

## PEMANFAATAN PEMASARAN ONLINE UNTUK MENDUKUNG KEWIRAUSAHAAN DIGITAL DI DESA JATIMULTO

Nungky Viana Feranita

Program Studi Administrasi Bisnis, STIA Pembangunan Jember, [nungky\\_viana@yahoo.com](mailto:nungky_viana@yahoo.com)

### Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman kepada masyarakat sasaran dalam memanfaatkan pemasaran online (media sosial, *platform online*, aplikasi, dan lain-lain) karena penting bagi UMKM untuk menuju digital (*go digital*) guna semakin memperluas jangkauan pasar pelaku UMKM. Dari hasil kegiatan yang dilakukan, diketahui rata-rata pelaku UMKM Desa Jatimulyo belum mengetahui tentang pemasaran online. Selama ini mereka hanya melakukan pemasaran secara offline sehingga penjualan kurang optimal dan berjalan lambat, usaha mereka juga kurang berkembang karena pemasaran terbatas di Desa Jatimulyo dan sekitarnya. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM dapat memanfaatkan pemasaran online untuk mendukung kewirausahaan digital di Desa Jatimulyo.

**Kata Kunci:** Pemasaran Online, Kewirausahaan Digital

### Abstract

This program aims to improve understanding of the target community in utilizing online marketing (social media, online platforms, applications, etc.) because it is important for MSMEs to go digital in order to further expand the reach of the MSMEs market. From the results of the activities carried out, it is known that the average MSMEs actors in Jatimulyo Village do not know about online marketing. During this time they only do offline marketing so that sales are less optimal and run slowly, their businesses are also less developed because of limited marketing in Jatimulyo and surrounding villages. Through this activity, MSMEs actors can utilize online marketing to support digital entrepreneurship in Jatimulyo Village.

**Keywords:** Online Marketing, Technopreneurship

## PENDAHULUAN

Pada pertengahan tahun 2015, Kota Jakarta dihebohkan dengan kemunculan perusahaan teknologi yang mengoperasikan transportasi angkut sepeda motor atau ojek berbasis aplikasi. Belum lama ini, Asosiasi Pengusaha Peretail Indonesia (Aprindo) mengeluhkan lemahnya daya beli masyarakat yang berdampak pada gulung tikarnya beberapa toko retail berskala nasional. Munculnya platform jual beli online turut mempengaruhi turunnya penjualan peretail konvensional.

Kedua contoh tersebut adalah contoh pengaruh dari kemajuan teknologi yang berdampak pada pola kehidupan masyarakat secara sosial dan ekonomi. Kemajuan teknologi menawarkan kemudahan kepada masyarakat dalam melakukan beberapa aktivitas sehari-hari seperti berkomunikasi, membeli barang, memesan tiket, hingga bertransaksi hanya dengan menggunakan gawai. Hal ini dimanfaatkan tidak hanya oleh masyarakat sebagai konsumen, tetapi juga oleh penjual dan produsen untuk mentransformasi proses produksi hingga distribusi menjadi lebih digital.

Pemerintah Indonesia melihat adanya potensi ekonomi Indonesia yang bertumpu pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM menjadi penyelamat Indonesia dari inflasi dan krisis global (Afiah, 2009). Dalam lima tahun terakhir, kontribusi sektor UMKM terhadap produk domestik bruto (PDB) meningkat dari 57,84% menjadi 60,34%. Dengan kontribusi besar yang diberikan UMKM kepada negara, pemerintah pun mendorong UMKM menuju digital (go digital) guna semakin memperluas jangkauan pasar pelaku bisnis UMKM.

Data dari Bank Indonesia (2015) menunjukkan bahwa jika ditinjau dari sektor ekonomi UMKM yang memiliki proporsi unit usaha terbesar di sektor pertanian, peternakan, kehutanan dan perikanan (48,85%), diikuti oleh sektor perdagangan, hotel dan restoran (28,83%) sebagai sektor terbesar kedua dan sektor manufaktur (6,41%) sebagai sektorerbesar ketiga. Di sektor manufaktur ini, pelaku UMKM terlibat terutama dalam kegiatan manufaktur tradisional yang sederhana seperti produk kayu, termasuk furnitur, tekstil, pakaian, sepatu, dan makanan dan minuman. Hanya sebagian kecil dari total UMKM yang terlibat dalam produksi mesin, peralatan produksi, dan komponen otomotif. Struktur industri ini mencerminkan kemampuan teknologi UMKM Indonesiasaat ini yang belum kuat dalam menghasilkan produk-produk yang menggunakan teknologi canggih. Perubahan yang diperlukan untuk dapat mengimplementasikan teknologi secara penuh dalam UMKM di Indonesia tidak mudah. Munculnya teknologi baru dalam bentuk alat pemasaran online memberikan janji bagi UMKM untuk merevolusi cara di mana UMKM melaksanakan pemasaran.

