

## Pemberdayaan UMKM Di Kelurahan Rembang Dengan Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Sarana Promosi

### *Empowering MSMEs In The Rembang Village By Utilizing Digital Marketing As A Promotional Means*

Andi Maulana<sup>1</sup>, Nurjanti Takarini<sup>2</sup>

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

Email : [20012010009@upnjatim.ac.id](mailto:20012010009@upnjatim.ac.id)<sup>1</sup>, [yayannurjanti.em@upnjatim.ac.id](mailto:yayannurjanti.em@upnjatim.ac.id)<sup>2</sup>

Korespondensi penulis: [20012010009@upnjatim.ac.id](mailto:20012010009@upnjatim.ac.id)

#### **Article History:**

Received: 18 Mei 2023

Revised: 20 Juni 2023

Accepted: 18 Juli 2023

**Keywords:** UMKM, digital marketing, promotion

**Abstract:** Rembang Village is one of the villages in the Sananwetan District, Blitar City. The Rembang sub-district has the Rembang Rise program by creating a WhatsApp group by the sub-district officials as a place for MSMEs in the Rembang area to carry out promotions. Even though many MSMEs have joined this group, until now they are not familiar with digital marketing and only rely on conventional methods to promote their products. The purpose of this community service program is to provide understanding to MSME players about the benefits of digital marketing as promotional advice. With the existence of a digital marketing introduction program for MSME players in the Rembang Village, it is hoped that they can expand their market to sell their products.

#### **Abstrak**

Kelurahan Rembang merupakan salah satu kelurahan yang berada di wilayah Kecamatan Sananwetan, Kota Blitar. Kelurahan Rembang mempunyai program Rembang Bangkit dengan dibuatkannya grup WhatsApp oleh perangkat kelurahan sebagai wadah para pelaku UMKM wilayah Rembang melakukan promosi. Meskipun banyak para pelaku UMKM yang sudah masuk ke dalam grup tersebut, tetapi hingga saat ini belum mengenal digital marketing dan hanya mengandalkan cara konvensional untuk mempromosikan produknya. Tujuan dari program pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan pemahaman kepada para pelaku UMKM mengenai manfaat dari *digital marketing* sebagai sarana promosi. Dengan adanya program penyuluhan pemanfaatan *digital marketing* kepada para pelaku UMKM di Kelurahan Rembang diharapkan dapat memperluas pasar mereka untuk menjual produknya.

**Kata Kunci :** UMKM, *digital Marketing*, promosi

#### **PENDAHULUAN**

Berdasarkan (UU No 20, 2008) tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dapat didefinisikan sebagai berikut: Usaha Mikro adalah usaha produktif perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria sebagaimana diatur dalam UU No 20 tahun 2008. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang ada.

Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dan dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang

\* Andi Maulana, [20012010009@upnjatim.ac.id](mailto:20012010009@upnjatim.ac.id)

perusahaan yang ada dengan jumlah kekayaan bersih sebagaimana diatur dalam Undang – Undang ini.

Teknologi saat ini terus berkembang dan manfaat penggunaan internet dapat dirasakan secara signifikan bagi para penggunanya, maka dari itu cukup banyak orang yang mengalami ketergantungan dengan internet, termasuk aktivitas UMKM dalam memanfaatkan teknologi informasi seperti digital marketing untuk menjalankan usahanya agar lebih berkembang (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Pemasaran digital atau digital marketing adalah kegiatan promosi atau perluasan pasar melalui media digital secara daring dengan memanfaatkan berbagai sarana, misalnya media sosial. Pemasaran digital di satu sisi, memudahkan para pebisnis untuk memantau, menawarkan dan menyediakan barang yang dibutuhkan oleh calon konsumen, sedangkan dilain sisi calon konsumen juga dapat mencari dan mendapatkan barang yang dibutuhkannya hanya dengan menjelajahi dunia maya tanpa harus keluar rumah (Tantra & Mahyuni, 2021). Pemasaran digital mampu menjangkau semua lapisan masyarakat dimanapun dan kapanpun sehingga kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi tanpa harus berinteraksi secara langsung.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan adalah metode survei, yaitu metode yang dilaksanakan dengan pengamatan secara langsung terhadap suatu gejala dalam populasi besar ataupun kecil. Metode ini digunakan untuk memperoleh data dari tempat tertentu dengan membagikan kuisioner, wawancara terstruktur, test dan sebagaimana (perlakuannya tidak seperti dalam eksperimen). Penelitian ini menggambarkan proses pencarian informasi peneliti dengan cara door to door ke rumah para pelaku UMKM agar mendapatkan informasi mengenai UMKM tersebut, sehingga setelah survei dilakukan peneliti mengetahui analisis SWOT dari para pelaku UMKM yang telah dilakukan survei. Dapat disimpulkan bahwa para UMKM di

Kelurahan Rembang membutuhkan pengenalan digital marketing sebagai sarana promosi produk mereka dengan mengadakan penyuluhan digital marketing.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penyuluhan dilaksanakan untuk meningkatkan Sumber Daya Manusia terutama para pelaku UMKM guna mendukung kewirausahaan dan ekonomi kreatif di wilayah Kelurahan Rembang. Penyuluhan adalah bentuk usaha pendidikan non-formal kepada individu tau kelompok masyarakat yang dilakukan secara sistematis, terencana, dan terarah dalam usaha perubahan perilaku yang berkelanjutan demi tercapainya peningkatan produksi, pendapatan

dan perbaikan kesejahteraan. Kegiatan penyuluhan ini dilaksanakan pada tanggal 25 Mei 2023 yang bertempat di lantai 2 kantor Kelurahan Rembang dengan mengangkat tema “Sosialisasi pemanfaatan digital marketing and sales”.

