan keuntungan karena UMKM menjadi salah satu kekuatan ekonomi yang selama ini menunjang perekonomian negara dan daerah (Febriyanto & Arisandi, 2018). Salah satu strategi tersebut adalah strategi dalam aspek pemasaran menggunakan alat digital atau dikenal dengan digital marketing, yaitu metode pemasaran yang dilakukan menggunakan bantuan instrumen

digital, utamanya internet beserta beragam aplikasi yang terdapat di dalamnya dan peralatan yang mendukung penggunaan media tersebut, yang memungkinkan terciptanya sebuah jaringan atau keterhubungan dengan banyak pihak, dalam hal ini antara produsen/penjual dengan pelanggan, tanpa dibatasi oleh jarak, waktu, dan tempat (Juliana et al., 2020).

Mengapa harus digital marketing? Hal ini berimbas kepada tren pemasaran jauh sebelum pandemi, apalagi tren pemasaran sebenarnya sudah beralih dari transaksi konvensional menjadi transaksi digital dengan bertambahnya fitur uang non tunai di marketplace seperti Gopay atau lahirnya aplikasi khusus seperti OVO, Dana, Sakuku dan sejenisnya.

Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Dunia maya kini tak lagi hanya mampu menghubungkan orang dengan perangkat, namun juga orang dengan orang lain di seluruh penjuru dunia (Mustika, 2019). Digital marketing biasanya terdiri atas pemasaran interaktif dan terpadu untuk memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen.

Diperlukan perhatian lebih pada sektor UMKM sebagai penggerak utama perekonomian bangsa. Bukan hanya itu dampak Covid-19 ini juga mengubah

perilaku bisnis pelaku usaha didalam menjalankan usahanya. Meskipun dampak dari Covid-19 ini sangat dirasakan berbagai sektor industri namun tidak berarti pelaku UMKM harus berhenti dalam menjalankan usahanya.

Akan tetapi UMKM masih bisa berupaya tetap menjalankan usahanya melalui sistem online. Adanya UMKM akan memberikan pengaruh besar dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia terutama dalam menciptakan dunia kerja dan terutama dalam mendukung pendapatan rumah tangga. Berkembangnya UMKM diharapkan dapat memacu laju perekonomian di tengah lesunya dunia usaha yang terjadi saat ini ditengah pandemi. Pemanfaatan konsep pemasaran melalui penggunaan teknologi digital diharapkan UMKM mampu berkembang.

Pemanfaatan digital marketing memberikan harapan baru bagi UMKM untuk bertahan di tengah pandemi dan berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi karena era digital memang tidak dapat dihindari. Pengembangan media promosi berbasis online dengan menggandeng layanan pembelian berbasis aplikasi. Penggunaan aplikasi memberikan peluang untuk memperluas jangkauan pasar dan menjadi media penting untuk berkomunikasi dengan pelanggan seperti pada masa covid yang interaksi dengan pelanggan menjadi terbatas (Narto & HM,

2020). Perkembangan teknologi digital memungkinkan para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara online dan melakukan transaksi melalui sistem perbankan secara online pula. Ini tentu memudahkan transaksi di tengah kebijakan masa pandemi yang membatasi interaksi langsung antar pedagang dan pembeli.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini bertempat di Dapur Bandung Pondok Petir pada tanggal 15 Mei 2022. Sistem pelaksanaannya adalah dengan memberikan sosialisasi kepada ibu-ibu pengusaha UMKM mengenai Penerapan Digital Marketing Untuk Bisnis UMKM dimasa Endemi Dalam Meningkatkan Penjualan.

Narasumber dalam kegiatan pengabdian ini merupakan dosen-dosen Universitas Pamulang program studi S-1 Akuntansi yaitu ibu Neneng Hasanah, S.E., M.Ak. ibu Napisah, S.E., M.Ak. ibu Dian Widiyati, S.E., M.Ak.

