



PENERAPAN DIGITAL MARKETING UNTUK PENGEMBANGAN UMKM DI DESA SETRO

Lutfy Richma Meylia¹, Kemal Maqda Faransyah², Ulfa Nurfa Nugrain^{3*},
Ananda Trisnaning Widodo⁴, Wahyu Wulan Sari⁵, Nur Khayati⁶, Devia Savitri⁷,
Eka Mey Pratiwi, Vega Famiartha Miarsyah Ali⁹, Arif Mahya Fanny¹⁰

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10}Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Surabaya, Indonesia

Email: ulfaily76@gmail.com

Informasi Artikel

Abstrak

Kata kunci:

Digital Marketing
UMKM, KKN Desa
Setro.

Diterima: 11-01-2022
Disetujui: 23-01-2022
Dipublikasikan: 27-
01-2022

Pandemi covid-19 ini telah merubah segala bentuk kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat, banyaknya orang yang mengalami pemutusan hubungan kerja (PHK) menyebabkan banyaknya pengangguran. Banyak ditemui pedagang-pedagang kecil yang umumnya adalah pedagang makanan yang dijual dirumah-rumah. Banyaknya UMKM yang berkembang di desa ini yang masih menerapkan penjualan konvensional namun penjualan yang terlaksana juga cukup berkembang atau juga yang belum berkembang. Dan hasil kegiatan ini tujuannya agar pemilik usaha mampu mengoperasikan aplikasi tersebut secara benar agar masyarakat mendapatkan keuntungan dari hal baru yang didapatkan sekaligus menambah pengetahuan mengenai *digital marketing*.

Abstact

The Covid-19 pandemic has changed all forms of activities carried out by the community, the number of people who have experienced layoffs (PHK) has caused a lot of unemployment. There are many small traders who are generally food vendors who are sold at home. The number of MSMEs that have developed in this village are still implementing conventional sales, but the sales that have been carried out are also quite developed or those that have not yet developed. And the results of this activity are intended so that business owners are able to operate the application correctly so that people can benefit from the new things they get while increasing knowledge about digital marketing.

PENDAHULUAN

Masa pandemic menjadikan masalah stabilitas keluarga menjadi goyah hal ini disebabkan dampak covid-19 adalah kehilangan pekerjaan bagi kepala keluarga (Nabila dkk, 2021). Pandemi covid-19 ini telah merubah segala bentuk kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat, banyaknya orang yang mengalami pemutusan hubungan kerja (PHK) menyebabkan banyaknya pengangguran. Penyebab PHK ini adalah lemahnya permintaan pasar suatu perusahaan karena kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (Nabila dkk, 2021). Sehingga banyaknya pelaku bisnis dadakan ketika masa pandemic seperti ini, ini adalah hal yang semestinya baik namun kurangnya pemahaman akan bisnis yang sedang berkembang saat ini membuat bisnis yang dijalankan hanya bergulat di sekitar daerahnya. Untuk itu pentingnya masyarakat memahami mengenai *digital marketing* di masa pandemic seperti ini.

Digital Marketing menurut (redtreeasia.com) adalah suatu usaha untuk melakukan pemasaran sebuah *brand* atau produk dalam dunia digital atau internet. Tujuannya ialah untuk menjangkau konsumen maupun calon konsumen secara cepat dan tepat waktu. *Digital marketing* adalah sebuah cara untuk mempromosikan *brand* melalui media internet dapat melalui iklan internet, facebook, youtube, dan lain sebagainya (Warmayana,2018).

Digital marketing merupakan suatu cara yang banyak digunakan oleh seseorang untuk mempertahankan dan meningkatkan konsumen dan *market share* di jaman serba teknologi saat ini. Terdapat banyak platform yang bisa digunakan saat ini yang paling sering ditemui adalah *e-commers* seperti, shoppe, tokopedia, blibli, go-jek, grab dan lain sebagainya.

Desa setro adalah desa yang teletak di kecamatan menganti kabupaten gresik. Di desa ini banyak ditemui pedagang-pedagang kecil yang umumnya adalah pedagang makanan yang dijual dirumah-rumah. Banyaknya UMKM yang berkembang di desa ini yang masih menerapkan penjualan konvensional namun penjualan yang terlaksana juga cukup berkembang atau juga yang belum berkembang. Desa setro ini juga dikatakan desa yang straregis karena terletak di kecamatan menganti sekaligus berbatasan dengan kota Surabaya. Masyarakat sekarang pada umumnya membeli apapun sering menggunakan aplikasi online yang lebih spesifik adalah makanan. Sering kali membeli makanan menggunakan

aplikasi meskipun jarak terhitung cukup dekat, untuk itu ini yang menjadi permasalahan pedagang-pedagang konvensional ini memperkenalkan usaha pada konsumen barunya.

Berdasarkan permasalahan di atas, Tim KKN Tematik Universitas PGRI Adi Buana Surabaya memberikan solusi untuk mengatasi permasalahan penjualan di desa setro dengan membantu UMKM yang ada di desa setro khususnya pedagang makanan untuk membantu mendaftarkan usahanya di E-Commers go-food dengan melakukan sosialisasi dan pendampingan secara langsung agar penjualan usaha tersebut lebih meningkat sekaligus memperluas *market share* dari pedagang tersebut dan menambah pengetahuan masyarakat mengenai *digital marketing*.

