

Strategi Digital untuk Meningkatkan Penjualan UMKM di Kelurahan Jati Timur

Deni Amelia^{1*}, Fitrah Sari², Shinta Bella³

^{1,2,3} Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

Corresponding Author e-mail: deniamelia@upiypk.ac.id

Kata Kunci: UMKM; Media Sosial;
Promosi Produk; Pemasaran Digital;

Abstrak: Kegiatan PKM bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan media sosial dalam promosi produk bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Jati Baru, Padang Timur. Melalui sosialisasi dan praktek langsung, para peserta mendapatkan pengetahuan yang lebih mendalam tentang manfaat dan teknik pemasaran digital. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam wawasan, pengetahuan, dan keterampilan peserta terkait pemanfaatan media sosial untuk promosi produk UMKM. Selain itu, saran untuk kegiatan lanjutan seperti pelatihan fotografi, kewirausahaan, dan penulisan media cetak diusulkan untuk memperluas kapasitas dan potensi peserta. Kolaborasi antara dosen, pelaku UMKM, dan masyarakat dalam kegiatan ini memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan UMKM di wilayah tersebut.

Pendahuluan

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) adalah praktek yang dilakukan oleh sivitas akademika untuk menerapkan dan mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi guna meningkatkan kesejahteraan umum dan mengembangkan kehidupan intelektual bangsa, sesuai dengan Undang-Undang Perguruan Tinggi tahun 2012. PkM melibatkan beragam kegiatan yang disesuaikan dengan keahlian, budaya akademik, dan otonomi keilmuan sivitas akademika serta konteks sosial-budaya masyarakat. Hasil dari kegiatan PkM tersebut dimanfaatkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, tambahan sumber belajar, serta sebagai upaya memperdalam pengetahuan dan keterampilan sivitas akademika (Morissan, 2019). Kemajuan teknologi dan perkembangan zaman memungkinkan individu untuk terus berkembang secara pribadi. Dampak positif dari perkembangan teknologi dan informasi telah meluas selama beberapa dekade, tidak hanya memperhatikan aspek fisik, psikologis, dan lingkungan masyarakat, tetapi juga mengakui pentingnya aspek intelektual, pengetahuan, sikap, keterampilan, dan sosial dalam meningkatkan kualitas hidup. Pendidikan yang layak dan memadai sangat penting untuk membekali masyarakat dengan kemampuan yang dibutuhkan, memungkinkan mereka mengembangkan potensi alamiah mereka secara sadar dan terarah. Dengan demikian, pendidikan yang memperhatikan

kebutuhan kognitif, afektif, dan psikomotorik individu akan berperan penting dalam meningkatkan kinerja sumber daya manusia secara menyeluruh (Mardhatillah et al., n.d.).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran vital dalam membangun ekonomi nasional, terutama dalam menghadapi tantangan ekonomi yang diakibatkan oleh pandemi COVID-19. Dalam era kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan, inovasi menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing UMKM di pasar global (Chaffey D, 2019). Pemanfaatan teknologi, terutama dalam pemasaran digital, telah membuka peluang baru bagi UMKM untuk bertahan dan tumbuh. Melalui pelatihan pemasaran digital, seperti penggunaan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp, masyarakat Kelurahan Jati Timur dapat meningkatkan pendapatan dan produktivitas mereka (Chairuddin dkk, 2019). Namun, tantangan yang dihadapi adalah kurangnya penetrasi pemasaran online dan kurangnya aksesibilitas terhadap barang dan layanan dari pihak kelurahan. Dengan pendekatan ini, diharapkan masyarakat akan mendapatkan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memanfaatkan potensi pemasaran digital guna meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial di kelurahan tersebut (Wahyuti dkk, 2019). UMKM merupakan usaha produktif yang memenuhi kriteria sebagai usaha mikro, kecil, atau menengah, sesuai dengan peraturan perundang-undangan No. 20 tahun 2008. Usaha mikro memiliki kekayaan bersih maksimal Rp 50.000.000,- dan hasil penjualan tahunan maksimal Rp 300.000.000,-. Usaha kecil memiliki kekayaan bersih maksimal Rp 50.000.000,- dengan hasil penjualan antara Rp 300.000.000,- hingga Rp 2,5.000.000.000,-. Sedangkan usaha menengah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,- hingga Rp10.000.000.000,- dengan hasil penjualan tahunan mencapai Rp25.000.000.000,- hingga Rp50.000.000.000,-.

