

Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia  
Volume 2, Nomor 4, July 2023, Halaman 318-322  
ISSN: 2986-7002  
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8185630>

## Pendampingan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Bawang Goreng Murni

Wildan Jovian Wahyu Tyas Saputra<sup>1</sup>, R. Yuniadi Rusdianto<sup>2</sup>

<sup>1-2</sup> Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Gn. Anyar, Kota Surabaya, Jawa Timur

Email: [20042010138@student.upnjatim.ac.id](mailto:20042010138@student.upnjatim.ac.id)<sup>1</sup>, [ryrusdianto@gmail.com](mailto:ryrusdianto@gmail.com)<sup>2</sup>

### Abstract

*Pure fried onion MSMEs are one of the businesses located in Tanjungsari Village, Sukorejo District, Blitar City. This MSME is engaged in food made from shallots. The difficulty of understanding how to use digital marketing causes Bawang Goreng Murni business to be limited to only doing word-of-mouth marketing. Therefore, there is a need for socialization and assistance regarding digital marketing and the benefits of this type of marketing for Pure Fried Onion MSMEs. The methods carried out in conducting this assistance are surveys, questionnaires, socialization, FGD, and direct practice to Pure Fried Onion MSMEs. The results of the research of Pure Fried Onion MSMEs can understand the importance of digital marketing. These MSMEs can also understand how to use digital marketing platforms that can be used to do marketing. Mentoring activities carried out for Pure Fried Onion MSMEs are expected to increase sales quantity and competitive ability in today's digital era.*

**Keywords :** MSMEs, Digital Marketing, Assistance

### Abstrak

UMKM Bawang goreng murni merupakan salah satu usaha yang berada di Kelurahan Tanjungsari, Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar. UMKM ini bergerak dibidang makanan yang berbahan dasar bawang merah. Sulitnya memahami cara menggunakan digital marketing menyebabkan usaha Bawang Goreng Murni terbatas hanya melakukan pemasaran dari mulut ke mulut. Oleh karena itu diperlukan adanya sosialisasi dan pendampingan mengenai digital marketing dan manfaat dari pemasaran jenis ini untuk UMKM Bawang Goreng Murni. Cara yang dilakukan dalam melakukan pendampingan ini adalah survey, kuisioner, sosialisasi, FGD, dan praktek langsung kepada UMKM Bawang Goreng Murni. Hasil dari penelitian UMKM Bawang Goreng Murni dapat memahami pentingnya digital marketing. UMKM ini juga dapat memahami cara menggunakan platform-platform digital marketing yang bisa digunakan untuk melakukan pemasaran. Kegiatan pendampingan yang dilakukan terhadap UMKM Bawang Goreng Murni diharapkan dapat meningkatkan kuantitas penjualan dan kemampuan bersaing di era digital saat ini.

**Kata Kunci :** UMKM, Digital Marketing, Pendampingan

### PENDAHULUAN

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Meskipun terkesan kecil, nyatanya UMKM memiliki dampak yang besar bagi perekonomian suatu negara. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia seperti dikutip Kompas, UMKM menyerap 89,2 persen dari total tenaga kerja di Indonesia pada 2016. Angka yang besar, bukan? Hal ini dapat dilihat sebagai peluang yang menarik bagi ekonomi suatu negara. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang besar dalam bidang industri dan ekonomi suatu negara. Dari pagi hingga malam, bisa saja kita bertemu dengan para pegiat UMKM. Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM menyebutkan bahwa UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan

pendapatan tertentu.

Dikutip dari Katadata, UMKM adalah pendorong kebangkitan ekonomi negara setelah beberapa kali mengalami krisis. Sebagai contoh, pada krisis moneter 1998 dan krisis keuangan pada 2008, UMKM-lah yang menjadi salah satu faktor terbesar kebangkitan ekonomi Indonesia. Dikutip dari GoUKM, Indonesia sendiri sangat bergantung pada sektor UMKM. Lapangan kerja yang tercipta di Indonesia mayoritas terbuka berkat adanya UMKM. Kebanyakan usaha kecil ini berkulat di sektor perdagangan, pangan, olahan pangan, tekstil dan garmen, kayu dan produk kayu, serta produksi mineral non-logam. Ada beberapa asas yang harus dimiliki UMKM, antara lain kekeluargaan, demokrasi ekonomi, kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, keseimbangan kemajuan, dan kesatuan ekonomi nasional

Sebutan marketing berasal dari kata market yang artinya pasar. Pasar dapat diartikan sebagai suatu tempat di mana terjadi kontrak antara penawaran dan permintaan yang dapat terjadi di mana saja, dan kapan saja serta tidak dibatasi oleh waktu. Menurut Philip Kotler (2000) menyatakan bahwa definisi pemasaran ada dua, yaitu definisi sosial dan manajerial. Definisi sosial (pemasaran) adalah sebagai proses sosial dan manajerial didalamnya individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain.