METODE

Kegiatan pelatihan digital marketing untuk mengembangkan desa Setro yang dilakukan di Balai Desa Setro, Kecamatan Menganti. Pelaksanaan dilakukan oleh kegiatan KKN pada Senin, 27 Desember 2021. Sasaran dalam kegiatan ini yaitu warga Desa Setro RT.01 - RT 08 yang memiliki usaha makanan untuk dijual. Prosedur kegiatan:

1. Penyusunan rencana dengan cara diskusi dengan team KKN untuk melakukan kegiatan pelatihan digital marketing
2. Pengenalan dan penyampaian materi digital marketing (Gojek maupun Shopee)
3. Bimbingan untuk warga yang minat bergabung untuk mendownload kemudian login aplikasi dan daftar salah satu digital marketing.
4. Kemudian setelah login untuk penempatan titik rumah warga dilakukan dirumah yang didampingi oleh mahasiswa. Jadi mahasiswa dibagi untuk menyebar membantu warga untuk memasukkan syarat-syarat pendaftaran, menentukan titik rumah, memasukkan foto menu makanan, menentukan harga, dan menentukan waktu buka tutup toko/warung.
5. Menunggu verifikasi dari perusahaan digital marketing.
6. Setelah verifikasi warga dibantu mahasiswa untuk memulai operasi penjualannya bagaimana menerima pesanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Beberapa masyarakat desa Setro ini belum memahami mengenai penjualan online. Padahal penjualan online pada masa saat ini perlu dipahami oleh setiap penjual yang sedang ada di fase perkembangan agar usahanya mengalami perluasan *market share* agar usahanya dikenal oleh banyak lini masyarakat.

Kegiatan ini menghasilkan masyarakat desa yang mempunyai usaha untuk didaftarkan di go-food dan mahasiswa KKN mendampingi selama warga desa menjalankan pendaftaran di e-commers tersebut dan menambahkan menu sekaligus uji coba penerimaan pesanan di aplikasi tersebut. Dalam pelaksanaan sosialisasi yang diberikan kepada masyarakat ditujukan untuk memberikan gambaran awal mengenai penjualan online agar menarik perhatian masyarakat bahwa penjualan.



Gambar 1
Sosialisasi Mengenai Digital Marketing

Pelaksanaan dimulai dengan kegiatan sosialisasi materi pendaftaran di go-food kepada masyarakat desa yang memiliki usaha atau yang akan membuka usaha. Materi sosialisasi berupa PPT yang nantinya menjadi dasar dalam praktik penerapan e-commers.



Gambar 2
Pendampingan Pemilik Usaha



Gambar 3
Pendampingan Pemilik Usaha

Dalam hal ini mahasiswa mendampingi 8 pemilik usaha yang berminat dalam pendaftaran di aplikasi go-food mulai dari usaha jamu, nasi dan lauk, usaha camilan dan lain sebagainya. Disini mahasiswa membantu pendaftaran yang sudah berlangsung sebelumnya selama 2 hari dan setelah itu mendaftarkan menu yang akan di letakkan di aplikasi tersebut dan mendampingi dalam penerimaan pesanan yang ada di aplikasi tersebut.



Gambar 4
Pendampingan Pemilik Usaha

Dan hasil kegiatan ini tujuannya agar pemilik usaha mampu mengoperasikan aplikasi tersebut secara benar agar masyarakat mendapatkan keuntungan dari hal baru yang didapatkan sekaligus menambah pengetahuan mengenai *e-commers* dan *digital marketing*.

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan program kerja digital marketing kepada masyarakat Desa Setro menjadikan inovasi baru yang dapat menyelesaikan permasalahan pengembangan UMKM di Desa Setro. Kami dari tim KKN Tematik Universitas PGRI Adi Buana Surabaya mengadakan program kerja peran digital marketing yang menjadi solusi bagaimana cara mengelola usaha dan mengajak masyarakat khususnya yang memiliki usaha dan yang akan membuka usaha untuk mendukung program kerja kami tersebut. Program kerja yang dimaksud adalah program kerja dalam membantu usaha untuk dikembangkan dalam perluasan *market share* dengan menggunakan aplikasi go-food.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan ini kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Arif Mahya Fanny, S.H., M.Pd. Selaku Dosen Pembimbing Lapangan
2. Bapak Achmad Saiful, S.H Selaku Kepala Desa Setro
3. Masyarakat Desa Setro
4. Seluruh Teman-Teman KKN Tematik yang telah membantu pelaksanaan kegiatan ini. Yang telah memberikan dukungan financial terhadap pendampingan UMKM ini, sebagai wujud pengabdian Tim KKN Universitas PGRI Adi Buana Surabaya kepada masyarakat Desa Setro.

DAFTAR PUSTAKA

Rahhma, Nabila. dkk. 2021. *Dampak Pemutusan Hubungan Kerja di masa Pandemic Covid-19 Terhadap Ketahanan Keluarga*. Jurnal of Sahria Economic Law. P-ISSN: 2655-9021. Vol.2 No.1.

Warmayana. K. 2018. *Peranan system informasi digital berbasis website di Bali*. 3. 37-38

<https://redtreasia.com>. *Pengertian Digital Marketing*. Diakses pada 28 Januari 2022, Pada pukul 18.00 WIB