Digital Marketing adalah suatu kegiatan pemasaran yang dilakukan secara online melalui media digital dengan memanfaatkan berbagai sarana pada semua platform yang ada seperti WhatsApp Business, Instagram, Tiktok, E-Commerce dan sebagainya. Dengan dilakukannya digital marketing konsep pemasaran atau promosi sudah tidak bersifat satu arah melainkan hubungan dua arah (Maulida Sari & Setiyana, 2020).

Penyuluhan ini terlaksana dikarenakan dari hasil survei dan observasi yang telah dilakukan menunjukkan hasil yaitu kurangnya pengetahuan para pelaku UMKM untuk menggunakan teknologi digital dalam melakukan promosi. Hal tersebut dapat terselesaikan dengan adanya penyuluhan ini. Tujuan dilakukannya penyuluhan ini adalah agar meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia khususnya para pelaku UMKM dalam digital marketing and sales yang ada di wilayah Kelurahan Rembang guna untuk memperluas jangkauan pasar yang nantinya akan meningkatkan pendapatan UMKM.



Penyuluhan ini ditujukan kepada para pelaku UMKM di Kelurahan Rembang, karena UMKM sendiri memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan perekonomian. Para pelaku UMKM juga diharapkan dapat meningkatkan strategi pemasaran digital di era 4.0 pada saat ini. Penyuluhan ini mampu memberikan dampak yang cukup besar bagi para pelaku UMKM dalam pemanfaatan digital marketing pada usahanya. Penyuluhan pemanfaatan digital marketing and sales merupakan program kerja utama peneliti dan tim KKNT-MBKM dalam upaya untuk mengembangkan kewirausahaan dan ekonomi kreatif di wilayah kelurahan Rembang.

Penyuluhan ini mengundang para pelaku UMKM di Kelurahan Rembang dan narasumber yang berkompeten dalam bidangnya untuk membagikan ilmunya pada penyuluhan ini. Kegiatan penyuluhan ini dapat berjalan lancar karena adanya kerjasama dan bantuan antara tim KKNT-MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur dengan perangkat Kelurahan Rembang. Banyaknya peserta penyuluhan menjadi indikator suksesnya acara penyuluhan ini karena antusiasme dari para pelaku UMKM di Kelurahan Rembang.

Selama berlangsungnya program kerja penyuluhan ini tidak terlepas dari kendala yang dihadapi, seperti tempat yang sesuai dan memadai untuk pelaksanaan kegiatan penyuluhan ini, penyesuaian jadwal dengan narasumber pengumpulan para pelaku UMKM di Kelurahan Rembang yang memiliki kesibukan yang menjadi tantangan tersendiri bagi tim KKNT-MBKM untuk dapat mengumpulkan audience. Selain itu, susunan kegiatan dan pemberian materi yang menarik agar dapat menggugah minat dari peserta penyuluhan yaitu para pelaku UMKM yang rata-rata masih tidak awam dengan digital marketing agar dapat mengikuti acara penyuluhan ini dari awal hingga akhir.

## **PENUTUP**



Dari hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa para pelaku UMKM di wilayah Kelurahan Rembang perlu belajar mengenai digital marketing yang memiliki manfaat dan pengaruh yang besar jika dilakukan dan diterapkan dengan benar. Dengan adanya penyuluhan ini diharapkan para pelaku UMKM bisa menerapkan digital marketing agar dapat memperluas jaringan pasar, sehingga produk dari para pelaku UMKM di wilayah Kelurahan Rembang dapat dikenal di daerah luar wilayah Kelurahan Rembang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arisandi, F. &. (2023, April). Pemberdayaan UMKM Melalui Pengenalan Pemasaran Digital Khususnya Media Sosial Sebagai Sarana Promosi di Era Pandemi. *Jurnal Panrita Abdi*, 7(2), 286. Retrieved from <http://journal.unhas.ac.id/index.php/panritaabdi>
- Mahyuni, T. &. (2023, April). Pemberdayaan UMKM Melalui Pengenalan Pemasaran Digital Khususnya Media Sosial Sebagai Sarana Promosi di Era Pandemi. *Jurnal Panrita Abdi*, 7(2), 286. Retrieved from <http://journal.unhas.ac.id/index.php/panritaabdi>
- Setiyana, M. S. (2020). Sosialisasi Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar*, 2(1), 63. Retrieved from <https://doi.org/10.35308/batiku.v2i1.2050>