



PENGEMBANGAN KINERJA MENGGUNAKAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM SEJAHTERA LENTENG AGUNG

AUTHOR

¹)Tagor Rambey, ²)Obing Zaid Sobir, ³)Delila Rambe

ABSTRAK

Pemasaran digital merupakan kegiatan atau usaha yang dilakukan oleh tenaga pemasaran, berkaitan dengan perusahaan maupun individu dalam menjalankan pemasaran produk yang di hasilkan berupa produk barang maupun produk jasa dengan memanfaatkan teknologi informasi digital sebagai alat bantu seperti menggunakan media elektronik, maupun penggunaan media yang berbasis internet. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Sejahtera Lenteng Agung (LENTERA) adalah bagian dari pembangunan ekonomi ikut berpartisipasi dalam menciptakan peluang dan menjalankan usaha mikro kecil di wilayah kelurahan Lenteng Agung Kecamatan Jagakarsa Jakarta Selatan. Dalam Pengembangan usahanya diperlukan *Digital Marketing* untuk mendukung kinerja yang dilakukannya agar penghasilannya dapat meningkat. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan ini tujuannya adalah untuk mendukung para pelaku UMKM Sejahtera Lenteng Agung agar dapat berkembang dengan penggunaan *Digital Marketing*. Metode ini berupa bimbingan pelatihan pada para pelaku UMKM untuk membangun strategi bisnis. Hasil yang sangat diharapkan pengabdian pada kegiatan PkM ini berupa ilmu pengetahuan *Digital Marketing*, guna meningkatkan pemasaran dan penjualan yang berbasis internet dengan menggunakan media sosial.

Kata Kunci

Sosial Media, UMKM, *Digital Marketing*

AFILIASI

Prodi, Fakultas

Nama Institusi

Alamat Institusi

^{1,3}) Manajemen, Fakultas Ekonomi

²)Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

¹⁻³)Institut Bisnis dan Informatika (IBI) Kosgoro 1957

¹⁻³)Jl. M. Kahfi II No. 33, Jagakarsa, Jakarta Selatan, DKI Jakarta

KORESPONDENSI

Author

Email

Tagor Rambey

tagorrambey@gmail.com

LICENSE



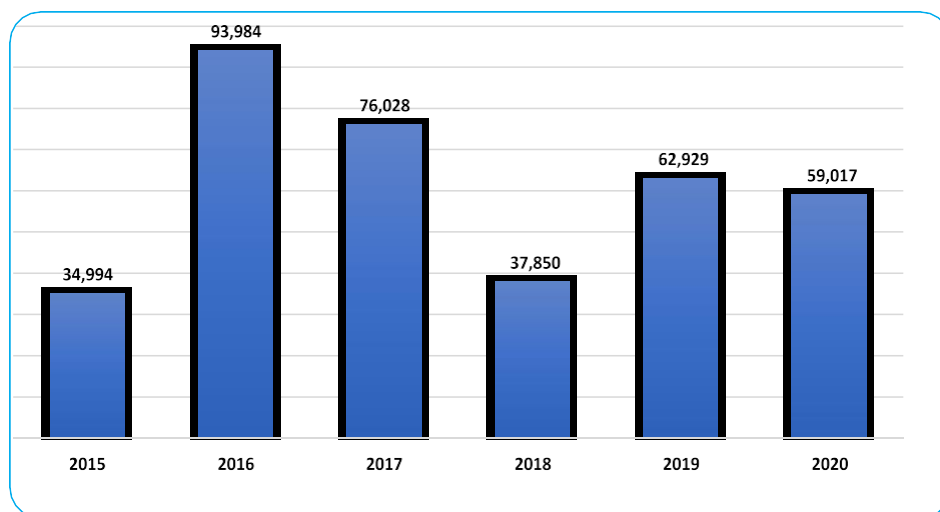
This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

PENDAHULUAN

Digital Marketing merupakan kegiatan atau usaha yang dilakukan oleh tenaga pemasaran, berkaitan dengan perusahaan maupun individu dalam menjalankan pemasaran produk yang di hasilkan berupa produk barang maupun produk jasa dengan memanfaatkan teknologi informasi digital sebagai alat bantu seperti menggunakan media elektronik, maupun penggunaan media yang berbasis internet.