Pemasaran merupakan tahap yang sangat penting dalam mengembangkan usaha. Oleh karena itu, menjadi sangat penting memberikan pemahaman kepada masyarakat sasaran mengenai cara untuk mengembangkan usaha di era digital dengan memanfaatkan pemasaran online.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Jatimulyo, Kecamatan Jenggawah, Kabupaten Jember. Sasaran kegiatan ini adalah masyarakat Desa Jatimulyo yang memiliki usaha baik usaha mikro, kecil maupun menengah. Kegiatan ini diikuti oleh pelaku UMKM di Desa Jatimulyo dengan harapan masyarakat tersebut dapat memahami mengenai cara untuk mengembangkan usaha di era digital dengan memanfaatkan pemasaran online (media sosial, platform online, aplikasi, dan lain-lain).

Kegiatan dilaksanakan dalam tiga tahapan yaitu:

### **1. Pra Kegiatan**

Dalam pra kegiatan ini nara sumber melakukan observasi untuk memperoleh gambaran mengenai kendala-kendala bagi pelaku UMKM dalam memperluas jangkauan pasar berdasarkan wawancara terhadap masyarakat sasaran. Setelah ditemukan berbagai permasalahan yang dapat dijadikan sebagai dasar pelaksanaan kegiatan ini, nara sumber melakukan koordinasi sekaligus perijinan dengan perangkat Desa Jatimulyo. Langkah selanjutnya nara sumber menyiapkan berbagai hal yang berkaitan dengan pelaksanaan kegiatannya itu berupa persiapan materi dan administrasi untuk

pelaksanaan kegiatan tersebut. Dalam kegiatan ini diperoleh kesepakatan bahwa pelaksanaan kegiatannya itu pada tanggal 22 Juli 2018.

## 2. Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan ini terbagi menjadi dua tahap yaitu pemaparan materi dan sesi tanya jawab (diskusi). Materi yang disampaikan mulai dari menyiapkan profil usaha dan produk, memanfaatkan fitur *google maps* (peta online), menggunakan fitur pengiklanan di facebook dan instagram, memenangkan persaingan ketat melalu *search engine optimizer*, membuat *website* atau *blog*, dan memanfaatkan fitur digital untuk mengembangkan usaha.

## 3. Pasca Kegiatan

Pasca kegiatan dilakukan kegiatan lanjutan berupa konsultasi atau bimbingan lanjutan bagi masyarakat sasaran yang ingin menggunakan teknologi digital dalam kegiatan pemasarannya. Selain itu, pelaksana kegiatan juga menyusun laporan kegiatan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi Pemanfaatan Pemasaran Online untuk Mendukung Kewirausahaan Digital di Desa Jatimulyo dilaksanakan hari Minggu tanggal 22 Juli 2018. Kegiatan sosialisasi dimulai sekitar pukul 13.00-16.00 WIB. Target peserta kegiatan ini adalah seluruh pelaku UMKM di Desa Jatimulyo. Antusiasme masyarakat sasaran dalam mengikuti sosialisasi ini pun cukup baik, ditandai dengan sekitar 25 peserta yang mendatangi Balai Desa Jatimulyo.

Kegiatan dimulai dengan penyampaian materi mengenai strategi pemasaran online. Dari hasil tanya jawab awal dengan peserta, rata-rata mereka belum mengetahui apa itu pemasaran online.



Gambar 1. Pemaparan Materi tentang Pemanfaatan Pemasaran Online

Banyak sekali platform di internet yang bisa dimanfaatkan untuk melakukan pemasaran. Ada beberapa hal yang dapat digunakan dalam memanfaatkan pemasaran online antara lain:

1. Menyiapkan profil usaha dan produk

Sebelum menggunakan pemasaran *online*, pelaku UMKM terlebih dahulu harus mempersiapkan profil usaha dan produk yang dimiliki. Profil usaha ini meliputi informasi seperti nama usaha, logo (bila ada), foto tempat usaha, nomor kontak/telepon usaha, daftar produk/layanan, foto produk, dan informasi lainnya yang dimiliki usaha mereka dan penting untuk diinformasikan kepada publik.