Digital marketing merupakan pemasaran melalui media digital, memanfaatkan internet untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan bertukar penawaran yang memiliki nilai bagi konsumen (Aprianti, 2022). Digital marketing memungkinkan perusahaan untuk mencapai target konsumen dengan biaya yang relatif murah dan menyediakan muatan informasi yang besar (Muljono, 2020). Manfaat digital marketing antara lain penyebaran informasi, menciptakan kesadaran, riset pasar, menciptakan persepsi, percobaan produk, meningkatkan pelayanan, meningkatkan distribusi, serta memperluas jaringan konsumen (Hermawan , 2019). Volume penjualan merupakan ukuran kuantitatif dari segi fisik atau unit produk yang terjual, sangat berpengaruh terhadap laba perusahaan, dan dipengaruhi oleh saluran distribusi yang luas (Rangkuti, 2019:57).

Mitra UMKM Kelurahan Jati Timur menghadapi beberapa permasalahan dalam peningkatan manajemen promosi dan pemanfaatan media digital untuk meningkatkan volume penjualan. Pertama, terdapat kurangnya pemahaman dari pelaku UMKM tentang pentingnya meningkatkan manajemen promosi dalam upaya meningkatkan penjualan. Kedua, terdapat kurangnya pemahaman dari pelaku UMKM tentang cara efektif memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi penjualan. Dengan pemahaman yang terbatas mengenai kedua hal tersebut, mitra UMKM mengalami kesulitan dalam mengoptimalkan potensi promosi dan penjualan mereka, yang berpotensi menghambat pertumbuhan dan kesuksesan bisnis mereka di Kelurahan Jati Timur.

Tujuan utama dari pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) adalah untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM di Kelurahan Jati Timur tentang pentingnya meningkatkan manajemen promosi untuk meningkatkan volume penjualan. Selain itu, tujuan lainnya adalah untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM dalam memanfaatkan media digital sebagai alat promosi penjualan yang efektif. Dengan mencapai tujuan ini, diharapkan pelaku UMKM akan mampu

mengoptimalkan potensi promosi dan penjualan mereka melalui manajemen yang lebih baik dan pemanfaatan media digital yang tepat, sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan dan keberlangsungan bisnis mereka di Kelurahan Jati Timur.

Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan di Kantor Kelurahan Jati Baru, Kecamatan Padang Timur, Kota Padang, dengan menggunakan metode sosialisasi dan praktek penggunaan media sosial. Proses implementasi kegiatan dibagi menjadi empat tahap utama, yaitu persiapan, screening, pelaksanaan, evaluasi, dan pelaporan. Tahap persiapan melibatkan survei lokasi mitra, pembentukan tim PKM, pengajuan proposal, koordinasi tim dan mitra, serta persiapan media digital dan bahan sosialisasi. Tahap screening meliputi penyediaan materi, pengetahuan, dan praktek penggunaan media sosial untuk promosi usaha warung bakso. Metode pelaksanaan melibatkan sosialisasi dan forum diskusi kelompok. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah program, dengan indikator keberhasilan yang terlihat dari peningkatan kuantitas penjualan bakso. Tahap pelaporan dilakukan untuk pertanggungjawaban atas pelaksanaan program dan publikasi hasil kegiatan. Dengan demikian, kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman, pengetahuan, dan praktik kepada pelaku usaha UMKM dalam menggunakan media sosial untuk meningkatkan promosi dan penjualan usaha mereka.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan di Kantor Kelurahan Jati Baru, Kecamatan Padang Timur, Kota Padang, berjalan dengan baik dan tertib. Sebagai bagian dari pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, kegiatan ini melibatkan dosen dalam memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tentang pentingnya pemasaran digital dalam promosi produk mereka. Melalui metode ceramah, kegiatan ini mengungkapkan fakta bahwa banyak pelaku UMKM yang masih mengandalkan promosi secara tradisional, tanpa memanfaatkan potensi pemasaran digital yang lebih efektif. Selama kegiatan berlangsung, para peserta aktif bertanya dan mengungkapkan ketertarikan mereka terhadap materi yang disampaikan, menunjukkan minat yang tinggi dalam memahami konsep dan praktik pemasaran digital. Pada akhirnya, kegiatan ini dianggap tepat dan berhasil memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada pelaku UMKM tentang strategi pemasaran yang modern dan efektif.



Gambar I. Lokasi PKM di Kelurahan Jati Baru

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini mengusung tema Sosialisasi Peningkatan Manajemen Promosi Pemasaran Digital bagi UMKM Kelurahan Jati Timur dalam Meningkatkan Volume Penjualan. Melalui penyampaian langsung dari tim PKM, pelaku UMKM diberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang cara memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi yang tepat dan efektif. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan wawasan baru kepada pelaku UMKM, tetapi juga mendorong mereka untuk meninggalkan paradigma promosi tradisional dan beralih ke metode yang lebih modern dan berdaya saing tinggi. Dengan partisipasi aktif dari peserta dan antusiasme dalam menanggapi materi, kegiatan ini membuktikan kesesuaian dan keberhasilannya dalam memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan UMKM di Kelurahan Jati Baru, Padang Timur, Kota Padang.