Era globalisasi dan informasi telah mendorong perubahan struktur sosial ekonomi di masyarakat. Kebijakan ekonomi yang sebelumnya berpusat pada sektor prioritas yaitu industri skala besar, kini mulai mengarah menjadi inklusif dengan melibatkan semua sektor untuk berkembang, tak terkecuali usaha industri mikro dan kecil (IMK). Pengembangan usaha industri pengolahan skala IMK dipandang sebagai suatu yang penting mengingat industri skala kecil menjadi salah satu prioritas pembangunan industri jangka panjang sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan inklusifitas ekonomi. Penggunaan internet yang semakin luas, pengetahuan yang semakin bertambah dan dukungan pemerintah terhadap usaha kecil menengah, membuat ruang untuk berkembang bagi IMK menjadi semakin terbuka lebar (BPS DKI Jakarta 2020)

Hasil Survei IMK tahun 2020 mencatat jumlah usaha/perusahaan industri mikro dan kecil (IMK) di DKI Jakarta sebanyak 59.017 usaha/perusahaan. Jumlah ini mengalami penurunan 6,22 persen jika dibandingkan dengan jumlah IMK tahun 2019 yang sebanyak 62.929 usaha/ perusahaan. Perkembangan jumlah IMK selama kurun waktu tahun 2015 sampai 2020 menunjukkan jumlah IMK terbanyak tercatat ada di tahun 2016 (94.549 usaha/perusahaan) dan terendah pada tahun 2015 (34.994 usaha/perusahaan). Pertumbuhan usaha/perusahaan IMK yang berfluktuatif ini disebabkan karakteristik IMK yang fleksibel; mudah ditekuni oleh siapa pun tanpa melihat gender dan tingkat Pendidikan (*entry barrier*); dan kemudahan untuk bersinergi dan bahkan berpindah.



Gambar 1. Jumlah Industri Mikro Kecil di DKI Jakarta (Unit), 2015-2020

Kemajuan teknologi informasi menyebabkan perubahan iklim bisnis yang sangat drastis. Penerapan teknologi merupakan upaya untuk memberi jalan kemudahan dan mengurangi waktu yang digunakan dalam operasional bisnis. Teknologi Informasi dan komunikasi yang merupakan media pendukung bisnis yang terdiri dari *hardware* dan *software* membutuhkan kecakapan penggunaanya dalam pemanfaatan media tersebut. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang merupakan komponen ekonomi saat ini turut andil dalam membangun perekonomian melalui kegiatan ekonomi produktif melalui penggunaan teknologi yang ada. (Filda: Bimbingan Teknis Strategi Pengembangan Social Media Marketing Pada UMKM di Wilayah Jagakarsa Jakarta Selatan). Penulis melakukan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) diharapkan dapat meningkatkan kemampuan

usaha anggota UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Sejahtera Lenteng Agung (LENTERA) di wilayah Lenteng Agung Kecamatan Jagakarsa, Jakarta Selatan.

Dalam perkembangannya saat ini internet tidak hanya berfungsi sebagai penghubung antara satu orang dengan orang lain, dengan menggunakan perangkat atau *gadget*, tetapi dapat juga dimanfaatkan dapat terhubung dan menembus dalam jangkauan yang sangat luas. Pemasaran digital yang di desain sedemikian rupa oleh para *software engineering* masing-masing *platform* penyedia layanan pemasaran digital dapat dimanfaatkan oleh para penjual dan pembeli untuk saling berinteraksi dan berinteraktif. artinya manfaat pemasaran digital dapat memudahkan pelaku usaha atau tenaga pemasar dalam memantau perkembangan penjualan produk yang dipasarkan dan juga dapat mengontrol serta mengevaluasi setiap kebutuhan maupun keinginan dari konsumen terkait jenis produk tertentu, manfaat pemasaran digital bagi para konsumen atau pembeli ialah dapat melihat info mengenai detail produk yang ditawarkan melalui media *website* atau aplikasi, hingga dapat memudahkan pembeli untuk mencari produk yang diperlukan.