Definisi konsep pemasaran menurut William J. Stanton (2009 : 181) adalah sebagai berikut Konsep pemasaran adalah suatu falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsep merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Konsep pemasaran berpendapat bahwa kunci untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan penyerahan produk yang memuaskan secara lebih efektif dan lebih efisien dibandingkan dengan para pesaing.

## **METODE KEGIATAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan program KKN-T MBKM Universitas Pembangunan Negeri ‘Veteran’ Jawa Timur tahun ajar 2023 di mana dalam program ini terdapat kegiatan sosialisasi dan pendampingan dalam peningkatan strategi pemasaran melalui digital marketing. Dalam kegiatan KKN-T ini melibatkan 10 mahasiswa/mahasiswi dan 1 dosen pembimbing dari Universitas Pembangunan Negeri ‘Veteran’ Jawa Timur, serta terdapat sepuluh mitra yang mengikuti sosialisasi dan satu mitra yang berfokus pada pendampingan digital marketing yaitu UMKM Bawang Goreng Murni.

Pelaksanaan kegiatan ini berlangsung dari 16 Maret 2023 hingga 26 Juni 2023, berlokasi di Kelurahan Tanjungsari, Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar. Lokasi kegiatan juga bertempat pada lokasi UMKM Bawang Goreng Murni yaitu beralamat di Jl Asahan Gg. 10 No. 21 RT 04/01 Tanjungsari, Kelurahan Tanjungsari, Kec. Sukorejo, Kota Blitar. Terdapat dua bagian inti dalam pelaksanaan program ini yaitu, bagian pertama merupakan sosialisasi dimana dalam pelaksanaan sosialisasi menjelaskan teori strategi pemasaran, digital marketing serta pentingnya pemasaran digital pada era digital saat ini. Pada bagian kedua merupakan pendampingan pembuatan digital marketing dimana nantinya Kelompok 41 akan mendampingi UMKM mengenai bagaimana cara membuat akun serta sistem operasional dalam pengaplikasian digital marketing. Terdapat beberapa tahapan dalam melangsungkan kegiatan ini:

- 1) Melakukan koordinasi dan juga memberitahu tentang pentingnya digital marketing
- 2) melakukan sosialisasi digital marketing terhadap umkm
- 3) pendampingan pembuatan platform digital marketing

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Melakukan Koordinasi Dan Juga Memberitahu Tentang Pentingnya Digital Marketing

Hal pertama yang dilakukan adalah mendatangi tempat usaha Bawang Goreng Murni untuk melakukan koordinasi dan memberi penjelasan secara detail tentang pentingnya digital marketing di era yang sekarang ini. Dilanjutkan dengan memberi gambaran langkah-langkah yang akan dilakukan untuk tahap selanjutnya.



Gambar 1. Koordinasi dengan UMKM Bawang Goreng Murni

Setelah menjelaskan kepada UMKM Bawang Goreng murni, beliau sangat terbuka untuk dibantu pembuatan dan pendampingan digital marketing, karena pemilik usaha juga mengatakan bahwa kurang memahami apa itu pemasaran online. Usia lanjut menjadi alasan dari pemilik usaha bawang goreng tersebut kesulitan mengikuti era globalisasi.

### Melakukan Sosialisasi Digital Marketing Terhadap UMKM

Setelah mengidentifikasi masalah, tindakan diambil untuk mencapai tujuan dan sasaran kegiatan adalah mendekati organisasi yang tepat, seperti anggota masyarakat melalui penyuluhan dan sosialisasi yang baik sebagai hasil survei dan diskusi mengenai manajemen terutama dari perspektif pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia yang terlibat dalam upaya untuk meningkatkan penjualan produk bawang goreng melalui pemasaran digital pada UMKM Bawang Goreng Murni.

Selanjutnya dilakukan sosialisasi mengenai Digital Marketing. Digital Marketing merupakan sebuah kegiatan pemasaran atau biasa juga disebut dengan promosi sebuah produk yang dilakukan dengan memanfaatkan media digital atau internet, kegiatan pemasaran digital ini memiliki tujuan untuk meningkatkan jumlah penjualan sebuah produk.

Tahap terakhir dalam program KKN-T ini merupakan tahap evaluasi program. Setelah dilakukannya sosialisasi pemaparan materi dan pendampingan digital marketing kepada mitra UMKM Bawang Goreng Murni maka Kelompok 41 akan melakukan evaluasi dari pelaksanaan program yang dijalankan. Apabila Bawang Goreng Murni mampu mencapai kompetensi yang telah diberikan serta menngoperasikan setiap tahapan yang telah diberikan, dapat disimpulkan mitra mampu bahkan berhasil dalam menguasai digital marketing.



Gambar 2. Sosialisasi Digital Marketing

Hasil yang diharapkan setelah sosialisasi ini adalah UMKM bawang goreng murni dapat lebih memahami manfaat dari digital marketing untuk meningkatkan penjualan produk.

### **Pendampingan Pembuatan Platform Digital Marketing**

Tahap ketiga yaitu melakukan praktek langsung dengan cara melakukan pendampingan pembuatan platform digital marketing website, shopee, dan Instagram. Ketiga platform tersebut memiliki manfaat masing-masing bagi UMKM Bawang Goreng Murni.