Gambar 2. Produk-Produk UMKM di Kelurahan Jati Baru

Hasil yang diperoleh dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini mencakup penerapan ilmu dan sosialisasi yang memberikan dorongan semangat kepada pelaku usaha UMKM di Kelurahan Jati Baru, Padang. Mereka terinspirasi untuk meningkatkan promosi usaha mereka melalui pemasaran digital dengan menggunakan media sosial. Dengan demikian, diharapkan pendapatan UMKM di Kelurahan Jati Baru, Padang, akan meningkat, serta membawa dampak positif dalam perkembangan dan pertumbuhan usaha UMKM di wilayah tersebut ke depannya.

Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan PKM yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan signifikan dalam wawasan, pengetahuan, dan keterampilan peserta terkait pemanfaatan media sosial untuk promosi produk UMKM. Para peserta juga menunjukkan peningkatan dalam keterampilan menuangkan gagasan mereka melalui tulisan yang dikombinasikan dengan foto atau video dalam media sosial. Untuk memperluas dan mendalami keterampilan peserta, disarankan untuk menyelenggarakan kegiatan lanjutan seperti pelatihan fotografi, kewirausahaan, penulisan untuk media cetak, komunikasi lintas budaya, dan sebagainya. Dengan demikian, diharapkan dapat terus meningkatkan kapasitas dan

potensi para peserta dalam memanfaatkan media sosial serta memperluas wawasan mereka dalam berbagai bidang yang relevan.

Ucapan Terimakasih

Terima kasih atas partisipasi dan kontribusi yang luar biasa dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Kantor Kelurahan Jati Baru, Padang Timur. Kegiatan ini telah memberikan wawasan baru dan pengetahuan yang berharga terkait pemanfaatan media sosial untuk promosi produk UMKM. Kami sangat mengapresiasi semangat dan antusiasme yang ditunjukkan oleh seluruh peserta dalam meningkatkan keterampilan mereka dalam memanfaatkan media sosial untuk promosi. Terima kasih juga atas saran yang berharga untuk menyelenggarakan kegiatan lanjutan, seperti pelatihan fotografi, kewirausahaan, dan penulisan untuk media cetak, yang akan memberikan manfaat tambahan bagi perkembangan dan pertumbuhan UMKM di wilayah kami. Semoga kerjasama dan kolaborasi ini terus berkembang untuk kebaikan bersama. Terima kasih sekali lagi atas partisipasi dan dukungannya.

Referensi

- Darmawan, E., & Aqino, R. (2022). Pengaruh Penggunaan Digital Marketing Terhadap Volume Penjualan di Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus Produk UMKM Makanan Khas Banten Di Kota Serang. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 23(2).
- Daryanto. 2011. Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah. Bandung: Satu Nusa
- Harto, B., Sumarni, T., Dwijayanti, A., Komalasari, R., & Widyawati, S. (2023). Transformasi Bisnis UMKM Sanfresh Melalui Digitalisasi Bisnis Pasca Covid 19. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 6(2), 9-15.
- Hermawan, F., Detra, A. E., & Eldrian, A. F. (2022). Pengaruh Media Digital Sebagai Sarana Promosi Dan Transaksi Bagi Pelaku UMKM Makanan Dan Minuman Di Masa Pandemi Covid-19. *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)*, 6(2), 493-505.
- Irwansyah, R., Syahputra, D., Ningsih, S., Hasan, M., et.al. Kristanto, T., Nugroho, L., Manggabarani, A. S., (2021). Marketing Digital Usaha Mikro. Bandung: Penerbit Widina.
- Rahman, M. A., & Hadiyati, E. (2020). Studi Penerapan Digital Marketing Pada UKM Makanan Khas di Kota Malang. *Warta Pendidikan | e-Journal*, 4(4).
- Rangkuti, Freddy (2019). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus. *Integrated Marketing*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Priyanto, H., Najib, M., & Septiani, S. (2020). Faktor Adopsi E Marketing dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran UKM Kuliner Kota Bogor. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 2(2), 235-244.
- Setyorini, R., Luturlean, B. S., Saragih, R., Hidayat, A. M., Aulia, P., Jamiat, N., Kuswanto, A., et. al. (2022). Cloud Catalog dan Pengintegrasian Market Place dan Sosial Media Untuk Membantu Penjualan UMKM di Era New Normal. *Charity: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 20-27.