Narasumber utama pada kegiatan pengabdian ini adalah ibu Dian Widiyati, S.E., M.Ak. Beliau memaparkan materi dimulai dari yang paling dasar yaitu pentingnya Digital Marketing dalam menjalankan usaha UMKM, kemudian dilanjutkan dengan apa saja macam Media Digital, konten Digital Marketing serta Jenis-jenis Marketing Digital. Selanjutnya

narasumber memberikan penjelasan mengenai makna dari sebuah konten serta tips nya agar menarik untuk para calon pembeli.

Karena selain konten yang kuat para pengusaha UMKM juga harus tau Aplikasi Digital Marketing itu sangat penting. Jika tidak memakai aplikasi digital marketing bisa kacau untuk pengelolaan keuangannya. Aplikasi Digital Marketing ini membantu kita untuk mengetahui stok, modal, pendapatan, pengeluaran serta laba rugi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan cara sosialisasi dimana sebelum dilakukannya kegiatan sudah dilakukan survey sebagai bahan acuan awal mengenai pentingnya Digital Marketing dimasa Endemi bagi pengusaha UMKM. Pada kegiatan ini yang menjadi sasaran utama adalah masyarakat disekitar Dapur Bandung Reni Jaya Pondok Petir.



Gambar 1 Panitia PKM dan Dosen Pembimbing Universitas Pamulang

PKM yang terdiri dari mahasiswa prodi Akuntansi Universitas Pamulang

dengan anggota yang terdiri dari 5 orang yaitu Fajar Miftahul Ridwan, Dhafa Manarul Rizqia, Sapira Uraini, Khairatun Hasanah, Yokisa Halawa, dengan didampingi 3 dosen prodi akuntansi yaitu ibu Neneng Hasanah, S.E., M.Ak, ibu Napisah, S.E., M.Ak. ibu Dian Widiyati, S.E., M.Ak.

Terlaksana pada tanggal 15 Mei 2022 di Dapur Bandung, Reni Jaya Pondok Petir. Dengan pemaparan dan diskusi memberi dorongan semangat pada warga setempat untuk meningkatkan penjualan pada saat pandemi Covid-19. Para warga bukan saja senang didatangi, namun lebih dari itu sebagai sebuah bentuk kegiatan humanis yang erat akan sentuhan kemanusiaan. Bagi civitas akademika (mahasiswa) khususnya dan bagi peserta.

Dengan bersilaturahmi, berdiskusi, berdialog, ramah tamah, membangun relationship menjadi solusi terbangunnya semangat untuk berorganisasi. Para peserta menjadi sadar akan pentingnya meningkatkan penjualan dimasa pandemi Covid-19. Selain itu para peserta menjadi terbekali pengetahuan tentang peningkatan penjualan menggunakan digital marketing dan peserta menjadi tau bagaimana cara memanfaatkan digital marketing yang benar.

Pada pembahasan materi mengenai digital marketing, macam-macam media digital, jenis-jenis konten, tips membuat konten, aplikasi untuk digital marketing,

dan cara pendaftaran e-commerce. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini secara umum dapat dilakukan sesuai dengan rencana. Walaupun pada pelaksanaan masih terdapat jadwal pelaksanaan kegiatan yang tertunda sebagai akibat dari penyesuaian jadwal antara kegiatan Tim pengabdian kepada masyarakat Universitas Pamulang, masyarakat dan perangkat desa yang ada. Namun pada akhirnya pelaksanaan kegiatan ini secara umum dapat dilakukan sesuai dengan prosedur kerja yang telah ditetapkan.

Respon dari masyarakat terhadap kegiatan pemberdayaan masyarakat yang diberikan oleh Tim pengabdian masyarakat Universitas Pamulang terdapat antusiasme yang tinggi dari masyarakat dalam mengikuti kegiatan tersebut, sehingga kegiatan ini perlu dilakukan secara berkelanjutan untuk membantu masyarakat dalam meningkatkan pendapatan keluarga dengan memanfaatkan penjualan menggunakan digital marketing.