Pelaku usaha yang tergabung dalam kelompok UMKM Lentera Lenteng agung kecamatan Jagakarsa memiliki usaha yang beragam, berhubungan dengan makanan, minuman, dan usaha ecoprint yaitu pakaian/busana dengan menggunakan daun-daun sebagai bahannya. Berdasarkan peta analisis kualitatif kecamatan Jagakarsa ini memiliki padat penduduk yang signifikan sehingga memiliki potensi dari aspek sosial ekonomi. Hal ini menjadi penting untuk memberikan solusi bagi pelaku usaha untuk melakukan kegiatan bisnisnya, dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan pasar yang ada di wilayah Lenteng Agung kecamatan Jagakarsa ini. Untuk itu di perlukan teknologi untuk membantu pemasarannya, dengan menggunakan digital marketing sebagai solusi agar maju dan berkembang. Pengabdian melihat kurangnya minat dari pelaku usaha ini menggunakan digital marketing, dan masih terdapatnya keengganan dalam menggunakannya serta masih sulit menggunakan aplikasi digital marketing, hal ini menjadi hambatan untuk segi pemasaran dan penjualannya. Dengan survei awal yang dilakukan ini kemudian Pengabdian dari Dosen Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957 melakukan Pengabdian kepada Masyarakat yang tergabung dalam UMKM Lentera Lenteng Agung guna mewujudkan cita-cita pelaku usaha ini agar berkembang. Dengan memberikan pelatihan digital marketing sebagai alat untuk melakukan penjualannya.

METODE PELAKSANAAN

Tahapan-tahapan metode yang dilakukan pada kegiatan ini antara lain:

1. Survei, Interview dan Diskusi Serta Melakukan Analisis Situasi
Pada tahapan ini adalah tahap dimulainya kegiatan yaitu anggota tim melakukan analisa sesuai dengan fakta yang ada pada pelaku usaha UMKM Lentera dan data akurat, terkait dengan usaha dari masing-masing anggota UMKM ini, dan kebutuhan yang diinginkan serta hambatan yang di hadapinya.
2. Skala Prioritas Masalah
Hasil dari survei, observasi, dan analisis yang dilaksanakan oleh kelompok PkM yang tergabung dari dosen prodi manajemen, prodi administrasi bisnis, serta mahasiswa terhadap pelaku UMKM Lentera Lenteng Agung Kecamatan Jagakarsa perlu di berikan skala prioritas terhadap hambatan yang dihadapi, dan memberikan solusi terhadap pengembangan usaha kedepannya, agar dapat maju dan berkembang.
3. Tahapan Untuk Solusi
Pada tahap ini adalah pengabdian PkM IBI-K57 menentukan keputusan untuk memberikan solusi terhadap pelaku usaha UMKM yang tergabung dalam kelompok UMKM Lentera Lenteng Agung berdasarkan hasil dari survei, interview, observasi maupun analisis lapangan, kemudian melakukan diskusi antara Pengabdian dosen IBI-



K57 dengan Pelaku usaha UMKM Lentera Lenteng Agung untuk mendapatkan solusi dari pengembangan usahanya dengan menggunakan digital marketing.

4. Langkah Kegiatan

Pengabdian yang tergabung dari dosen manajemen, administrasi Bisnis dan mahasiswa IBI-K57 ini melakukan survei, observasi, wawancara, dilanjutkan dengan diskusi dengan pelaku usaha UMKM Lentera Lenteng Agung Kecamatan Jagakarsa. Sehingga dapat merencanakan dan menghasilkan langkah kegiatan yang di buat oleh tim PKM, yaitu dengan memberikan pelatihan digital marketing sebagai alat untuk melakukan penjualan dan pengembangan usaha agar menjadi maju dan berkembang. Adapun pelaksanaan pelatihan secara teknis adalah sebagai berikut:

Bagian 1. Memperkenalkan Peralatan Untuk Penjualan Produk dengan *Digital Marketing*

- Menjelaskan fungsi alat yang digunakan untuk membuat *Digital Marketing*
- Menjelaskan pemakaian alat *Digital Marketing* untuk usaha

Bagian 2. Pengenalan Teknis Persiapan dan Kriteria Digital Marketing Untuk Usaha

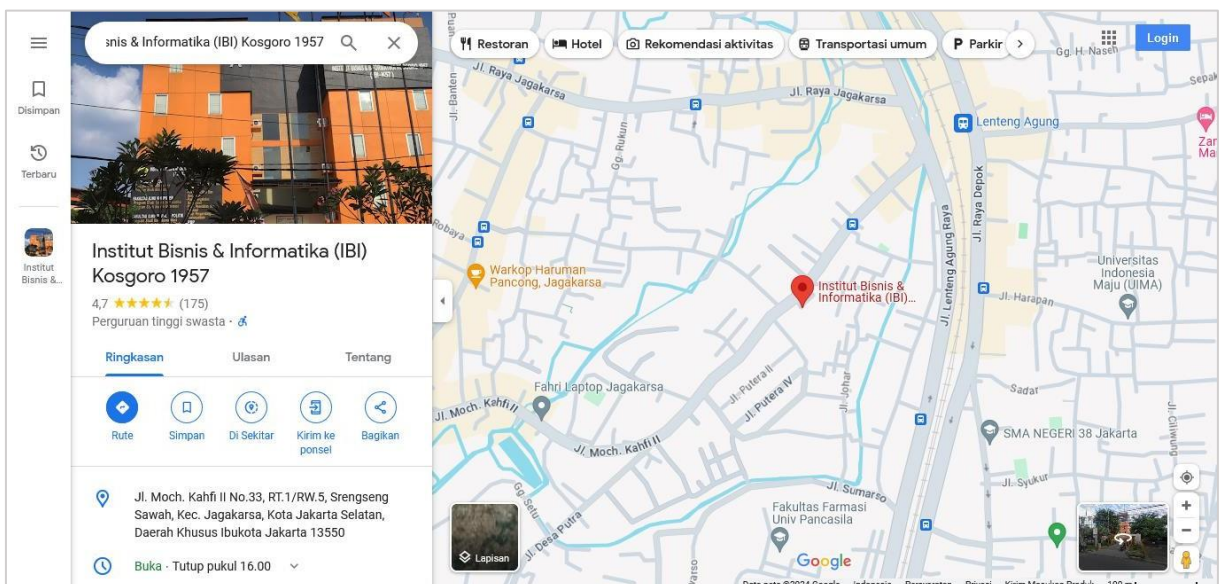
- Memahami pemanfaatan alat dan platform digital untuk digital marketing usaha
- Praktis pembuatan digital marketing untuk usaha

5. Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Pelaksanaan PkM ini tersusun dan terjadwal berdasarkan waktu yang telah disepakati antara Pengabdian PkM dosen, mahasiswa IBI-K57 dengan UMKM Lentera Lenteng Agung

6. Lokasi Kegiatan

Lokasi kegiatan UMKM Lentera Lenteng Agung di kampus Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957 Jakarta Selatan sebagai Tempat Pengabdian kepada Masyarakat



Gambar 2. Peta IBI-K57 Sebagai Lokasi Pengabdian kepada Masyarakat (PkM)

Jarak Target objek tersebut diperkirakan 3-4 km. Pelaksanaan PkM dilaksanakan secara tatap muka (Luring), hal ini dilakukan agar pelaksanaan PkM dapat dipahami dengan baik, kemudian sesi tanya jawab secara langsung agar pelatihan yang di sampaikan dapat tersampaikan.



HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah memiliki manfaat yang dapat di jelaskan antara lain:

1. Memberikan ilmu pengetahuan dan pemahaman usaha bisnis UMKM yang di dukung teknologi digital marketing untuk menjual produk agar maju dan berkembang.
2. Dukungan digital marketing sebagai alat penjualan yang dilakukan oleh UMKM Lentera Lenteng Agung sebagai langkah kegiatan usaha terhadap kemajuan teknologi.
3. Membangun kemampuan pelaku usaha UMKM Lentera Lenteng Agung dengan memanfaatkan teknologi digital marketing yang ada di media sosial sebagai terobosan untuk mendukung kemajuan usaha.
4. Mewujudkan usaha yang inovatif, kreatif, dan memberikan solusi terhadap hambatan yang terjadi untuk dapat mengembangkan usaha menjadi lebih baik dan berkembang.



Gambar 3. Foto Bersama Pelaksana Dosen IBI-K57 Pelaksana PkM Bersama UMKM Lentera Lenteng Agung



Gambar 4. Pelatihan Digital Marketing

PENUTUP

Pelaksanaan kegiatan PkM menggunakan metode survei, wawancara, observasi dan diskusi pada pelaku usaha UMKM Lentera Lenteng Agung dengan pelatihan *Digital Marketing* untuk menjalankan usahanya agar maju dan berkembang, sehingga dari pelatihan ini memiliki dampak dan manfaat yaitu: Bagi UMKM akan berdampak pada terbukanya wawasan pengetahuan dan ide gagasan dalam pemanfaatan *media social marketing* khususnya yang bertema vlog untuk bisnis.



1. Bagi UMKM Lenteng Agung memiliki dampak kemampuan pelaku usaha dalam melihat perkembangan kebutuhan konsumen, mampu merencanakan kebutuhan konsumen, memprediksi masalah yang akan muncul, serta mampu mengembangkan usaha melalui *digital marketing*, untuk memperluas jaringan usahanya.
2. Pelatihan *Digital Marketing* adalah hal yang masih belum terbiasa bagi pelaku usaha UMKM Lenteng Agung, sehingga perlu diberikan pemahaman yang mendalam terhadap teknologi yang akan memberikan kontribusi terhadap penjualan produk pelaku usaha yang tergabung dalam UMKM Lenteng Agung ini.
3. Digital Marketing sebagai alat untuk membantu kelompok usaha UMKM Lenteng Agung untuk mewujudkan cita-citanya, agar maju dan berkembang.
4. Dengan Pelatihan Digital Marketing, dapat memperluas jaringan usahanya tidak hanya memenuhi kebutuhan Lenteng Agung saja, tetapi dapat memperluas ke wilayah yang lainnya di provinsi DKI Jakarta.
5. Pengabdian yang terdiri dari dosen Prodi Manajemen dan Administrasi Bisnis dan mahasiswa IBI-K57 melakukan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini adalah sebagai wujud Tridharma Perguruan Tinggi.
6. Perlu di adakan monitoring kedepannya, dan terus melakukan pendampingan agar manfaatnya dapat di rasakan oleh kelompok usaha UMKM Lenteng Agung ini.

REFERENSI

Badan Pusat Statistik DKI Jakarta (2020)

Sudirman, A. (Acai), Alaydrus, S. (Syafika), Rosmayati, S. (Siti), Syamsuriansyah, S. (Syamsuriansyah), Nugroho, L. (Lucky), Arifudin, O. (Opan), ... Rijal, K. (Khairul). (2020). Perilaku Konsumen Dan Perkembangannya Di Era Digital. Widina Bhakti Persada Bandung. Retrieved from www.penerbitwidina.com/Indonesia, A. (Asosiasi P. I. (2016). *Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia*.

Firmansyah, Boy. 2020. Pengembangan Strategi UMKM Berbasis Digital Untuk Membangun Mental Technopreneur, Jakarta: Prisani Cendekia.

Agung, Andreas. 2021 . The Fundamental of Digital Marketing. Jakarta: Elex Media Komputindo

Filda Angelia 2022. Bimbingan Tekhnis Pengembangan Strategi Social Media Marketing Pada UMKM Di Daerah Jagakarsa Jakarta Selatan.

(Purwana, Rahmi. 2017). Pemasaran digital

(Sathya, 2017). Pemasaran digital