2. Memanfaatkan fitur *google maps* (peta online)

Melalui fitur *Google Maps*, dapat ditampilkan informasi-informasi penting dari usaha yang dijalankan. Beberapa informasi tersebut meliputi jenis usaha, nama tempat/usaha, titik koordinat lokasi di peta, foto tempat, foto produk/layanan, rekomendasi dan *review* di google mengenai jenis usaha, alamat, *website* (bila ada nomor kontak, jam layanan, penilaian/skor tempat usaha berdasarkan *review* pelanggan, dan testimoni dari pelanggan).

3. Menggunakan fitur pengiklanan di facebook dan instagram

Facebook menawarkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien karena target pengiklanan dapat disesuaikan dengan data yang dimiliki Facebook. Beberapa keunggulan lain dari pengiklanan Facebook adalah pelaku UMKM dapat memilih jenis pengiklanan mulai dari pengiklanan yang menargetkan popularitas usaha, menjaga pelanggan, mengajak pelanggan memberikan *review*, hingga masih banyak lagi. Pengiklanan di Facebook juga dapat diintegrasikan dengan pengiklanan di Instagram. Hal menarik lainnya adalah, pengiklanan di Facebook dapat dilakukan dengan anggaran yang terjangkau.

4. Memenangkan persaingan ketat melalui *search engine optimizer*

*Search Engine Optimizer* (SEO) adalah fitur yang disediakan mesin pencari yaitu *Google* untuk menempatkan sebuah laman/usaha berada di bagian teratas pencarian. SEO sangat efektif untuk setiap usaha yang membutuhkan ekspansi pelanggan baru. SEO ini jugasangat efektif untuk menarik pelanggan baru yang sebelumnya belum memiliki preferensi apapun.

5. Membuat *website* atau *blog*

*Website* atau *blog* dibutuhkan untuk skala usaha kecil, menengah, hingga besar. *Website* dapat menjadi laman yang memberikan informasi seluas-luasnya mengenai profil usaha, kontak, produk, testimoni, portofolio, dan informasi lainnya yang dapat dibagikan kepada calon pelanggan. *Website* memiliki keunggulan keleluasaan untuk memberikan informasi.

6. Memanfaatkan fitur digital untuk mengembangkan usaha

Fitur digital yang bisa digunakan untuk mengembangkan usaha antara lain *e-commerce*, *internet/mobile banking*, *online chatting* (WhatsApp), dan komputasi awan.

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan melalui uraian yang telah dipaparkan, kegiatan ini mendapat respon yang baik dari masyarakat sasaran yaitu pelaku UMKM Desa Jatimulyo yang antusias mengikuti kegiatan ini, begitu juga dengan Bapak Kepala Desa

Jatimulyo yang dengan senang hati membantukegiatan ini. Peserta juga proaktif dalam sesi tanya jawab (diskusi) sehingga memperlancar kegiatan pengabdian masyarakat yang telahdilakukan.



**Gambar 2. Sesi Tanya Jawab (Diskusi) dengan Peserta**

## **PENUTUP**

Berdasarkan uraian pada hasil dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pemahaman pelaku UMKM Desa Jatimulyo mengenai cara untuk mengembangkan usaha di era digital dengan memanfaatkan pemasaran online masih kurang. Oleh karena itu, perlu diadakan kegiatan sosialisasi sebagai sarana untuk memberikan gambaran bahwa penting bagi UMKM untuk menuju digital (go digital) guna semakin memperluas jangkauan pasar pelaku UMKM. Kegiatan ini mendapat respon positif dari para peserta yang ditunjukkan dengan antusiaspeserta dalam mengikuti sosialisasi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Afiah, N. N. (2009). Peran kewirausahaan dalam memperkuat UKM Indonesia menghadapi krisis finansial global. *Working Paper dalam Akuntansi dan Keuangan*. Jurusan Akuntansi. Universitas Padjadjaran.

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2018). *Strategi Kewirausahaan Digital: Sebuah Panduan untuk UMKM, Startup, dan E-Commerce*.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.