Gambar 2 Penyampaian Materi dari Dosen Prodi Akuntansi Universitas Pamulang

Selain adanya penyampaian materi, panitia PKM dari Universitas Pamulang juga turut memberikan kebutuhan pangan atau Sembako dan juga cinderamata dengan harapan bisa bermanfaat bagi para peserta PKM yang sudah mengikuti acara dari awal hingga akhir dengan baik.



Gambar 3 Pemberian Bahan Sembako dari Panitia PKM ke Peserta PKM Dapur Bandung

Hasil yang diharapkan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan adanya pelatihan memanfaatkan digital marketing dengan membuat konten atau menggunakan aplikasi digital kepada masyarakat Desa Reni Jaya Pondok Petir maka masyarakat diharapkan dapat meningkatkan kondisi ekonomi keluarga dimasa pandemi Covid-19 sehingga lebih berdaya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dari paparan yang telah disampaikan terkait pelaksanaan kegiatan PKM Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Pamulang, yang bertempat di Dapur Bandung Reni Jaya Pondok Petir,

telah mendorong suasana kebersamaan dan semangat untuk meningkatkan penjualan dimasa pandemi Covid-19 dengan memanfaatkan teknologi digital marketing dengan membuat konten konten menarik, dan penggunaan aplikasi e-commerce.

Saran

Dengan adanya pelatihan memanfaatkan digital marketing dengan membuat konten atau menggunakan aplikasi digital kepada masyarakat Desa Reni Jaya Pondok Petir ini diharapkan di masa mendatang pendapatan keluarga semakin meningkat dan kehidupan ekonomi mereka semakin sejahtera. Kegiatan ini dilaksanakan dengan metode pengarahannya, survei dan tanya jawab/dialog interaktif kepada masyarakat Desa Reni Jaya Pondok Petir Kecamatan Bojongsari Kota Depok berkaitan dengan pengembangan Soft Skill dengan pembuatan Konten Digital Marketing.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinantara, M. D., Susanto, S., Kristianto, E., Apriansyah, M., & Amirudin, A. (2022). Pelatihan Pemasaran Digital Bagi Santri Pondok Pasantren Abu Dzar Desa Sukawangi Kabupaten Bogor Paopinsi Jawa Barat. *Pro Bono Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(01).
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(2), 62–76.

- Juliana, Djakasaputra, A., Pramezwary, A., & Hutahaean, J. (2020). Marketing Strategy in Digital Era. NEM.
- Mubarok, A., Dinantara, M. D., Susanto, S., Zulfitra, Z., & Sahroni, S. (2021). Strategi Pemasaran Melalui Marketplace Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Pada Umkm Desa Pabuaran. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 534-539.
- Mustika, Puspitasari, N., Nabillah, A. D., Bahari, R., Nanda D. (2019). Penerapan Teknologi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran Snack Tiwul. *JSAI*, 2(2). <https://doi.org/10.36085/jsai.v2i2.352>.
- Narto, N., & HM, G. B. (2020). Penguatan Strategi Pemasaran Puduk di Tengah Pandemi Covid-19 untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Gresik. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 6(1), 48-54. <https://doi.org/10.30656/intech.v6i1.2195>.
- Syifa, Y. I., Wardani, M. K., Rakhmawati, S. D., Dianastiti, F. E. (2021). Pelatihan UMKM Melalui Digital Marketing Untuk Membantu Pemasaran Produk Pada Masa Covid-19. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), <http://dx.doi.org/10.31002/abdipraja.v2i1.3602>.
- Suworo, S., Sairin, S., Susanto, S., Tarwijo, T., & Fajri, C. (2022). Pelatihan Digital Marketing (Sosial Media) Untuk Meningkatkan Life Skill Santri Dan Staf Marketing Di Pesantren Al Wafi Islamic Boarding School Depok. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 59-69.