Website adalah serangkaian halaman web berisi informasi yang terhubung satu sama lain dan diakses melalui internet. Pada era digital saat ini, website telah menjadi salah satu elemen penting di dalam kehidupan manusia. Bagi pengunjung, website memberikan akses yang mudah dan cepat untuk mencari informasi, membeli produk, atau mendapat pengalaman baru. Sedangkan bagi pelaku bisnis, website dapat meningkatkan branding perusahaan serta memfasilitasi penjualan produk secara online.

Pengguna Instagram yang terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun tentu menjadi peluang baru dalam berbisnis online. Penggunaan Facebook Ads yang juga terintegrasi dengan Instagram menjadi strategi baru para Internet Marketer dalam menjual produk secara cepat dan efisien. Jangan kaget ketika melihat iklan di Instagram yang sesuai dengan apa yang Anda sukai dan apa yang sedang diminati. Instagram memanfaatkan semua data pengguna, mulai dari yang konten yang dilihat dan sukai, hingga lokasi yang pernah dikunjungi. Semua penargetan bisa sangat tepat dan mampu memikat pengguna untuk melihat iklan sehingga tertarik untuk membeli.

Shopee adalah sebuah aplikasi yang bergerak dibidang jual beli secara online dan dapat diakses secara mudah dengan menggunakan smartphone. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi yang memudahkan penggunaanya dalam melakukan kegiatan berbelanja secara online tanpa harus ribet menggunakan perangkat komputer. Namun cukup menggunakan smartphone anda, Shopee akan menawarkan berbagai macam produk-produk fashion hingga produk untuk kebutuhan sehari-hari.



Gambar 3. Website Dan Akun Shopee Bawang Goreng Murni

Setelah pembuatan platform pemasaran online diharapkan kuantitas penjualan bawang goreng murni semakin meningkat dan produk-produknya semakin dikenal luas. Dengan adanya platform ini konsumen tidak hanya datang dari lingkungan sekitar melainkan dari berbagai penjuru di Indonesia.

### **KESIMPULAN**

Pelaksanaan digital marketing terhadap usaha Bawang goreng murni bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan pemasaran yang dihadapi oleh pelaku usaha. Akses teknologi yang tidak terbatas perlu dimaksimalkan melalui penggunaan digital marketing seperti gmail

untuk bisnis beserta program lainnya dalam meningkatkan usaha pemasaran seperti melalui aplikasi market place yang juga menjadi sarana lapak berjualan secara online. Selain itu, mediasosial juga bisa digunakan sebagai media pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Berdasarkan kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan pada UMKM Bawang Goreng Murni dapat disimpulkan bahwa kegiatan terkait pemasaran digital yang telah dilaksanakan memberikan beberapa manfaat bagi UMKM. Melalui sosialisasi terkait digital marketing, UMKM menjadi tau tentang pentingnya memperluas pemasaran melalui media digital. Selain itu, UMKM juga menjadi tau platform apa saja yang bisa dimanfaatkan untuk media pemasaran seperti melalui website dan media sosial Shopee. Selain itu, kegiatan pendampingan yang dilakukan kepada UMKM juga memberikan manfaat. Melalui pendampingan secara langsung mengenai pembuatan website dan pembuatan akun Shopee, UMKM dapat mengetahui bagaimana cara menggunakan media-media tersebut, sehingga kedepannya website dan akun Shopee tersebut dapat dimanfaatkan dan dijalankan secara mandiri oleh pemilik UMKM tanpa perlu didampingi lagi. Melalui pembuatan website dan akun Shopee ini, UMKM Bawang Goreng Murni dapat diketahui dan dijangkau oleh masyarakat luas. Pasar dari usaha ini yang tadinya masih terbatas, kini bisa menjadi lebih luas ke seluruh Indonesia. Pemasaran digital ini diharapkan dapat meningkatkan keberlangsungan dan kemampuan bersaing UMKM Bawang Goreng Murni.

### Referensi

- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. T. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing science*, 48(1), 79-95.
- Septarina, L., Hakim, L., Febriani, O. M., & Azim, F. (2023). Pelatihan Pembuatan Website untuk Pemasaran Produk UMKM Desa Ceringin Asri. *NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(2), 150-153.
- "Niagahoster Blog - Tutorial Website, Bisnis Online, dan Blog". Retrive from: <https://www.niagahoster.co.id/blog/>
- Wibowo, D. H., & Zainul Arifin, S. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1).
- Nabila Adelia, Riska Retno Vitasari, Nurul Azmy, Raihan Izzul Bassam Romadhoni, Dewi Puspa Arum. "Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Kepanjenlor Kota Blitar." *JIPM : Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 2023: 19-23.
- Brittany Ryder, Tingting Zhang, Nan Hua. "The Social Media "Magic": Virtually Engaging Visitors during COVID-19 Temporary Closures." *administrative sciences*, 2021: 1-15.